

PROBLÈMES DE TÉLÉDISTRIBUTION : quels recours individuels pour les consommateurs canadiens ?

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



Juin 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

Rédaction du rapport

- Union des consommateurs

Recherche

- Sophie Roussin et Me Yannick Labelle

Direction de rédaction

- Me Marcel Boucher



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	5
Introduction	6
1 Le marché de la télédistribution au Canada	9
1.1 Portrait du marché de la télédistribution au Canada	9
1.2 Portrait des plaintes relatives au marché de la télédistribution au Canada	11
1.2.1 Le nombre de plaintes	11
1.2.2 La nature des plaintes.....	14
1.3 Dépôt d'une plainte concernant un service de télédistribution et satisfaction des consommateurs	18
2. Portrait des services de règlement des différends dans le secteur de la télédistribution au Canada	22
2.1 Règlement des différends chez les fournisseurs de services de télédistribution	23
2.1.1 Bell	23
2.1.2 Rogers.....	25
2.1.3 Shaw	26
2.1.4 Vidéotron.....	27
2.1.5 Cogeco.....	28
2.2 Mécanismes de résolution des différends au niveau fédéral	29
2.2.1 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) ...	30
2.2.2 Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications (CPRST).....	34
2.2.3 Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCNR)	35
2.2.4 Bureau de la concurrence	36
2.2.5 Conseil des normes de télévision par câble (CNTC)	37
2.3 Commentaires des organismes fédéraux et des entreprises	39
2.4 Commentaires des organismes provinciaux de protection des consommateurs	43
2.5 Protections et résolution des différends au niveau provincial	46
2.5.1 Survol des lois provinciales de protection du consommateur	47
2.6 Conclusion	58

3.	Survol des services de règlements des différends dans le secteur de la télédistribution à l'étranger	59
3.1	États-Unis	59
	3.1.1 Federal Communications Commission (FCC)	59
	3.1.2 Autorités de franchises locales (Local Franchising Authorities – LFA)	61
	3.1.3 Procédures propres à certains États	62
3.2	France	63
	3.2.1 Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF)	63
	3.2.2 Médiateur des communications électroniques	65
	3.2.3 Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (ARCEP)	67
3.3	Belgique	68
	3.3.1 Institut belge des services postaux et des télécommunications (IBPT)	68
	3.3.2 Direction générale de l'Inspection économique du SPF Économie	69
	3.3.3 Service de médiation pour les télécommunications	70
3.4	Australie	71
	3.4.1 Australian Communications and Media Authority (ACMA)	71
	3.4.2 Telecommunication Industry Ombudsman (TIO)	73
	3.4.3 Procédures propres à certains États (Fair Trading offices)	74
3.5	Royaume-Uni	75
	3.5.1 Office of Communications (OFCOM)	75
	3.5.2 Ombudsman Services	76
Synthèse et conclusions		78
Recommandations		84
Médiagraphie		86
ANNEXES		
1	Questionnaire du sondage	92
2	Questionnaire destiné aux autorités fédérales et aux entreprises qui reçoivent des plaintes relatives aux services de télédistribution	96
3	Questionnaire destiné aux autorités gouvernementales de protection du consommateur des provinces	98

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* (CI), organisme reconnu notamment par les Nations Unies.

Introduction

On perçoit que les gens se trouvent généralement bien desservis par la diversité de la programmation. Par contre, il y a parfois de la frustration sur l'abordabilité des services câblo-satellites, sur les choix du nombre de forfaits. Il faut forger de nouveaux outils pour avoir des recours

Jean-Pierre Blais, Président du CRTC¹

Quoi qu'en disent quelques médias, et malgré l'essor certain des services de télévision par contournement, l'industrie de la télédistribution est florissante et n'est guère en voie de disparition à court terme au Canada, l'un des 10 pays où le pourcentage d'abonnements à la télévision payante est le plus élevé au monde². En effet, en 2013, le taux de pénétration des services de télédistribution y atteignait 85 %³. Pourtant, les recours disponibles pour les consommateurs canadiens qui rencontreraient des problèmes avec des services de télédistribution sont très peu nombreux. Malgré que le sujet soit pour lui hors mandat, le Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications (CPRST) a enregistré au cours de l'exercice 2013-2014 pas moins de 3 496 plaintes relatives à la radiodiffusion (télévision), soit près de deux fois plus qu'au cours de l'exercice 2011-2012, et plus du tiers de l'ensemble des plaintes hors mandat⁴. Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) indique également avoir reçu des demandes de renseignements et des plaintes dans le secteur de la radiodiffusion, en plus grand nombre que celles qui ont porté sur les télécommunications :

Au cours de la période de 12 mois se terminant le 31 mars 2013, le Conseil a reçu 31 300 demandes de renseignements et plaintes. Parmi celles-ci, 55 % concernaient des enjeux liés à la radiodiffusion et 45 % touchaient les télécommunications⁵.

¹ **RADIO-CANADA.** *Le CRTC veut revoir les règles télévisuelles*, Radio-Canada, Montréal, Canada, 7 novembre 2013. [En ligne] <http://www.radio-canada.ca/nouvelles/Economie/2013/11/07/011-crtc-blais-television.shtml#> (Page consultée le 31 juillet 2014).

² **MARKETINGCHARTS STAFF.** *US Among Top 10 Countries by Pay-TV Penetration*, Marketing Charts, Thetford Center, Vermont, États-Unis, 11 juillet 2013. [En ligne] <http://www.marketingcharts.com/television/us-among-top-10-countries-by-pay-tv-penetration-34936/> (Page consultée le 29 juillet 2014).

³ **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES.** *Rapport de surveillance des communications 2014 : Système de radiodiffusion*, CRTC, Ottawa, Ontario, 16 octobre 2014, tableau 4.3.4. [En ligne] <http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/policymonitoring/2014/cmr4.htm> (Page consultée le 15 septembre 2014).

⁴ **COMMISSAIRE AUX PLAINTES RELATIVES AUX SERVICES DE TÉLÉCOMMUNICATIONS.** *Moteur de changement positif - rapport annuel 2013-14*, CPRST, Ottawa, Ontario, Canada, 2014, 42 pages. Voir p. 33. [En ligne] <http://www.ctcs-cprst.ca/wp-content/uploads/pdfs/fr/2013-2014/CPRST-Rapport-Annuel-2013-2014.pdf> (Document consulté le 15 janvier 2015).

⁵ **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES.** *Rapport de surveillance des communications 2013*, Ottawa, Ontario, Canada, septembre 2013. [En ligne] <http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/policyMonitoring/2013/cmr.htm> (Document consulté le 17 novembre 2014).

Pourquoi les consommateurs sont-ils aussi nombreux à se plaindre? Il est difficile d'avoir des précisions sur ces doléances, puisque le CPRST ne peut traiter que les plaintes relatives aux services de télécommunication et que le CRTC ne donne pas de détails sur les plaintes qu'il reçoit à ce sujet.

Le CRTC peut pour sa part tenir compte de l'avis des consommateurs au sujet des services de radiodiffusion lorsqu'il rend des décisions dans ce secteur. Néanmoins, aucun recours ne semble exister au niveau fédéral pour régler les cas individuels de consommateurs qui n'arrivent pas à s'entendre avec leur télé distributeur.

Les plaintes quant au contenu des émissions de télé et radio peuvent être portées notamment devant le Conseil canadien des normes en radiotélévision (CCNR). Les questions et problèmes liés au contenu des émissions et à la concurrence entre les entreprises seront très brièvement abordés, mais ne sont toutefois pas l'objet central de notre étude. Qu'en est-il des plaintes qui portent sur le service de télé distribution lui-même, et sur les questions contractuelles en jeu dans ce type de contrats ?

