

LEVÉE DES BARRIÈRES AU COMMERCE INTÉRIEUR ET PROTECTION DU CONSOMMATEUR : l'exemple de l'Union européenne

Rapport final du projet
présenté au Bureau de la consommation
d'Industrie Canada



Mars 2015

Rapport publié par :



6226, rue Saint-Hubert
Montréal (Québec) H2S 2M2

Téléphone : 514 521-6820
Sans frais : 1 888 521-6820
Télécopieur : 514 521-0736

info@uniondesconsommateurs.ca
www.uniondesconsommateurs.ca

Membres d'Union des consommateurs

ACEF Appalaches-Beauce-Etchemins
ACEF de l'Est de Montréal
ACEF de l'Île Jésus
ACEF du Grand-Portage
ACEF du Nord de Montréal
ACEF Estrie
ACEF Lanaudière
ACEF Montérégie-est
ACEF Rive-Sud de Québec
ACQC
Membres individuels

Recherche et rédaction du rapport

- Yannick Labelle

Direction de rédaction

- Marcel Boucher

ISBN : 978-2-923405-58-2



Union des consommateurs est membre de
l'Organisation internationale des consommateurs (CI),
une fédération regroupant 220 membres en provenance de 115 pays.

L'usage du masculin, dans ce rapport, a valeur d'épicène.

Union des consommateurs a reçu du financement en vertu du Programme de contributions pour les organisations sans but lucratif de consommateurs et de bénévoles d'Industrie Canada. Les opinions exprimées dans ce rapport ne sont pas nécessairement celles d'Industrie Canada ou du gouvernement du Canada.

Union des consommateurs received funding from Industry Canada's Contributions Program for Non-profit Consumer and Voluntary Organisations. The views expressed in the report are not necessarily those of Industry Canada or the Government of Canada.

© Union des consommateurs — 2015

Table des matières

Union des consommateurs, la force d'un réseau	4
1. Introduction	5
2. Le commerce intérieur au Canada	8
2.1 État des lieux et encadrement législatif	8
2.2 Enquête auprès du Secrétariat du Comité des mesures en matière de consommation ..	22
2.3 Conclusion	24
3. Le commerce intérieur et la protection du consommateur ailleurs	25
3.1 L'Europe : Marché unique et protection du consommateur	25
3.2 L'Australie: un marché proche de la réalité canadienne	31
4. Le modèle européen d'harmonisation des lois de protection du consommateur..	36
4.1 Adoption des directives et transposition dans le droit national	36
4.2 Les directives européennes adoptées en vue de mieux protéger les consommateurs ..	38
4.3 Conclusion	45
5. Étude approfondie de certaines directives et de l'harmonisation possible au Canada	46
5.1 Directive 93/13/CEE : les clauses abusives.....	46
5.2 Directive 1999/44/CE : les garanties légales	50
5.3 Directive 2009/22/CE : les actions en cessation en matière de protection des intérêts des consommateurs	52
5.4 Directive 2011/83/UE : relative aux droits des consommateurs	55
6. Conclusion	57
6.1 L'Australie : une fédération à système juridique unique	58
6.2 L'Europe : la conciliation des systèmes juridiques et des valeurs sociopolitiques.....	59
6.3 L'harmonisation des lois de protection du consommateur au Canada	60
7. Recommandations	62
Médiagraphie	64
Annexe 1 : Liste des directives européennes	69

Union des consommateurs, la force d'un réseau

Union des consommateurs est un organisme à but non lucratif qui regroupe plusieurs Associations coopératives d'économie familiale (ACEF), l'Association des consommateurs pour la qualité dans la construction (ACQC) ainsi que des membres individuels.

La mission de l'organisme 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.

Nous agissons principalement sur la scène nationale, en représentant les intérêts des consommateurs auprès de diverses instances politiques, réglementaires ou judiciaires et sur la place publique. Parmi nos dossiers privilégiés de recherche, d'action et de représentation, mentionnons le budget familial et l'endettement, l'énergie, les questions liées à la téléphonie, la radiodiffusion, la télédistribution et l'inforoute, la santé, l'alimentation et les biotechnologies, les produits et services financiers, les pratiques commerciales, ainsi que les politiques sociales et fiscales.

Finalement, dans le contexte de la globalisation des marchés, Union des consommateurs travaille en collaboration avec plusieurs groupes de consommateurs du Canada anglais et de l'étranger. Elle est membre de l'*Organisation internationale des consommateurs* (OI), organisme reconnu notamment par les Nations Unies.

1. Introduction

Le commerce intérieur est souvent promu comme étant un des moyens par excellence d'assurer une bonne santé économique au pays. Selon le Forum des politiques publiques du Canada, l'amélioration du commerce intérieur favoriserait l'expansion des entreprises dans les régions, la productivité, la mobilité de la main-d'œuvre, en plus d'abaisser les coûts et d'attirer l'investissement¹. Or, malgré l'absence de tarifs interprovinciaux, il existe malgré tout bon nombre de barrières au commerce intérieur au Canada, parmi lesquelles les différences entre les réglementations provinciales.

La fédération canadienne composée de dix provinces et de trois territoires semble, aux dires de certains, constituer un véritable labyrinthe législatif pour les entreprises canadiennes qui sont tenues, dès qu'elles entendent naviguer entre les provinces, de se conformer à une multitude de lois et règlements qui varient selon les provinces et les territoires. Ces disparités législatives prennent racine notamment dans la *Loi constitutionnelle de 1867*, qui attribue certains champs de compétence au gouvernement fédéral alors que d'autres sont confiés à la compétence exclusive des provinces². La protection du consommateur, par exemple, est de compétence provinciale en vertu des articles 92(13) et 92(16) de la *Loi constitutionnelle*. Chaque province est donc susceptible d'adopter des lois ou des dispositions qui ont pour but de protéger les consommateurs, et de choisir le niveau de protection des consommateurs qu'elle estime approprié. En l'absence de mécanisme d'harmonisation systématique, ces encadrements peuvent, en théorie, être extrêmement variables.

Il y a lieu de croire que l'obligation de respecter des normes différentes établies par les mesures de protection des consommateurs des différentes provinces pourrait entraîner, pour les entreprises qui entendent offrir leurs biens et services à l'ensemble des Canadiens, des coûts supplémentaires. Cela est d'autant plus vrai que les lois sur la protection du consommateur régissent des relations contractuelles entre un commerçant et un consommateur, abstraction faite de l'objet du contrat et du lieu d'établissement du commerçant, et que tout commerçant qui veut faire affaire dans une province donnée devra se soumettre aux lois applicables sur le territoire du consommateur. Malgré tout, ce n'est pas l'existence même des lois de protection du consommateur qui semble constituer une barrière au commerce intérieur ou accroître le fardeau, mais bien leur disparité.

Afin d'abaisser autant que possible les barrières au commerce interprovincial, un accord intergouvernemental conclu par les premiers ministres des provinces et territoires du Canada, l'*Accord sur le commerce intérieur* (ci-après ACI), a été signé en 1995, qui avait pour but :

¹ **MCLEAN, James.** *Symposium de l'Accord sur le commerce intérieur*, Forum des politiques publiques du Canada Public Policy Forum, Ottawa, janvier 2014, 32 pages. [En ligne] http://www.ppforum.ca/sites/default/files/AIT_FR_REPORT.pdf (document consulté le 14 octobre 2014).

² *Loi constitutionnelle de 1867*, 30 & 31 Victoria, c. 3, arts. 91 et 92.

DE PROMOUVOIR un marché intérieur ouvert, performant et stable, propice à la création d'emploi, à la croissance économique et à la stabilité économique à long terme

[et]

DE RÉDUIRE ET D'ÉLIMINER, dans la mesure du possible, les obstacles à la libre circulation des personnes, des produits, des services et des investissements à l'intérieur du Canada³.

Les tentatives d'harmonisation des lois de protection du consommateur au Canada passent par le Comité des mesures en matière de consommation (ci-après le CMC) mis sur pied par l'ACI⁴. Le mandat du CMC est, entre autres, « de déterminer toute mesure de base à inclure dans les futures négociations et de servir de forum aux discussions intergouvernementales sur les questions touchant les consommateurs⁵. »

Nombreux sont ceux qui indiquent que l'ACI est loin d'avoir accompli sa mission première, soit la réalisation d'un marché intérieur ouvert libre de barrières⁶. Le ministre de l'Industrie et du Commerce, James Moore, semble abonder dans ce sens. En 2014, il multipliait les interventions où il pourfendait le protectionnisme provincial, prônait l'abolition des barrières et annonçait des mesures visant à assurer la mise à jour de l'*Accord sur le commerce intérieur*.

Comment, dans cet esprit, abaisser la barrière que constitue la disparité entre les lois de protection du consommateur des provinces tout en assurant un niveau de protection adéquat aux consommateurs canadiens et en préservant la compétence exclusive des législateurs? Un défi de taille, mais auquel d'autres blocs économiques régionaux se sont attaqués auparavant.

L'Union européenne (ci-après UE) s'est heurtée à ce type de barrières, les États membres disposant pour la plupart de cadres de protection du consommateur élaborés. Depuis le début des années 70, l'UE exige par l'entremise de Directives l'harmonisation des lois de protection de consommateurs de chacun des États membres. Parmi les problématiques dont la diversité des encadrements a été jugée susceptible de constituer des barrières et qui ont fait l'objet d'harmonisation, on retrouve notamment les clauses abusives, la vente porte-à-porte, les garanties et le droit d'action des groupes de consommateurs.

L'Australie, constituée en fédération tout comme le Canada, a elle aussi procédé à l'harmonisation des mesures législatives de protection du consommateur. Avant l'entrée en vigueur de l'*Australian Consumer Law*, en 2011, chacun des six États et des territoires australiens avait sa propre loi qui régissait la protection du consommateur sur son territoire. En

³ **GOVERNEMENT DU CANADA**. *Accord sur le commerce intérieur : Codification administrative*, Comité du commerce intérieur, Winnipeg, 2007. [En ligne] http://www.ait-aci.ca/index_fr/ait.htm (page consultée le 29 septembre 2014).

⁴ *Op. Cit.*, note 3, **GOVERNEMENT DU CANADA**, *Accord sur le commerce intérieur*, art. 807 et ss.

⁵ **COMITÉ DES MESURES EN MATIÈRE DE CONSOMMATION**. page À propos du CMC, site web du CMC, Ottawa, dernière mise à jour : 05/08/2011. [En ligne] http://cmcweb.ca/eic/site/cmc-cmc.nsf/fra/h_fe00013.html (page consultée le 29 septembre 2014).

⁶ *Op. Cit.*, note 1, **MCLEAN**, *Symposium de l'Accord sur le commerce intérieur*, et

MACMILLAN, Kathleen & Patrick GRADY. *Obstacles interprovinciaux au commerce intérieur des biens, services et mouvement de capitaux : Politiques, lacunes de connaissances et questions de recherche*, Industrie Canada, Ottawa, document de travail 2007-11, 2011, 29 pages. [En ligne] [https://www.ic.gc.ca/eic/site/eas-aes.nsf/vwapj/wp200711F.pdf/\\$file/wp200711F.pdf](https://www.ic.gc.ca/eic/site/eas-aes.nsf/vwapj/wp200711F.pdf/$file/wp200711F.pdf) (document consulté le 14 octobre 2014).

2008, le Council of Australian Governments, dans un effort de libéralisation des marchés intérieurs, a adopté le *National Partnership Agreement to Deliver a Seamless National Economy* et entrepris un vaste chantier de déréglementation⁷. Pour ce qui est de la protection du consommateur, l'Australie a par contre choisi la voie de l'adoption d'une loi nationale unique, en vue d'offrir les mêmes protections à l'ensemble des Australiens, peu importe leur région de provenance, tout en éliminant les différences qui existaient entre les lois des différents États et territoires.

Les problèmes particuliers sur lesquels ils se sont penchés et les moyens qu'ont pris certains regroupements d'États pour abaisser les barrières pourraient-ils offrir des pistes et des modèles pertinents au Canada ?

Après avoir dressé un portrait de la situation canadienne relativement au commerce intérieur et des encadrements législatifs applicables, notre étude présentera tour à tour les approches européenne et australienne.

Nous procéderons notamment à une étude des directives adoptées par l'Union européenne pour l'harmonisation des règles de protection du consommateur. Nous relèverons les domaines pour lesquels elle a cru bon d'harmoniser les règles entre les États membres en vue de faciliter le commerce intérieur tout en assurant un niveau de protection élevé aux consommateurs européens, et étudierons les approches adoptées, tant sur le plan substantif que sur celui des recours et des sanctions.

Étant donné que, tout comme le Canada, l'Australie est une fédération composée d'États et de territoires, nous ferons également un portrait sommaire des mesures qui y ont été adoptées, afin de recenser les bonnes pratiques et d'identifier les opportunités d'harmonisation de l'approche australienne qui pourraient inspirer le Canada.

Nous tenterons de voir si les domaines sur lesquels l'harmonisation a été jugée essentielle ailleurs pourraient ou devraient faire l'objet d'harmonisation au Canada, et si les approches, tant dans le cadre des harmonisations que pour leur mise en œuvre, peuvent inspirer des processus semblables au Canada. Nous chercherons à identifier les problématiques qui peuvent résulter de l'application de telles pistes d'harmonisation au Canada et discuterons du processus d'harmonisation actuel.

Notre recherche ne se veut aucunement une analyse économique ou constitutionnelle des effets d'une harmonisation des lois visant à favoriser le commerce interprovincial. Il ne s'agit pas non plus d'une étude approfondie du contenu des lois de protection du consommateur et des accords d'harmonisation en vigueur au Canada, ou des distinctions qui existent entre les différentes lois de protection du consommateur. Notre étude se veut plutôt une cartographie des secteurs liés à la protection du consommateur qui pourraient vraisemblablement, en nous basant sur ce qui a été fait en Europe et en Australie, faire l'objet d'une harmonisation au Canada, et ce, en vue de soumettre des pistes pour des approches d'harmonisation réalistes.

⁷ **COUNCIL OF AUSTRALIAN GOVERNMENT.** page A *Seamless National Economy*, site du CAG, Canberra, Australie, sans date. [En ligne] https://www.coag.gov.au/a_seamless_national_economy (page consultée le 30 mars 2015).

2. Le commerce intérieur au Canada

2.1 État des lieux et encadrement législatif

2.1.1 Le commerce intérieur et la législation

Vielle de près de 150 ans, la Constitution canadienne prévoit ce qui suit à son article 121 :

Tous articles du crû, de la provenance ou manufacture d'aucune des provinces seront, à dater de l'union, admis en franchise dans chacune des autres provinces.

On le voit, l'idée de favoriser et de faciliter le commerce intérieur n'est pas neuve; elle était déjà clairement exprimée par les rédacteurs qui constituaient le pays en zone franche et interdisaient les tarifs interprovinciaux. Malgré l'institution de ce principe de l'absence de barrières, il semblerait que le commerce intérieur canadien n'ait pas fleuri avec autant de fougue que celle que l'on devine chez les fondateurs.

En effet, la franchise prévue à la Constitution ne vise que l'interdiction des barrières économiques directes. Nombreux sont ceux qui dénoncent aujourd'hui l'existence de multiples barrières au commerce intérieur, barrières réglementaires adoptées par les provinces, pour la plupart, qui ont malgré tout un effet économique indirect. Normes techniques et réglementation — pour la production, le transport routier, l'étiquetage, l'emballage, les normes de sécurité —, normes restrictives pour les appels d'offres pour des contrats publics, réglementation des valeurs mobilières, immatriculation et déclaration des sociétés, monopole des provinces sur certains produits, absence de reconnaissance des professionnels : voilà quelques-uns des éléments invoqués comme constituant des barrières au commerce intérieur. On entend bien sûr dans ces hauts cris les échos d'un désir de déréglementation à tout crin. Certains poussent même jusqu'à la caricature : le Canada concluant divers accords de libre-échange internationaux, et il est donc plus facile pour une entreprise étrangère que pour une entreprise canadienne de faire affaire dans une autre province canadienne.

L'existence de barrières au commerce intérieur et leurs effets déplorables sur l'économie canadienne suscitent des foudres qui ne datent pas d'hier. Certains reprochent à la Cour suprême du Canada d'avoir, en 1921, légalisé l'imposition de telles barrières⁸ : dans *Gold Seal c. Procureur général de l'Alberta*⁹, la Cour a en effet conclu à l'effet limité de l'article 121 de la Constitution de 1867. Dans cette affaire, une entreprise de distribution de boissons alcoolisées qui faisait affaire dans plusieurs provinces de l'Ouest canadien, s'est vue interdire par une loi provinciale de poursuivre ce genre d'activités sur son territoire. La Cour suprême a conclu que l'article 121 n'avait pas pour effet de garantir la libre circulation des biens à travers le Canada, et qu'il devait recevoir une application limitée, puisqu'il n'interdisait que l'imposition de droits de douane entre les provinces. Cette disposition ne pouvait donc être invoquée pour écarter l'application de mesures adoptées par une province dans le cadre de ses compétences, même si de telles mesures avaient pour effet d'entraver le commerce interprovincial.

⁸ Ian A. BLUE. *Free Trade within Canada: Say Goodbye to Gold Seal*, The McDonald-Laurier Institute for Public Policy, Ottawa, mai 2011, 36 pages. [En ligne] <http://www.macdonaldlaurier.ca/files/pdf/Ian-Blue-Section-121-Free-Trade-within-Canada.pdf> (document consulté le 13 octobre 2014).

⁹ *Gold Seal Ltd. v. Alberta (Attorney-General)*, (1921), 62 S.C.R. 424

Ce que plusieurs identifient comme des barrières au commerce au Canada découle en fait en grande partie du système fédéraliste canadien lui-même, et notamment du partage des pouvoirs exclusifs de réglementation. Si le gouvernement fédéral détient, en vertu de l'article 91(2) de la *Loi constitutionnelle de 1867*, l'autorité législative exclusive sur « la réglementation du trafic et du commerce », le commerce interprovincial reste soumis à l'exercice par les provinces de la compétence exclusive sur « la propriété et les droits civils dans la province » et « sur toutes les matières d'une nature purement locale ou privée dans la province » que leur confèrent les articles 92(13) et 92(16)¹⁰. C'est sur ces compétences exclusives, particulièrement, que s'appuie le pouvoir législatif des provinces en matière de protection du consommateur.

Depuis la fin des années 60, la majorité des provinces et territoires canadiens ont adopté des lois particulières qui régissent la protection des consommateurs sur leur territoire. Ces lois s'ajoutent, le cas échéant, aux dispositions de la *Common Law* qui trouvent application dans les provinces autres que le Québec. Identifier l'ensemble des lois de protection du consommateur et des dispositions qui touchent la protection du consommateur dans les lois d'application générale, qu'elles soient issues du législateur fédéral ou des provinces ou territoires, et qui trouvent application dans chacune des provinces et territoires est un travail colossal¹¹. Il est tout à fait plausible qu'il puisse être difficile pour une entreprise qui désire faire du commerce à travers le Canada de prendre connaissance de toutes ces lois, qui peuvent être disparates, et de se soumettre à cet ensemble de législations, en adaptant ses pratiques selon la province dans laquelle il fait affaire. Les lois de protection du consommateur adoptées par les différentes provinces peuvent donc vraisemblablement, du fait de leur disparité, constituer une barrière au commerce intérieur. Cependant, ces lois s'avèrent importantes afin de protéger les consommateurs, qui sont le plus souvent la partie vulnérable des relations avec les commerçants. Elles ont aussi leur importance à titre de mesures visant à rééquilibrer le marché. On rappellera en outre que les lois sur la protection du consommateur, loin de ne représenter qu'un poids pour les commerçants, servent aussi à assurer la sécurité juridique des transactions et ont pour effet de renforcer la confiance des consommateurs et, par le fait même, de favoriser le commerce, en plus d'uniformiser les règles du jeu applicables entre les commerçants.

2.1.2 Une économie canadienne unie libre de contraintes

Comme nous le mentionnions précédemment, un marché intérieur effervescent est un atout pour la prospérité économique du Canada. Selon les dernières données disponibles, le commerce intérieur constitue un apport économique annuel de 366 milliards de dollars, soit

¹⁰ En plus des compétences sur les « licences » (92(9)), les « incorporations » (92(11)), les ressources naturelles (92A), etc. On retiendra également que l'article 94 de la *Loi constitutionnelle de 1867* prévoit que « le parlement du Canada pourra adopter des mesures à l'effet de pourvoir à l'uniformité de toutes les lois ou de parties des lois relatives à la propriété et aux droits civils dans Ontario, la Nouvelle-Écosse et le Nouveau-Brunswick » mais pas pour le Québec.

¹¹ **INFOCONSOMMATION.CA**, page *Lois provinciales et territoriales*, Industrie Canada, Bureau de la consommation, Ottawa, dernière mise à jour : 28/02/12. [En ligne] <http://www.infoconsommation.ca/eic/site/032.nsf/fra/01173.html> (page consultée le 9 mars 2015). À première vue, il semblerait y avoir des centaines de lois en la matière en vigueur dans l'ensemble du Canada. Le portail Web Info Consommation géré par le Bureau de la consommation d'Industrie Canada propose des liens vers les sites des gouvernements provinciaux et territoriaux, permettant aux consommateurs de prendre connaissance des différentes lois existantes.

20 % du produit intérieur brut (PIB) canadien¹². Le Forum des politiques publiques du Canada est d'avis qu'« une interconnectivité économique accrue génère des occasions d'affaires, crée des emplois et rend le pays plus compétitif sur le plan mondial¹³. » Un marché intérieur libre de contraintes aurait également pour effet de contribuer à la prospérité des entreprises locales et leur permettrait d'accéder au marché mondial et d'améliorer de surcroît l'économie canadienne¹⁴. C'est d'ailleurs avec ces certitudes à l'esprit que l'*Accord sur le commerce intérieur* (ACI) a été adopté en 1994. C'est toutefois dans un contexte sociopolitique difficile, suite à des négociations entre les provinces et le gouvernement fédéral sur la constitution canadienne et devant la pression grandissante du commerce international qu'ont eu lieu en 1993 les premières négociations en vue de l'adoption de l'ACI¹⁵.

L'ACI, même 20 ans après son entrée en vigueur, ne semble pas avoir été à la hauteur des attentes. Déjà en 1998, la Chambre de commerce du Canada n'attribuait à l'ACI qu'une note de passage de « D », émettant le constat suivant :

After getting off to a good start, the AIT has unfortunately gotten bogged down and performance has deteriorated significantly [...] Timetables for action in almost all of the sectoral chapters are being missed. Governments need to renew their commitment to creating a barrier free internal market and get the process moving again more quickly on almost all fronts¹⁶.

Les gouvernements canadiens, de leur côté, expriment « leur satisfaction à l'égard des progrès réels et concrets obtenus à ce jour », mais se sont tout de même entendus en août 2014 pour « poursuivre les travaux visant à renforcer et à moderniser l'*Accord sur le commerce intérieur*¹⁷. »

Nombreux sont les critiques qui attribuent à l'existence des barrières au commerce une faible performance du commerce interprovincial¹⁸. Or, comme l'indiquent plusieurs auteurs, bien que les effets négatifs pour les entreprises soient identifiables, les effets des barrières sur le marché intérieur sont difficilement quantifiables¹⁹. Quelles sont donc, de manière générale, ces différentes barrières au commerce intérieur et comment les écarter afin de le stimuler?

¹² **CONSEIL DE LA FÉDÉRATION**. communiqué de presse : *Les premiers ministres dirigeront un exercice visant le renouvellement en profondeur de l'Accord sur le commerce intérieur*, Premiers ministres des provinces et territoires, salle des nouvelles, Ottawa, 29 août 2014. [En ligne] <http://www.pmprovinceterritoires.ca/fr/dernieres-nouvelles/73-2014/397-les-premiers-ministres-dirigeront-un-exercice-visant-le-renouvellement-en-profondeur-de-l-accord-sur-le-commerce-inte-rieur> (page consultée le 10 mars 2015).

¹³ *Op. Cit. note 1*, **MCLEAN**, *Symposium de l'Accord sur le commerce intérieur*, p. 8.

¹⁴ **James RICHARDSON**. *A new Vision for Interprovincial Trade in Canada*, Canadian Council of Chief Executives, Ottawa, 6 août 2014, 17 pages. Voir p. 4. [En ligne] http://www.dpac-atlc.ca/documents/AIT_Letter_Report_Aug2014_ENG_Complete_NS.pdf (document consulté le 11 mars 2015)

¹⁵ **G. Bruce DOERN**. *Free-trade Federalism: Negotiating the Canadian Agreement on Internal Trade*, University of Toronto Press, Toronto, 8 mars 1999, 240 pages.

¹⁶ **CANADIAN CHAMBER OF COMMERCE**. *The Agreement on Internal Trade: Taking Stock after Three Years*, Global economics, Toronto, mai 1998, 42 pages. Voir p. 36. [En ligne] <http://global-economics.ca/internaltrade.3years.pdf>, (document consulté le 10 mars 2015).

¹⁷ *Op. Cit. note 12*, **CONSEIL DE LA FÉDÉRATION**. communiqué de presse : *Les premiers ministres dirigeront un exercice visant le renouvellement en profondeur de l'Accord sur le commerce intérieur*

¹⁸ Par exemple: *Op. Cit. Note 14*, **Richardson, James**. *A new Vision for Interprovincial Trade in Canada*.

¹⁹ *Op. Cit. note 8*, **MACMILLAN & GRADY**. *Obstacles interprovinciaux au commerce intérieur de biens, services et mouvement de capitaux : Politiques, lacunes de connaissance et question de recherche*.

2.1.3 Les barrières au commerce interprovincial et leurs effets sur le commerce transfrontalier

Bien que l'appréciation de ce qui constitue une barrière au commerce intérieur puisse être subjective, plusieurs auteurs ont tenté de définir les contours et l'acceptabilité de telles barrières.

Plusieurs reconnaissent que les barrières sont tout bonnement un résultat de l'exercice par les provinces de leurs compétences sur les politiques sociales et économiques, dans le cadre du fédéralisme existant²⁰. Dans cette optique, toute demande spécifique par une province constituerait donc une barrière au commerce interprovincial lorsqu'elle est imposée à une entreprise qui n'aurait pas déjà, dans sa province, à répondre à des exigences identiques.

L'auteur George Vegh est d'avis que « les barrières à l'échange interprovincial doivent être caractérisées en prenant en considération l'impact disproportionné des mesures provinciales sur les flux d'échanges entre les provinces. Le terme, "impact disproportionné", signifie des obstacles aux flux d'échanges qui ne sont pas nécessaires à la réalisation des objectifs de la législation provinciale²¹. » Un impact disproportionné devrait de ce fait amener à conclure que la barrière (ou la mesure qui la crée) est injustifiée.

L'étude de 2004 de la Chambre de commerce canadienne²² semble résumer assez fidèlement les effets négatifs qui sont généralement avancés par l'industrie : les barrières au commerce interprovincial font augmenter les coûts, affectent négativement la concurrence et n'apportent aucun avantage aux entreprises. Ce type de barrières crée des économies provinciales fermées, dans lesquelles les décisions stratégiques des entreprises sont prises en tenant compte de la protection que leur procurent ces barrières, plutôt que des principes de saine concurrence. Dans un monde de libéralisation des marchés, les entreprises canadiennes devraient plutôt profiter d'un environnement qui les pousse à se développer pour pouvoir se mesurer à la concurrence internationale.

Les barrières au commerce intérieur identifiées par l'industrie au Canada sont nombreuses. La Chambre de commerce du Canada (CCC) suite à un sondage mené auprès de ses membres rapportait qu'elles sont de plusieurs ordres, les barrières les plus communément rencontrées étant les différences réglementaires entre les provinces et territoires, les barrières à la mobilité de la main-d'œuvre, les préférences régionales dans l'adjudication des contrats publics et l'exigence d'un établissement local²³. Parmi les barrières réglementaires, les éléments suivants

²⁰ **CANADIAN CHAMBER OF COMMERCE**. *Obstacles to Free Trade in Canada: A Study on Internal Trade Barriers*, Global economics, Toronto, novembre 2004, 22 pages. Voir page 2. [En ligne] <http://www.chamber.ca/download.aspx?t=0&pid=65cd767a-e905-e411-b0ed-000c29c04ade> (page consultée le 10 mars 2015).

²¹ **George VEGH**. *The Characterization of Barriers to Interprovincial Trade under the Canadian Constitution*, 34 Osgoode Hall L. J. 355 (1996). [En ligne] <http://digitalcommons.osgoode.yorku.ca/ohlj/vol34/iss2/5> (page consultée le 10 mars 2015). L'Accord sur le commerce intérieur prévoit pour sa part, à son article 404, qui porte sur les objectifs légitimes, qu'une mesure qui crée des barrières est permise si « la mesure ne restreint pas le commerce plus qu'il n'est nécessaire pour réaliser [un] objectif légitime ».

²² *Op. Cit. note 20*, **CANADIAN CHAMBER OF COMMERCE**, *Obstacles to Free Trade*. Voir page 2.

²³ *Ibid.* Voir page 3. On rappellera que l'Accord sur le commerce intérieur prévoit à sa partie IV des règles spécifiques sur deux des sujets ici mentionnés, soit les marchés publics (ch. 5) et la mobilité de la main-d'œuvre (ch. 7).

ont été identifiés par les répondants comme étant les plus grands irritants²⁴ : les programmes de sécurité en matière de construction; les règles concernant les véhicules; les exigences quant aux obligations de faire des rapports (par exemple en matière environnementale); les règles de dimensions et de poids des camions; les régimes d'assurance d'accident de travail; les mesures de sécurité; les règles relatives aux caractéristiques requises des équipements industriels; les permis; l'obligation d'incorporation; l'obligation d'avoir une place d'affaires sur le territoire, etc. La CCC mentionne en outre comme irritant l'obligation pour les producteurs de vin de procéder à la vente de leurs produits par l'entremise des régies provinciales. Parmi les barrières qui sont considérées comme étant de moindre importance, le CCC identifie aussi, notamment : les divergences dans la réglementation des heures de travail pour les conducteurs et transporteurs, la réglementation du transport des matières dangereuses, des règles différentes en matière de sécurité routière et du droit du travail et l'absence d'harmonisation dans les taxes de vente provinciales²⁵.

Des barrières au commerce intérieur rapportées par d'autres intervenants, tant gouvernementaux que médiatiques sont du même ordre. On mentionne par exemple : les règles sanitaires, de santé et de sécurité alimentaire, la reconnaissance des qualifications professionnelles²⁶, les règles qui interdisent la vente directe du vin et de la bière aux consommateurs d'une autre province, l'enregistrement des entreprises, la quantité d'éthanol dans l'essence, etc.²⁷

Selon le gouvernement canadien, l'existence de ces barrières au commerce interprovincial a des effets néfastes importants sur l'économie canadienne, privant ainsi le Canada de sommes colossales. Si le ministre Moore lance fréquemment le chiffre de 50 G\$ par an²⁸, il faut bien reconnaître que cette évaluation ne fait pas l'unanimité, plusieurs experts avouant que l'évaluation n'a tout simplement pas été faite²⁹. Impossible, donc, de chiffrer les pertes économiques liées aux barrières au commerce intérieur, faute de données empiriques et de recherches dans le domaine.

Autre effet d'ordre économique : les barrières au commerce intérieur constitueraient un frein important à la croissance et à la prospérité des entreprises canadiennes ainsi qu'à l'innovation et affecteraient aussi la main-d'œuvre. Les barrières au commerce interprovincial pourraient également avoir pour effet la réduction de l'offre auprès des consommateurs canadiens.

²⁴ *Ibid.* Voir p. 5 et ss. On notera avec intérêt que certaines de ces barrières (*Droits exigés pour les permis, les licences, les immatriculations ou les agréments et Exigences de présence locale et de résidence*) sont visées nommément au chapitre huit de l'Accord sur le commerce intérieur, sur lequel nous reviendrons plus loin.

²⁵ *Ibid.* Voir pp. 19 et 20.

²⁶ **John GEDDES & Nick TAYLOR-VAISEY.** Home is Where the Trade Barriers Are, MacLean's, Toronto, 29 octobre 2013. [En ligne] <http://www.macleans.ca/politics/home-is-where-the-barriers-are-weve-got-free-trade-with-europe-fantastic-now-how-about-all-those-trade-restrictions-between-the-provinces-2/> (page consultée le 11 mars 2015).

²⁷ **INDUSTRIE Canada.** *Un Canada, une économie nationale-Modernisation du commerce intérieur au Canada*, Industrie Canada, Toronto, dernière mise à jour : 06/03/15. Voir pp. 2 et 3. [En ligne] http://www.ic.gc.ca/eic/site/081.nsf/fra/h_00007.html (page consultée le 11 mars 2015).

²⁸ **John IVISON.** *Harper Government aims for Deal to end Provincial Trade Barriers, which cost Canadian economy \$50B annually*, National Post, Toronto, 29 mai 2014. [En ligne] <http://news.nationalpost.com/2014/05/29/harper-government-aims-for-deal-to-end-provincial-trade-barriers-which-cost-canadian-economy-50b-annually/> (page consultée le 12 novembre 2014).

²⁹ **Julian BELTRAME.** *Baloney Meter: Claims on interprovincial Trade Barriers range from \$2B - \$50B*, CTV News, Toronto, 17 juillet 2014. [En ligne] <http://www.ctvnews.ca/politics/baloney-meter-claims-on-interprovincial-trade-barriers-range-from-2b-50b-1.1917898> (page consultée le 15 octobre 2014).

Selon Industrie Canada, « [e]n 2011, la majorité des PME (94 %) ont vendu leurs produits ou services dans leur localité et 44 %, à l'extérieur de leur localité, mais dans leur province. Dix-huit pour cent des PME (environ 102 000³⁰) se sont livrées à des échanges commerciaux interprovinciaux, vendant des biens ou des services à des acheteurs dans des provinces autres que leur propre province [...]»³¹. Comme le rapporte Industrie Canada, «[l]es ventes interprovinciales représentaient seulement 4 % du chiffre d'affaires en 2011 » des petites et moyennes entreprises canadiennes³².

Afin de réduire les effets des barrières ou de les éliminer, plusieurs solutions ont été envisagées. On notera avec intérêt que la Chambre de commerce du Canada rapporte que les priorités des répondants à son enquête, pour ce qui est des barrières réglementaires, ne sont pas l'élimination des réglementations provinciales, mais bien leur harmonisation :

Specific priorities of the respondents in terms of the removal of trade barriers:

Regulation

- *Achieve alignment in issues such as construction safety programs recognition and other such programs and regulation/permit issues.*
- *Harmonize regulations that affect vehicle requirements.*
- *Harmonize reporting at the provincial level (e.g. environmental reporting).*
- *Focus on an effective series of national regulations in the food industry to deal with composition, labelling and sale.*
- *Attain consistency in weights and dimensions (trucking), worker's compensation, safety measures and ratings.*
- *Standardize equipment regulations, for industrial equipment, across all jurisdictions. This would significantly lower the costs to contractors and owners and would encourage increased "flow" which would increase efficiency and lower cost to the user/contractor and ultimately to the project owner*³³.

Pour ce qui est des barrières liées aux permis, les priorités tendraient plutôt, par contre, vers l'élimination des spécificités provinciales (et, bien entendu, l'élimination de l'obligation faite aux producteurs de vins de ne vendre qu'en passant par les régies ou sociétés provinciales³⁴).

Pour les gouvernements, la priorité semble être de veiller à la mise à jour de l'entente par laquelle les provinces, les territoires et le gouvernement fédéral du Canada se sont engagés à la mise en œuvre de mesures visant à faciliter la libre circulation de biens, des services et des investissements et la mobilité des personnes à travers le Canada, soit l'*Accord sur le commerce intérieur*.

Le Secrétariat du commerce intérieur a été chargé en vertu de cet Accord de «fournir un soutien administratif et opérationnel à l'égard du fonctionnement de l'Accord³⁵.»

³⁰ **Andrea PIERCE**. *Profil des PME : le commerce interprovincial*, Industrie Canada, Ottawa, novembre 2013, 27 pages. Voir la page 3. [En ligne] [https://www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/vwapj/PPME-SMEP_2013-11_fra.pdf/\\$file/PPME-SMEP_2013-11_fra.pdf](https://www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/vwapj/PPME-SMEP_2013-11_fra.pdf/$file/PPME-SMEP_2013-11_fra.pdf) (document consulté le 16 mars 2015).

³¹ **INDUSTRIE Canada**. *Recherche et statistique sur la PME*, Industrie Canada, Toronto, dernière mise à jour : 19/11/13 [En ligne] <https://www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/fra/02843.html> (page consultée le 11 novembre 2014).

³² *Op. Cit.* note 30, **PIERCE**. *Profil des PME: le commerce interprovincial*. Voir p. 3.

³³ *Op. Cit.* note 20, **CANADIAN CHAMBER OF COMMERCE**, *Obstacles to Free Trade*. Voir page 5.

³⁴ Notons au passage que l'*Accord sur le commerce intérieur* prévoit justement à sa partie IV des règles spécifiques sur les boissons alcooliques.

2.1.4 L'Accord sur le commerce intérieur

Suite à un processus entrepris au courant des années 80, l'*Accord sur le commerce intérieur* (ACI) a été adopté en 1994. Jusqu'aux années 80, les barrières au commerce intérieur étaient loin des préoccupations des gouvernements canadiens. Les entreprises canadiennes amenèrent ce problème à l'avant-plan, par l'entremise des associations de commerçants, en rapportant que l'existence des barrières au commerce intérieur constituait un frein important pour leur efficacité, leur compétitivité ainsi que pour leur croissance potentielle³⁶. La nécessité d'une entente sur le commerce intérieur a pris plus d'importance suite à l'entrée en vigueur de l'*Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis* en 1989, remplacé en 1994 par l'*Accord de libre-échange de l'Amérique du Nord* (ALÉNA).

Entré en vigueur en 1995, l'ACI a pour objectif de «réduire et éliminer, dans la mesure du possible, les obstacles à la libre circulation des personnes, des produits, des services et des investissements à l'intérieur du Canada, et établir un marché intérieur ouvert, performant et stable³⁷. » L'accord vise l'atteinte de ses objectifs par l'application de six principes soit : (i) la non-discrimination réciproque (ii) le droit d'entrée et de sortie (iii) l'absence d'obstacles (iv) les objectifs légitimes (v) la conciliation et (vi) la transparence.

L'ACI établit dans sa Partie IV des règles spécifiques pour 11 différents secteurs : (i) les marchés publics (ii) l'investissement (iii) la mobilité de la main-d'œuvre (iv) les mesures et normes en matière de consommation (v) les produits agricoles et alimentaires (vi) les boissons alcooliques (vii) la transformation des ressources naturelles (viii) l'énergie (ix) les communications (x) les transports et (xi) la protection de l'environnement.

Le chapitre 8 de l'ACI concerne les mesures et les normes en matière de consommation adoptées ou maintenues par les parties à l'accord. L'article 804 confirme que « Chaque Partie peut, dans la réalisation d'un objectif légitime, adopter ou maintenir des mesures établissant le niveau de protection des consommateurs qu'elle estime approprié », et précise à l'article 803 que ces mesures sont permises en vertu de l'Accord malgré le fait qu'elles puissent créer certaines barrières, à condition que :

- a) *la mesure ou la norme a pour objet la réalisation d'un objectif légitime;*
- b) *la mesure ou la norme n'a pas pour effet d'entraver indûment l'accès des personnes, des produits, des services ou des investissements d'une Partie qui respectent cet objectif légitime;*
- c) *la mesure ou la norme ne restreint pas le commerce plus qu'il n'est nécessaire pour assurer le niveau de protection des consommateurs adopté ou maintenu en vertu de l'article 804;[et]*
- d) *la mesure ou la norme ne crée pas une restriction déguisée du commerce.*

³⁵ **SECRETARIAT DU COMMERCE INTÉRIEUR**, Site de l'Accord sur le commerce intérieur. [En ligne] http://www.ait-aci.ca/index_fr.htm (page consultée le 11 novembre 2014).

³⁶ **Robert H. KNOX**. "Economic Integration in Canada through the Agreement on Internal Trade", in *Canada: The State of the Federation 1997- Non-constitutional Renewal*, dirigé par Harvey Lazar, Institut des relations intergouvernementales, 1997, 200 pages. Voir p. 141. [En ligne] <http://www.queensu.ca/iigr/pub/archive/SOTF/SOTF1997-part1.pdf> (document consulté le 12 mars 2015)

³⁷ *Accord sur le commerce intérieur*, art. 100.

La définition d'«objectif légitime», à l'article 810, comprend la protection des intérêts économiques des consommateurs, ces « intérêts économiques » étant par ailleurs définis de façon très large, englobant au passage des aspects qui excèdent largement les aspects purement économiques :

« intérêts économiques des consommateurs » s'entend notamment des intérêts suivants:

- a) la qualité des produits, des services et des fournisseurs;*
- b) l'obtention, en temps utile, de renseignements exacts sur les produits, les services et les fournisseurs, y compris sur le coût du crédit;*
- c) l'équité en matière contractuelle;*
- d) l'accès à des mécanismes de recours;*
- e) la sécurité des dépôts versés par les consommateurs;*
- f) la prévention des pratiques commerciales déloyales;*
- g) la protection des renseignements personnels³⁸.*

Il apparaît donc clairement que, pour les signataires de l'Accord, les mesures de protection du consommateur ne sont pas en soi des barrières au commerce intérieur, et ce, malgré leur diversité, puisque chaque Partie reste libre de garantir le niveau de protection des consommateurs qu'elle estime approprié.

L'Accord vise aussi l'élimination des frais discriminatoires imposés pour les permis, les licences, les immatriculations et les agréments³⁹ et celle de l'exigence de présence locale et de résidence pour l'octroi de permis, de licence, d'immatriculation ou d'agrément⁴⁰.

L'article 807 prévoit que certaines normes, énumérées à l'annexe 807.1, devraient faire l'objet de conciliation immédiate, non pour diminuer les protections accordées au consommateur, mais au contraire, de manière à assurer un niveau élevé et efficace de protection des consommateurs. Cette disposition précise par ailleurs que l'harmonisation des normes ou des mesures n'entraîne pas d'obligation pour les Parties de réduire le niveau de protection des consommateurs qu'elles assurent.

Les mesures prévues à l'annexe 807.1, que les parties estimaient, de toute évidence, qu'il fallait harmoniser d'urgence, étaient la vente directe, les mesures concernant les articles remboursés et la divulgation du coût du crédit. L'Accord prévoyait d'autre part que des mesures additionnelles pouvaient être ajoutées à cette annexe.

D'autres mesures, prévues à l'article 808, devaient être évaluées en vue d'une éventuelle harmonisation : les pouvoirs d'enquête réciproques, l'exécution des droits de révocation, l'indemnisation des consommateurs et l'exécution des jugements.

Comme on peut le constater, le chapitre 8 de l'Accord ne porte pas sur le contenu ou la portée des mesures de protection du consommateur envisagées ou adoptées par les provinces, si ce n'est pour garantir qu'elles ne constitueront pas des restrictions déguisées ou injustifiées au commerce interprovincial. L'objectif premier est donc d'assurer que les différences entre les mesures législatives adoptées par les provinces en vue de protéger les consommateurs ne constituent pas un frein au commerce intérieur, et que ces mesures soient donc aussi uniformes

³⁸ Accord sur le commerce intérieur, art. 810.

³⁹ Accord sur le commerce intérieur, art. 805.

⁴⁰ Accord sur le commerce intérieur, art. 806.

que possible sur l'ensemble du territoire canadien. Pour ce faire, l'approche choisie est celle de l'harmonisation des mesures connexes ou qui ont une portée similaire afin de réduire les différences entre les mesures provinciales à travers le Canada. C'est le choix de cette approche qui explique la mise sur pied, en vertu de l'Accord, du Comité des mesures en matière de consommation, sur lequel nous reviendrons plus longuement dans la prochaine section.

Par ailleurs, la mise en œuvre de l'Accord est sous la responsabilité du Comité du commerce intérieur, un forum permanent constitué de représentants ayant rang ministériel et chargé notamment de superviser la mise en œuvre de l'Accord, d'aider au règlement des différends découlant de l'interprétation et de l'application de l'Accord et d'approuver le budget annuel de fonctionnement du Secrétariat du commerce intérieur.

La mise en œuvre des différents chapitres de l'ACI passe également par divers Conseils ou Comités formés par l'Accord lui-même. À titre d'exemple, on retrouve, pour les questions environnementales, le Conseil canadien des ministres de l'Environnement, dans la section transport, le Conseil des ministres responsables des transports et de la sécurité routière, le Comité des mesures relatives aux communications.

La mise en œuvre du chapitre 8 de l'ACI est donc, pour sa part, confiée au Comité des mesures en matière de consommation.

2.1.5 Le comité des mesures en matière de consommation : Approche et réalisations

Créé en vertu du chapitre 8 de l'ACI, le Comité des mesures en matière de consommation (ci-après le CMC), constitué de représentants du gouvernement fédéral, des provinces et des territoires, est un forum interprovincial et intergouvernemental qui a pour objectif «d'améliorer le marché au profit des consommateurs canadiens, amélioration qu'on réalisera par l'harmonisation des lois, des règlements et des pratiques et par des activités de sensibilisation du public⁴¹.»

Le CMC a pour mandat de :

- a) *surveiller la mise en œuvre et l'application du présent chapitre, notamment le mode de fonctionnement des services d'information créés en vertu du paragraphe 406(5) (Transparence);*
- b) *faciliter le processus de conciliation des mesures et des normes en matière de consommation, y compris la détermination des mesures et des normes qui seront inscrites à l'annexe 807.1;*
- c) *servir de tribune permettant aux Parties de discuter des questions se rapportant aux mesures et aux normes en matière de consommation, notamment des accords visés à l'article 808, et de formuler, à l'intention des ministres, des conseils techniques et des recommandations;*
- d) *établir, avant la date de l'entrée en vigueur du présent accord, des mécanismes appropriés de règlement des différends;*
- e) *présenter aux ministres un rapport annuel sur les questions se rapportant au présent chapitre, en vue de sa transmission au Comité⁴² [nos soulignés].*

⁴¹ *Op. Cit. note 5. COMITÉ DES MESURES EN MATIÈRE DE CONSOMMATION*, page À propos du CMC.

⁴² *Accord sur le commerce intérieur*, art. 809, al. 2.

Le Comité soutient et conseille les sous-ministres membres du Forum fédéral provincial et territorial de la consommation⁴³.

Le CMC se penche sur des domaines précis prévus au chapitre 8. Une fois que le CMC détermine un sujet d'intérêt, un groupe de travail est mis sur pied afin d'étudier la question. Dans le passé, les groupes de travail ont étudié notamment, les sujets suivants : les agences de recouvrement, la coopération en matière d'application des lois et la divulgation du coût de crédit.

Notons que l'ACI précise que le CMC a pour mandat de faciliter le processus de conciliation des règles provinciales de protection du consommateur dans les trois domaines suivants : 1) les mesures et normes sur la vente directe, 2) la divulgation des coûts de crédit et 3) les articles remboursés. Bien entendu, le CMC dispose également de la possibilité de déterminer d'autres champs où l'harmonisation des normes devrait avoir lieu. Outre les trois champs d'intervention prévus à l'annexe 807.1, le CMC a convenu l'harmonisation des mesures dans d'autres domaines, notamment les contrats de vente sur Internet et les pratiques de recouvrement interdites.

Depuis sa mise sur pied en 1998, le CMC a achevé l'étude de mesures dans plusieurs secteurs de la consommation :

- Agences de recouvrement ;
- La coopération en matière d'application des lois;
- La divulgation du coût de crédit;
- La juridiction;
- Le marché parallèle du crédit à la consommation;
- Les moyens de recours du consommateur;
- La protection du consommateur en matière de commerce électronique;
- La rétrofacturation par carte de crédit;
- Le service de voyage;
- La vente directe;
- Le vol d'identité⁴⁴.

Parmi les dossiers toujours actifs au CMC, on retrouve ceux portant sur les pratiques exemplaires de l'application de la loi, sur l'harmonisation des rapports sur les consommateurs et sur la sensibilisation des consommateurs⁴⁵.

Malgré la lenteur qui est souvent reprochée aux Parties à l'Accord relativement à la mise en œuvre de l'ACI, notons que le chapitre 8 est celui pour lequel les auteurs constatent la progression la plus importante. R. H. Knox remarque: « In summary, the consumer-related measures chapter is an example of step-by-step approach to economic integration that is appropriate to the diverse nature of the issues involved⁴⁶. »

⁴³ *Op. Cit. note 5. COMITÉ DES MESURES EN MATIÈRE DE CONSOMMATION*, page *La structure du CMC*. [En ligne] <http://cmcweb.ca/eic/site/cmc-cmc.nsf/fra/fe00023.html> (page consultée le 14 octobre 2014)

⁴⁴ *Op. Cit. note 5. COMITÉ DES MESURES EN MATIÈRE DE CONSOMMATION*, page *Les groupes de travail*. [En ligne] http://cmcweb.ca/eic/site/cmc-cmc.nsf/fra/h_fe00016.html (page consultée le 3 février 2015).

⁴⁵ *Ibid.*

⁴⁶ *Op. Cit., note 36. KNOX*, "Economic Integration in Canada through the Agreement on Internal Trade", p. 155.

Depuis l'institution du CMC, les provinces et territoires ont conclu cinq accords d'harmonisation formels : (i) l'Accord relatif à l'harmonisation des lois sur la divulgation du coût du crédit au Canada (ii) l'Accord de coopération pour la mise en œuvre des mesures relatives à la consommation (iii) le Modèle d'harmonisation des règles régissant les contrats de vente par Internet (iv) l'harmonisation des lois sur la vente directe, et (v) la Liste harmonisée des pratiques de recouvrement interdites. On se rappellera que deux des sujets abordés à ces accords (la vente directe et les coûts de crédit) faisaient partie (avec les articles remboursés) des mesures prioritaires prévues en 1995 à l'annexe 807.1 de l'Accord.

Il est important de noter au premier abord que les accords d'harmonisation n'ont aucune force contraignante. Bien que la mise en œuvre des principes qui sont énoncés à ces accords soit souhaitable, aucun mécanisme n'a été mis en place pour forcer la mise en œuvre par les provinces et territoires. Les Parties s'engagent habituellement à respecter l'esprit des accords et à adopter des lois ou des dispositions qui reflètent les principes sur lesquels elles se sont entendues, ou, le cas échéant, à modifier des mesures existantes en vue de les adapter aux termes des accords.