Des recours existent bien sûr en vertu des lois provinciales relatives aux contrats ou à la protection du consommateur; or ce type de recours implique généralement que le consommateur porte sa cause devant les tribunaux. En effet, les agences provinciales chargées d'appliquer les lois sur la protection du consommateur n'offrent pas toutes des services de gestion des plaintes individuelles ou des services de médiation qui pourraient aider au règlement des litiges. Ainsi, sur le plan des recours disponibles, les utilisateurs de services de télé distribution sont grandement désavantagés par rapport aux utilisateurs des services de télécommunications, qui disposent des mêmes recours au provincial, mais qui ont également accès à des services de médiation au fédéral.

Il est évidemment primordial que les consommateurs connaissent leurs droits, mais aussi qu'ils disposent des possibilités de les faire valoir s'ils se sentent lésés. Quels problèmes rencontrent les consommateurs relativement aux services de télé distribution?

À quels organismes s'adressent dans les faits les consommateurs qui rencontrent des problèmes dans le cadre de leurs contrats de télé distribution ? Et sont-ils satisfaits du traitement de leurs plaintes? Puisqu'aucune donnée détaillée n'existe à ce sujet auprès des différents organismes qui révèlent l'existence de plaintes, les rapports ne dévoilant que le nombre plutôt que la nature des plaintes, il nous est apparu essentiel de réaliser une étude de la question, afin de déceler les problèmes d'accès à des services de traitement des plaintes que les consommateurs pourraient rencontrer et de proposer, le cas échéant, les correctifs qui pourraient sembler nécessaires.

Notre premier chapitre dresse un portrait général du marché de la télé distribution au Canada (définitions des termes, pénétration des services, types d'offres privilégiés par les clients, etc.), puis présente un portrait des plaintes des consommateurs relativement à ces services (nombre et nature des plaintes).

Le deuxième chapitre présente en détail les différents services disponibles pour traiter les plaintes des consommateurs à l'égard de leur fournisseur de services de télédistribution. Nous examinons d'abord les recours internes offerts par les entreprises de télédistribution, puis ceux qui sont offerts par les organismes fédéraux qui reçoivent des plaintes en matière de services de télédistribution et enfin, les recours dont disposent les consommateurs en vertu des lois provinciales. Nous présentons notamment dans ce chapitre les résultats de consultations effectuées auprès des entreprises de télédistribution et des organismes fédéraux et provinciaux qui reçoivent des plaintes dans le domaine de la télédistribution.

Le troisième chapitre présente un survol de divers recours disponibles à l'étranger, soit aux États-Unis, en France, en Belgique, en Australie et au Royaume-Uni, en matière de télédistribution.

Pour terminer, une dernière partie examine les solutions qui permettraient d'assurer que les services offerts aux consommateurs pour régler leurs différends relativement à leur service de télédistribution sont accessibles et efficaces. Cette partie présente une synthèse générale et les conclusions de la recherche.

Au fil du rapport, nous ferons état des résultats d'un sondage téléphonique effectué dans le but de connaître les motifs qui mènent les consommateurs à porter plainte suite à un problème avec un fournisseur de service de télédistribution, leur connaissance des différents services de règlement des différends et leur satisfaction vis-à-vis de ces services.

La synthèse et les conclusions de notre recherche seront suivies de nos recommandations.

1 Le marché de la télédistribution au Canada

1.1 Portrait du marché de la télédistribution au Canada

Les communications comprennent un ensemble de services différents. Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes est responsable, comme son nom l'indique, tant de la radiodiffusion que des télécommunications, qui relèvent toutes deux de lois distinctes. Les télécommunications comprennent les services de téléphonie filaire ou sans fil, et l'accès Internet. C'est au domaine de la radiodiffusion qu'appartient la télédistribution – la distribution de radiodiffusion par voie de télécommunication avec ou sans fil –, soit la transmission de programmes visuels ou sonores vers des usagers par des réseaux de câbles, par satellite ou par protocole IP. La loi canadienne distingue les entreprises de distribution des entreprises de programmation, les premières recevant des signaux pour les redistribuer, les secondes transmettant du contenu, soit directement, soit à des distributeurs. Ces deux types d'entreprises sont inclus dans le terme plus large « entreprises de radiodiffusion »⁶.

Pour l'année 2013, le CRTC note que près de 85% des foyers canadiens sont abonnés à un service de télédistribution (nombre d'abonnements/nombre total de foyers au Canada)⁷. L'année précédente, en 2012, le pourcentage d'abonnement était sensiblement le même.

En 2012, le nombre de foyers abonnés aux services de télévision de base a augmenté de 1 p. 100 pour s'établir à 12 millions. Au Canada, plus de 68 p. 100 des abonnés des services de télévision obtenaient ces services d'une entreprise de câblodistribution, 24 p. 100 d'une entreprise de distribution par satellite et 8 p. 100 d'entreprises qui diffusent la programmation télévisuelle au moyen de lignes téléphoniques (soit le service de télévision par protocole Internet). Les familles canadiennes ont consacré, en moyenne, 52 \$ par mois aux services de télévision, soit à peine moins que le montant de l'année précédente⁸.

Le taux d'abonnement à des services de télédistribution au Canada dépasse celui de nombreux pays européens, où l'on trouve généralement, selon Deloitte, des proportions d'abonnement qui varient entre 35 et 60 %⁹ (alors que certains États membres présentent, comme on le constate au tableau suivant, des taux de pénétration exceptionnels, voire absolus).

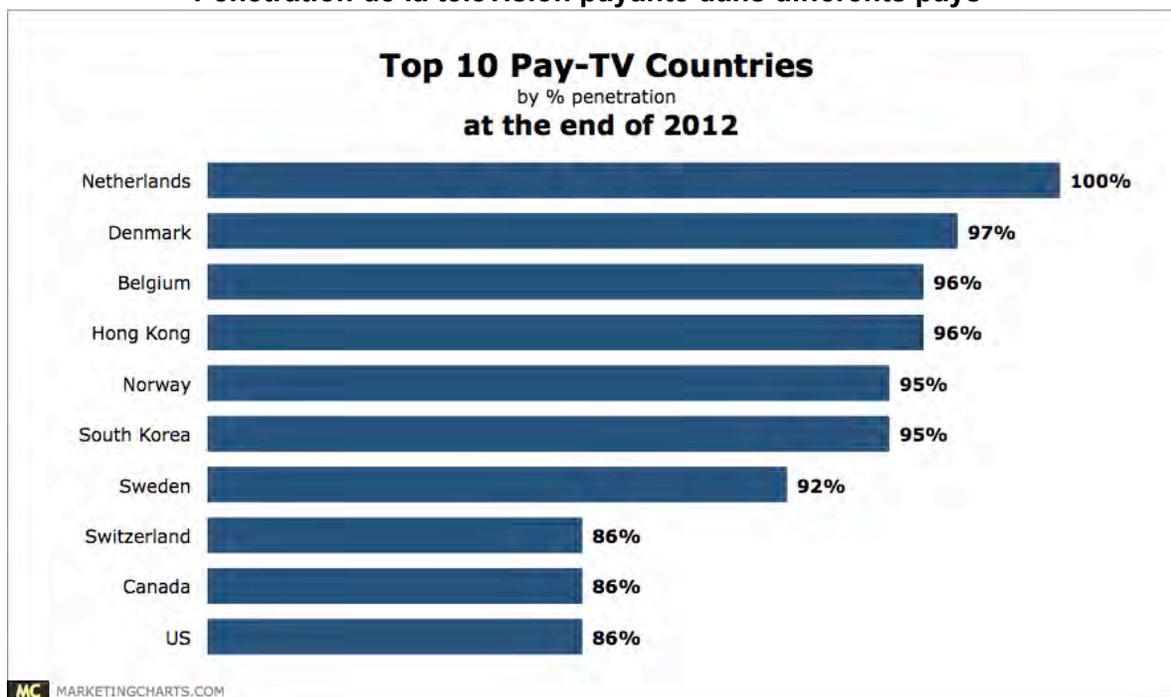
⁶ *Loi sur la radiodiffusion*, L.C. 1991, ch. 11, Article 2, définitions.