Nous nous attarderons maintenant sur les grandes lignes de ces accords et sur l'approche adoptée dans chacun d'entre eux.

2.1.6 L'Accord relatif à l'harmonisation des lois sur la divulgation du coût du crédit au Canada

L'Accord relatif à l'harmonisation des lois sur la divulgation du coût du crédit au Canada, entré en vigueur le 1^{er} juin 1998, a plusieurs objectifs : (i) harmoniser les lois (ii) dégager des conditions uniformes de divulgation du coût du crédit afin de réduire les coûts de conformité (iii) assurer une *protection cohérente* aux consommateurs (iv) clarifier et simplifier les règles régissant la divulgation du coût du crédit, et (v) moderniser les lois, compte tenu de l'évolution du marché du crédit⁴⁷. L'approche qui y est préconisée favorise l'information du consommateur par l'entremise d'une divulgation claire, concise et logique de certains éléments jugés essentiels à une prise de décision éclairée. On y retrouve donc une liste de différents renseignements à divulgation obligatoire. L'accord, qui présente un modèle de rédaction législative, prévoit : un mode de calcul du taux annuel en pourcentage; une obligation pour le prêteur d'informer le débiteur de tout changement ultérieur à son taux d'intérêt; une obligation de transmettre un état de compte, dans le cas d'un crédit ouvert; la possibilité pour le débiteur de rembourser son prêt de manière anticipée; les renseignements qui doivent apparaître sur une demande de carte de crédit; la responsabilité du titulaire de carte de crédit en cas de perte ou de vol de la carte; un encadrement de la publicité sur le crédit.

On constate à la lecture de ces différentes mesures que la volonté de réduire les barrières au commerce intérieur n'est pas incompatible avec l'adoption de mesures qui ont pour effet de mieux protéger les consommateurs canadiens. La clé se trouve peut-être justement dans la volonté de procéder par une réduction des coûts de conformité : mieux vaut des mesures plus

⁴⁷ **COMITÉ DES MESURES EN MATIÈRE DE CONSOMMATION.** *Accord relatif à l'harmonisation des lois sur la divulgation du coût du crédit au Canada*, introduction, Ottawa, 1 juin 1998, 52 pages. [En ligne] [http://cmcwweb.ca/eic/site/cmc-cmc.nsf/vwapj/coutducredit.pdf/\\$file/coutducredit.pdf](http://cmcwweb.ca/eic/site/cmc-cmc.nsf/vwapj/coutducredit.pdf/$file/coutducredit.pdf) (document consulté le 14 janvier 2015)

protectrices, mais égales à travers le Canada qu'un lot de mesures disparates dans leur degré de protection et d'exigences.

i) Accord de coopération pour la mise en œuvre des mesures relatives à la consommation

Approuvé en 1998 par les parties membres du CMC, l'*Accord de coopération pour la mise en œuvre des mesures relatives à la consommation*⁴⁸ vise à faciliter les échanges coopératifs entre les différentes agences de protection du consommateur au Canada. Les objectifs de ce deuxième accord formel sont de faciliter l'administration et la mise en œuvre des textes législatifs ou une partie de ceux-ci, et de veiller à ce que les Parties à l'accord s'engagent à faire de leur mieux pour répondre aux demandes de coopération⁴⁹. L'Accord gère donc les demandes de coopération d'une Partie envers une autre en vue d'obtenir de l'aide relativement à l'administration de la loi, et à l'exécution d'un jugement, d'une condamnation ou d'une amende⁵⁰. L'Accord en question ne contient aucune mesure spécifique de protection du consommateur.

ii) Modèle d'harmonisation des règles régissant les contrats de vente par Internet

Une des ententes qui a eu le plus d'impact est le *Modèle d'harmonisation des règles régissant les contrats de vente par Internet* de 2001. Ce modèle d'harmonisation prévoit l'encadrement de l'information à divulguer, la forme des contrats, un droit d'annulation au bénéfice du consommateur, une obligation de rétrofacturation en cas d'annulation, et la création d'infractions pénales. Depuis la ratification de cet accord, huit provinces ont légiféré pour réglementer le commerce électronique⁵¹. Étant donné que le modèle d'harmonisation prévoit que les membres déterminent la portée qu'ils entendent donner au modèle⁵², trois provinces ont des règles qui régissent l'ensemble des contrats conclus à distance, incluant les contrats conclus par Internet. Trois provinces n'encadrent que les contrats électroniques et deux autres réglementent séparément les contrats électroniques et les autres types de contrats conclus à distance⁵³.

⁴⁸ **COMITÉ DES MESURES EN MATIÈRE DE CONSOMMATION.** *Accord de coopération pour la mise en œuvre des mesures relatives à la consommation* (ACMO), Ottawa, 18 mai 1999, 5 pages. [En ligne] [https://www.ic.gc.ca/eic/site/cmc-cmc.nsf/vwapj/Coop_enforcement.pdf/\\$FILE/Coop_enforcement.pdf](https://www.ic.gc.ca/eic/site/cmc-cmc.nsf/vwapj/Coop_enforcement.pdf/$FILE/Coop_enforcement.pdf) (document consulté le 14 janvier 2015).

⁴⁹ *Ibid.*, art. 1.

⁵⁰ *Ibid.*, art. 2.

⁵¹ **DELAPETA, Ioana.** *La réglementation des contrats à distance : le temps d'un bilan*, Union des consommateurs, Montréal, juin 2014, 194 pages. Voir pp. 27-28. [En ligne] <http://uniondesconsommateurs.ca/docu/rapports2014/04-Contrats-a-distance-f.pdf> (document consulté le 26 mars 2015). Les provinces des Maritimes et les territoires ne disposent pas de mesures régissant les contrats électroniques ou les autres formes de contrats conclus à distance.

⁵² **COMITÉ DES MESURES EN MATIÈRE DE CONSOMMATION.** *Modèle d'harmonisation des règles régissant les contrats de vente par Internet*, 29 mai 2001, 9 pages. Voir art. 2. [En ligne] http://cmcweb.ca/eic/site/cmc-cmc.nsf/fra/h_fe00157.html (page consultée le 26 mars 2015). Au moment d'écrire ces lignes, l'hyperlien vers cette entente sur la version française du site du CMC conduisait vers un document qui ne semble pas être à jour et datant du 17 avril 2001. Cependant, le lien indiquant le soit le Modèle d'harmonisation sur la vente directe nous amène vers le *Modèle d'harmonisation des règles régissant les contrats de vente par Internet* daté du 29 mai 2001.

⁵³ *Op. Cit.*, note 51. **DELAPETA.** *La réglementation des contrats à distance.* Voir p. 27.

Le modèle d'harmonisation couvre de manière très détaillée la conclusion des contrats électroniques, s'attardant aux sept éléments suivants :

- La divulgation précontractuelle;
- La possibilité d'accepter, de refuser;
- La copie du contrat;
- Le droit d'annulation;
- Les obligations et les effets de l'annulation;
- Le recouvrement du remboursement;
- Les recours.

iii) Harmonisation des lois sur la vente directe

Bien que l'harmonisation des mesures provinciales sur la vente directe ait été prescrite pour le 1^{er} juillet 1996⁵⁴, les membres du CMC entérinaient l'entente *Harmonisation des lois sur la vente directe*⁵⁵ en 2001. Cette quatrième entente formelle entre les Parties concerne les vendeurs à domicile, ou porte-à-porte, aussi appelé démarcheurs. L'approche adoptée pour la vente directe consiste à réglementer le contenu contractuel et à prévoir un droit d'annulation absolu en faveur du consommateur pendant une période de réflexion déterminée. Outre les questions de divulgation claire du contrat, cette entente prévoit, comme gain important pour les consommateurs, l'octroi d'un délai de réflexion permettant au consommateur d'annuler sans motif le contrat conclu, et ce, dans les dix jours suivants la réception de sa copie du contrat (ou de l'énoncé des droits d'annulation de la part du vendeur, là où le contrat écrit n'est pas obligatoire)⁵⁶. Un survol rapide semble indiquer que l'ensemble des provinces et territoires canadiens dispose maintenant de lois régissant la vente directe⁵⁷.

iv) Liste harmonisée des pratiques de recouvrement interdites

Le dernier accord formel conclu entre les Parties au CMC, en 2003, porte sur les pratiques de recouvrement interdites⁵⁸. Il s'agit d'un accord en vue de réglementer dans les provinces et territoires canadiens une série de pratiques dont les agences de recouvrement devraient s'abstenir. Une telle entente a non seulement pour effet d'offrir le même degré de protection à tous les consommateurs canadiens, mais elle a également pour effet de rendre prévisibles les règles de droit sur l'ensemble du territoire pour les entreprises œuvrant dans ce secteur. L'approche préconisée pour ce dernier accord conclu entre les membres du CMC fut d'interdire une série de pratiques. Il vise notamment : l'interdiction de communiquer avec l'entourage d'un débiteur, l'interdiction de publier ou de menacer de publier que le débiteur est en défaut, l'interdiction de donner des renseignements faux ou trompeurs, l'interdiction de menacer, sans fondement, d'intenter des poursuites judiciaires.

⁵⁴ *Accord sur le commerce intérieur*, annexe 807.1, art. 1.

⁵⁵ **COMITÉ DES MESURES EN MATIÈRE DE CONSOMMATION**. *Harmonisation des lois sur la vente directe*, Ottawa, 2001, 4 pages. Notons qu'au moment d'écrire ces lignes, l'hyperlien vers cette entente sur la version française du site du CMC conduisait vers un document autre (soit le Modèle d'harmonisation des règles régissant les contrats de vente par Internet).

⁵⁶ *Op. Cit.*, note 55. **COMITÉ DES MESURES EN MATIÈRE DE CONSOMMATION**. *Harmonisation des lois sur la vente directe*. Voir art. 1.

⁵⁷ **INFOCONSOMMATION.CA**, page *Ventes de porte-à-porte*, Industrie Canada, Bureau de la consommation, Ottawa, dernière mise à jour : 08/07/13. [En ligne] <http://www.infoconsommation.ca/eic/site/032.nsf/fra/00041.html> (page consultée le 26 mars 2015).

⁵⁸ **INDUSTRIE CANADA**. *Liste harmonisée des pratiques de recouvrement interdites, révision 25 avril 2003*, Industrie Canada, Toronto, dernière mise à jour : 08/04/13. [En ligne] <http://www.ic.gc.ca/eic/site/oca-bc.nsf/fra/ca01786.html> (page consultée le 21 octobre 2014).

Outre le mandat de faciliter le processus de conciliation des mesures et des normes en matière de consommation, le CMC a aussi celui de servir de tribune permettant aux Parties de discuter des questions se rapportant aux mesures et aux normes en matière de consommation⁵⁹.

Soulignant le progrès général à l'égard du chapitre 8, les Rapports annuels de l'ACI 2001 et 2002 insistent sur le succès de cet autre aspect des fonctions du CMC :

Il importe de signaler que les réunions du CMC et des Ministres se sont avérées très efficaces comme forum de discussion des questions d'importance pour les consommateurs, mais qui échappent au cadre strict du chapitre huit. Ces questions concernent les agences de recouvrement, le mécanisme de recours en consommation axé sur le marché, le commerce électronique et le « marché non traditionnel du crédit à la consommation »⁶⁰.

Les rapports archivés après 2002 ne comportent plus cette section. Il est donc impossible de suivre par cette voie l'évolution des forums de discussion du CMC. On relèvera que le rapport annuel 2010-2011 annonçait que le Groupe de travail du CMC sur le marché parallèle du crédit à la consommation avait terminé les recherches et les analyses des politiques qui lui avaient été confiées, mais que le CMC a accepté de poursuivre indéfiniment l'échange d'information sur l'évolution du marché parallèle du crédit à la consommation, de manière informelle.

Pour ce qui est des agences de recouvrement, on sait qu'une liste harmonisée des pratiques de recouvrement interdites a été établie dans le cadre d'un projet d'harmonisation en 2001, qui a fait l'objet d'une révision en 2003.

On ne trouve dans les rapports subséquents aucune mention de l'évolution de travaux sur « le mécanisme de recours en consommation axé sur le marché ». Le rapport 2010-2011 mentionne par contre qu'un groupe de travail du CMC sur les pratiques exemplaires en matière d'application des lois de protection des consommateurs, mis sur pied en 2006-2007, étudie en particulier la question des sanctions administratives pécuniaires (SAP).

On s'étonnera au passage de ne pas trouver sur le site du CMC de rapports annuels ultérieurs à 2010-2011, l'article 809 de l'ACI imposant au CMC des « présenter aux ministres un rapport annuel sur les questions se rapportant au présent chapitre, en vue de sa transmission au Comité [du commerce intérieur] ».

Vu l'approche adoptée pour notre recherche, nous nous sommes intéressés à la manière dont les sujets faisant l'objet d'accords formels ou de discussions en ce sens sont choisis par le CMC. Nous avons donc mené une entrevue auprès du secrétariat du Comité des mesures en matière de consommation afin d'en savoir plus long sur cette question.

⁵⁹ *Accord sur le commerce intérieur*, annexe 809.2.

⁶⁰ **COMITÉ DES MESURES EN MATIÈRE DE CONSOMMATION**. *Rapport annuel de l'ACI 2001*, Ottawa, 22 mai 2002. [En ligne] <http://cmcweb.ca/eic/site/cmc-cmc.nsf/fra/fe00020.html> (page consultée le 26 mars 2015). Ce paragraphe se trouve intégralement repris dans le rapport de 2002.

2.2 Enquête auprès du Secrétariat du Comité des mesures en matière de consommation

Dans le but d'avoir une information plus complète du travail accompli par le CMC, nous nous sommes entretenus avec le Secrétariat du CMC le 18 février 2015⁶¹. Ce qui suit est basé sur les renseignements obtenus au cours de ces échanges.

Selon le Secrétariat, le Comité des mesures en matière de consommation est avant tout un lieu de discussions et d'échanges entre les différents gouvernements. Il s'agit d'une plateforme leur permettant de rapporter les différentes problématiques de consommation qui existent sur leur territoire et de faire état de leurs priorités. Il s'agit également d'un lieu qui permet aux membres de travailler ensemble en s'inspirant de l'expérience des autres parties et d'élaborer des solutions communes. Si un sujet est rapporté par les membres du CMC et que deux ou trois provinces démontrent un intérêt, un groupe de travail composé d'experts peut être constitué. La question étudiée pourra, selon les conclusions du groupe de travail, faire l'objet d'un modèle qui sera soumis aux membres du CMC en vue de la conclusion d'un accord d'harmonisation.

Afin d'harmoniser les règles de protection du consommateur à travers le Canada, l'approche préconisée au sein du CMC se veut une approche collaborative qui s'appuie sur la bonne foi des membres, qui s'entendent pour faire le nécessaire afin d'éliminer différentes barrières qui pourraient entraver le commerce intérieur. Afin de parvenir à la conclusion des accords d'harmonisation mentionnés plus haut, le CMC a donc préconisé une approche qui se veut cordiale et non contraignante. Il s'agit selon le Secrétariat d'une approche qui a eu jusqu'à présent beaucoup de succès. Le choix d'une telle approche s'explique sûrement en partie par la prudence et le doigté qu'exigent tout plan ou toute politique pancanadienne qui pourraient affecter les compétences dévolues aux provinces et au gouvernement fédéral par la Constitution canadienne ou qui risqueraient d'être perçus comme des empiétements sur ces champs de compétence. Cette manière de faire permet un rapprochement des lois et réglementations provinciales tout en assurant que les provinces et territoires soient réconfortés dans le fait qu'ils conservent leur autonomie sur leurs champs de compétences.

Quant au choix des sujets traités par le CMC en vue de la mise en œuvre de l'ACI, le Secrétariat nous rappelle que, tant pour ceux pour lesquels les Parties ont jugé que l'harmonisation était prioritaire⁶² que pour les autres, plusieurs éléments entrent en ligne de compte.

Le besoin d'harmoniser les règles entourant la divulgation du coût du crédit, par exemple, a fait l'objet de discussions depuis les années 80. Le fait que ce sujet implique un partage de compétences entre les deux paliers de gouvernement rendait propice l'approche d'harmonisation concertée.

⁶¹ Madame Anne-Marie Monteith, directrice du Bureau de la consommation et co-présidente du Comité des mesures en matière de consommation (CMC) ainsi que Monsieur David Clark, analyste principal du Bureau de la consommation se sont entretenus avec Union des consommateurs le 18 février 2015. Parmi les sujets abordés, nous retrouvons la détermination des sujets traités par le CMC, l'absence de mécanisme contraignant, le fonctionnement général du CMC et la possibilité que soient harmonisées des mesures similaires à celles qui font l'objet de directives dans l'Union européenne.

⁶² Soit la divulgation du coût du crédit, la vente directe et les articles remboursés. Voir l'annexe 807.1 de l'ACI.

En ce qui concerne les articles remboursés, il s'agissait d'une problématique rapportée à l'époque par trois provinces. Le Secrétariat a avoué n'avoir que peu d'éléments de réponse quant au choix d'inclure à l'ACI parmi les priorités l'harmonisation des règles sur les articles remboursés⁶³.

Pour ce qui est de l'harmonisation des règles entourant la vente à distance, il y avait à l'époque un intérêt et des préoccupations relativement à Internet et au commerce en ligne, et ce, tant à l'échelle nationale que sur le plan international. Le Canada avait travaillé à l'élaboration de lignes directrices et la Conférence ministérielle sur le commerce électronique de l'Organisation de coopération et de développement économique (OCDE) avait été tenue à Ottawa en 1998. Ces préoccupations semblaient naturellement prioritaires à l'époque de l'élaboration de l'ACI.

Certains critiques soulèvent le caractère non contraignant des accords conclus en vertu de l'ACI. Le Secrétariat rappelle toutefois qu'un mécanisme de règlement existe quant aux accords portant sur les thèmes prioritaires nommés à l'ACI, soit la divulgation du coût du crédit, la vente directe et les articles remboursés. Pour les autres accords, aucun mécanisme n'existe en effet; il s'agit d'accords de meilleurs efforts conclus de bonne foi entre les Parties. Dans cette optique, les accords n'ont pas à être contraignants.

On a aussi insisté sur le manque de ressources consacrées au Canada à la mise en œuvre de l'ACI⁶⁴. Nos interlocuteurs ont préféré ne pas répondre à certaines de nos questions portant entre autres sur la suffisance des ressources mises à la disposition du CMC. Le Secrétariat rappelle que le CMC travaille dans le cadre du chapitre 8 de l'ACI et qu'il ne lui appartient pas de répondre à ce type de questions.

Le Secrétariat insiste sur le fait que, du point de vue des membres, le CMC semble bien fonctionner. Il s'agit d'un forum privilégié qui offre aux gouvernements une occasion de partager leurs priorités. Même s'il semble ne pas y avoir eu d'avancées énormes, par exemple dans le nombre d'accords formels conclus, il ne faut pas limiter à ces manifestations visibles le succès du CMC : ce comité joue un rôle rassembleur et permet un dialogue entre les gouvernements. Les travaux du CMC permettent de donner une présence accrue à la voix et aux préoccupations des consommateurs.

⁶³ Notons au passage qu'aucun accord formel sur le sujet n'a été conclu.

⁶⁴ *Op. Cit. note 20, CANADIAN CHAMBER OF COMMERCE, Obstacles to Free Trade.* Voir notamment la page 2.

2.3 Conclusion

Plus de vingt ans après l'adoption de l'ACI et malgré la mise sur pied du CMC, il semblerait que les disparités entre les lois de protection du consommateur des provinces et des territoires canadiens présentent toujours certains obstacles au commerce intérieur. Malgré les cinq accords formels convenus entre les parties du CMC, force est en effet de constater qu'un nombre important de sphères réglementées par les lois provinciales en vue de mieux protéger le consommateur sont encadrées de façon disparate à travers le Canada. On pense par exemple aux encadrements des clauses abusives qui peuvent se retrouver dans les contrats de consommation à travers le Canada, ou encore à la réglementation de la publicité, à celle des contrats à distance, aux régimes de garantie légale, ou aux recours des associations de consommateurs.

Si l'approche canadienne d'harmonisation des lois de protection du consommateur présente des avantages et qu'elle est tout à fait compatible avec notre système fédéraliste, on ne peut passer sous silence cette impression générale que l'ACI ne semble pas avoir eu le succès éclatant que l'on semblait espérer lors de sa conclusion. Le secrétariat du CMC est d'avis que cette approche qui favorise les échanges, la discussion et le meilleur effort fonctionne très bien.

Il n'en demeure pas moins que l'engagement parfois un peu tiède des gouvernements vis-à-vis de la protection du consommateur et les ressources allouées aux initiatives d'harmonisation, que les observateurs jugent bien insuffisantes, pourraient expliquer en partie l'échec relatif de l'ACI. Nous l'avons vu, le gouvernement fédéral a clamé haut et fort son désir de faire du commerce intérieur une priorité; cela sera-t-il suffisant pour donner à l'ACI un second souffle ? Et l'engagement réitéré par le gouvernement fédéral actuel en faveur de la protection du consommateur se concrétisera-t-il par des moyens plus importants et une marge de manœuvre plus grande donnés au CMC ?

D'autres blocs économiques régionaux ont adopté des approches différentes de celle du Canada. Qu'en est-il de leur réussite et quels sont les avantages que comportent leurs approches ? Nous étudierons en premier lieu l'approche préconisée par l'Union européenne, où l'on retrouve, comme au Canada, une cohabitation du droit civil et de la Common Law. Ensuite, nous examinerons brièvement, le modèle australien, dont la structure politique est proche de celle que l'on retrouve au Canada.

3. Le commerce intérieur et la protection du consommateur ailleurs

Dans la présente section, nous présentons deux modèles d'harmonisation qui ont adopté des approches différentes: celui de l'Union européenne qui, par voie de directives, énonce, en principe, une série d'objectifs à atteindre en laissant aux États membres le libre choix des moyens à adopter pour les atteindre, et celui de l'Australie, qui, à l'harmonisation des lois des États et territoires, a préféré l'adoption d'une loi nationale en matière de protection des consommateurs.

3.1 L'Europe : Marché unique et protection du consommateur

Suite à une réflexion de plusieurs années, l'Union européenne a fait un choix crucial en vue de mettre en place un marché intérieur libre de contraintes. Après un cheminement de près de 35 ans, le bloc régional européen a en effet adopté lors de la signature du *Traité de Maastricht*, dans les années 90 une véritable politique de protection du consommateur : chaque politique adoptée par l'Union européenne doit garantir aux consommateurs un niveau élevé de protection.

Se heurtant à des barrières au commerce entre ses États membres, dont celles créées par la divergence des lois nationales de protection du consommateur, l'Union européenne a décidé dès les années 70 de veiller à l'harmonisation des règles applicables dans les États membres, et ce, par voie d'émission de Directives sur plusieurs sujets. Les mesures de protection du consommateur ont fait l'objet de telles directives, notamment sur les clauses abusives, la vente porte-à-porte, la vente à distance, les voyages à forfait et l'action de groupe. Cette harmonisation avait pour but de garantir à tous les consommateurs européens un haut niveau de protection à travers un marché homogène et par le fait même, la création d'un marché intérieur libre des barrières au commerce que constituaient les divergences entre les mesures nationales sur ces sujets.

Lors de la création du bloc régional européen dans les années 50, l'Union européenne avait été confrontée à des barrières au commerce entre les États membres fort similaires à celles que nous avons pu retrouver au Canada : les taxes, les subventions aux entreprises locales, les mesures incitatives fiscales, et d'autres barrières non tarifaires telles que les barrières administratives et réglementaires et les restrictions quant à la mobilité de la main-d'œuvre. L'Union européenne a aussi constaté que la diversité des lois nationales de protection du consommateur constituait souvent un obstacle au commerce entre États membres.

Le bloc régional qui débuta en 1952 en tant que Communauté européenne du charbon et de l'acier, composé de six membres, compte aujourd'hui 28 pays membres⁶⁵. Les États membres préservent leur droit national, qui s'applique en conformité avec le droit communautaire. L'Union européenne a donc à composer, lorsque vient le temps d'harmoniser les lois, avec les régimes

⁶⁵ COMMISSION EUROPEENNE. *De 6 à 28 membres*, site de Europa, Bruxelles, Belgique, dernière mise à jour 27/06/13. [En ligne] http://ec.europa.eu/enlargement/policy/from-6-to-28-members/index_fr.htm (page consultée le 24 octobre 2014).

de droit de 28 pays différents, qui appliquent des règles prenant source tant dans le droit de tradition civiliste que dans la *Common Law*⁶⁶.

Dans un effort pour accélérer la création d'un marché intérieur, l'Union européenne a vite compris qu'elle se devait de reconnaître le consommateur comme un acteur économique clé, et qu'un effort particulier doit être fait pour protéger ses intérêts économiques. Elle s'est donc donné comme objectif d'assurer aux consommateurs européens un niveau de protection élevé, et, de plus, un niveau équivalent sur l'ensemble du territoire européen, et de défendre leurs intérêts. L'UE a fait le pari que l'existence d'une bonne protection pour les consommateurs leur permettrait d'avoir confiance dans le marché et d'y faire affaire davantage. Un bref survol des premières mesures européennes adoptées afin d'assurer le plus haut niveau de protection à tous les consommateurs européens est très révélateur de la place importante qu'occupe désormais la protection du consommateur dans l'UE.

En 1957, lors de la signature du *Traité de Rome*, qui avait pour objectif la création de la Communauté économique européenne (CEE), le mandat premier de la CEE était la création d'un marché commun et l'harmonisation progressive des politiques économiques nationales, et ce, en vue de développer un marché économique européen harmonieux. La protection des consommateurs était loin des préoccupations des États lors de la signature dudit traité.

Ce n'est qu'en 1972, au Sommet de Paris, que le Conseil des ministres octroie comme mandat à la Commission européenne de déterminer les assises d'une politique européenne de protection des consommateurs. Les États présents déclarent alors « qu'une action vigoureuse dans le domaine social revêt pour eux la même importance que la réalisation de l'union économique et monétaire⁶⁷. » Ces interventions dans le domaine social devaient porter entre autres sur des politiques en matière d'emploi, dans le but d'améliorer les conditions de travail des Européens et leur qualité de vie, visant aussi à « assurer la collaboration des travailleurs dans les organes des entreprises, à faciliter [...] la conclusion de conventions collectives européennes dans les domaines appropriés et à renforcer et à coordonner les actions en faveur de la protection des consommateurs⁶⁸. »

De ce mandat donné à la Commission européenne dans les années 70 a découlé l'affirmation d'un ensemble de droits des consommateurs, soit : le droit à la protection de la santé et à la sécurité, le droit à la protection des intérêts économiques, le droit à la réparation des dommages, le droit à l'information et à l'éducation, ainsi que le droit à la représentation, que l'on retrouve toujours présents aujourd'hui dans les traités de l'UE⁶⁹.

⁶⁶ **Francesco A. SCHURR**. *The Relevance of the European Consumer Protection Law for the Development of the European Contract Law*, (2007) 38 V.U.W.L.R., pp. 131-144. Voir p. 136. [En ligne] www.upf.pf/IMG/pdf/09-Schurr.pdf (document consulté le 4 octobre 2014).

⁶⁷ *Déclaration du sommet de Paris (19 au 21 octobre 1972)*, Bulletin des Communautés européennes. Octobre 1972, n° 10, Luxembourg, Office des publications officielles des Communautés européennes, p. 5.

⁶⁸ *Ibid.*

⁶⁹ *Traité sur le fonctionnement de l'Union Européenne*, 9 mai 2008. Journal officiel de l'Union Européenne, No. C-115 (ci-après le TFUE) ou *Versions consolidées du Traité sur l'Union Européenne et du Traité sur le fonctionnement de l'Union Européenne*, J.O. no. C-326, du 26 octobre 2012, Art. 169, para.1.

Comme nous le mentionnons précédemment, ce n'est que lors de l'établissement, en 1992, du *Traité de l'Union européenne*, également appelé le *Traité de Maastricht*⁷⁰, que la protection du consommateur devient une politique de plein droit de ce bloc régional. L'article 153 du *Traité de Maastricht* fait état de la politique de protection du consommateur et prévoit que chaque politique adoptée par l'Union européenne doit désormais veiller à garantir aux consommateurs un niveau élevé de protection⁷¹.

Article 12 (ex-article 153, paragraphe 2, TCE)

Les exigences de la protection des consommateurs sont prises en considération dans la définition et la mise en œuvre des autres politiques et actions de l'Union.

Le Traité consacre aussi l'obligation de promouvoir les intérêts des consommateurs et instaure une base juridique pour une série d'actions à être entreprises dans le domaine de la protection des consommateurs :

Article 169 (ex-article 153 TCE)

- 1. Afin de promouvoir les intérêts des consommateurs et d'assurer un niveau élevé de protection des consommateurs, l'Union contribue à la protection de la santé, de la sécurité et des intérêts économiques des consommateurs ainsi qu'à la promotion de leur droit à l'information, à l'éducation et à s'organiser afin de préserver leurs intérêts*⁷².

Les objectifs du *Traité de Maastricht* se révèlent donc beaucoup plus larges que ceux du *Traité de Rome*, qui visait tout bonnement la création d'un marché commun. La protection du consommateur prendra désormais une place très importante dans le marché européen. Le *Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne* prévoit à son article 114 que, dans la poursuite de l'objectif qu'est la création d'un marché intérieur sans frontières où prévaut la libre circulation des marchandises, des personnes, des services et des capitaux, l'élaboration des propositions en matière de protection du consommateur «prend pour base un niveau de protection élevé en tenant compte notamment de toute nouvelle évolution basée sur des faits scientifiques»⁷³.

⁷⁰ Le *Traité de l'Union européenne*, a été signé à Maastricht le 7 février 1992 et est entré en vigueur le 1^{er} novembre 1993.

⁷¹ Notons que le *Traité de Maastricht* a été modifié à plusieurs reprises depuis son adoption. Il s'agit d'un des deux traités fondateur de l'Union européenne, le deuxième étant le *Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne*. Le *Traité de Maastricht* a été modifié par le *Traité d'Amsterdam* (entré en vigueur le 1 mai 1999), le *Traité de Nice* (entré en vigueur le 1 février 2003) et le *Traité de Lisbonne* (entré en vigueur le 1^{er} décembre 2009). Désormais cette disposition se retrouve à l'article 12 du *Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne* (anciennement l'article 153, para. 2 du *Traité de la communauté européenne*.)

⁷² TFUE, art. 169.

⁷³ TFUE, art. 114.

En 2003, la Commission européenne a émis le constat suivant :

L'Union européenne a atteint un moment critique de son histoire. Tout en se préparant à une vague d'élargissement sans précédent, elle procède, dans le cadre de la Convention, à une redéfinition de ses tâches et du mode de fonctionnement de ses institutions dans un nouveau traité constitutionnel. Elle a également lancé une stratégie de développement fondée sur les synergies à établir entre les réformes économiques et sociales qui tiennent compte des dimensions de la durabilité et de l'environnement⁷⁴.

Ces quelques lignes introduisaient le *Livre vert sur les services d'intérêt général*, destiné à lancer un débat sur le rôle de l'Union européenne dans la promotion de la fourniture des services d'intérêt général (ci-après SIG), services qui relèvent de la plus grande importance dans l'établissement d'un marché intérieur unique. Quand il est question de SIG, la Commission réfère «aux services de nature économique que les États membres ou la Communauté soumettent à des obligations spécifiques de service public en vertu d'un critère d'intérêt général⁷⁵.» Il s'agit notamment des services de transport, des services postaux et de l'énergie.

La Commission réitère que les règles de protection du consommateur s'appliquent aux services d'intérêt général et que, dans ce secteur, une action est nécessaire afin d'assurer un niveau commun élevé de protection à l'ensemble des consommateurs⁷⁶.

Le *Livre blanc sur les services d'intérêt général* de 2004, qui est une suite du Livre vert de 2003 va dans le même sens : les services d'intérêt général sont des piliers de la société européenne et il importe d'assurer la fourniture universelle de SIG de qualité et à un prix abordable, à l'ensemble des citoyens et des entreprises de l'Union européenne⁷⁷. Parmi les principes qui guident le Livre blanc, outre celui qui indique que « les services d'intérêt général devraient être organisés et régulés aussi près que possible des citoyens », on retrouve explicitement la protection du consommateur :

2.4.5 Garantir les droits des consommateurs et des usagers: Ces principes concernent en particulier l'accès aux services, notamment transfrontaliers, sur tout le territoire de l'Union et pour tous les groupes de population, l'accessibilité financière des services, y compris des régimes spéciaux pour les personnes à faible revenu, la sécurité physique, la sécurité et la fiabilité, la continuité, la qualité élevée, le choix, la transparence et l'accès aux informations des fournisseurs et des régulateurs⁷⁸.

⁷⁴ **COMMISSION EUROPÉENNE**, *Livre vert sur les services d'intérêt général*, J.O, c.61 du 15 mars 2007, Introduction, par. 1, site de Europa, Bruxelles, Belgique, sans date. [En ligne] <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=CELEX:52003DC0270> (page consultée le 24 octobre 2014).

⁷⁵ *Ibid.*, Introduction, par. 17.

⁷⁶ *Ibid.*, Introduction, par. 60.

⁷⁷ **COMMISSION EUROPÉENNE**, *Livre blanc sur les services d'intérêt général*, site de Europa, Bruxelles, Belgique, 12 mai 2004. [En ligne] <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=URISERV:i23013b&rid=1> (page consultée le 12 mars 2015).

⁷⁸ Avis du Comité économique et social européen sur la «Communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des Régions — Livre blanc sur les services d'intérêt général» [COM(2004) 374 final] (2005/C 221/04), site de Europa, Bruxelles, Belgique, sans date. [En ligne] <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=CELEX:52005AE0121> (document consulté le 24 octobre 2014).

Autre preuve de la place prédominante de la protection du consommateur dans l'Union européenne, la *Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne* réitère à son article 38 qu'«un niveau élevé de protection des consommateurs est assuré dans les politiques de l'Union⁷⁹.»

L'engagement de l'Union européenne à garantir un niveau élevé de protection à tous les consommateurs de son territoire ne se limite heureusement pas à l'adoption de principes. Cet engagement se traduit également par des gestes concrets tels que la création de la Direction générale de la Commission sur la protection du consommateur, l'adoption de la Stratégie pour la politique des consommateurs 2007-2014 ou encore le programme « Consommateurs » 2014-2020.

Mise sur pied en 1999, la Direction générale de la Commission sur la santé et la protection du consommateur, aujourd'hui connue sous le nom de Direction générale de la santé et sécurité alimentaire (DG SANCO) a pour objectif de «[f]aire de l'Europe un endroit plus sûr, où les citoyens sont en bonne santé et où les consommateurs savent que leurs intérêts sont protégés⁸⁰». Le DG SANCO a parmi ses tâches la surveillance de la mise en application des lois européennes portant sur la sécurité des denrées alimentaires et sur les droits des consommateurs et touchant la protection de la santé humaine.

La Stratégie pour la politique des consommateurs 2007-2013 mise de l'avant par la Commission européenne avait pour objectif d'«établir un niveau équivalent de sécurité et de protection dans toute l'Union européenne (UE) et un marché intérieur mieux intégré⁸¹». La mise en œuvre de cet objectif se fera par l'entremise de trois sous-objectifs, qui sont : (i) de donner plus de pouvoir aux consommateurs européens par l'entremise d'un marché intérieur plus transparent (ii) de renforcer le bien-être des consommateurs en assurant la qualité, la diversité, l'accessibilité et la sécurité et (iii) de protéger les consommateurs contre les risques et menaces graves⁸². La priorité de cette stratégie demeure d'assurer un niveau élevé de protection sur l'ensemble du territoire européen et d'assurer la mise en application des lois européennes qui visent à mieux protéger les consommateurs.

Apparu en 2014, le programme « Consommateurs » découle de la Stratégie pour la politique des consommateurs 2007-2013, et se veut une mise en œuvre de cette politique. Le programme « Consommateurs », qui s'étendra jusqu'en 2020, poursuit quatre grands objectifs :

- (i) protéger les consommateurs contre les risques et menaces graves (principe de sécurité)*
- (ii) permettre aux consommateurs européens de faire des choix fondés sur une information claire, précise et cohérente (principe d'éducation et d'information des consommateurs)*

⁷⁹ *Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne*, J.O. C-364 du 12 décembre 2000, art. 38, site de Europa, Bruxelles, Belgique, sans date. [En ligne] http://www.europarl.europa.eu/charter/pdf/text_fr.pdf (page consultée le 24 octobre 2014).

⁸⁰ **COMMISSION EUROPÉENNE**, *Santé et sécurité alimentaire*, site de Europa, Bruxelles, Belgique, sans date. [En ligne] http://ec.europa.eu/dgs/health_food-safety/about_us/who_we_are_fr.htm (page consultée le 31 mars 2015).

⁸¹ **COMMISSION EUROPÉENNE**, *Stratégie pour la politique des consommateurs (2007-2013)*, COM2007 99, site de Europa, Bruxelles, Belgique, 18 décembre 2000, 22 pages. [En ligne]

http://www.europarl.europa.eu/charter/pdf/text_fr.pdf (document consulté le 23 octobre 2014).

⁸² *Ibid.*

(iii) préserver les droits des consommateurs et leur fournir des moyens de régler rapidement leurs litiges avec les entreprises (principe de droits des consommateurs et des recours efficaces) et

(iv) adapter les droits des consommateurs à l'évolution économique et sociale européenne et en particulier en ce qui à trait aux denrées alimentaires, à l'énergie, aux finances, au transport et au numérique⁸³.

Dans son document de présentation, la Commission européenne rappelle les deux principes fondamentaux de la politique des consommateurs inscrits dans le *Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne* :

- *l'adoption, au niveau de l'UE, de paquets de mesures visant à protéger la santé, la sécurité et les intérêts économiques des consommateurs, et à promouvoir leur droit à l'information et à l'éducation;*
- *la prise en compte des exigences en matière de protection des consommateurs dans la définition et la mise en œuvre des autres politiques et actions de l'UE⁸⁴.*

Pour son programme « Consommateurs » 2014-2020, l'Union européenne consacrerait un budget de 188.8 millions d'euros.

L'Union européenne et ses États membres se partagent donc, en quelque sorte, la compétence sur les questions qui relèvent de la protection du consommateur. Pour parvenir à harmoniser les lois nationales, l'UE procède par l'émission de directives dont le contenu est par la suite intégré au droit national de chaque État, cette intégration constituant bien sûr une obligation dont le défaut peut être sanctionné. Comme nous le verrons plus loin, le nombre de directives adoptées par l'Union européenne en vue d'offrir une meilleure protection aux consommateurs sur l'ensemble de son territoire dépasse de loin celui des accords conclus au Canada dans le cadre de l'application de l'ACI.

La question se pose : pourquoi l'UE a-t-elle décidé de procéder, contrairement au Canada, par exemple, à l'harmonisation de différents secteurs, et notamment la protection du consommateur, par l'approche contraignante des directives? Ceci peut s'expliquer par un engagement plus fort de la part des États membres vers la création d'un marché intérieur unique et sur la certitude que cela ne doit pas se faire au détriment des intérêts des consommateurs. La place primordiale qu'occupe la protection du consommateur dans les politiques de l'UE, constituant l'une des prémisses sur lesquelles repose le marché unique européen, soit qu'il faut «donner aux consommateurs un rôle actif au sein du marché unique pour stimuler la croissance et aider l'UE à sortir de la crise⁸⁵», y est peut-être pour quelque chose.

Le bien-être et la protection des intérêts et droits des consommateurs européens constituent donc une pierre d'assise du marché intérieur, et toute politique européenne doit assurer le maintien d'un niveau de protection élevée pour les consommateurs sur l'ensemble du territoire européen. La création d'un marché intérieur où nous retrouvons des lois harmonisées qui, tout

⁸³ **COMMISSION EUROPÉENNE.** *Les consommateurs d'abord*, site de Europa, Bruxelles, Belgique, mars 2014, 12 pages. Voir page 3. [En ligne] http://europa.eu/pol/pdf/flipbook/fr/consumer_fr.pdf (document consulté le 31 mars 2015).

⁸⁴ *Ibid.*, p. 4.

⁸⁵ *Ibid.*

en respectant les structures politiques, les valeurs et le système juridique de chaque membre, gardent le consommateur, acteur clé, au centre de ses intérêts est peut-être la clé du succès de ce bloc économique régional. Les dépenses des consommateurs européens équivalant à 57 % du PIB de l'Union européenne, ce bloc régional a vite compris qu'il est primordial de permettre aux consommateurs qui soutiennent l'économie de bénéficier de droits et recours adéquats et de faire affaire en toute confiance sur le marché intérieur.

3.2 L'Australie: un marché proche de la réalité canadienne

Avec ses six États, ses trois territoires intérieurs et ses multiples territoires externes, le marché australien ressemble énormément à celui du Canada de par sa structure politique. Il s'agit d'une fédération où le gouvernement central et les gouvernements territoriaux ont la compétence exclusive dans certains domaines et une compétence partagée dans certains autres. Le chapitre IV de la Constitution australienne⁸⁶ régit le commerce intérieur. Son article 92 précise que les échanges, le commerce et les relations entre les États doivent être libres. Les échanges entre les États australiens sont régis par le *Mutual Recognition Accord* de 1992. Un accord similaire est intervenu plus tard, soit en 1997, avec la Nouvelle-Zélande⁸⁷.

En 2009, le Commonwealth d'Australie, ses États et ses territoires ont procédé à la signature d'une entente relative au droit de la consommation, l'*Intergovernmental Agreement for The Australian Consumer Law* (ci-après l'IAACL⁸⁸), dans le cadre de la mise en œuvre de leur accord sur le commerce intérieur, le *National Partnership Agreement to Deliver a Seamless National Economy*. Le Conseil des gouvernements australiens a convenu en 2008, suite aux recommandations de la Productivity Commission, qui a soumis un rapport sur le cadre réglementaire de protection du consommateur australien, de la création d'un nouveau cadre réglementaire national de protection du consommateur.

Ce nouveau cadre réglementaire a pour objectif d'accroître les protections offertes au consommateur, de réduire les difficultés réglementaires auxquelles font face les entreprises et d'encourager le développement d'une économie nationale homogène⁸⁹. Parmi les sujets faisant l'objet de ce nouveau cadre réglementaire national, on retrouve : les clauses contractuelles abusives, la sécurité des produits, la vente porte-à-porte, la vente par téléphone ainsi que de nouvelles dispositions sur les recours pour les consommateurs. Cette réforme du cadre réglementaire de la protection du consommateur porte les mêmes traits que les autres réformes complétées en matière d'unification du marché intérieur australien, soit une grande coopération entre les États et le Commonwealth australien et un soutien assuré par la mise en place d'institutions clés. Dans les paragraphes qui suivent, nous ferons un bref survol de l'approche d'harmonisation adoptée par l'Australie et des grandes lignes de la réforme de 2010.

Dans le cadre du *National Partnership Agreement* conclu en 2008 par la *Coalition of Australian Governments* (COAG), la Productivity Commission a reçu un mandat d'envergure, soit

⁸⁶ *Loi pour former la Fédération d'Australie* (63 & 64 Victoria, Chapitre 12). [En ligne] <http://www.legislation.govt.nz/act/public/1997/0060/latest/DLM410793.html> (page consultée le 29 septembre 2014).

⁸⁷ *Trans-Tasman Mutual Recognition Act*, 1997, No 60. [En ligne] <http://www.legislation.govt.nz/act/public/1997/0060/latest/DLM410793.html> (page consultée le 29 septembre 2014).

⁸⁸ **COUNCIL OF AUSTRALIAN GOVERNMENT.** *Intergovernmental Agreement for the Australian Consumer Law (IGAACL)*, cl. 3.2, 2009, 12 pages. [En ligne] http://www.consumerlaw.gov.au/content/the_acl/downloads/acl_iga.pdf (document consulté le 29 septembre 2014).

⁸⁹ *Ibid.*, Recitals.

l'implémentation de nouvelles réglementations et de réformes dans plusieurs sphères de l'économie australienne⁹⁰. Parmi les réformes étudiées, la Commission avait le mandat de revoir l'encadrement de la protection du consommateur sur l'ensemble du territoire australien. Le mandat spécifique de la Commission était, notamment, de proposer des moyens d'améliorer le cadre réglementaire afin de valoriser les consommateurs. Elle avait également pour mandat d'identifier les éléments qui constituent des barrières au commerce intérieur et de trouver des moyens d'améliorer l'harmonisation et la coordination du cadre réglementaire de protection du consommateur. La Commission devait également proposer des moyens d'optimiser le développement et l'administration du cadre réglementaire dans toutes les juridictions australiennes.

Ce désir d'harmonisation découle d'une problématique similaire à celle rencontrée au Canada, soit l'existence de mesures législatives de protection du consommateur variées, non harmonisées, en vigueur à travers l'Australie. Comme le rapporte la Productivity Commission, la compétence partagée du gouvernement australien et des gouvernements étatiques et territoriaux a eu pour résultats que, outre les parties IVA, V, VA et VC de la *Trade Practices Act* de 1974, il y a aussi les dispositions équivalentes que nous retrouvons dans les *Fair Trade Act* des États et territoires qui sont applicables en matière de protection du consommateur. À ces dernières législations s'ajoutent les lois particulières qui régissent l'industrie, telles celles qui portent sur la concurrence, et qui émanent tant du gouvernement australien que des agences territoriales de concurrence, ainsi que l'autoréglementation qui émane de l'industrie elle-même.

3.2.1 Le rapport de la Productivity Commission

Le rapport de la Productivity Commission, paru en 2008, indique qu'une réduction de certaines barrières au commerce intérieur et les réformes en matière de concurrence ont eu pour effet de réduire les prix, d'accroître la qualité des produits et d'augmenter le choix dont disposent les consommateurs⁹¹. En vue d'améliorer le cadre réglementaire australien de protection du consommateur, la Commission émet une série de recommandations, sur la base des constats suivants :

- *Le partage des compétences entre le gouvernement australien et les états et territoires en matière de protection du consommateur entraîne des protections variables pour les consommateurs australiens, des coûts additionnels pour les entreprises et un manque de réactivité pour les prises de décision en matière de politique réglementaire;*
- *Les incohérences et les vides dans les outils législatifs et de mise en application et des faiblesses quant aux recours dont disposent les consommateurs;*
- *La difficulté croissante pour les législateurs de réagir rapidement aux changements qui surviennent dans le marché, qui fait grimper les prix pour l'industrie comme pour le consommateur⁹².*

⁹⁰ **PRODUCTIVITY COMMISSION**. *Review of Australia's Consumer Policy Framework*, Vol. 1, No 54, Canberra, Australie, 30 avril 2008, 84 pages. Voir p. vii [En ligne] <http://www.pc.gov.au/inquiries/completed/consumer-policy/report/consumer1.pdf> (document consulté le 31 mars 2015).

⁹¹ *Ibid.*, p. 14.

⁹² *Ibid.*, p. 2.

La Commission conclut de ce fait à la nécessité de mettre de l'avant des objectifs clairs et de veiller à ce que soient adoptés des principes qui permettront d'asseoir le développement futur du cadre réglementaire sur des bases solides : « The overarching objective should be to improve consumer wellbeing by fostering effective competition and enabling the confident participation of consumers in markets in which both consumers and suppliers can trade fairly and in good faith⁹³. »

La Commission estime que doivent de toute urgence être mises en place des ententes institutionnelles plus compatibles avec le marché national évolutif actuel, et mieux à même d'adapter les politiques efficacement et de manière opportune. Pour ce faire, la Commission conclut que la première étape doit être l'adoption d'une seule loi générique de protection du consommateur, sous l'autorité du gouvernement australien, applicable sur l'ensemble du territoire australien et basée sur le *Trade Practices Act*, modifié en vue de corriger ses failles tant sur le plan de sa portée qu'à celui de son application.

La Commission avance que l'adoption de l'ensemble de la réforme qu'elle propose en matière de protection du consommateur pourrait générer des gains nets variant entre 1.5 et 4.5G de dollars par année pour la communauté australienne. Il s'agira là du pilier de la réforme australienne du cadre réglementaire de protection du consommateur. La nouvelle *Australian Consumer Law*, qui trouvera application sur l'ensemble du territoire, sera adoptée en 2010.

3.2.2 L'Australian Consumer Law

Entrée en vigueur le 1^{er} janvier 2011, l'*Australian Consumer Law* (ci-après ACL) est une nouvelle vision centralisée de la protection du consommateur sur le territoire australien. Elle a pour but d'offrir la même protection et les mêmes attentes quant aux pratiques commerciales à l'ensemble des consommateurs australiens⁹⁴. Comme nous le verrons plus en détail, cette loi remplacera un nombre important de lois en matière de protection du consommateur qui émanaient des États et des territoires. La réforme aura également pour effet la mise en œuvre d'une nouvelle approche administrative, puisque la même loi sera dorénavant appliquée sur l'ensemble du territoire australien. Notons la loi n'a pas d'effet rétroactif : elle ne s'applique qu'aux transactions de consommation conclues à partir du 1^{er} janvier 2011. Pour les transactions intervenues avant cette date, les lois de protection du consommateur des États et territoires en vigueur à ce moment trouveront application.

Les objectifs premiers de l'ACL sont (i) d'améliorer le bien-être des consommateurs en les valorisant et en les protégeant; (ii) d'encourager une saine concurrence ; et (iii) de permettre aux consommateurs de participer en toute confiance dans un marché où les consommateurs et les commerçants agissent équitablement⁹⁵.

⁹³ *Ibid.*

⁹⁴ AUSTRALIAN GOVERNMENT. *Australian Consumer Law: A Guide to provisions*, Canberra, Australie, novembre 2010, 82 page. Voir p. 9. [En ligne] http://www.fairtrading.qld.gov.au/data/assets/pdf_file/0005/257144/acl-guide-to-provisions.pdf (document consulté le 31 mars 2015).

⁹⁵ *Ibid.*, p. 3.