⁷ *Op. cit.*, note 3. **CRTC**, *Rapport de surveillance 2014*. Le taux d'abonnement des foyers canadiens était de 83,0 % en 2009, de 84,5 % en 2010, de 85,8 % en 2011 et de 85,6 % en 2012. Il était de 84,9 % en 2013.

⁸ **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES**. *Le CRTC publie son rapport annuel sur l'état du système des communications au Canada*, Ottawa, Ontario, Canada, 26 septembre 2013. [En ligne] <http://www.crtc.gc.ca/fra/com100/2013/r130926.htm> (Page consultée le 18 janvier 2015).

⁹ **DELOITTE**. *The reality of « cord cutting » in North America*, Londres, Royaume-Uni, 2013, 2 pages. [En ligne] http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/Technology-Media-Telecommunications/dttl_TMT_Predictions2013_RealityofCordCuttingNA.pdf (Document consulté le 15 janvier 2015).

Tableau 1
Pénétration de la télévision payante dans différents pays¹⁰



Preuve que l'industrie se porte bien : le revenu des entreprises de radiodiffusion au Canada ne cesse d'augmenter, comme l'indique le tableau 2.

Tableau 2
Revenu des services de base et facultatifs des entreprises de radiodiffusion¹¹

Années	2009	2010	2011	2012	2013	Taux de croissance annuel composé 2009-2013
Total des revenus (en millions \$)	7 440,9	8 129,7	8 585,8	8 757,0	8 989,6	4,8

Si les services de télédistribution sont si populaires au pays, c'est que la télé remplit un rôle essentiel pour des millions de Canadiens ; elle leur permet d'accéder à l'information, au divertissement, à la culture, et leur donne une ouverture sur le monde.

Par contre, les relations entre les Canadiens et leurs fournisseurs de services de télédistribution ne sont pas toujours sans heurts. Vu l'importance de ces services, il importe bien sûr que les Canadiens qui rencontrent un problème aient à leur disposition un mode de règlement qui soit accessible et efficace.

¹⁰ Op. cit., note 2, **MARKETINGCHARTS STAFF**. *US Among Top 10 Countries*

¹¹ Op. cit., note 3. **CRTC**, *Rapport de surveillance 2014*.

1.2 Portrait des plaintes relatives au marché de la télédistribution au Canada

Afin d'obtenir un portrait juste des plaintes en matière de télédistribution, nous avons consulté les données disponibles publiées par le CRTC et le CPRST, mais aussi les interventions soumises au CRTC dans le cadre de sa consultation *Parlons télé* ainsi que d'autres données publiquement accessibles.

Nous avons aussi, afin d'obtenir de première main de plus amples renseignements relativement aux plaintes dans le domaine de la télédistribution, mandaté une firme externe afin d'effectuer un sondage auprès des consommateurs. Au total, 1503 Canadiens adultes abonnés à un service de câblodistribution ont répondu à ce sondage téléphonique, mené entre le 28 juillet et le 30 août 2014¹². La marge d'erreur maximale est 2.5% 19 fois sur 20.

Notre questionnaire comportait 13 questions auxquelles s'ajoutaient quelques demandes de renseignements qui visaient à classer les participants et à établir leur profil socioéconomique.

Nos questions portaient sur les problèmes rencontrés par les répondants relativement à leurs services de télédistribution, sur les modes de règlement privilégiés et sur l'appréciation des recours disponibles et cherchaient en outre à obtenir leur point de vue sur les recours additionnels qui devraient selon eux être disponibles.

1.2.1 Le nombre de plaintes

Beaucoup de consommateurs canadiens sont confrontés à des différends avec leurs fournisseurs ; comme nous l'avons vu, plusieurs milliers de plaintes sont enregistrées chaque année par le CRTC et le CPRST. La radiodiffusion semble d'ailleurs générer beaucoup plus de plaintes auprès du CPRST (qui n'a pourtant pas pour mandat de traiter ce type de plaintes) que plusieurs secteurs des télécommunications.

¹² Le sondage a été réalisé par Passages Marketing. Le questionnaire du sondage est reproduit à l'Annexe 1.

Tableau 3
Sujets des plaintes auprès du CPRST 2012-2013¹³

Line of Business	Number of Issues Raised	Percentage of Total (rounded)
Wireless	11,633	50%
Broadcast	3,856	17%
Internet	3,758	16%
Local Phone	3,172	14%
Long Distance	699	3%
Other (white pages, directory)	5	0%
TOTAL	23,123	100%

Le CPRST, dans son intervention dans le cadre de la consultation *Parlons télé* du CRTC, a fourni quelques données quant aux plaintes reçues relativement aux services de radiodiffusion :

CCTS analyzed all of the in-scope telecommunications complaints that reached the Investigation level in the first three quarters of 2013-14, and in which a broadcasting issue was also raised. Over 60% of these complaints included broadcast services as part of a bundle with telecommunications services. [...]

Despite the fact that broadcasting services are not within the CCTS mandate, our 2012-13 Annual Report notes that broadcasting issues (primarily related to television) were raised by consumers in complaints to CCTS 3,856 times. This compares to 19,297 issues about in-mandate telecommunications services (in 13,692 complaints). This puts broadcasting second only to wireless in terms of the “most complained about” lines of business in 2012-13¹⁴.

L'entreprise Rogers a présenté, dans le cadre de cette même consultation, des chiffres relativement aux plaintes qu'elle reçoit dans le domaine de la radiodiffusion. Rogers a notamment indiqué :

[...] nos dossiers indiquent que le volume de plaintes liées au service de télévision a chuté depuis 2011, année où le Conseil [CRTC] a transmis environ 160 plaintes à Rogers. Pour 2012 et 2013, le total des plaintes atteignait moins de la moitié de ce nombre, et 2014 suit cette tendance jusqu'à maintenant. En plus de nous intéresser au volume total, nous faisons également le suivi du motif principal de chaque plainte. Les tableaux ci-après [tableau 3] décrivent les cinq principaux motifs des plaintes que Rogers a reçues du Conseil [CRTC] relativement au service de télévision :

¹³ **COMMISSAIRE AUX PLAINTES RELATIVES AUX SERVICES DE TÉLÉCOMMUNICATIONS.** Intervention du CPRST dans le cadre de la consultation *Parlons télé : une conversation avec les Canadiens*, CPRST, Ottawa, Canada, 27 juin 2014. Accessible sur le site Internet du CRTC. [En ligne] <https://services.crtc.gc.ca/pub/ListeInterventionList/Documents.aspx?ID=218359&en=2014-190&dt=i&lang=f&S=C&PA=b&PT=nc&PST=a> (Document consulté le 5 février 2015).

¹⁴ *Ibid.* Le rapport annuel 2013-2014 du CPRST (*op.cit.*, note 4) rapportait 3 496 plaintes relativement aux services de radiocommunication (télévision) et 13 en radiocommunication (radio).

Tableau 4
Sujets des plaintes transmises à Rogers par le CRTC entre 2011 et 2014

Motifs-de-2011		%
Qualité-du-service	32	38%
Disponibilité-des-services	19	23%
Frais-contestés	14	17%
Frais-uniques-contestés	10	12%
Politique-de-débranchement-de-30-jours	9	11%

Motifs-de-2012		%
Qualité-du-service	12	41%
Disponibilité-des-services	7	24%
Frais-contestés	4	14%
Recouvrement	3	10%
Frais-uniques-contestés	3	10%

Motifs-de-2013		%
Soutien-technique	16	36%
Changements-liés-aux-forfaits-ou-aux-services	15	33%
Substitutions-simultanées	7	16%
Contestations-de-factures	4	9%
Résiliation	3	7%

Motifs-de-2014		%
Soutien-technique	9	41%
Changements-liés-aux-forfaits-ou-aux-services	5	23%
Réparations-ou-échanges-d'équipement	3	14%
Accès-aux-renseignements-personnels	3	14%
Réparations-du-câble	2	9%

Comme ces tableaux l'indiquent, nous ne recevons tout simplement pas un volume considérable de plaintes concernant les problèmes susmentionnés de la part du Conseil. En fait, le nombre de plaintes est à la baisse. Chaque année, la première catégorie de motif de plainte, en termes de volume, est liée soit au soutien technique ou soit à la qualité du service, ce qui peut dépendre d'une myriade de facteurs comme les pannes de câble ou les préoccupations touchant le volume de messages commerciaux dans les services de télévision¹⁵.

Dans son rapport annuel 2013, le *Council of Better Business Bureaus, Inc.* (CBBB), organisation dédiée à la promotion des relations de confiance entre les entreprises et les consommateurs, présentait les principaux sujets de plaintes des consommateurs : il appert que la télévision est l'objet d'un très grand nombre de plaintes. Le tableau 5 présente les 10 sujets de plaintes les plus courants en 2013.

¹⁵ **ROGERS COMMUNICATIONS INC.** Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2014-190, Parlons télé, Commentaires de Rogers Communications inc., Ottawa, Ontario, Canada, 27 juin 2014. Intervention version française. [En ligne] <https://services.crtc.gc.ca/pub/ListeInterventionList/Documents.aspx?ID=218412&en=2014-190&dt=i&lang=f&S=C&PA=b&PT=nc&PST=a> (Document consulté le 10 janvier 2015).

Tableau 5
Plaintes les plus courantes en 2013¹⁶

1. Cellular Telephone Service & Supplies
2. Telephone Communications
3. Television - Cable, CATV & Satellite
4. Auto Dealers - New Cars
5. Collection Agencies
6. Auto Dealers - Used Cars
7. Internet Shopping
8. Furniture - Retail
9. Banks
10. Auto Repair & Service

Pour 2014, le CBBB rapporte des résultats semblables, comparant le nombre des plaintes de l'année courante avec celui de l'année précédente : cellulaire : 33,2 % (en baisse de 12 %) ; téléphonie : 29,7 (en baisse de 5 %) ; télévision, câble-satellite : 27,6 % (en hausse de 3 %)¹⁷.

Parmi les 1503 Canadiens adultes abonnés à un service de câblodistribution qui ont participé à notre sondage, 24 % ont déclaré avoir déjà rencontré un problème, toutes natures confondues, avec leur distributeur de service de télédistribution (Q2. *Avez-vous déjà rencontré un problème, peu importe sa nature, que ce soit lors de l'installation, avec la facturation, le service à la clientèle, etc., avec votre service ou votre fournisseur de télédistribution?*).

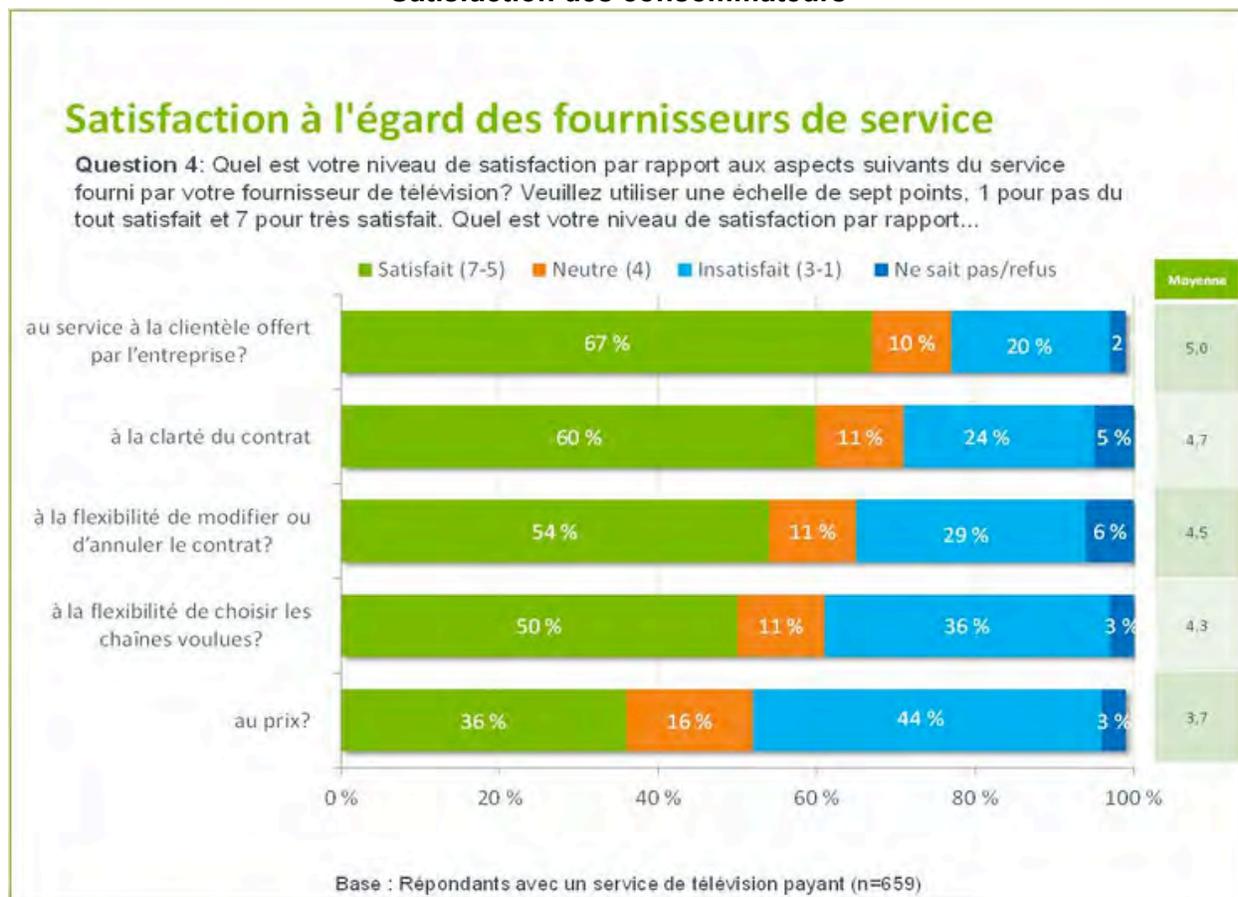
1.2.2 La nature des plaintes

Dans le cadre de la consultation *Parlons télé*, Harris/Decima a présenté les résultats d'un sondage téléphonique réalisé en décembre 2013 auprès de 801 adultes canadiens, qui demandait notamment aux répondants leur degré de satisfaction à l'égard de certains aspects de leur service de télévision. Pour les 659 répondants qui ont un service de télévision payant, le prix et le manque de flexibilité remportent la palme des insatisfactions.

¹⁶ **COUNCIL OF BETTER BUSINESS BUREAUS INC.** 2013 Annual report. Arlington, Virginie, États-Unis, 20 pages. [En ligne] http://www.bbb.org/globalassets/local-bbbs/council-113/media/annual-reports/cbbb_annual_report_2013-final.pdf (Document consulté le 15 novembre 2014).

¹⁷ **COUNCIL OF BETTER BUSINESS BUREAUS INC.** USA Today Snapshot - Most Complaints Filed with BBB in 2014, Arlington, Virginie, États-Unis, 27 mars 2015. [En ligne] <http://www.bbb.org/council/news-events/bbb-in-the-news/2015/03/usa-today-snapshot-most-complaints-filed-with-bbb-in-2014/> (Page consultée le 27 mai 2015).