Ces objectifs premiers ne peuvent être atteints que par la réalisation des six objectifs opérationnels suivants :

- *Que les consommateurs soient suffisamment informés;*
- *Que les biens et services soient sécuritaires et puissent servir à l'usage auquel ils sont destinés;*
- *Que soit empêché l'usage de pratiques commerciales inéquitables;*
- *Que les protections répondent aux besoins des plus vulnérables ou désavantagés;*
- *Que soit fourni un accès rapide à des recours quand les consommateurs sont lésés;*
- *Que la mise en œuvre de la loi soit proportionnelle et fondée sur les risques*⁹⁶.

Bien qu'il s'agisse d'une loi contraignante applicable à toutes les sphères de la protection du consommateur en Australie, il ne s'agit toutefois pas d'une loi qui régit tous les aspects de la protection du consommateur. La nouvelle loi nationale régleme les éléments qui l'étaient sous la *Trade Practices Act* de 1974, y ajoutant diverses mesures découlant des mesures législatives qui étaient en vigueur dans les États et territoires.

L'ACL régleme ce qui suit :

- Les pratiques déloyales (*unfair practices*) (partie 3-1) : les conduites trompeuses (*misleading and deceptive conduct*), les conduites répréhensibles (*unconscionable conduct*) et autres pratiques inéquitables telles que les publicités appâts (*bait advertising*). Notons par ailleurs que les dispositions régissant les *unconscionable conducts* codifient le principe d'*unconscionability* de la *Common Law*;
- Les garanties (partie 3-2) : garantie de conformité à la description qui est faite du produit, garantie d'usage et garantie de qualité raisonnable;
- La sécurité des produits et l'information (partie 3-3);
- La responsabilité des produits défectueux (partie 3-5);
- Les clauses contractuelles abusives (parties 2 et 3);
- La vente de porte-à-porte et la vente par téléphone (arts 69 et ss.);
- Les mises de côté (*lay-by agreements*) (arts. 96-99).

La nouvelle loi prévoit également de renforcer son application par la coopération et le partage d'information entre le *Commonwealth*, les États et les territoires.

Tel que prévu à l'*Intergovernmental Agreement for the Australian Consumer Law* (ACL), les États et territoires se devaient de déposer un projet de loi dans leur parlement respectif au plus tard le 31 décembre 2010⁹⁷ afin d'assurer la mise en application de la nouvelle ACL⁹⁸. Pour ce faire, les États et territoires devaient adopter une loi prévoyant l'entrée en vigueur de l'ACL sur leur territoire et le remplacement par cette nouvelle loi de 850 articles des lois de protection des consommateurs adoptées au fil des ans par les États et territoires. À titre de mécanisme de contrôle de la transposition, le *Ministerial Council on Consumer Affairs* (MCCA) a eu pour mandat de développer un processus de révision afin d'identifier toute incohérence entre l'ACL et les lois des États et des territoires.

⁹⁶ *Ibid.*

⁹⁷ *Op. Cit.*, note 90, IGAACL. Voir clause 3.2.

⁹⁸ *Ibid.*, clause 3.

L'administration et la mise en œuvre de l'ACL mettent à contribution les diverses institutions australiennes œuvrant en matière de protection du consommateur, tant l'*Australian Competition and Consumer Commission (ACCC)* et l'*Australian Securities and Investment Commission (ASIC)* que les agences de protection du consommateur des États et territoires. Leurs *Memoranda of Understanding* sur la mise en œuvre et l'administration de l'ACL portent sur la communication, la coopération et la coordination entre les différentes entités :

- Mise en œuvre de l'accord ACL, par l'entremise notamment de partage d'information;
- Information destinée au grand public et éducation des consommateurs et des entreprises au sujet de l'ACL;
- Surveillance du respect des dispositions de l'ACL, incluant la surveillance du marché; et
- Rapports et révision de l'application de l'ACL et de son administration⁹⁹.

On ne trouve à ce jour que peu de critiques de la nouvelle loi sur la protection du consommateur australienne. Outre les objectifs louables des gouvernements australiens qui désiraient harmoniser les lois de protection du consommateur et, en matière de garantie légale, clarifier la loi, la partie ne semble pas gagnée d'avance. La professeure Paterson, de l'Université de Melbourne, est d'avis que l'atteinte de ces deux objectifs par les nouvelles dispositions sur les garanties, par exemple, est incertaine¹⁰⁰ : selon elle, non seulement il n'était pas nécessaire d'adopter une nouvelle loi pour mieux réglementer le champ des garanties, mais, malgré que la nouvelle loi inclut dans les garanties les représentations précontractuelles faites par les commerçants, les remèdes disponibles réduisent les droits des consommateurs, notamment en ce qui a trait aux dommages.

Il s'agit avant tout d'une approche d'harmonisation centralisée. La nouvelle loi nationale devient la pierre angulaire du cadre réglementaire de protection du consommateur. Notons que la mise en œuvre du plan australien en vue d'abaisser les barrières au commerce intérieur et de procurer une protection égale aux consommateurs sur l'ensemble de son territoire repose fortement sur l'hypothèse d'une grande coopération entre les États et le gouvernement fédéral afin d'atteindre les objectifs fixés et sur un soutien institutionnel hors pair.

Nous avons vu en détail les éléments réglementés, donc harmonisés, par l'ACL. Qu'en est-il du deuxième bloc régional faisant l'objet de la présente étude? L'approche et les thèmes abordés sont-ils les mêmes dans l'Union européenne?

⁹⁹ *Ibid.*, clauses 22 et ss.

¹⁰⁰ **Jeannie Marie PATTERSON.** *The New Consumer Guarantee Law and the Reasons for Replacing the Regime of Statutory Implied Terms in Consumer Transactions*, Melbourne University Law Review, Vol 35, Melbourne, Australie, 2011, pp. 252-279. [En ligne] http://www.law.unimelb.edu.au/files/dmfile/35_1_8.pdf (document consulté le 22 octobre 2014).

4. Le modèle européen d'harmonisation des lois de protection du consommateur

Depuis l'avènement de la protection du consommateur en tant que politique à part entière dans l'Union européenne, celle-ci a adopté une série de directives en vue de mieux protéger les consommateurs européens sur l'ensemble de son territoire. L'UE a adopté une approche bien différente de celles de l'Australie ou du Canada. Toutes les sphères de la protection du consommateur peuvent faire l'objet d'une directive que les États membres auront l'obligation de transposer dans leur droit national.

Nous avons fait état de l'approche d'harmonisation préconisée par l'Union européenne et de la place importante qu'y occupe la protection du consommateur. Dans les paragraphes qui suivent, nous nous attarderons aux différentes directives recensées en la matière. Nous ferons par la suite un examen plus approfondi de certaines d'entre elles.

4.1 Adoption des directives et transposition dans le droit national

La directive est un instrument législatif utilisé par l'UE afin de mettre en œuvre les mesures qu'elle adopte en vue d'établir des normes pour l'ensemble du territoire européen¹⁰¹. Les directives font partie, avec les règlements et les recommandations, du droit dérivé de l'Union européenne. À la différence d'un règlement communautaire, qui s'applique automatiquement à tous les États membres dès son adoption, la directive indique, en principe, des objectifs à atteindre et fixe aux gouvernements nationaux un délai pour leur permettre d'adapter leur propre réglementation en y transposant ce qui se trouve à la directive.

Avant d'entrer en vigueur, une directive franchira plusieurs étapes. Après son adoption par la Commission européenne, elle sera proposée au Conseil de l'Union européenne et au Parlement européen, qui pourront l'adopter à leur tour, généralement après l'avoir soumise pour avis au Comité des régions ou au Comité économique et social, ce dernier traitant notamment des directives relatives à la protection du consommateur.

Une fois la directive ratifiée, il revient aux États membres de transposer dans leur droit national les mesures qui y sont prévues, en adoptant de nouvelles lois ou en modifiant des lois existantes. Dans la majorité des cas, les directives portant sur la protection des consommateurs comportent un délai bien précis pour la transposition, le délai moyen étant de deux ans. En principe, les directives comportent des objectifs à atteindre et les moyens d'y parvenir sont souvent laissés à la discrétion des États.

Les directives sont des mesures contraignantes; le défaut de transposition peut avoir des conséquences importantes pour les États membres. Des procédures d'infraction peuvent être déposées par la Commission européenne en cas de défaut ou même de mauvaise transposition d'une directive donnée, qui pourront entraîner des sanctions financières déterminées en fonction de la gravité, de la durée de l'infraction et de certains attributs propres à l'État membre fautif, soit le PIB et le nombre de voix dont il dispose au Conseil.

¹⁰¹ TCE, Art. 249(3).

Le nombre moyen de procédures d'infraction ouvertes se maintient à une trentaine par État. Cependant, dans un rapport publié en 2014, la Commission européenne souligne qu'il est rare d'en arriver à l'imposition de sanctions¹⁰². Habituellement, l'État membre qui reçoit un avis s'empresse d'adopter les mesures nécessaires afin de se conformer à la directive avant que la Cour de Justice ne soit saisie. Exemple des conséquences importantes que peut avoir une procédure d'infraction : en 2005, la France a été condamnée au paiement de près de 80 millions d'euros pour avoir toléré entre 1984 et 1987, la vente de merluchons jugés de trop petite taille par la réglementation européenne¹⁰³. Il s'agit de la sanction financière la plus importante imposée depuis la création du bloc régional européen. Advenant qu'un État membre ne transpose pas la disposition, un particulier citoyen de cet État peut aussi invoquer la directive à l'encontre de l'État fautif; le principe de primauté fait en sorte qu'un État qui maintient des règles contraires à une directive peut être tenu à payer les dommages causés par ce fait à des particuliers

3. [...] Cette possibilité de réparation à charge de l'État membre est particulièrement indispensable lorsque le plein effet des normes communautaires est subordonné à la condition d'une action de la part de l'État et que, par conséquent, les particuliers ne peuvent pas, à défaut d'une telle action, faire valoir devant les juridictions nationales les droits qui leur sont reconnus par le droit communautaire.

Il en résulte que le principe de la responsabilité de l'État, pour les dommages causés aux particuliers par des violations du droit communautaire qui lui sont imputables, est inhérent au système du traité¹⁰⁴.

Par ailleurs, rappelons que l'UE s'est fixé un objectif maximal de non-transposition de 1 % pour chacun des États membres. Selon le tableau produit par la Commission en 2014, seuls cinq pays n'ont pas été en mesure de respecter cette cible¹⁰⁵.

Nous avons recensé quelque 13 directives européennes qui ont pour but de protéger les consommateurs de manière explicite¹⁰⁶. Cette protection est assurée de plusieurs manières: en réglementant le contenu contractuel, en prévoyant une obligation d'informer le consommateur, en prévoyant des recours en vue de protéger l'intérêt collectif des consommateurs ou encore en prévoyant des mesures de protection plus spécifiques, autres que l'obligation d'information ou la réglementation des contrats de consommation. Les sujets qui y sont abordés varient énormément. On y retrouvera : voyages, vacances et circuits à forfait, clauses abusives,

¹⁰² **COMMISSION EUROPÉENNE.** *Tableau d'affichage du marché unique*, site de Europa, Bruxelles, Belgique, union 2014. [En ligne] http://ec.europa.eu/internal_market/scoreboard/index_fr.htm (page consultée le 23 février 2015).

¹⁰³ *Commission c. République française*, 12 juillet 2005, C-304/02 (ci-après *Arrêt Merluchon*).

¹⁰⁴ *Francovich et Bonifaci c. République italienne*, CJCE 19 novembre 1991 C-6/90 et C-9/90. Dans cette affaire le défaut de transposition d'une directive européenne dans le droit national italien avait causé un préjudice à des salariés licenciés, qui n'avaient pu se prévaloir des protections prévues par une directive.

¹⁰⁵ **TOUTELEUROPE.EU.** *Transposition des directives: Palmarès des États membres*, portail des questions européennes, Paris, France, 23 février 2015. [En ligne] <http://www.touteleurope.eu/actualite/transposition-des-directives-le-palmares-des-etats-membres.html> (page consultée le 2 mars 2015).

¹⁰⁶ Notre analyse a porté sur les directives qui visent directement la protection du consommateur. Nous ne nous sommes donc pas penchés sur celles qui touchent la protection du consommateur de manière connexe, telles les directives portant sur les règles sanitaires ou phytosanitaires, et la santé et la sécurité des personnes. Par exemple, nous avons ignoré la *Directive 2014/04/UE du Parlement européen et du Conseil du 3 avril 2014 relative au rapprochement des dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres en matière de fabrication, de représentation et de vente du tabac et des produits connexes, et abrogeant la directive 2001/37/CE*.

propriétés à temps partagé, recours en cessation et en suppression, vente de biens, garanties, services financiers, pratiques commerciales déloyales et contrats de crédit.

4.2 Les directives européennes adoptées en vue de mieux protéger les consommateurs

Les directives que nous avons recensées ont été adoptées entre le début des années 90 et 2014; cela ne signifie pas qu'aucune directive n'a été adoptée avant les années 90. Bon nombre de directives en vigueur aujourd'hui ont remplacé ou abrogé des directives existantes, dans le cadre, souvent, de mises à jour des lois européennes. Nous ne nous attarderons ici qu'aux directives européennes qui portent directement sur la protection du consommateur, ignorant celles qui n'ont qu'un effet par ricochet sur la protection du consommateur.

Habituellement, les directives européennes se donnent explicitement pour objectif premier le rapprochement des législations nationales sur l'ensemble du territoire européen tout en assurant un niveau élevé de protection des consommateurs. Pour éviter toute redondance, nous éviterons de mentionner systématiquement cet objectif constant dans la description des directives qui suit.

4.2.1 Les directives

1) Directive 90/314/CEE du Conseil, du 13 juin 1990, concernant les voyages, vacances et circuits à forfait

La directive 90/314/CEE concernant les voyages, vacances et circuits à forfait¹⁰⁷ est entrée en vigueur le 31 décembre 1992. Elle vise à protéger les consommateurs qui achètent des forfaits de voyages préarrangés qui comprennent deux des trois éléments suivants : le transport, le logement ou tout autre service touristique non accessoire au transport ou au logement.

L'approche d'harmonisation qui y est préconisée concerne entre autres l'obligation d'information, la responsabilité des organisateurs quant à l'exécution des services convenus et un droit de résiliation pour le consommateur en cas de modification du contrat.

2) Directive 93/13/CEE du Conseil, du 5 avril 1993, concernant les clauses abusives dans les contrats conclus avec les consommateurs

Cette directive qui encadre les clauses contractuelles abusives susceptibles de se retrouver dans les contrats de consommation¹⁰⁸ fera l'objet d'un examen approfondi dans les pages qui suivent.

¹⁰⁷ Directive 90/314/CEE du Conseil, du 13 juin 1990, concernant les voyages, vacances et circuits à forfait. [En ligne] <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:31990D0134&from=FR> (page consultée le 1er octobre 2014).

¹⁰⁸ Directive 93/13/CEE du Conseil, du 5 avril 1993, concernant les clauses abusives dans les contrats conclus avec les consommateurs. [En ligne] <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:31993L0013&from=FR> (page consultée le 1er octobre 2014).

La directive définit les caractéristiques d'une clause qui doit être considérée comme abusive, dresse une liste de clauses contractuelles qui doivent être présumées abusives, harmonise l'information au consommateur et introduit le recours en cessation pour les associations de consommateurs.

3) Directive 97/55/CE du Parlement européen et du Conseil du 6 octobre 1997 modifiant la Directive 84/450/CEE sur la publicité trompeuse afin d'y inclure la publicité comparative

Entrée en vigueur le 12 novembre 1997, la Directive 97/55/CE modifie la Directive 84/450/CEE sur la publicité trompeuse¹⁰⁹ afin que la publicité comparative soit désormais considérée, dans certaines circonstances, comme de la publicité trompeuse : notamment si elle ne compare pas des biens similaires, engendre de la confusion ou dénigre ou discrédite des marques, des noms commerciaux ou autres signes distinctifs.

La directive a pour objectif de «protéger les consommateurs, les personnes qui exercent une activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale ainsi que les intérêts du public en général contre la publicité trompeuse et ses conséquences déloyales et d'établir les conditions dans lesquelles la publicité comparative est considérée comme étant licite¹¹⁰. »

La directive énumère donc des conditions précises dans lesquelles une publicité comparative sera permise, ainsi que les pouvoirs de vérification et de sanction que les États doivent mettre en place et utiliser pour s'attaquer à ce type de publicités, lorsque nécessaire. L'approche préconisée vise l'information juste et adéquate du consommateur afin de lui permettre de faire un choix fondé sur les éléments véridiques, dans un marché où l'offre s'élargit.

4) Directive 98/6/CE du Parlement européen et du Conseil du 16 février 1998 relative à la protection des consommateurs en matière d'indication des prix des produits offerts aux consommateurs

La Directive 98/6/CE¹¹¹ sur l'indication des prix, entrée en vigueur le 18 mars 1998, prévoit certaines obligations précises en vue d'améliorer l'information aux consommateurs et de faciliter la comparaison des prix.

La directive impose aux commerçants d'indiquer le prix de vente, c'est-à-dire le prix définitif et complet (comprenant toutes les taxes) pour une unité ou pour une quantité donnée, ainsi que pour l'unité de mesure, le cas échéant, et définit les cas précis dans lesquels ces obligations pourront être scindées (par ex : seul le prix à l'unité de mesure pour les produits en vrac) ou les conditions qui permettront aux États d'exempter certains produits. La Directive ne prévoit aucune sanction spécifique, l'obligation de

¹⁰⁹ Directive 97/55/CE du Parlement Européenne et du Conseil du 6 octobre 1997 modifiant la Directive 84/450/CEE sur la publicité trompeuse afin d'y inclure la publicité comparative. [En ligne] <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31997L0055:fr:HTML> (page consultée le 1er octobre 2014)

¹¹⁰ *Ibid.*, Art. 1(2).

¹¹¹ Directive 98/6/CE du Parlement européen et du Conseil du 16 février 1998 relative à la protection des consommateurs en matière d'indication des prix des produits offerts aux consommateurs. [En ligne] <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31998L0006:fr:HTML> (page consultée le 30 mars 2015)

prévoir telles sanctions revenant aux États. La Directive impose aussi aux États de mettre en place des mesures d'information pour toute personne concernée.

5) Directive 1999/44/CE du Parlement européen et du Conseil, du 25 mai 1999, sur certains aspects de la vente et des garanties des biens de consommation

La directive 1999/44/CE de l'Union européenne sur certains aspects de la vente et des garanties des biens de consommation¹¹² fera l'objet d'une analyse approfondie dans les pages suivantes.

Cette directive régit la garantie de conformité des biens et la garantie d'usage, établit une présomption de responsabilité du vendeur si le défaut de conformité apparaît dans les deux ans suivant la délivrance du bien, etc. La directive définit plusieurs critères qui seront pris en compte pour évaluer la conformité. Elle lie la conformité aussi bien aux attentes raisonnables du consommateur qu'aux déclarations publiques faites sur les caractéristiques concrètes du bien par le vendeur, par le producteur ou par son représentant, notamment dans la publicité ou l'étiquetage. La directive détermine aussi précisément les recours du consommateur : un droit soit à la mise du bien dans un état conforme, sans frais, par réparation ou remplacement, soit à une réduction adéquate du prix ou à la résolution du contrat. Elle encadre du même coup les obligations d'information liées à la vente de garanties supplémentaires, notamment celle d'informer le consommateur sur l'existence de la garantie légale. La directive impose ici encore aux États une obligation d'informer les consommateurs relativement à leurs droits.

6) Directive de 2002/65/CE sur la commercialisation à distance des services financiers auprès des consommateurs

Le bloc régional européen a choisi d'harmoniser l'encadrement des contrats de services financiers conclus à distance¹¹³.

L'approche d'harmonisation est fort similaire à celle préconisée dans les directives antérieures, et repose essentiellement sur l'obligation de fournir une information exacte et claire aux consommateurs. La directive impose la divulgation de certains renseignements avant la conclusion du contrat et la transmission des dispositions contractuelles. Elle prévoit en outre pour le consommateur un droit de rétractation dans les 14 jours suivant la conclusion du contrat. Y sont également réglementés les services et la communication non sollicités.

¹¹² Directive 1999/44/CE du Parlement européen et du Conseil, du 25 mai 1999, sur certains aspects de la vente et des garanties des biens de consommation. [En ligne] <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:31999L0044&from=FR> (page consultée le 30 mars 2015)

¹¹³ Directive de 2002/65/CE sur la commercialisation à distance des services financiers auprès des consommateurs. [En ligne] <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:32002L0065&from=FR> (page consultée le 4 mars 2015).

7) Directive 2005/29/CE du Parlement européen et du conseil du 11 mai 2005 relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur et modifiant la directive 84/450/CEE du Conseil et les directives 97/7/CE, 98/27/CE et 2002/65/CE du Parlement européen et du Conseil et le règlement (CE) no 2006/2004 du Parlement européen et du Conseil

En vigueur dans l'UE depuis le 12 juin 2005, la directive 2005/29/CE relative aux pratiques commerciales déloyales¹¹⁴ vise à interdire les pratiques qui sont contraires aux exigences de diligence professionnelle et qui altèrent ou sont susceptibles d'altérer le comportement économique d'un consommateur vis-à-vis d'un produit.

En plus d'établir les critères qui permettent de déterminer le caractère déloyal de certaines pratiques, la directive prévoit le droit pour les organisations ayant un intérêt légitime d'attaquer en justice les pratiques déloyales.

8) Directive 2008/122/CE du Parlement européen et du Conseil du 14 janvier 2009 relative à la protection des consommateurs en ce qui concerne certains aspects des contrats d'utilisation de biens à temps partagé, des contrats de produits de vacances à long terme et des contrats de revente et d'échange

En vigueur depuis le 23 février 2009, la directive 2008/122/CE sur les contrats d'utilisation de biens à temps partagé¹¹⁵ adopte une approche qui favorise l'information du consommateur dans le but de lui permettre de prendre une décision économique éclairée.

Dans cette optique, la directive sur les biens à temps partagé régit la publicité (interdisant, par exemple, de solliciter les consommateurs sous un faux prétexte ou de présenter ce produit comme un investissement), l'information précontractuelle (imposant des formulaires standards), la forme et le contenu du contrat, en plus de permettre la résiliation de ces contrats et de conférer au consommateur un droit de rétractation sans motif et sans frais, y compris pour les services ayant pu être fournis avant la rétractation.

¹¹⁴ Directive 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil du 11 mai 2005 relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur et modifiant la directive 84/450/CEE du Conseil et les directives 97/7/CE, 98/27/CE et 2002/65/CE du Parlement européen et du Conseil et le règlement (CE) no 2006/2004 du Parlement européen et du Conseil. [En ligne] <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:32005L0029&from=FR> (page consultée le 4 mars 2015).

¹¹⁵ Directive 2008/122/CE du Parlement européen et du conseil du 14 janvier 2009 relative à la protection des consommateurs en ce qui concerne certains aspects des contrats d'utilisation de biens à temps partagé, des contrats de produits de vacances à long terme et des contrats de revente et d'échange. [En ligne] <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:32008L0122&from=FR> (page consultée le 13 octobre 2014).

9) Directive 2008/48/CE du Parlement européen et du Conseil du 23 avril 2008 concernant les contrats de crédit aux consommateurs et abrogeant la directive 87/102/CEE du Conseil

Ayant effet sur le territoire européen depuis le 11 juin 2008, la directive 2008/48/CE concernant les contrats de crédit aux consommateurs¹¹⁶ régit l'ensemble des éléments du contrat de crédit conclu avec un consommateur.

Traitant notamment de la publicité et de la divulgation précontractuelle et contractuelle obligatoire d'information, l'UE régleme également par cette directive le remboursement anticipé, le calcul du taux annuel effectif global et l'obligation d'évaluation de la solvabilité du consommateur. Il s'agit d'une mesure qui offre au consommateur un niveau de protection exceptionnellement élevé.

10) Directive 2009/22/CE du Parlement européen et du Conseil du 23 avril 2009 relative aux actions en cessation en matière de protection des intérêts des consommateurs

La directive relative aux actions en cessation reconnaît un droit d'ester en justice à certaines organisations en s'appuyant sur l'importance d'assurer la défense de l'intérêt collectif des consommateurs¹¹⁷. Elle fera l'objet d'un examen plus poussé dans la prochaine partie de notre recherche.

L'action en cessation est un recours accordé à certaines entités qualifiées, et qui a pour but de leur permettre de saisir les tribunaux en vue de (i) faire cesser ou interdire toute infraction; (ii) obtenir la prise de mesures telles que la publication de décision afin d'estomper les effets qui persistent suite à une infraction; ou (iii) faire condamner le commerçant au versement une somme d'argent pour défaut d'exécuter une décision rendue. Cette directive vise essentiellement à établir le cadre dans lequel s'exercent les actions en cessation.

¹¹⁶ Directive 2008/48/CE du Parlement européen et du Conseil du 23 avril 2008 concernant les contrats de crédit aux consommateurs et abrogeant la directive 87/102/CEE du Conseil. [En ligne] <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:32008L0048&from=FR> (page consultée le 4 mars 2015).

¹¹⁷ Directive 2009/22/CE du Parlement européen et du Conseil du 23 avril 2009 relative aux actions en cessation en matière de protection des intérêts des consommateurs. [En ligne] <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:32009L0022&from=FR> (page consultée le 13 mars 2015).