Tableau 6
Satisfaction des consommateurs¹⁸



L'écart important entre les degrés d'insatisfaction (seuls 36 % des répondants se déclarent satisfaits des prix) et le nombre de plaintes rapportées montre bien qu'une insatisfaction n'entraîne pas nécessairement une plainte. Le rapport du CRTC qui présente un résumé des observations reçues au cours de sa consultation *Parlons télé* se penche brièvement sur les commentaires relatifs au service à la clientèle :

Plusieurs participants trouvent que les EDR [entreprises de distribution de radiodiffusion] donnent un service à la clientèle de qualité médiocre ou inégale. Ils évoquent les longs temps d'attente lors d'un appel au service à la clientèle, le manque de suivi de la part des représentants du service à la clientèle et de leur peu d'empressement à traiter les plaintes et à proposer des solutions de la part du fournisseur. D'autres pensent que le service téléphonique fourni par les représentants ne vaut pas le service offert en magasin¹⁹.

¹⁸ **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES.** *Parlons télé : Rapport de recherche quantitative*, CRTC, Ottawa, Ontario, Canada, 24 avril 2014. [En ligne] <http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/rp140424.htm> (Document consulté le 12 novembre 2015).

¹⁹ **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES.** *Parlons télé: commentaires reçus au cours de la première étape*, CRTC, Ottawa, Ontario, Canada, 29 janvier 2014. [En ligne] <http://www.crtc.gc.ca/broadcast/fra/hearings/2013/2013-563oc2.htm> (Document consulté le 12 novembre 2015).

Le CRTC se penche aussi sur les commentaires émis relativement au prix des services de télédistribution, notant que des comparaisons ont été faites par certains intervenants avec les prix plus bas payés dans d'autres pays, et résumant comme suit certains commentaires :

Quoi qu'il en soit, il est clair que les participants veulent pouvoir accéder à du contenu à coûts raisonnables. Certains pensent que les forces du marché peuvent contrôler les prix. Toutefois, dans le contexte actuel où de grandes sociétés contrôlent la plupart des EDR, il est essentiel de conserver un minimum de réglementation des tarifs, que ce soit pour les services regroupés dans un forfait de base ou les services offerts à la pièce²⁰.

Dans le cadre de la même consultation, le CRTC, qui sollicitait l'avis des utilisateurs, a demandé aux consommateurs : *Avez-vous suffisamment d'information pour exercer des choix éclairés ou encore pour trouver des solutions si vous êtes insatisfait?* Il ressort notamment des réponses obtenues une grande insatisfaction quant aux forfaits disponibles, dont les prix seraient trop élevés et qui n'offriraient pas de véritables choix, mais aussi que les endroits où porter plainte ne sont pas clairement indiqués. Notons parmi les commentaires recueillis (que nous reproduisons tel quel) :

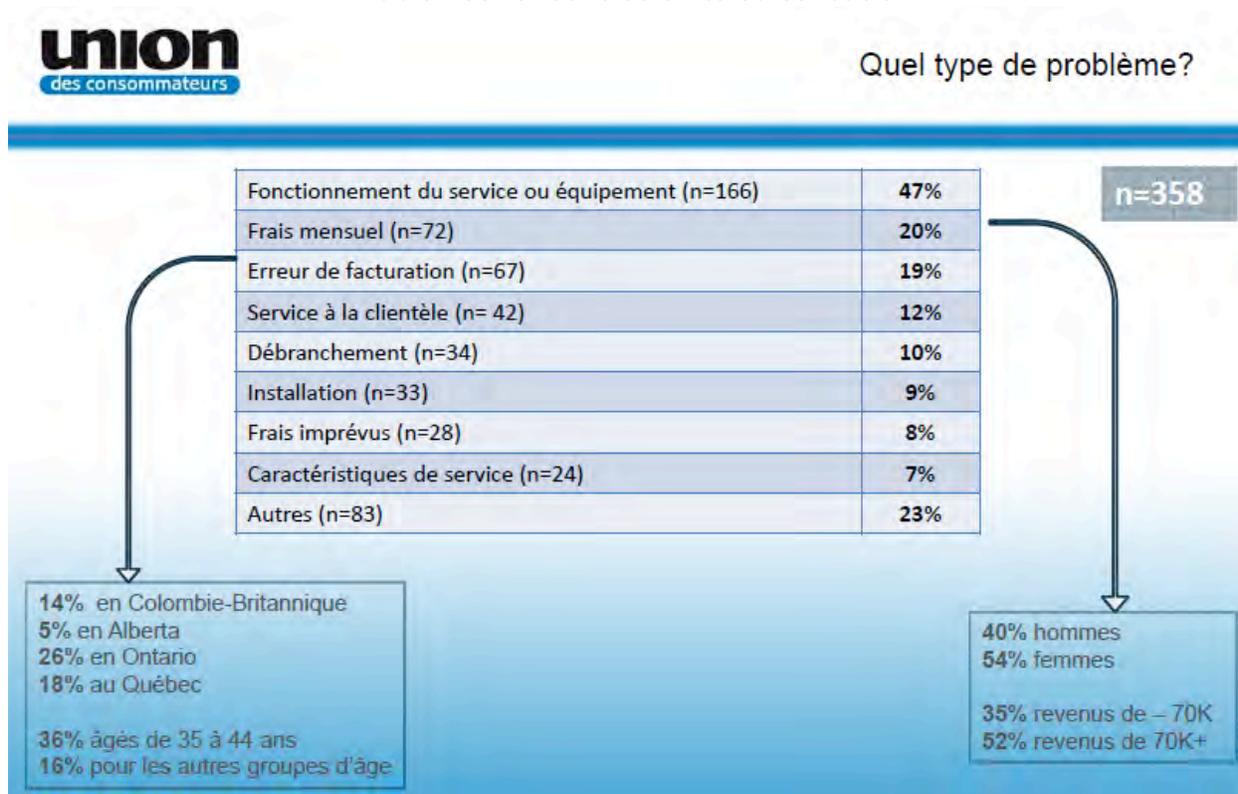
I usually just call in and complain if there's an issue. Sometimes I end up being on hold for awhile and have to talk to more than one person but usually everything gets sorted out... eventually (with a lot of patience)... [...] Most people probably do not know that they can complain to the CRTC about television content, television services and bills. [...] And no I have no idea who to complain to. [...] il n'y a aucun forfait nul part avec un contenu un peu intéressant en bas de 30.00 [...] Tout est calculé pour que vous preniez leur forfait qui ne vous sert à rien²¹.

Dans notre sondage, nous avons demandé aux répondants d'indiquer le type de problèmes qu'ils avaient rencontrés, le cas échéant. Le tableau 7 présente les types de problèmes rapportés par les répondants. Les répondants qui avaient rencontré plus d'un problème en précisaient les différents types. Partant du nombre absolu de fois où un type de problème a été identifié par les répondants, le tableau en propose un classement selon la fréquence.

²⁰ *Ibid.*

²¹ **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES.** Parlons télé : une conversation avec les Canadiens (première étape), CRTC, Ottawa, Ontario, Canada, 2014. [En ligne] <http://consultation.crtc.gc.ca/fr/consultation/10/les-outils-du-t-l-spectateur-avez-vous-suffisamment-d-information-exercer-des-choix> (Page consultée le 15 mai 2015).

Tableau 7
Problèmes rencontrés en télédistribution



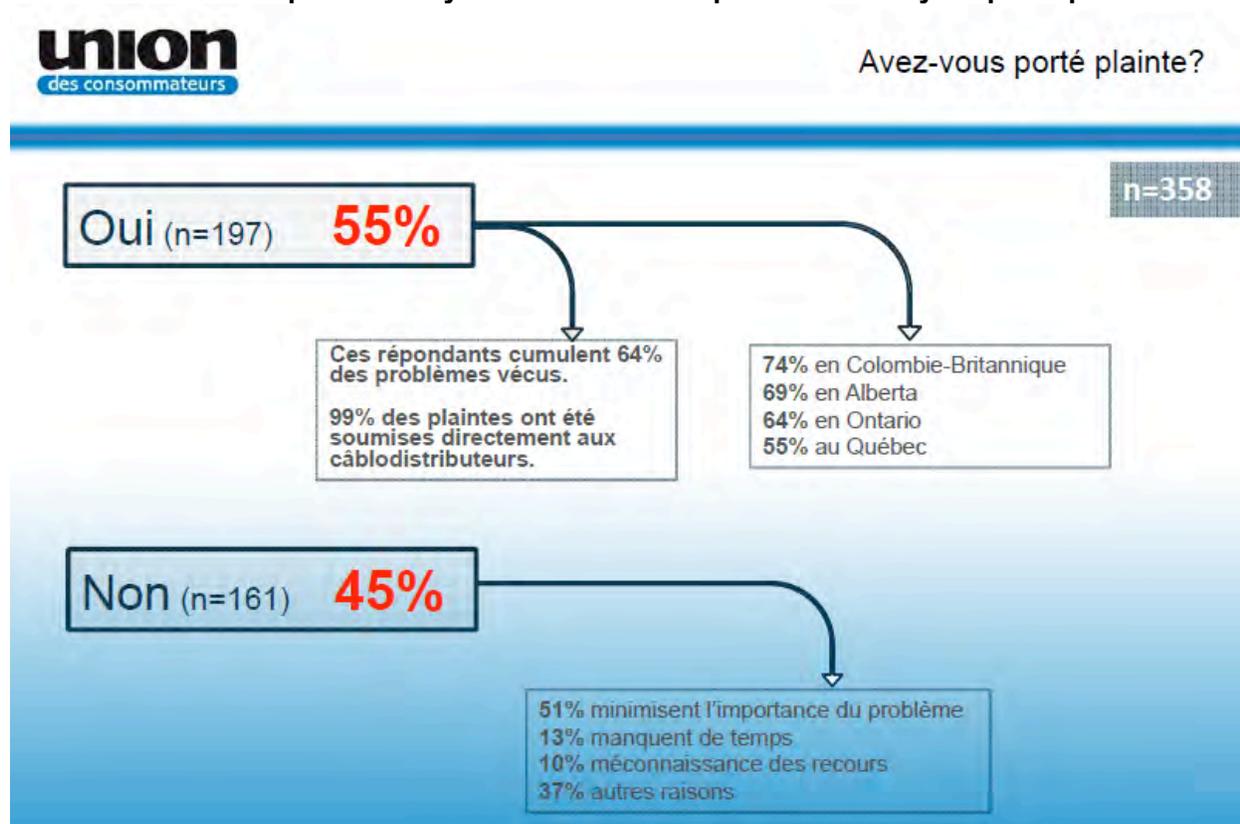
De manière générale, le fonctionnement du service et de l'équipement constitue donc, de loin, le principal problème rapporté par les répondants.

Parmi les problèmes comptabilisés dans la catégorie *Autres*, les répondants ont mentionné notamment : la modification de prix en cours de contrat (6,4 %), la modification dans le choix des canaux en cours de contrat (3,0 %), la modification de services en cours de contrat (2,5 %) et les frais de résiliation (2,2 %).

1.3 Dépôt d'une plainte concernant un service de télédistribution et satisfaction des consommateurs

Dans le cadre de notre sondage, 358 répondants (24 %) ont déclaré avoir rencontré un problème relatif à leur service de télédistribution²². Un peu plus de la moitié d'entre eux ont porté plainte (197 répondants, soit 55 % du total). Sur un nombre total de 228 plaintes, la presque totalité, soit 226, a été adressée directement au fournisseur de service, les deux autres ayant été portées devant le CRTC.

Tableau 8
Nombre de répondants ayant rencontré des problèmes et ayant porté plainte

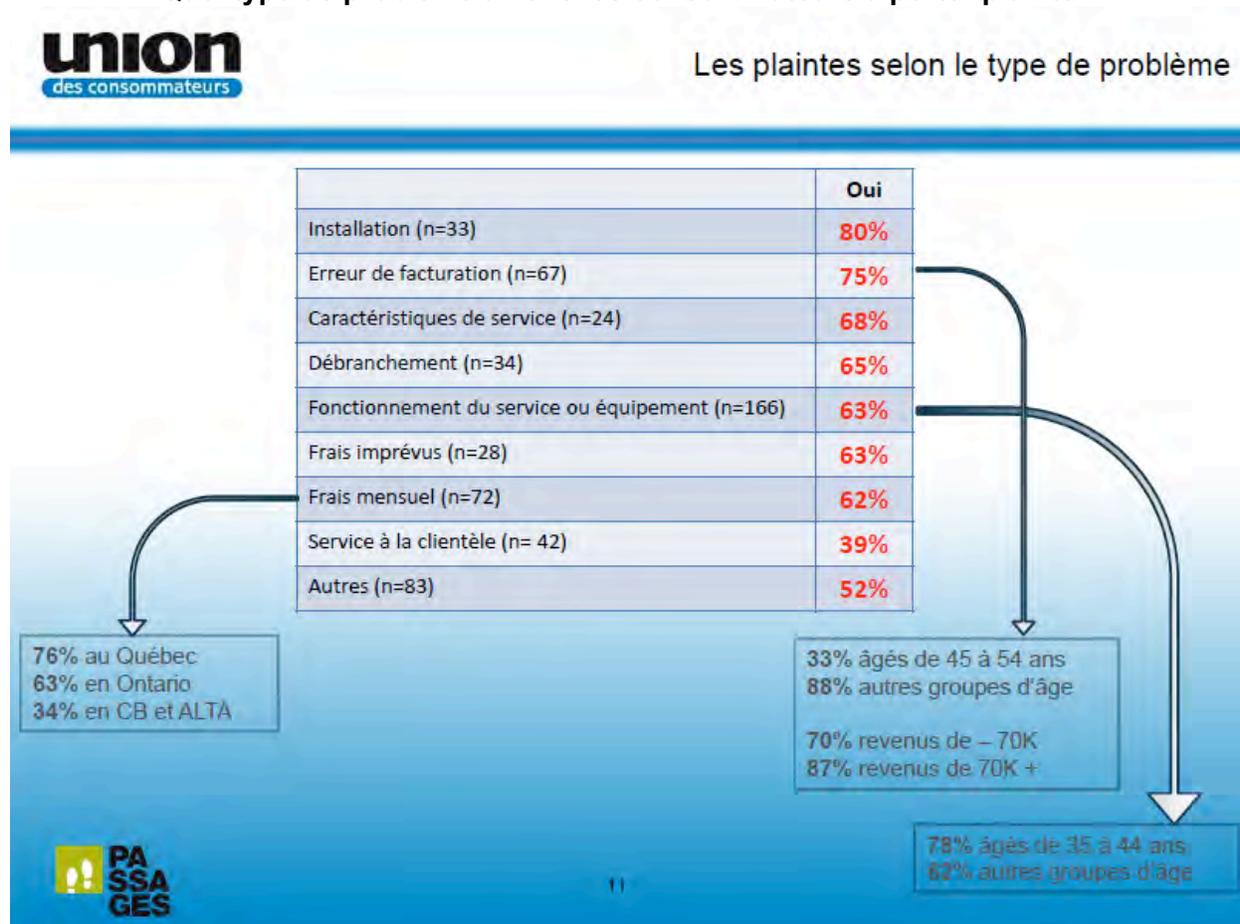


On remarquera que plus de la moitié de ceux qui n'ont pas rapporté leur problème ont négligé de le faire parce qu'ils ont estimé que le problème rencontré n'était pas assez important pour être signalé à celui qui lui vendait le service... mais assez pour le déclarer dans le cadre d'un sondage.

Quels sont les types de problèmes pour lesquels les consommateurs portent plainte ? Nous avons tenté de voir, à partir des problèmes que nos répondants déclaraient avoir eus, si certains problèmes étaient susceptibles de les amener à porter plainte plus que d'autres.

²² Rappelons que notre sondage téléphonique a été mené auprès de 1503 Canadiens adultes abonnés à un service de câblodistribution.

Tableau 9
Quel type de problème amène les consommateurs à porter plainte ?