11) Directive 2011/83/UE du Parlement européen et du Conseil du 25 octobre 2011 relative aux droits des consommateurs, modifiant la directive 93/13/CEE du Conseil et la directive 1999/44/CE du Parlement européen et du Conseil et abrogeant la directive 85/577/CEE du Conseil et la directive 97/77/CE du Parlement européen et du Conseil

La directive 2011/83/CE relative aux droits des consommateurs à l'occasion de contrats conclus à distance ou hors des établissements commerciaux¹¹⁸, en vigueur depuis le 12 décembre 2011, vise à réglementer les éléments suivants de ce type de contrat : l'obligation d'information, la forme et le contenu du contrat, le droit de rétractation du consommateur, le transfert du risque et le paiement supplémentaire.

Cette directive sera la dernière de celles qui feront l'objet d'une analyse plus approfondie dans les pages qui viennent.

12) Directive 2011/90/UE de la Commission du 14 novembre 2011 modifiant l'annexe I, partie II, de la directive 2008/48/CE du Parlement européen et du Conseil énonçant les hypothèses supplémentaires nécessaires au calcul du taux annuel effectif global

Cette directive sur le calcul du taux annuel effectif global¹¹⁹ n'implémente pas de nouvelles mesures de protection pour les consommateurs. Elle procède plutôt à une modification d'outils existants afin d'ajouter de nouvelles hypothèses pour le calcul du taux annuel effectif global, et ce, en vue de mieux refléter les offres de crédit qui se retrouvent sur le marché.

Un exemple de nouvelle hypothèse : «si un contrat de crédit laisse au consommateur le libre choix quant au prélèvement de crédit, le montant total du crédit est réputé entièrement et immédiatement prélevé¹²⁰.»

¹¹⁸ Directive 2011/83/UE du Parlement européen et du Conseil du 25 octobre 2011 relative aux droits des consommateurs, modifiant la directive 93/13/CEE du Conseil et la directive 1999/44/CE du Parlement européen et du Conseil et abrogeant la directive 85/577/CEE du Conseil et la directive 97/77/CE du Parlement européen et du Conseil. [En ligne] <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:32011L0083&from=FR> (page consultée le 11 mars 2015).

¹¹⁹ Directive 2011/90/UE de la Commission du 14 novembre 2011 modifiant l'annexe I, partie II, de la directive 2008/48/CE du Parlement européen et du Conseil énonçant les hypothèses supplémentaires nécessaires au calcul du taux annuel effectif global, Art. 1. [En ligne] <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:32011L0090&rid=1> (page consultée le 13 mars 2015).

¹²⁰ *Ibid.*, Annexe.

13) Directive 2014/17/UE du Parlement européen et du Conseil du 4 février 2014 sur les contrats de crédit aux consommateurs relatifs aux biens immobiliers à usage résidentiel et modifiant les directives 2008/48/CE et 2013/36/UE et le règlement (UE) no 1093/2010

L'Union européenne décrit comme suit l'objet de la Directive 2014/17/UE sur les contrats de crédit aux consommateurs relatifs aux biens immobiliers à usage résidentiel :

La présente directive fixe un cadre commun relatif à certains aspects des dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres concernant les contrats couvrant le crédit aux consommateurs garanti par une hypothèque ou autre crédit relatif à des biens immobiliers à usage résidentiel, notamment de l'obligation de procéder à une évaluation de la solvabilité avant d'accorder un crédit qui constitue la base de l'élaboration de normes de souscription effectives en ce qui concerne les biens immobiliers à usage résidentiel dans les États membres, ainsi qu'à certaines exigences prudentielles et de surveillance, notamment en matière d'établissement et de surveillance applicables aux intermédiaires de crédits, aux représentants désignés et aux prêteurs autres que les établissements de crédit¹²¹. *[nos soulignés]*

Dans les avant-propos de la directive, l'Union européenne constate que la crise financière qui a eu lieu quelques années avant l'entrée en vigueur de cette directive démontre « que le comportement irresponsable de participants au marché pouvait miner les fondements du système financier¹²². » L'UE choisit de miser sur des contrats de crédit cohérents, flexibles et équitables afin de rétablir un marché européen plus transparent, efficace et compétitif¹²³.

Afin d'atteindre les objectifs fixés, l'UE a choisi de réglementer plusieurs aspects du contrat de crédit relatif aux biens immobiliers à usage résidentiel conclu avec un consommateur : les règles de conduite pour la fourniture du crédit, les exigences de connaissances et de compétence professionnelle, l'information divulguée et les pratiques précontractuelles, l'information précontractuelle et les exigences d'information pour les intermédiaires de crédit et leurs représentants désignés. La directive s'attarde également au calcul du taux annuel effectif global (TAEG) et au remboursement anticipé, au retard de paiement et à la saisie. La directive insiste sur l'obligation faite au prêteur d'évaluer rigoureusement la capacité du consommateur de rembourser, capacité dont doit dépendre l'octroi du prêt ou toute augmentation significative du montant total du crédit accordé.

¹²¹ Directive 2014/17/UE du Parlement européen et du Conseil du 4 février 2014 sur les contrats de crédit aux consommateurs relatifs aux biens immobiliers à usage résidentiel et modifiant les directives 2008/48/CE et 2013/36/UE et le règlement (UE) no. 1093/2010, Art. premier. [En ligne] <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:32014L0017&rid=1> (page consultée le 30 mars 2015).

¹²² Directive 2014/17/UE, Considérant no. 3.

¹²³ Directive 2014/17/UE, Considérant no. 6.

4.3 Conclusion

Ce bref survol des directives européennes nous permet de constater que l'approche d'harmonisation est cohérente dans l'ensemble des directives. La divulgation de l'information précontractuelle et contractuelle, la forme et le contenu de contrats particuliers, l'existence de recours efficaces, y compris le droit de rétractation sans motif dans des circonstances précises, sont tous des éléments que l'UE a choisi d'inclure et d'harmoniser dans les droits nationaux. Ce sont les fils conducteurs que nous retrouvons dans l'ensemble des directives adoptées en vue de mieux protéger les consommateurs.

Notons également que les directives, malgré que leur but premier soit d'indiquer des objectifs à atteindre, tout en laissant aux États membres le choix des moyens de le faire, touchent à des domaines bien précis et proposent souvent des mesures extrêmement détaillées en vue de réglementer certains éléments des transactions de consommation dans un secteur donné. Or, cette approche de rédaction détaillée dans l'harmonisation des mesures de protection des consommateurs n'a pas toujours été la norme. Le site internet JurisPedia remarque que « Certaines directives sont tellement précises que se pose la question de la distinction entre un résultat et les moyens pour l'atteindre¹²⁴ », et distingue les différentes approches de rédaction adoptées par l'UE au fil des ans :

- Première période : une rédaction des directives dite libre;
- Deuxième période (fin des années 80 et années 90) : la « nouvelle approche », qui favorise une rédaction moins détaillée des directives (suite à la décision *Cassis de Dijon* qui énonce le principe de reconnaissance mutuelle : lorsqu'un produit est licitement produit et vendu dans un État membre, toute législation d'un autre État membre qui ne serait pas justifiée par l'intérêt général et qui s'opposerait à la circulation d'un produit dans cet État constitue un frein à la libre circulation¹²⁵);
- Troisième ère de rédaction : bien que détaillée, la directive laisse des options aux États membres;
- Aujourd'hui : rédaction extrêmement détaillée et précise.

Une étude approfondie de certaines directives européennes en matière de protection du consommateur nous permettra d'en connaître davantage sur l'approche d'harmonisation dans le cadre de directives particulières.

¹²⁴ JURISPEDIA, *Directive communautaire (eu)*. [En ligne]

[http://fr.jurispedia.org/index.php/Directive_communautaire_\(eu\)](http://fr.jurispedia.org/index.php/Directive_communautaire_(eu)) (page consultée le 23 février 2015).

¹²⁵ *Rewe-Zentral AG c. Bundesmonopolverwaltung für Branntwein* (Arrêt *Cassis de Dijon*), CJCE, 20 février 1979, Affaire 120/78. [En ligne] <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=CELEX%3A61978CJ0120> (page consultée le 30 mars 2015).

5. Étude approfondie de certaines directives et de l'harmonisation possible au Canada

Parmi les 13 directives adoptées par l'UE spécifiquement en matière de protection du consommateur, nous avons choisi de faire une étude plus approfondie des quatre suivantes : (i) la directive 93/13/CEE concernant les clauses abusives dans les contrats de consommation; (ii) la directive 1999/44/CE portant sur certains aspects de la vente des garanties et des biens de consommation; (iii) la directive 2009/22/CE relative aux actions en cessation; et (iv) la directive 2011/83/UE en matière de contrat à distance.

Le choix des directives sur lesquelles nous avons décidé de faire une étude plus approfondie a été justifié par divers facteurs. En premier lieu, les directives choisies proposent des mesures qui s'attaquent à des problèmes que rencontre aussi le consommateur sur le marché canadien. Il s'agit également, dans certaines circonstances, de mesures qui font déjà l'objet d'une certaine harmonisation au Canada ou qui ont fait l'objet de discussions entre différentes parties prenantes. En deuxième lieu, il s'agit également de mesures qui portent sur des éléments qui sont, au Canada, de compétence provinciale. Cette préférence, dans le cadre de notre recherche, pour les sujets qui tombent dans les champs de compétence constitutionnelle des provinces (la protection du consommateur relevant essentiellement des provinces) est liée au fait que ce sont donc elles qui sont susceptibles d'être harmonisées – par opposition à des mesures qui relèveraient de la compétence fédérale, pour lesquelles aucune harmonisation ne serait donc nécessaire. Enfin, l'ensemble de ces directives prônent un élément important en matière de protection du consommateur : un meilleur accès à la justice. L'ensemble des mesures prévoient en effet l'adoption de recours et de redressements efficaces, notamment le droit de résolution ou encore l'action en cessation, ainsi que des sanctions effectives, proportionnées et dissuasives.

5.1 Directive 93/13/CEE : les clauses abusives

Plusieurs sont d'avis que les différences, parmi les pays membres d'une communauté économique et commerciale, entre les encadrements qui visent les clauses abusives constituent des barrières évidentes au commerce intérieur, de par :

- *la différence de références dans les États membres lors de l'évaluation des clauses contractuelles.*
- *la différence de standards dans les États membres lors de l'évaluation de la transparence d'une clause contractuelle et les conséquences (non harmonisées) du manque de transparence¹²⁶.*

¹²⁶ **Martin EBERS.** *Compendium de droit de la consommation- Analyse comparative: Directive relative aux clauses contractuelles abusives (93/13)*, 104 pages. Voir p. 8. [En ligne] http://www.eu-consumer-law.org/consumerstudy_part2c_fr.pdf (document consulté le 21 octobre 2014).

Devant les divergences marquées dans les législations nationales qui réglementent les clauses abusives dans les contrats de consommation, et devant la méconnaissance des consommateurs des mesures nationales qui visent à les protéger¹²⁷, l'UE décida que le meilleur moyen d'assurer un niveau de protection adéquat aux consommateurs européens serait une harmonisation partielle, soit uniquement celle des clauses contractuelles n'ayant pas fait l'objet d'une négociation entre le commerçant et le consommateur¹²⁸.

La directive, entrée en vigueur le 11 mai 1994, a donné une nouvelle définition des clauses abusives, qui sera dorénavant celle de tous les États membres. Une clause sera considérée abusive si, « en dépit de l'exigence de bonne foi, elle crée au détriment du consommateur un déséquilibre significatif entre les droits et obligations des parties découlant du contrat¹²⁹ » alors qu'elle se retrouve dans un contrat d'adhésion.

On retrouve à l'annexe de la directive une liste de clauses contractuelles qui seront présumées abusives. Parmi celles-là : les clauses d'exclusion ou de limitation de la responsabilité légale du commerçant, celles qui permettent la résiliation unilatérale du contrat par le commerçant et celles qui prévoient le renouvellement automatique du contrat pour une durée déterminée¹³⁰.

Comme nous le mentionnons plus tôt, l'UE souscrivait au cours des années 90 à une approche rédactionnelle très détaillée; la présente directive l'illustre bien. Outre une définition et une liste explicite, elle prévoit les facteurs qui doivent être pris en compte pour l'évaluation du caractère abusif d'une clause, soit; la nature des biens et des services, le moment de la conclusion du contrat, les circonstances entourant la conclusion du contrat et de toute autre disposition contractuelle dont dépend le contrat en cause. Sur le territoire européen, une clause abusive dans un contrat d'adhésion sera sans effet à l'égard du signataire du contrat. Le consommateur ne sera pas lié par une telle clause, mais les dispositions contractuelles non touchées demeurent contraignantes¹³¹.

Le Compendium rapporte que, bien que certaines lacunes de transposition aient été recensées dans certains États membres, tous avaient procédé à la transposition de cette directive dans leur droit national à la date prévue, soit le 31 décembre 1994¹³². Parmi les lacunes identifiées, le Compendium expose les cas de la République tchèque, de la Lettonie, de la Roumanie et des Pays-Bas dont les lois prévoyaient que les clauses abusives étaient valides, sauf si le consommateur en invoquait le caractère abusif. Or, cette approche est contraire au droit européen, en vertu duquel le tribunal peut soulever d'office le caractère abusif d'une clause.

Le législateur va encore plus loin en vue de garantir le respect des dispositions de cette directive. L'article 7 prévoit que les États membres doivent s'assurer de l'existence de moyens adéquats et efficaces pour faire cesser l'utilisation des clauses abusives dans les contrats de consommation. Parmi ces moyens, l'UE prévoit l'action en cessation, soit la reconnaissance à des organisations ou à des personnes ayant un intérêt légitime à protéger les consommateurs

¹²⁷ Directive 93/13/CEE du Conseil, du 5 avril 1993, concernant les clauses abusives dans les contrats conclus avec les consommateurs, considérants 3 à 5. [En ligne] <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=CELEX:31993L0013> (page consultée le 1er octobre 2014).

¹²⁸ Directive 93/13/CEE, considérant 12.

¹²⁹ Directive 93/13/CEE, art. 3.

¹³⁰ Directive 93/13/CEE, annexe.

¹³¹ Directive 93/13/CEE, art. 4(1), art. 6.

¹³² *Op. Cit.*, note 126, **EBERS**, *Compendium de droit de la consommation*. Voir pp. 385 et ss.

d'un droit d'ester en justice pour faire déclarer le caractère abusif d'une clause et, le cas échéant, faire cesser son utilisation¹³³.

Transposition au Canada

Serait-il possible d'adopter au Canada une approche similaire afin de réglementer les clauses abusives sur l'ensemble du territoire? Dans un rapport de 2011 intitulé, *Mettre un frein aux clauses abusives dans les contrats de consommation*, Union des consommateurs, après avoir constaté la préoccupation quasi universelle à l'égard des abus pouvant découler des contrats de consommation, concluait qu'il serait essentiel pour le Canada de suivre la voie adoptée par l'Union européenne et d'harmoniser la réglementation des clauses abusives¹³⁴.

Bien que les législateurs provinciaux modernisent en continu leurs lois de protection du consommateur, la réglementation des clauses abusives, comme le reste, se fait à la pièce. Le fait qu'il n'existe pas de règles spécifiques portant sur les clauses abusives en common law ne signifie pas pour autant que de telles clauses ne peuvent être contestées. Cela peut se faire, notamment, par l'application de certains principes tels que l'interprétation en faveur de l'adhérent des contrats d'adhésion ambigus ou par celle des règles sur l'iniquité (*unconscionability*).

Preuve de la disparité des mesures existantes sur le territoire canadien, alors qu'en Ontario on qualifiera de pratique déloyale le fait de faire une assertion abusive avant ou durant la conclusion du contrat, mais pas dans le contrat lui-même¹³⁵, la Colombie-Britannique qualifiera de «*deceptive act or practice*» «*(a) an oral, written, visual, descriptive or other representation by a supplier, or (b) any conduct by a supplier that has the capability, tendency or effect of deceiving or misleading a consumer or guarantor*»¹³⁶. On constate donc que contrairement à celle de l'Ontario, où la mesure ne vise pas les dispositions contractuelles, la loi de la Colombie-Britannique porte tant sur les représentations orales ou visuelles que sur les dispositions contractuelles.

Et les disparités dans les approches de réglementation des clauses abusives, qui entraînent parfois certaines incongruités, ne s'arrêtent pas là.

Au Québec, les clauses abusives sont réglementées de manière spécifique dans le *Code civil du Québec*, qui déclare abusive une clause qui «désavantage le consommateur ou l'adhérent d'une manière excessive et déraisonnable, allant ainsi à l'encontre de ce qu'exige la bonne foi» et prévoit que la clause abusive d'un contrat de consommation ou d'adhésion est nulle ou l'obligation qui en découle réductible¹³⁷. Or, la *Loi sur la protection du consommateur* (LPC¹³⁸) du Québec ne prévoit pour sa part aucune mesure spécifique applicable aux clauses abusives. L'article 8, qui introduit la notion de lésion dans le droit de la consommation, permet au

¹³³ Directive 93/13/CEE, art. 7(2).

¹³⁴ **UNION DES CONSOMMATEURS**. *Mettre un frein aux clauses abusives dans les contrats de consommation*, Union des consommateurs, Montréal, septembre 2011, 113 pages. Voir p. 102. [En ligne] http://uniondesconsommateurs.ca/docu/protec_conso/FreinClausesAbusives.pdf (document consulté le 30 mars 2015).

¹³⁵ *Loi de 2002 sur la Protection du consommateur*, L.O. 2002, c.30, ann. A, art. 15.

¹³⁶ *Business Practices and Consumer Protection Act*, S.B.C. 2004, c. 2, art. 4.

¹³⁷ *Code civil du Québec*, L.Q. 1991, c.64, Art. 1437.

¹³⁸ *Loi sur la protection du consommateur* (ci-après LPC), L.R.Q. c. P-40

consommateur de s'adresser au tribunal pour lui demander d'annuler un contrat ou de réduire ses obligations s'il existe une disproportion entre les obligations des parties qui équivaut à une exploitation du consommateur.

La LPC interdit par ailleurs, sans les qualifier, certaines dispositions que d'autres juridictions incluent dans leurs listes de clauses abusives. Attendu que les lois canadiennes ne sont pas harmonisées et que plusieurs entreprises du reste du Canada font affaire au Québec et utilisent des contrats standards, le Québec a dû accepter un étrange compromis; la loi impose aux commerçants qui utilisent des clauses qui sont par ailleurs interdites de faire précéder ces clauses interdites d'une mention évidente et explicite indiquant qu'elles ne sont pas applicables au Québec¹³⁹. Le fait que des clauses soient jugées inacceptables et soient interdites dans certaines provinces alors que d'autres les tolèrent et le fait qu'une législature doive travailler à établir une façon pour les commerçants d'inclure des clauses qu'elle leur interdit d'utiliser ne sont certes pas les démonstrations d'un niveau de protection des consommateurs optimal à l'échelle du pays.

L'adoption au Canada de règles harmonisées qui interdisent les clauses abusives et d'une liste de clauses interdites qui serait partagée par les provinces et les territoires aurait des avantages évidents tant pour les consommateurs que pour les entreprises : une protection élevée uniforme pour les consommateurs canadiens et la nécessité pour l'industrie de ne s'adapter qu'à un seul ensemble de règles, plus claires¹⁴⁰. Si le bijuridisme législatif canadien (soit la coexistence des traditions civiliste et de *common law*) peut sembler poser un obstacle à l'harmonisation de telles règles, on se rassurera en constatant que l'Europe, où l'on retrouve cette même dualité, a réussi une telle harmonisation. Ce type de travail d'harmonisation semble s'inscrire parfaitement dans le mandat du Comité des mesures en matière de consommation (CMC)¹⁴¹. Lors d'une entrevue menée auprès du secrétariat du CMC dans le cadre de la présente recherche, l'organisme nous a mentionné que, lors des nombreuses discussions informelles qui ont lieu entre les membres du CMC, le sujet des clauses abusives a été abordé, sans toutefois que des conclusions officielles en découlent.

¹³⁹ L.P.C., art 19.1. Voir aussi : **COMMISSION DES RELATIONS AVEC LES CITOYENS**, *Journal des débats*, Vol. 41, No 10, 4 novembre 2009, pp. 14-16. [En ligne] <http://www.assnat.qc.ca/fr/travaux-parlementaires/commissions/CRC-39-1/journal-debats/CRC-091104.html#Page00014> (page consultée le 30 mars 2015).

¹⁴⁰ *Op. Cit.*, note 134. **UNION DES CONSOMMATEURS**, *Mettre un frein aux clauses abusives dans les contrats de consommation*. Voir p. 103.

¹⁴¹ Notre rapport de recherche recommandait d'ailleurs au CMC d'entreprendre des travaux en vue d'une telle harmonisation. *Ibid.*, p. 107.

5.2 Directive 1999/44/CE : les garanties légales

La directive 1999/44/CE, qui visait à rapprocher les dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à certains aspects de la vente et des garanties des biens de consommation, est entrée en vigueur dans le bloc régional européen le 7 juin 1999¹⁴². L'intégration dans le droit national de cette directive ne s'est pas faite sans mal : si les délais de transposition ont généralement été respectés par les États membres, certaines lacunes de transposition ont par contre été constatées¹⁴³.

L'approche choisie a été de réglementer la garantie de conformité du bien de consommation¹⁴⁴, ce qui, nous le verrons, inclut aussi une garantie d'usage. La directive découle du Livre vert de la Commission de novembre 1993 sur les garanties et le service après-vente en ce qui a trait aux pièces détachées¹⁴⁵, qui résumait l'état du droit dans les États membres. La directive s'appuie sur une série de considérants, notamment : le consommateur joue un rôle fondamental dans le marché intérieur unique; la principale source de conflit entre les consommateurs et les vendeurs est le défaut de conformité du bien; la conformité du bien avec les dispositions contractuelles est essentielle; en cas de défaut, le consommateur doit pouvoir exiger la réparation ou le remplacement.

La directive prévoit deux types de non-conformité : celle qui se rapporte à la description qui est faite du bien, et celle qui découle du fait que le bien ne peut servir à l'usage attendu ou habituel ou à l'usage particulier désiré par le consommateur.

La directive prévoit que la responsabilité du vendeur est automatiquement engagée si un défaut de conformité se manifeste dans les deux ans suivant la livraison du bien. La directive favorise une meilleure information au consommateur sur les droits dont il dispose. Il doit de plus être informé par le commerçant du fait que ces droits ne sont pas affectés par la garantie additionnelle qu'il peut se procurer auprès du vendeur. Le vendeur a l'obligation d'indiquer au consommateur en termes simples et compréhensibles le contenu de la garantie et tous les éléments essentiels à sa mise en œuvre (durée, portée, etc.).

Parmi les mesures qui visent à faciliter la mise en œuvre de la garantie légale par le consommateur européen, on trouve le droit du consommateur d'exiger la mise en état conforme du bien sans frais, par le remplacement ou la réparation, le droit à une réduction adéquate du prix ou encore celui de résoudre le contrat. Autre innovation en matière de mise en application, la directive prévoit également que la responsabilité du vendeur final est engagée pour tout

¹⁴² Directive 1999/44/CE du Parlement européen et du Conseil, du 25 mai 1999, sur certains aspects de la vente et des garanties des biens de consommation, Art. premier. [En ligne] <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:1999:171:0012:0016:FR:PDF> (document consulté le 24 octobre 2014).

¹⁴³ Pour une analyse détaillée des efforts d'intégration au droit national entrepris par chacun des États membres, on se référera à l'Analyse comparative : H. Directive sur la vente de biens et garanties (99/44), rédigée par Christian Twigg-Flesner, qui se retrouve aux pages 710 et suivantes du *Compendium de Droit de la consommation Droit de la consommation*. [En ligne] http://www.eu-consumer-law.org/consumerstudy_part2h_fr.pdf (document consulté le 5 avril 2015).

¹⁴⁴ Directive 1999/44/CE, art. 2.

¹⁴⁵ **COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPEENNES**. Livre vert sur les garanties des biens de consommation et les services après-vente, site de Europa, Bruxelles, Belgique, 15 novembre 1993, 150 pages. [En ligne] <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:1993:0509:FIN:FR:PDF> (document consulté le 3 avril 2015).

défaut de conformité qui résulte d'un acte ou d'une omission d'autres acteurs de la chaîne contractuelle, notamment le vendeur antérieur¹⁴⁶.

La directive adopte une approche d'harmonisation qui laisse une certaine latitude aux États membres. Par exemple, la directive permet à ceux qui le désirent d'exclure de l'application de ces protections les biens usagés achetés aux enchères publiques ou d'inclure des délais à l'intérieur desquels le consommateur aurait l'obligation de dénoncer au vendeur le défaut de conformité.