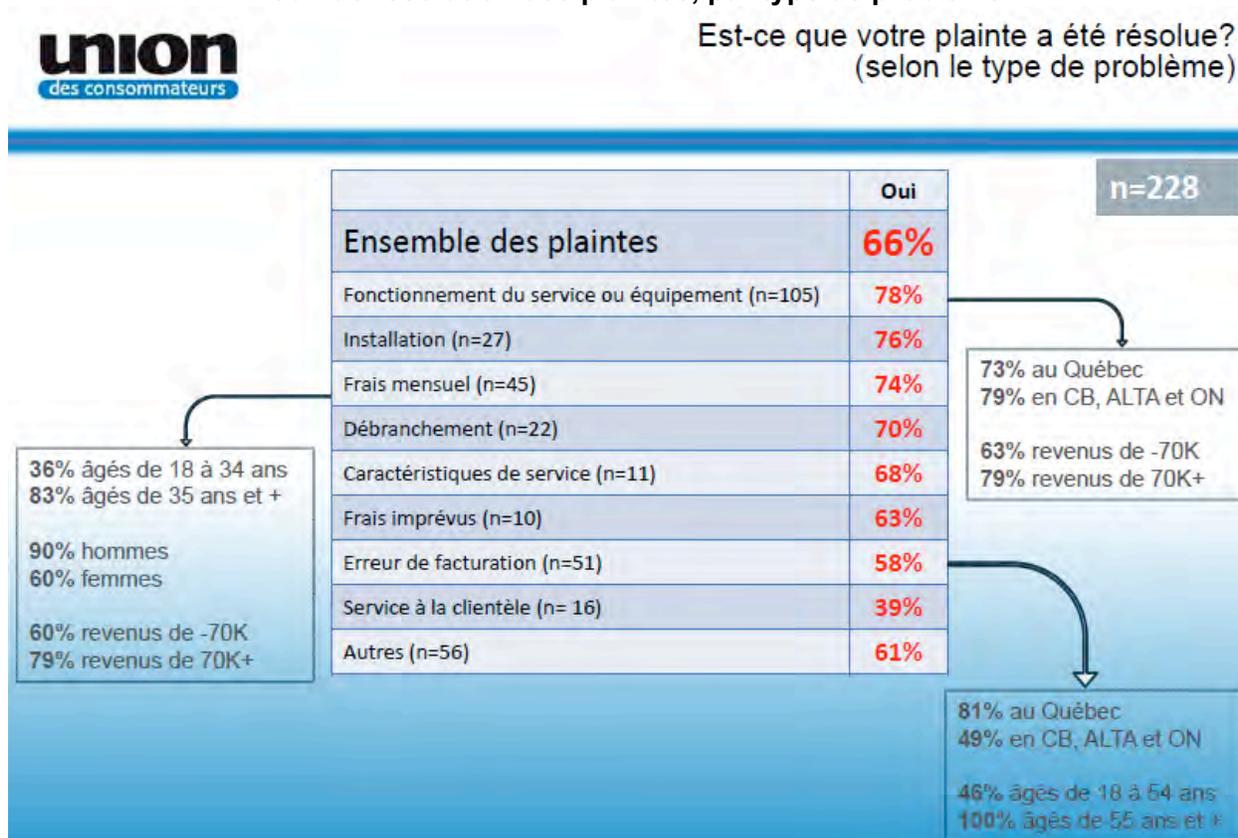
On remarque immédiatement que les écarts entre les types de problèmes qui ont suscité des plaintes formelles sont en général très minces, et ce, peu importe le nombre de problèmes rapportés dans chaque catégorie. La nature du problème ne serait donc pas, à première vue, déterminante dans la décision de porter plainte ou non.

Les problèmes avec les services à la clientèle se démarquent, suscitant un ratio de plaintes beaucoup moins élevé, de même que les autres problèmes mentionnés par les répondants, qui incluent : la modification de prix en cours de contrat (n=23), la modification dans le choix des canaux en cours de contrat (n=11), la modification de services en cours de contrat (n=9) et les frais de résiliation (n=8)²³.

Nous avons demandé aux répondants si leur plainte avait été résolue et tenté de vérifier si les taux de règlements étaient susceptibles de varier selon les types de problèmes sur lesquels portaient les plaintes.

²³ En tout, 32 problèmes ont été rapportés comme étant « autres », sans plus de détails.

Tableau 10
Taux de résolution des plaintes, par type de problème



Ici encore, les variations sont assez minces entre le taux global de règlement et le taux relatif à chaque type de plainte. Sachant que sur les 197 répondants qui ont déposé ces 228 plaintes, presque tous se sont adressés directement au fournisseur de services, le taux de règlement des plaintes chez nos répondants correspondrait par conséquent au taux global de règlement des litiges par le service de traitement des plaintes des entreprises.

Dans le jargon du règlement des litiges, une plainte réglée (ou résolue) ne signifie pas automatiquement une plainte réglée à la satisfaction du client. Le règlement ne signifie que la fermeture du dossier et la fin des démarches par le plaignant. Nous avons donc demandé aux répondants à quel degré ils étaient satisfaits de la résolution de leur plainte. Les résultats confirment malheureusement à quel point cette acception trompeuse de « règlement » est répandue. Le tableau 11 nous indique en effet que près de la moitié des consommateurs ont estimé que leur dossier n'avait pas été réglé de façon satisfaisante.

Tableau 11
Degré de satisfaction face au règlement



Quel est votre degré de satisfaction à l'endroit de la résolution de cette plainte? (selon le type de problème)

Sur une échelle de 1 à 10 où 10 signifie que vous êtes très satisfait et 1, très insatisfait.

n=182

	1 à 6	7-8	9-10	Moy
Ensemble des plaintes	42%	40%	18%	6.5
Installation (n=20)	24%	30%	46%	8.1
Fonctionnement du service ou équipement (n=81)	36%	42%	22%	6.7
Frais mensuels (n=33)	63%	30%	7%	5.5
Erreur de facturation (n=29)	36%	53%	11%	6.7
Service à la clientèle (n= 6)	80%	20%	0	4.9
Débranchement (n=16)	20%	63%	17%	7.2
Frais imprévus (n=8)	81%	19%	0	5.9
Caractéristiques de service (n=8)	40%	60%	0	6.4
Autres (n=30)	53%	33%	13%	3.9

En somme, même si 66 % des plaintes ont été résolues, il reste qu'un fort pourcentage de consommateurs se retrouve en bout de ligne insatisfaits ou pas entièrement satisfaits. Selon les données de notre sondage, moins d'une personne sur cinq serait très satisfaite de la résolution de sa plainte.

Le pourcentage de plaignants serait-il plus élevé si les consommateurs savaient qu'un organisme indépendant était susceptible de traiter ces plaintes en dernier ressort ? Le taux de satisfaction face au règlement des litiges serait-il plus élevé si un tel organisme était mis à la disposition des consommateurs ?

2. Portrait des services de règlement des différends dans le secteur de la télédistribution au Canada

Au Canada, le partage des compétences entre le pouvoir fédéral et les pouvoirs provinciaux fait en sorte que le secteur de la télédistribution est encadré à la fois par les deux paliers de gouvernement, selon les problématiques examinées. Ainsi, ce qui relève de la télédistribution à proprement parler (l'activité elle-même) relève de la compétence exclusive du gouvernement fédéral, dont l'exercice se manifeste notamment par la Loi sur la radiodiffusion et par les décisions réglementaires du CRTC. Les contrats et les pratiques commerciales relèvent pour leur part du droit civil, qui est de compétence exclusive provinciale ; les relations des entreprises de télédistribution avec les consommateurs sont donc, naturellement, soumises notamment aux lois sur la protection du consommateur. Les questions de concurrence, de leur côté, relèvent également du fédéral. Comme nous le mentionnions en introduction, les questions et les problèmes liés au contenu des émissions et à la concurrence ne seront ici que très brièvement abordés, notre recherche s'étant concentrée sur le service lui-même et sur les questions contractuelles en jeu.