Transposition au Canada

Union des consommateurs a étudié cette directive de la cadre d'une recherche menée en 2012 sur les régimes de garantie légale au Canada¹⁴⁷. Notre analyse des régimes de garantie légale canadiens comprenait une étude comparative avec d'autres régimes étrangers en vigueur notamment en Europe, au Brésil et aux États-Unis. Nous en arrivons à la conclusion que les régimes de garanties légales sur le territoire canadien comportent bon nombre des éléments essentiels à une protection adéquate des consommateurs, mais que, pour diverses raisons, les consommateurs n'étaient tout de même pas adéquatement protégés¹⁴⁸. Nous avons constaté des divergences marquées entre les régimes de garanties des différentes provinces, certaines ayant choisi d'adopter des régimes de garantie légale incorporés dans des lois statutaires, d'autres ayant toujours recours aux dispositions de la *Sale of Goods Act*, une loi qui, selon nous, s'adapte mal aux réalités des contrats de consommation et au déséquilibre de pouvoir entre les cocontractants qui y est inhérent. Certaines provinces ont même adopté des régimes particuliers pour certains biens (les véhicules usagés, au Québec, par exemple). On observe dans certaines provinces des difficultés notoires de mise en application de la garantie légale par l'entremise des tribunaux, alors que d'autres ont décidé de contourner le problème en octroyant au consommateur un droit, dans certaines circonstances, de refuser un bien qui ne convient pas à leurs attentes, et ce, sans l'intervention des tribunaux.

Vu le rôle central de la garantie légale dans le droit de la consommation, vu aussi que, selon leur lieu de résidence, les consommateurs canadiens peuvent ne pas bénéficier des mêmes mesures de protection, et vu que les commerçants auraient un plus grand degré de certitude lorsqu'ils font affaire avec des consommateurs partout au Canada si les lois étaient harmonisées, Union des consommateurs recommandait notamment «que tous les gouvernements provinciaux légifèrent afin d'harmoniser les lois de protection du consommateur en matière de garantie légale [et] que soit soumise au Comité des mesures en matière de consommation [CMC] la question des garanties légales en vue d'harmonisation des législations provinciales¹⁴⁹.»

¹⁴⁶ Directive 1999/44/CE, arts. 3, 4, 5 et 6.

¹⁴⁷ **Me Marcel BOUCHER et Me Yannick LABELLE**. *L'adéquation des régimes de garantie légale au Canada*, Union des consommateurs, Montréal, juin 2012, 226 pages. [En ligne] http://uniondesconsommateurs.ca/docu/protec_conso/Garanties-Legales.pdf (document consulté le 2 décembre 2014).

¹⁴⁸ *Ibid.*, pp. 146 et 147. Notre étude révèle des problèmes d'imprécision, des problèmes d'interprétation des termes et des concepts, la méconnaissance par les consommateurs des mesures de protection dont ils disposent, la méconnaissance et le non-respect de leurs obligations par les commerçants, des difficultés importantes liées à la mise en application des garanties et, généralement, une nette disparité entre la protection théorique qui semble tout à fait adéquate et la réalité que vivent les consommateurs.

¹⁴⁹ *Ibid.*, p. 154.

Dans le cadre de notre entrevue avec le Secrétariat du CMC le 18 février 2015, l'organisme nous a avoué que la question de l'harmonisation des législations sur la garantie légale ne semble pas avoir été abordée au CMC auparavant.

5.3 Directive 2009/22/CE du Parlement européen et du Conseil du 23 avril 2009 : les actions en cessation en matière de protection des intérêts des consommateurs

La Directive 2009/22/CE¹⁵⁰ n'est pas une directive de droit nouveau, puisqu'elle visait à clarifier l'ancienne *Directive 98/27/CE du 19 mai 1998 relative aux actions en cessation en matière de protection des intérêts des consommateurs*, qui a introduit pour la première fois dans le droit communautaire un recours ou une mesure administrative qui permet aux associations de consommateurs qui répondent à certains critères précis ainsi qu'aux entités publiques chargées de la protection du consommateur d'ester en justice afin de faire cesser certaines pratiques contraires aux règles en vigueur dans l'Union européenne. La Directive 98/27/CE a été modifiée à plusieurs reprises. Dans un souci de clarté, l'UE a jugé bon, en 2009, de veiller à ce que ces modifications soient codifiées dans cette nouvelle directive.

L'action en cessation peut s'exercer à l'égard des infractions aux directives énumérées à l'annexe I de la Directive, incluant, notamment, celles qui portent sur le crédit à la consommation, sur les voyages, les vacances et les circuits à forfait, sur les clauses abusives et sur les garanties légales¹⁵¹.

Comme mentionné précédemment, l'action en cessation est un recours qui est ouvert à certaines entités qui répondent à des critères particuliers, et qui leur permet d'ester en justice afin de faire cesser ou d'empêcher une infraction à une loi européenne, ou de faire en sorte que soient prises des mesures particulières, par exemple la publication de décisions rendues, dans le but d'effacer les effets qui perdurent suite à une infraction. L'action en cessation peut aussi entraîner la condamnation au paiement d'une pénalité d'un commerçant qui ne se conforme pas à une décision. Une telle mesure apparaît audacieuse, en ce qu'elle élargit le principe selon lequel seul celui qui a un intérêt actuel et personnel peut agir en justice, reconnaissant, en vue d'un niveau de protection élevé des consommateurs, que la défense de l'intérêt collectif des consommateurs justifie à elle seule la reconnaissance d'un intérêt suffisant.

La directive impose donc l'inclusion d'un tel recours dans les lois nationales de tous les États membres, précisant son encadrement et ses procédures, ainsi que les règles sur lesquelles doit reposer la reconnaissance des entités auxquelles il est permis d'y avoir recours¹⁵².

¹⁵⁰ *Directive 2009/22/CE du Parlement européen et du Conseil du 23 avril 2009 relative aux actions en cessation en matière de protection des intérêts des consommateurs*. [En ligne] <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:110:0030:0036:FR:PDF> (document consulté le 13 mars 2015).

¹⁵¹ *Directive 2009/22/CE*, Annexe I.

¹⁵² *Directive 2009/22/CE*, Arts. 2, 3 et 4.

En juin 2012, la Commission européenne a rapporté que l'ancienne directive 98/27/CE avait été transposée dans l'ensemble des États membres et avait produit des effets importants pour les poursuites nationales¹⁵³. Bien que la Commission note certaines lacunes quant aux poursuites transfrontalières, elle indique que le taux de succès des poursuites est généralement élevé. La Commission indique que «la directive a entraîné des bénéfices qualitatifs directs pour les consommateurs, même si ces bénéfices ne peuvent pas toujours être traduits en termes monétaires. Très souvent en effet, il n'est pas possible d'établir le nombre exact de consommateurs potentiellement lésés par une pratique illicite¹⁵⁴.»

Outre les difficultés liées, en Europe, aux recours transfrontaliers, la Commission européenne reconnaît que la mesure n'est pas sans failles¹⁵⁵. Nous soulignons d'ailleurs en 2013 les difficultés liées à l'effet relatif des décisions rendues, qui sont susceptibles de limiter considérablement la portée de ce type d'actions¹⁵⁶. Il n'en demeure pas moins que l'utilité et l'efficacité de ce type de mesures sont indéniables.

Transposition au Canada

Il n'existe au Canada rien de comparable à ces actions en cessation. Depuis plusieurs années maintenant, Union des consommateurs et d'autres associations de consommateurs du Québec militent en faveur de l'implantation d'une telle mesure¹⁵⁷. Il s'agit selon nous d'une mesure qui serait susceptible d'offrir une protection accrue aux consommateurs : les demandes en cessation de certaines pratiques évitent que les consommateurs n'aient à subir des préjudices suite à l'utilisation par des commerçants de pratiques contestables, qui préjudicient par ailleurs l'intérêt collectif des consommateurs. La Commission européenne reconnaît d'ailleurs l'utilité de cet outil dans la protection de l'intérêt collectif des consommateurs¹⁵⁸. Le projet de loi qui a mené en 2009 à certaines modifications à la *Loi sur la protection du consommateur* (LPC) du Québec comprenait une disposition qui allait dans ce sens; les modifications apportées à la

¹⁵³ **COMMISSION EUROPÉENNE**. *Rapport de la commission au Parlement européen et au Conseil sur l'application de la directive 2009/22/CE du Parlement européen et du Conseil relative aux actions en cessation en matière de protection des intérêts des consommateurs*, site de Europa, Bruxelles, Belgique, 6 novembre 2012, 17 pages. Voir p. 3. [En ligne] http://ec.europa.eu/consumers/enforcement/docs/report_inj_2012_fr.pdf (document consulté le 5 avril 2015).

¹⁵⁴ *Ibid.*, p. 8.

¹⁵⁵ Voir le rapport de la commission à cet effet, *Op. Cit.*, note 153, **COMMISSION EUROPÉENNE**, *Rapport de la commission au Parlement européen et au Conseil sur l'application de la directive 2009/22/CE du Parlement européen et du Conseil relative aux actions en cessation en matière de protection des intérêts des consommateurs*

¹⁵⁶ **Me Yannick LABELLE**. *Multiplication des recours*, Union des consommateurs, Montréal, juin 2013, 124 pages. Voir p. 48. [En ligne] <http://uniondesconsommateurs.ca/wp-content/uploads/2013/11/03-Multiplication-recours-rapport-V3-FR-complet.pdf> (document consulté le 5 avril 2015)

¹⁵⁷ **Me Geneviève DUCHESNE et Me Yannick LABELLE**. *Les associations de consommateurs et la défense de l'intérêt collectif des consommateurs : réflexions sur l'introduction d'un nouveau recours en droit québécois*, in «L'accès des consommateurs à la justice», sous la direction de Pierre-Claude Lafond, Éditions Yvon Blais, Cowansville, Canada, 2010, pp. 49-67.

Voir aussi : **UNION DES CONSOMMATEURS**, *Contribution de l'Union des consommateurs portant sur le droit d'action des associations des consommateurs*, Union des consommateurs, Montréal, mars 2008, 29 pages. [En ligne] http://uniondesconsommateurs.ca/protect/UC OPC phase2_080317.pdf (document consulté le 5 avril 2015)

¹⁵⁸ *Op. Cit.*, note 153, **COMMISSION EUROPÉENNE**, *Rapport de la commission au Parlement européen et au Conseil sur l'application de la directive 2009/22/CE du Parlement européen et du Conseil relative aux actions en cessation en matière de protection des intérêts des consommateurs*. Voir p. 17.

dernière minute à cette disposition avant son adoption ont malheureusement eu pour effet de la vider de toute portée utile¹⁵⁹.

Bien que notre organisme ne se soit pas penché auparavant sur la possibilité d'adopter et d'harmoniser une telle mesure à travers le Canada, nous émettions déjà en 2013 notre opinion sur l'adoption de mesures exorbitantes des principes de droit traditionnels : *« cela est tout à fait envisageable, si volonté politique il y a. Si, à quelques reprises par le passé, l'État québécois a jugé que l'amélioration de l'accès à la justice justifiait des entorses à des principes traditionnels, ceux de la relativité des jugements et de l'intérêt nécessaire pour agir, notamment, nous croyons que l'état actuel de l'accès à la justice pour les consommateurs est suffisamment alarmant pour que la réévaluation des mesures d'accès à la justice face aux litiges de consommation et l'examen de la faisabilité de l'élargissement de telles mesures au Québec soient entrepris immédiatement¹⁶⁰. »*

Nous jugeons donc qu'il serait opportun que des discussions sur la pertinence d'adopter une telle mesure, soit l'action en cessation, soit entreprises au sein du CMC, dans un but d'accroître la protection dont bénéficient les consommateurs canadiens et dans un souci d'amélioration de l'accès à la justice pour l'ensemble des Canadiens et dans leur intérêt collectif.

¹⁵⁹ Alors que la disposition proposée permettait aux associations d'agir à l'encontre de toute pratique interdite ou contre une stipulation interdite ou inapplicable au Québec, la disposition telle qu'adoptée (LPC, art 316) ne permet plus, à toutes fins pratiques, que de faire constater au tribunal que des dispositions expressément interdites sont malgré tout utilisées. Ce ratage est d'autant plus dommage que le législateur confère tout de même aux associations par cette disposition un intérêt pour agir en justice dans l'intérêt collectif des consommateurs qui démontre une ouverture bienvenue.

¹⁶⁰ *Op. Cit.*, note 156, **Me Yannick LABELLE**, *Multiplification des recours*. Voir p. 77.

5.4 Directive 2011/83/UE

du Parlement européen et du conseil du 25 octobre 2011 relative aux droits des consommateurs, modifiant la directive 93/13/CEE du Conseil et la directive 1999/44/CE du Parlement européen et du Conseil et abrogeant la directive 85/577/CEE du Conseil et la directive 97/77/CE du Parlement européen et du Conseil

La directive 2011/83/UE relative aux droits des consommateurs¹⁶¹ a pour but de rapprocher certains aspects des dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives aux contrats conclus entre les consommateurs et les professionnels. L'UE insiste sur la nécessité d'harmoniser certains aspects des contrats de consommation à distance et hors établissement afin de promouvoir un véritable marché intérieur qui offre un juste équilibre entre le niveau de protection élevé des consommateurs et la compétitivité des entreprises, dans le respect du principe de subsidiarité¹⁶². Le contrat à distance est défini dans la directive comme étant :

Tout contrat conclu entre le professionnel et le consommateur, dans le cadre d'un système organisé de vente ou de prestation de service à distance, sans la présence physique simultanée du professionnel et du consommateur, par le recours exclusif à une ou plusieurs techniques de communication à distance, jusqu'au moment et y compris au moment où le contrat est conclu¹⁶³.

La directive 2011/83/UE repose sur les six principes suivants;

- *la divulgation précontractuelle;*
- *l'acceptation, la possibilité de refuser et la possibilité de corriger;*
- *la copie du contrat;*
- *les droits d'annulation et de rétractation;*
- *les effets de l'annulation et de la rétractation;*
- *les remèdes et les recours*¹⁶⁴.

Prenant comme base ces six principes, la directive impose des obligations de divulgation précontractuelle, ainsi que des obligations relatives à la rédaction de certaines dispositions du contrat et à la transmission du contrat. Parmi les autres mesures de cette réglementation, on retrouve d'autres droits ou protections qui sont reconnus aux consommateurs, notamment le délai maximal de livraison, un droit de résolution conditionnel et un droit de rétractation sans motif¹⁶⁵.

¹⁶¹ Directive 2011/83/UE du Parlement européen et du conseil du 25 octobre 2011 relative aux droits des consommateurs, modifiant la directive 93/13/CEE du Conseil et la directive 1999/44/CE du Parlement européen et du Conseil et abrogeant la directive 85/577/CEE du Conseil et la directive 97/77/CE du Parlement européen et du Conseil. [En ligne] <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2011:304:0064:0088:fr:PDF> (document consulté le 4 mars 2015).

¹⁶² Directive 2011/83/UE, par. 4 des considérants.

¹⁶³ Directive 2011/83/UE, art. 2(7).

¹⁶⁴ Voir la recherche suivante pour une analyse complète des principes de la Directive 2011/83/UE : Op. Cit., note 51. DELAPETA. *La réglementation des contrats à distance : le temps d'un bilan.*

¹⁶⁵ Directive 2011/83/UE, arts. 6 à 18.

Preuve du poids de la réglementation européenne et l'importance accordée aux objectifs fixés par la directive, cette dernière réaffirme son caractère de protection en prévoyant que le consommateur ne peut pas renoncer aux droits qui lui sont reconnus¹⁶⁶.

Transposition au Canada

Union des consommateurs a procédé, dans une étude publiée en 2014, à une analyse comparative des lois canadiennes qui régissent les contrats à distance et de la directive 2011/83/UE de l'Union européenne¹⁶⁷.

Le comité des mesures en matière de consommation s'est penché sur la réglementation des contrats conclus par Internet et a élaboré le *Modèle d'harmonisation des règles régissant les contrats de vente par Internet*, ratifié en 2001 par gouvernement fédéral, les provinces et les territoires canadiens. Il s'agira du fondement de lois provinciales qui seront adoptées par la suite par les provinces canadiennes.

Notre étude a relevé, à travers le Canada, des disparités tant dans l'approche réglementaire que dans le contenu des lois sur le sujet. Notons en premier lieu que malgré la ratification du *Modèle d'harmonisation des règles régissant les contrats de vente par Internet*, seulement 8 des 13 provinces et territoires ont légiféré en la matière¹⁶⁸ : trois ont décidé d'encadrer uniquement les contrats électroniques¹⁶⁹, trois autres ont décidé d'intégrer les règles du commerce électronique aux règles applicables à l'ensemble des contrats à distance¹⁷⁰ et deux autres ont décidé d'encadrer séparément les contrats électroniques et les autres types de contrats conclus à distance¹⁷¹. L'analyse de l'ensemble des mesures canadiennes nous a amenés à conclure que les mesures provinciales qui ont pour base notamment, les obligations d'information imposées aux commerçants et les droits d'annulation qui y sont liés, sont susceptibles d'accroître le niveau de protection des consommateurs. Toutefois, l'examen comparatif avec la directive 2011/83/UE nous porte à croire qu'une modernisation et une bonification des règles canadiennes seraient les bienvenues. Attendu qu'un travail de mise à jour des dispositions en la matière est amorcé sur la scène internationale, les gouvernements provinciaux devraient travailler de concert afin de moderniser et d'harmoniser les cadres réglementaires en matière de protection du consommateur applicables aux contrats conclus par Internet, notamment sur les questions de mise en évidence de l'information précontractuelle, sur la présentation de cette information, etc.¹⁷²

¹⁶⁶ Directive 2011/83/UE, art. 25.

¹⁶⁷ Op. Cit., note 51. DELAPETA. *La réglementation des contrats à distance : le temps d'un bilan*.

¹⁶⁸ Ibid., p. 27. Les provinces et territoires suivants n'ont pas adopté des dispositions en matière de contrats à distance : le Nouveau-Brunswick, l'Île-du-Prince-Édouard, le Yukon, le Nunavut et les Territoires du Nord-Ouest.

¹⁶⁹ Il s'agit de l'Alberta, du Manitoba et de la Nouvelle-Écosse.

¹⁷⁰ C'est le cas de la Colombie-Britannique, du Québec et de Terre-Neuve et Labrador.

¹⁷¹ La Saskatchewan et l'Ontario réglementent séparément les contrats électroniques et les autres types de contrats conclus à distance.

¹⁷² Voir les recommandations de : Op. Cit., note 51. DELAPETA. *La réglementation des contrats à distance : le temps d'un bilan*.

6. Conclusion

Ceux qui plaident en faveur de l'élimination des barrières au commerce interprovincial argumentent que l'existence de telles barrières est susceptible d'engendrer des coûts importants pour l'économie canadienne et de freiner l'expansion des entreprises locales sur le marché, et qu'elle pourrait aussi avoir pour effet de limiter les choix de produits et de services mis à la disposition des consommateurs.

La Constitution canadienne exprimait, dès la fondation du pays, la volonté de créer un marché intérieur libre de contraintes, et ce, afin d'assurer la prospérité économique du Canada.

L'*Accord sur le commerce intérieur* (ACI) a été adopté en 1995 à la demande d'associations représentant des entreprises canadiennes qui désiraient offrir leurs biens et services sur l'ensemble du territoire et qui se heurtaient à des barrières, tarifaires ou autres, qui, selon elles, ralentissaient leur expansion ou leur engendraient des coûts importants. Il a fait depuis l'objet de 14 protocoles de modification.

L'ACI a été adopté dans des circonstances politiques défavorables et en marge d'une série d'accords internationaux signés par le Canada en vue d'améliorer le commerce extérieur. L'harmonisation préconisée lors de l'adoption de l'ACI n'a toutefois pas été à la hauteur des attentes; elle n'a entraîné en fin de compte que très peu d'effets positifs et d'avantages pour le consommateur canadien. Le chapitre 8 de l'ACI prévoit une série de domaines qui devaient faire l'objet d'une harmonisation immédiate en vue de libérer le marché intérieur des barrières occasionnées par la diversité des mesures de protection du consommateur dans ces domaines. L'ACI ouvrait la porte à des mesures d'harmonisation sur tout sujet relatif à la protection du consommateur que le Comité des mesures en matière de consommation (CMC), mis sur pied par l'ACI, choisirait d'aborder. Le CMC a notamment pour mandat, de travailler, dans un premier temps, à l'adoption d'ententes en vue d'harmoniser des mesures provinciales sur les questions jugées prioritaires et nommées à l'Accord, et, par la suite, de servir de forum de discussion et d'échanges entre les différents gouvernements en vue de la poursuite des efforts d'harmonisation.

On peut comprendre que le principe des « ententes de meilleur effort » soit celui qui soit privilégié au sein du CMC, où se rencontrent les provinces pour discuter de questions sur lesquelles elles possèdent la souveraineté et une totale discrétion. Comme en toutes matières, une partie qui s'engage librement agira probablement avec plus d'enthousiasme que sous la contrainte. Et, contrairement à ce que l'on voit dans l'UE, aucun ordre supérieur n'a compétence au Canada pour imposer l'harmonisation sur des questions qui relèvent des compétences provinciales. La technique d'harmonisation adoptée par l'UE explique probablement en partie le plus grand dynamisme des mesures d'harmonisation européennes. On pourra tout de même, au Canada, déplorer, à défaut d'une possibilité de sanction, l'absence de mesures de contrôle visant à assurer que les parties qui ont ratifié les accords du CMC transposent, et correctement, ce qui y est prévu.

Il est tout de même permis de croire que ce dynamisme dont fait preuve l'UE dans l'adoption de mesures de protection des consommateurs tient aussi pour beaucoup à l'importance accordée à la protection du consommateur, considérée comme une condition essentielle au succès du

marché commun. En comparaison, l'ACI, incluant son chapitre 8, semble viser avant tout une homogénéisation des règles afin de faciliter l'expansion pancanadienne des entreprises, et ce, en relayant au second plan la protection des consommateurs. Nous sommes loin, au pays, d'une approche qui imposerait la prise en compte de l'intérêt prioritaire des consommateurs non seulement dans le cadre de l'adoption de mesures visant spécifiquement la protection du consommateur, mais dans toute mesure d'harmonisation.

Il appert donc que l'adoption de l'ACI comme outil prioritaire pour mener vers la création d'un marché libre de barrières n'a pas porté les fruits escomptés. Depuis l'an dernier, le gouvernement canadien semble vouloir ramener au haut de sa liste de priorités cette idée d'un marché intérieur libre de toute barrière. Plusieurs intervenants soulignent toutefois l'absence de données quantitatives et de recherches fiables qui permettraient au Canada de procéder à la création d'un marché homogène de manière réfléchie. La prise en compte des principes qui ont été érigés en priorités par l'UE pourrait certes enrichir la réflexion qui doit avoir lieu au Canada.

Pour peu que l'on se préoccupe réellement de la protection du consommateur, sous ses différents aspects, on peut craindre qu'une course effrénée à la libéralisation des marchés soit envisagée comme une course à la déréglementation et que les lois qui visent, dans les différentes juridictions provinciales et territoriales à garantir certains droits, certaines protections et certains recours aux consommateurs ne soient justement pointées du doigt comme faisant partie de ces barrières qui limitent le commerce intérieur.

Outre les déclarations qui affirment que les consommateurs profiteront forcément de la libéralisation, il est difficile de voir la place que la protection du consommateur occupera dans la révision complète de l'ACI que projette l'actuel ministre de l'Industrie, qui devrait faire l'objet d'une « nouvelle approche ».

S'il faut chercher une nouvelle approche aux ententes visant à consolider un marché ouvert, il n'est probablement pas inutile de regarder du côté du bloc régional européen, où la création d'un marché intérieur unique a eu un degré de réussite enviable, ou encore du côté de l'Australie, qui a une structure politique similaire à celle du Canada et qui a procédé à l'harmonisation des lois de protection du consommateur.

6.1 L'Australie : Une fédération à système juridique unique

L'Australie a choisi d'adopter l'*Australian Consumer Law* dans le cadre d'un plan gouvernemental qui vise la mise sur pied d'une économie nationale homogène. Les États et territoires australiens ont donc consenti à l'adoption d'une législation nationale qui remplace les mesures qu'ils avaient adoptées en vertu de leurs compétences sur la protection du consommateur. Cette approche constitue un engagement ferme dans l'abaissement des barrières au commerce intérieur, mais aussi dans la mise en œuvre d'une volonté de veiller à l'accroissement des mesures de protection dont bénéficient les consommateurs.

L'adoption, en matière de protection du consommateur, d'une loi nationale contraignante qui aurait priorité sur l'ensemble du territoire est difficilement envisageable au Canada. D'une part, les provinces défendent jalousement leurs compétences, dont fait partie la protection du consommateur, et d'autre part, un tel projet serait probablement illusoire au Canada, vu la cohabitation de la common law et du droit civil qui rendrait excessivement complexes

l'élaboration et l'application d'une telle loi supranationale. C'est d'ailleurs le fait que l'Australie soit un pays où le système de Common law prévaut qui a facilité la mise en place de sa loi : les *Trade Practices Act* des États étant plus au moins des reflets de la *Trade Practices Act* australienne de 1974, le remplacement des lois territoriales était d'autant plus facile.

On notera de plus qu'une telle approche a déjà été écartée implicitement par l'ACI, qui reconnaissait à son article 804 que « Chaque Partie peut, dans la réalisation d'un objectif légitime, adopter ou maintenir des mesures établissant le niveau de protection des consommateurs qu'elle estime approprié. »

On gardera tout de même à l'esprit que parmi les objectifs opérationnels qui ont établi le cadre de l'harmonisation australienne se retrouvent, comme ce fut aussi le cas dans l'UE pour ce qui est des directives portant sur la protection des consommateurs, la priorité accordée notamment à l'information des consommateurs, ainsi qu'aux garanties, aux recours et à la lutte aux pratiques abusives, mais aussi l'insistance sur l'importance de prévoir des protections qui répondent aux besoins des plus vulnérables ou désavantagés.

Ces objectifs ont d'ailleurs mené l'Australie à se concentrer sur des sujets qui, pour plusieurs, se sont aussi retrouvés parmi les priorités de l'UE, dont les clauses contractuelles abusives et les nouvelles dispositions sur les recours pour les consommateurs.

6.2 L'Europe : La conciliation des systèmes juridiques et des valeurs sociopolitiques

Au moment de la création du bloc régional européen dans les années 50, la protection du consommateur était loin des préoccupations des pays membres. La communauté européenne a toutefois vite compris que le seul moyen de parvenir à la création de ce marché unique serait de protéger les intérêts économiques de l'acteur clé qu'est le consommateur. Elle s'est alors fixé comme objectifs d'assurer un niveau élevé de protection à tous les consommateurs européens et de défendre leurs intérêts économiques.

Dès les années 70, l'Union européenne a adopté sa première politique de protection des consommateurs. Elle ira encore plus loin dans les années 90, lors de la signature du *Traité de Maastricht*, en adoptant le principe que toute politique adoptée par l'Union européenne visant le rapprochement des mesures législatives, réglementaires et administratives des États membres devra désormais assurer un niveau de protection élevé aux consommateurs. Ce principe demeure prioritaire encore aujourd'hui : une nouvelle politique de protection du consommateur, le *programme « Consommateurs »*, a été adoptée en 2014 et dotée d'un budget de 188.8M€.

L'approche européenne passe notamment par une harmonisation et une amélioration de l'information fournie au consommateur, mais les mesures préconisées par les directives comprennent aussi bien des droits positifs accordés aux consommateurs que des interdictions strictes aux commerçants, et prévoient la mise en place de recours et de mesures de redressement efficaces.

Les États membres ont l'obligation de transposer les directives dans leur droit national, dans les délais que leur imposent les directives. La transposition fait l'objet d'un suivi serré et la

Commission européenne de même que les particuliers disposent de recours en cas de défaut de transposition.

Loin d'être des instruments parfaits, les directives que nous avons étudiées offrent tout de même aux consommateurs des protections et des recours élaborés; ces approches d'harmonisation, qui veillent non seulement à uniformiser, mais du même coup à améliorer la protection du consommateur, pourraient certes servir de modèle à des projets d'harmonisation au Canada.

En effet, les modèles qu'offrent les directives sur les clauses abusives (1993/13/CE), sur la garantie légale (1999/44/CE), sur les actions en cessation (2009/22/CE) et sur les contrats à distance (2011/83/UE) pourraient, s'ils étaient suivis au Canada, avoir un effet positif sur le niveau de protection offert aux consommateurs, mais aussi fournir une base qui a fait ses preuves pour l'harmonisation des lois provinciales et territoriales.

De même, les mesures qui prévoient par exemple l'adoption de formulaires obligatoires pour certains secteurs ou types de transactions problématiques, ou celles qui, dans le cadre de l'octroi du crédit à la consommation, imposent à l'institution prêteuse une obligation stricte de vérifier la capacité de payer du consommateur devraient certes inspirer par leur audace les autorités législatives quand vient le temps de trouver des solutions efficaces à certains problèmes récurrents.

6.3 L'harmonisation des lois de protection du consommateur au Canada

Devant le succès de l'approche de l'UE, le Canada serait bien inspiré de prendre pour modèle ses différentes initiatives d'harmonisation en matière de protection du consommateur. Cela implique, cependant, la reconnaissance de l'importance des consommateurs dans le succès d'un marché commun, et la nécessité d'établir un équilibre entre les consommateurs et les commerçants, à l'échelle du Canada, quitte à imposer de plus grandes obligations à l'industrie et à donner aux consommateurs les moyens de faire respecter et de faire valoir leurs droits.

Reconnaître que le consommateur doit être au cœur de tous les efforts à entreprendre pour le développement du marché intérieur et choisir de faire du niveau de protection des consommateurs le plus élevé possible un des principes clés de toute harmonisation à venir, et ce, à large échelle, plutôt que strictement en matière de protection du consommateur.

Les Parties qui ont élaboré et signé l'ACI ont estimé que la mise sur pied d'un Comité qui veillerait à harmoniser les lois de protection des consommateurs était susceptible de contribuer à l'élimination de certaines barrières. Nous sommes d'avis que cette initiative garde aujourd'hui toute sa pertinence. Le CMC devrait selon nous recevoir tout l'appui nécessaire pour mener à bien son mandat et disposer de ressources suffisantes pour ce faire. Vu les résultats très positifs de la transposition des directives dans l'UE, peut-être serait-il bon d'envisager l'adoption de règles similaires au Canada, pour assurer, à défaut de règles de transposition obligatoire assorties de sanctions, qu'il existe des mesures de contrôle de l'implantation des règles harmonisées dans les législations des provinces. Le principe d'une harmonisation qui assure que le niveau de protection existant le plus élevé devienne, dans tous les cas, la norme minimale doit évidemment être maintenue à tout prix.

Avant même de se lancer dans une mise à jour de l'*Accord sur le commerce intérieur*, il importe, selon nous, qu'une réflexion soit faite sur l'approche idéale qui devra être adoptée pour l'harmonisation des mesures, dans le respect des compétences et des choix de chacune des parties. Vu le rôle essentiel que jouent les consommateurs et leur importance cruciale dans la réalisation d'un marché commun efficace et durable, nous restons d'avis qu'un niveau élevé de protection du consommateur devrait s'imposer comme étant l'un des piliers de toute réforme et de toute politique d'harmonisation à venir.

Recommandations

- Attendu que les barrières au commerce intérieur sont présentées par les entreprises qui désirent faire du commerce transfrontalier au Canada comme étant des irritants importants;
- Attendu que, parmi les barrières au commerce intérieur, on retrouve les disparités qui existent entre les diverses lois de protection du consommateur provinciales et territoriales;
- Attendu que les consommateurs canadiens ne bénéficient pas tous des mêmes mesures de protection partout au Canada;
- Attendu que l'*Accord sur le commerce intérieur* n'a pas eu les effets escomptés;
- Attendu que d'autres blocs régionaux notamment l'Europe et dans une moindre mesure l'Australie ont adopté des approches visant l'harmonisation des lois de protection du consommateur qui assurent un niveau de protection élevé aux consommateurs;
- Attendu que le succès de l'approche européenne repose en partie sur le choix qui a été fait de considérer le consommateur comme un acteur économique central du marché intérieur dont les intérêts économiques doivent être protégés avant tout, et sur l'importance accrue accordée à la protection du consommateur dans l'élaboration des politiques;
- Attendu que, malgré la complexité accrue que représente la présence de deux traditions, civilistes et de common law, l'UE est parvenue à élaborer des modèles d'harmonisation fonctionnels et audacieux sur certaines questions de protection du consommateur primordiales ;
- Attendu que le Canada, qui fait face au même défi de cohabitation de traditions juridiques, serait bien avisé de s'inspirer de ces mesures d'harmonisation;
- Attendu que le succès de l'approche européenne repose en partie sur la mise en place de mesures de suivi, de surveillance et de contrôle relativement à la transposition et au respect des mesures harmonisées, et sur l'octroi de ressources adéquates aux initiatives d'harmonisation;
- Attendu que les deux juridictions que nous avons étudiées ont inclus parmi leurs sujets d'harmonisation prioritaires, les clauses abusives, les garanties et l'accès à la justice, par l'entremise notamment des recours et des droits d'action;

1. Union des consommateurs recommande que le consommateur soit mis au centre de tout processus visant à abaisser les barrières au commerce interprovincial, et que la protection du consommateur et de ses intérêts économiques préside à toute élaboration de politique ou initiative d'harmonisation;

2. Union des consommateurs recommande l'adoption d'un principe à l'effet que le rapprochement des mesures législatives, réglementaires et administratives des provinces et territoires canadiens vise désormais en priorité à assurer, "en tout temps", un niveau de protection élevé aux consommateurs ;

3. Union des consommateurs recommande que le gouvernement canadien veille à assurer le soutien institutionnel et les ressources nécessaires à la conclusion et à la mise en œuvre des ententes d'harmonisation des mesures de protection du consommateur;

4. **Union des consommateurs recommande** au CMC de prendre pour modèle les directives pertinentes de l'UE en vue de travailler à l'harmonisation des lois canadiennes sur des questions prioritaires en matière de protection du consommateur, notamment les garanties, les clauses abusives et l'accès à la justice;
5. **Union des consommateurs recommande** que les prochains travaux sur l'ACI portent notamment sur l'élaboration et la mise en place de mesures de suivi, de surveillance et de contrôle relativement à la transposition et au respect des mesures harmonisées ;
6. **Union des consommateurs recommande** que les gouvernements provinciaux travaillent de concert afin d'actualiser le modèle d'harmonisation en matière de protection du consommateur applicable aux contrats conclus par Internet.

Médiagraphie

AUSTRALIAN GOVERNMENT. *Australian Consumer Law: A Guide to provisions*, Canberra, Australie, novembre 2010, 82 pages.
http://www.fairtrading.qld.gov.au/_data/assets/pdf_file/0005/257144/acl-guide-to-provisions.pdf

BELTRAME, Julian. *Baloney Meter: Claims on interprovincial Trade Barriers range from \$2B - \$50B*, CTV News, Toronto, 17 juillet 2014.
<http://www.ctvnews.ca/politics/baloney-meter-claims-on-interprovincial-trade-barriers-range-from-2b-50b-1.1917898>

BLUE, Ian A. *Free Trade within Canada: Say Goodbye to Gold Seal*, The McDonald-Laurier Institute for Public Policy, Ottawa, mai 2011, 36 pages.
<http://www.macdonaldlaurier.ca/files/pdf/Ian-Blue-Section-121-Free-Trade-within-Canada.pdf>

BOUCHER Me Marcel et Me Yannick LABELLE. *L'adéquation des régimes de garantie légale au Canada*, Union des consommateurs, Montréal, juin 2012, 226 pages.
http://uniondesconsommateurs.ca/docu/protec_conso/Garanties-Legales.pdf

CANADIAN CHAMBER OF COMMERCE. Global economics, Toronto,
Obstacles to Free Trade in Canada: A Study on Internal Trade Barriers, novembre 2004, 22 pages.
<http://www.chamber.ca/download.aspx?t=0&pid=65cd767a-e905-e411-b0ed-000c29c04ade>

The Agreement on Internal Trade: Taking Stock after Three Years, mai 1998, 42 pages.
<http://global-economics.ca/internaltrade.3years.pdf>

COMITÉ DES MESURES EN MATIÈRE DE CONSOMMATION. Ottawa
Accord de coopération pour la mise en œuvre des mesures relatives à la consommation (ACMO), 18 mai 1999, 5 pages.
[https://www.ic.gc.ca/eic/site/cmc-cmc.nsf/vwapj/Coop_enforcement.pdf/\\$FILE/Coop_enforcement.pdf](https://www.ic.gc.ca/eic/site/cmc-cmc.nsf/vwapj/Coop_enforcement.pdf/$FILE/Coop_enforcement.pdf)

Accord relatif à l'harmonisation des lois sur la divulgation du coût du crédit au Canada, introduction, 1 juin 1998, 52 pages.
[http://cmcweb.ca/eic/site/cmc-cmc.nsf/vwapj/coutducredit.pdf/\\$file/coutducredit.pdf](http://cmcweb.ca/eic/site/cmc-cmc.nsf/vwapj/coutducredit.pdf/$file/coutducredit.pdf)

Harmonisation des lois sur la vente directe, 2001, 4 pages.

Modèle d'harmonisation des règles régissant les contrats de vente par Internet, 29 mai 2001, 9 pages.
http://cmcweb.ca/eic/site/cmc-cmc.nsf/fra/h_fe00157.html

Page À propos du CMC, site web du CMC, dernière mise à jour : 05/08/2011.
http://cmcweb.ca/eic/site/cmc-cmc.nsf/fra/h_fe00013.html

Rapport annuel de l'ACI 2001, 22 mai 2002.

<http://cmcweb.ca/eic/site/cmc-cmc.nsf/fra/fe00020.html>

COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES. *Livre vert sur les garanties des biens de consommation et les services après-vente*, site de Europa, Bruxelles, Belgique, 15 novembre 1993, 150 pages.

<http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:1993:0509:FIN:FR:PDF>

COMMISSION DES RELATIONS AVEC LES CITOYENS. *Journal des débats*, Vol. 41, No 10, 4 novembre 2009, pp. 14-16.

<http://www.assnat.qc.ca/fr/travaux-parlementaires/commissions/CRC-39-1/journal-debats/CRC-091104.html#Page00014>

COMMISSION EUROPÉENNE. Site de Europa, Bruxelles, Belgique

Les consommateurs d'abord, mars 2014, 12 pages.

http://europa.eu/pol/pdf/flipbook/fr/consumer_fr.pdf

De 6 à 28 membres, dernière mise à jour 27/06/13.

http://ec.europa.eu/enlargement/policy/from-6-to-28-members/index_fr.htm

Livre blanc sur les services d'intérêt général, 12 mai 2004. <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=URISERV:I23013b&rid=1>

Livre vert sur les services d'intérêt général, J.O, c.61 du 15 mars 2007, Introduction, par. 1, sans date.

<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=CELEX:52003DC0270>

Rapport de la commission au Parlement européen et au Conseil sur l'application de la directive 2009/22/CE du Parlement européen et du Conseil relative aux actions en cessation en matière de protection des intérêts des consommateurs, 6 novembre 2012, 17 pages.

http://ec.europa.eu/consumers/enforcement/docs/report_inj_2012_fr.pdf

Santé et sécurité alimentaire, sans date.

http://ec.europa.eu/dgs/health_food-safety/about_us/who_we_are_fr.htm

Stratégie pour la politique des consommateurs (2007-2013), COM2007 99, 18 décembre 2000, 22 pages.

http://www.europarl.europa.eu/charter/pdf/text_fr.pdf

Tableau d'affichage du marché unique, union 2014.

http://ec.europa.eu/internal_market/scoreboard/index_fr.htm

CONSEIL DE LA FÉDÉRATION. Communiqué de presse : *Les premiers ministres dirigeront un exercice visant le renouvellement en profondeur de l'Accord sur le commerce intérieur*, Premiers ministres des provinces et territoires, salle des nouvelles, Ottawa, 29 août 2014. <http://www.pmprovinceterritoires.ca/fr/dernieres-nouvelles/73-2014/397-les-premiers-ministres-dirigeront-un-exercice-visant-le-renouvellement-en-profondeur-de-l-accord-sur-le-commerce-inte-rieur>

COUNCIL OF AUSTRALIAN GOVERNMENT.

Intergovernmental Agreement for the Australian Consumer Law (IGAACL), cl. 3.2, 2009, 12 pages.

http://www.consumerlaw.gov.au/content/the_acl/downloads/acl_iga.pdf

Page A Seamless National Economy, site du CAG, Canberra, Australie, sans date.

https://www.coag.gov.au/a_seamless_national_economy

DELAPETA, Me Ioana. *La réglementation des contrats à distance : le temps d'un bilan*, Union des consommateurs, Montréal, juin 2014, 194 pages.

<http://uniondesconsommateurs.ca/docu/rapports2014/04-Contrats-a-distance-f.pdf>

DOERN, G. Bruce. *Free-trade Federalism: Negotiating the Canadian Agreement on Internal Trade*, University of Toronto Press, Toronto, 8 mars 1999, 240 pages.

DUCHESNE Me Geneviève et Me Yannick LABELLE. *Les associations de consommateurs et la défense de l'intérêt collectif des consommateurs : réflexions sur l'introduction d'un nouveau recours en droit québécois*, in «L'accès des consommateurs à la justice», sous la direction de Pierre-Claude Lafond, Éditions Yvon Blais, Cowansville, Canada, 2010, pp. 49-67.

EBERS, Martin. *Compendium de droit de la consommation- Analyse comparative: Directive relative aux clauses contractuelles abusives (93/13)*, 104 pages.

http://www.eu-consumer-law.org/consumerstudy_part2c_fr.pdf

GEDDES, John & Nick TAYLOR-VAISEY. Home is Where the Trade Barriers Are, MacLean's, Toronto, 29 octobre 2013.

<http://www.macleans.ca/politics/home-is-where-the-barriers-are-weve-got-free-trade-with-europe-fantastic-now-how-about-all-those-trade-restrictions-between-the-provinces-2/>

GOVERNEMENT DU CANADA. *Accord sur le commerce intérieur : Codification administrative*, Comité du commerce intérieur, Winnipeg, 2007.

http://www.ait-aci.ca/index_fr/ait.htm

http://uniondesconsommateurs.ca/docu/protec_conso/FreinClausesAbusives.pdf

INDUSTRIE CANADA. Toronto

Liste harmonisée des pratiques de recouvrement interdites, révision 25 avril 2003, dernière mise à jour : 08/04/13. <http://www.ic.gc.ca/eic/site/oca-bc.nsf/fra/ca01786.html>

Recherche et statistique sur la PME, dernière mise à jour : 19/11/13

<https://www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/fra/02843.html>

Un Canada, une économie nationale-Modernisation du commerce intérieur au Canada, dernière mise à jour : 06/03/15. http://www.ic.gc.ca/eic/site/081.nsf/fra/h_00007.html

INFOCONSOMMATION.CA. Industrie Canada, Bureau de la consommation, Ottawa
Page *Lois provinciales et territoriales*, , dernière mise à jour : 28/02/12.
<http://www.infoconsommation.ca/eic/site/032.nsf/fra/01173.html>

Page *Ventes de porte-à-porte*, dernière mise à jour : 08/07/13.
<http://www.infoconsommation.ca/eic/site/032.nsf/fra/00041.html>

IVISON, John. *Harper Government aims for Deal to end Provincial Trade Barriers, which cost Canadian economy \$50B annually*, National Post, Toronto, 29 mai 2014.
<http://news.nationalpost.com/2014/05/29/harper-government-aims-for-deal-to-end-provincial-trade-barriers-which-cost-canadian-economy-50b-annually/>

KNOX, Robert H. "Economic Integration in Canada through the Agreement on Internal Trade", in *Canada: The State of the Federation 1997- Non-constitutional Renewal*, dirigé par Harvey Lazar, Institut des relations intergouvernementales, 1997, 200 pages.
<http://www.queensu.ca/iigr/pub/archive/SOTF/SOTF1997-part1.pdf>

LABELLE, Me Yannick. *Multiplication des recours*, Union des consommateurs, Montréal, juin 2013, 124 pages.
<http://uniondesconsommateurs.ca/wp-content/uploads/2013/11/03-Multiplication-recours-rapport-V3-FR-complet.pdf>

MACMILLAN, Kathleen & Patrick GRADY. *Obstacles interprovinciaux au commerce intérieur des biens, services et mouvement de capitaux : Politiques, lacunes de connaissances et questions de recherche*, Industrie Canada, Ottawa, document de travail 2007-11, 2011, 29 pages.
[https://www.ic.gc.ca/eic/site/eas-aes.nsf/vwapj/wp200711F.pdf/\\$file/wp200711F.pdf](https://www.ic.gc.ca/eic/site/eas-aes.nsf/vwapj/wp200711F.pdf/$file/wp200711F.pdf)

MCLEAN, James. *Symposium de l'Accord sur le commerce intérieur*, Forum des politiques publiques du Canada Public Policy Forum, Ottawa, janvier 2014, 32 pages.
http://www.pppforum.ca/sites/default/files/AIT_FR_REPORT.pdf

PATTERSON, Jeannie Marie. *The New Consumer Guarantee Law and the Reasons for Replacing the Regime of Statutory Implied Terms in Consumer Transactions*, Melbourne University Law Review, Vol 35, Melbourne, Australie, 2011, pp. 252-279.
http://www.law.unimelb.edu.au/files/dmfile/35_1_8.pdf

PIERCE, Andrea. *Profil des PME : le commerce interprovincial*, Industrie Canada, Ottawa, novembre 2013, 27 pages.
[https://www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/vwapj/PPME-SMEP_2013-11_fra.pdf/\\$file/PPME-SMEP_2013-11_fra.pdf](https://www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/vwapj/PPME-SMEP_2013-11_fra.pdf/$file/PPME-SMEP_2013-11_fra.pdf)

PRODUCTIVITY COMMISSION. *Review of Australia's Consumer Policy Framework*, Vol. 1, No 54, Canberra, Australie, 30 avril 2008, 84 pages.
<http://www.pc.gov.au/inquiries/completed/consumer-policy/report/consumer1.pdf>

RICHARDSON, James. *A new Vision for Interprovincial Trade in Canada*, Canadian Council of Chief Executives, Ottawa, 6 août 2014, 17 pages.
http://www.dpac-atlc.ca/documents/AIT_Letter_Report_Aug2014_ENG_Complete_NS.pdf

SCHURR, Francesco A. *The Relevance of the European Consumer Protection Law for the Development of the European Contract Law*, (2007) 38 V.U.W.L.R., pp. 131-144.
www.upf.pf/IMG/pdf/09-Schurr.pdf

SECRETARIAT DU COMMERCE INTÉRIEUR. Site de l'Accord sur le commerce intérieur, Toronto, sans date.
http://www.ait-aci.ca/index_fr.htm

TOUTELEUROPE.EU. *Transposition des directives: Palmarès des États membres*, portail des questions européennes, Paris, France, 23 février 2015.
<http://www.touteleurope.eu/actualite/transposition-des-directives-le-palmares-des-etats-membres.html>

UNION DES CONSOMMATEURS. Montréal
Contribution de l'Union des consommateurs portant sur le droit d'action des associations des consommateurs, mars 2008, 29 pages.
http://uniondesconsommateurs.ca/protect/UC OPC phase2_080317.pdf

Mettre un frein aux clauses abusives dans les contrats de consommation, septembre 2011, 113 pages.
http://uniondesconsommateurs.ca/docu/protec_conso/FreinClausesAbusives.pdf

VEGH, George. *The Characterization of Barriers to Interprovincial Trade under the Canadian Constitution*, 34 Osgoode Hall L. J. 355 (1996).
<http://digitalcommons.osgoode.yorku.ca/ohlj/vol34/iss2/5>

ANNEXE 1 : Liste des directives européennes¹⁷³

- 1) *Directive 90/314/CEE du Conseil, du 13 juin 1990, concernant les voyages, vacances et circuits à forfait.*
- 2) *Directive 93/13/CEE du Conseil, du 5 avril 1993, concernant les clauses abusives dans les contrats conclus avec les consommateurs.*
- 3) *Directive 97/55/CE du Parlement Européenne et du Conseil du 6 octobre 1997 modifiant la Directive 84/450/CEE sur la publicité trompeuse afin d'y inclure la publicité comparative.*
- 4) *Directive 98/6/CE du Parlement européen et du Conseil du 16 février 1998 relative à la protection des consommateurs en matière d'indication des prix des produits offerts aux consommateurs.*
- 5) *Directive 1999/44/CE du Parlement européen et du Conseil, du 25 mai 1999, sur certains aspects de la vente et des garanties des biens de consommation.*
- 6) *Directive 2002/65/CE du Parlement européen et du Conseil du 23 septembre 2002 concernant la commercialisation à distance de services financiers auprès des consommateurs, et modifiant les directives 90/619/CEE du Conseil, 97/7/CE et 98/27/CE.*
- 7) *Directive 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil du 11 mai 2005 relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur et modifiant la directive 84/450/CEE du Conseil et les directives 97/7/CE, 98/27/CE et 2002/65/CE du Parlement européen et du Conseil et le règlement (CE) no 2006/2004 du Parlement européen et du Conseil.*
- 8) *Directive 2008/122/CE du Parlement européen et du Conseil du 14 janvier 2009 relative à la protection des consommateurs en ce qui concerne certains aspects des contrats d'utilisation de biens à temps partagé, des contrats de produits de vacances à long terme et des contrats de revente et d'échange.*
- 9) *Directive 2008/48/CE du Parlement européen et du Conseil du 23 avril 2008 concernant les contrats de crédit aux consommateurs et abrogeant la directive 87/102/CEE du Conseil.*
- 10) *DIRECTIVE 2009/22/CE DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU CONSEIL du 23 avril 2009 relative aux actions en cessation en matière de protection des intérêts des consommateurs.*
- 11) *Directive 2011/83/UE du Parlement européen et du conseil du 25 octobre 2011 relative aux droits des consommateurs, modifiant la directive 93/13/CEE du Conseil et la directive 1999/44/CE du Parlement européen et du Conseil et abrogeant la directive 85/577/CEE du Conseil et la directive 97/77/CE du Parlement européen et du Conseil.*

¹⁷³ Les directives en matière de protection du consommateur sont disponibles sur le site de la Commission européenne [En ligne] http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/law/index_en.htm (page consultée le 23 octobre 2014).

- 12) *Directive 2011/90/UE de la Commission du 14 novembre 2011 modifiant l'annexe I, partie II, de la directive 2008/48/CE du Parlement européen et du Conseil énonçant les hypothèses supplémentaires nécessaires au calcul du taux annuel effectif global.*
- 13) *Directive 2014/17/UE du Parlement européen et du Conseil du 4 février 2014 sur les contrats de crédit aux consommateurs relatifs aux biens immobiliers à usage résidentiel et modifiant les directives 2008/48/CE et 2013/36/UE et le règlement (UE) no 1093/2010.*