Le contenu télévisuel est pour sa part géré à la fois par le Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCNR), un organisme autonome à but non-lucratif, établi par l'Association canadienne des radiodiffuseurs, et, dans une moindre mesure, par le CRTC.

Outre les entreprises elles-mêmes, auxquelles les consommateurs peuvent soumettre leurs différends, des organismes qui relèvent tant du fédéral que des provinces sont donc susceptibles d'être interpellés, selon le sujet sur lequel porte le différend.

Alors : à qui les consommateurs doivent-ils s'adresser s'ils désirent formuler une plainte concernant une situation problématique relativement à un service ou produit offert par leur fournisseur de services de télédistribution?

2.1 Règlement des différends chez les fournisseurs de services de télédistribution

Il est bien établi que la disponibilité de services de traitement des plaintes efficaces est essentielle afin de satisfaire et de retenir la clientèle²⁴. L'existence d'un tel service est donc à l'avantage tant du consommateur que des entreprises. Pas étonnant, alors, que les entreprises de télédistribution disposent toutes de ce type de services.

Alors que le législateur fédéral a imposé à toutes les institutions financières sous réglementation fédérale de se doter d'un processus de traitement des plaintes à l'interne et d'y affecter du personnel²⁵, et instauré l'obligation de référer à un organisme de règlement des plaintes externe les consommateurs dont les plaintes n'étaient pas résolues à leur satisfaction, il n'a rien imposé de tel en matière de radiodiffusion. Le traitement des plaintes auprès des entreprises de télédistribution s'est-il tout de même développé de façon efficace et, dans une certaine mesure, harmonisée ?

Nous avons consulté les sites Web de Bell, Rogers, Shaw, Vidéotron et Cogeco afin de voir comment était conçu et présenté leur service de traitement des plaintes, et comment les consommateurs pouvaient avoir accès à ces renseignements. Si elles ne sont pas les seules à offrir des services de télédistribution, nous avons choisi ces entreprises du fait qu'elles sont les plus importantes compagnies de télédistribution au pays.

2.1.1 Bell

Le site Internet de Bell ne désigne pas de manière spécifique l'accès à quelque service ou procédure de traitement des plaintes. La rubrique « Soutien » qui apparaît en évidence dans le menu supérieur mène vers des instructions sur l'utilisation des services et des appareils et sur la compréhension des factures. Les liens « Pour nous joindre », au bas des pages, mènent vers une page qui propose, pour les services Bell Télé, un soutien téléphonique pour la programmation, les récepteurs et l'équipement²⁶.

²⁴ **CENTRE DE SERVICES PARTAGÉS**. *Service à la clientèle Gestion des plaintes*, Centre de leadership et de développement des compétences, gouvernement du Québec, Québec, Canada, 19 juillet 2013. [En ligne] <https://www.cldc.cspq.gouv.qc.ca/Default.aspx?tabid=127&CategoryID=112&Level=a&List=1&SortField=ProductName,ProductName&Language=fr-CA> (Page consultée le 23 septembre 2014). La norme ISO 9001 :2008 sur les Systèmes de management de la qualité a d'ailleurs été adoptée sur cette base, notamment.

²⁵ Voir notamment Loi sur les banques (L.C. 1991, ch. 46), art. 455 et 456, et les lignes directrices du Commissaire de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada, *DC-12 Processus interne de règlement des différends*, 10 avril 2013 [En ligne] <http://www.fcac-acfc.gc.ca/Fra/industrie/publications/ligneDirectrices/Pages/CG12inte-DC12proc.aspx> (Page consultée le 23 septembre 2014).

²⁶ **BELL.CA**. *Soutien Bell - Joindre le service à la clientèle de Bell*, Bell Canada, Montréal, Québec, Canada, 2015. [En ligne] http://soutien.bell.ca/Pour-nous-joindre?EXT=BRAND_PDL_Google_TXT_CST_OPS_DEF_120914_VC_Gname=Customer_Relations_French_Branded_ag=Complaint_French_Branded_-_BMM_kw=plainte_bell (Page consultée le 15 février 2015). Nous avons consulté les pages du site Internet de Bell en sélectionnant la province de Québec et la langue française.

Au bas de cette page « Soutien », on trouve, sous le titre « Vous avez déjà communiqué avec nous? », l'encadré suivant :

Nous demeurons convaincus que nos représentants du service à la clientèle sont en mesure de répondre à vos besoins. Si les solutions proposées ne vous ont pas donné satisfaction, vous pouvez transmettre une plainte à un niveau supérieur²⁷.

Le lien dans cet encadré mène à un « Formulaire de plaintes pour les services résidentiels de Bell ». Le client peut cocher, pour indiquer le motif de sa « préoccupation », l'un des choix suivants :

- *Ma facture pose problème*
- *J'ai une question à propos de mes produits ou services*
- *Un de mes produits ou services pose un problème technique*
- *Une vente ou une commande récente pose problème*

Les résultats d'une recherche du mot « plainte » à l'aide de l'outil de recherche du site nous proposent toutefois une page qui s'intitule « Comment transmettre une plainte à un niveau supérieur²⁸ », qui donne enfin un aperçu de la procédure de traitement des plaintes de l'entreprise.

S'il rencontre un problème et désire porter plainte ou obtenir de l'aide, un abonné aux services de télédistribution de Bell doit (Étape 1) communiquer avec un représentant du service à la clientèle de l'entreprise (la page invite à cliquer le lien « Pour nous joindre »).

Si la plainte n'est pas réglée de façon satisfaisante à la première étape, Bell invite (Étape 2) l'abonné à s'adresser au Centre de relations clients de Bell en lui faisant parvenir le « Formulaire de plaintes pour les services résidentiels de Bell » auquel renvoie le lien « Envoyer une plainte ».

La page indique enfin que, si le problème n'est toujours pas résolu, des mesures additionnelles peuvent être prises (Étape 3), soit « S'adresser à l'équipe responsable des recours hiérarchiques » au numéro de téléphone sans frais indiqué.

Il est possible de cliquer sur « renseignements supplémentaires » si le problème persiste : il s'agit de la mention de l'existence et du rôle du CPRST, accompagnée d'un lien vers son site Internet. Les renseignements supplémentaires signalent que le CPRST pourrait venir en aide sans frais « Si vous avez une plainte à formuler concernant vos services, y compris le service téléphonique local ou interurbain, le service téléphonique sans fil ou le service Internet ». On remarquera qu'il n'est pas fait mention d'une plainte qui concernerait le service de télédistribution.

²⁷ **BELL.CA.** *Soutien Bell - Formulaire de plainte pour les services résidentiels de Bell*, Bell Canada, Montréal, Québec, Canada, 2015. [En ligne] http://soutien.bell.ca/WebForm_Escalade (Page consultée le 2 février 2015).

²⁸ **BELL.CA.** *Comment transmettre une plainte à un niveau supérieur*, Bell Canada, Montréal, Québec, Canada, 2015. [En ligne] http://soutien.bell.ca/Facturation-et-comptes/Comment_transmettre_une_plainte_a_un_niveau_superieur (Page consultée le 2 avril 2015).

2.1.2 Rogers

La rubrique « Soutien » qui apparaît dans le menu supérieur de la page principale du site Internet de Rogers²⁹ mène à une sélection de services (Sans-fil, Internet, Télé, etc.), puis à une sélection d'options (Télé : Découvrir, Configuration du service, Ne fonctionne pas, Forfaits, etc.). Le choix de la rubrique « Ne fonctionne pas » conduit à des liens portant sur la configuration (pour l'Ontario ou pour les provinces de l'Atlantique), le dépannage, le soutien technique, et des « Articles d'intérêt général – télé ». Sur chacune de ces pages se trouve un lien « Contactez-nous », parfois accompagné de la mention « Communiquez avec nous par clavardage en direct, par téléphone ou en magasin. »

La page « Soutien - Contactez-nous » invite à choisir une description du problème (Produits et services, Facturation et comptes, Soutien technique, Magasiner), ce qui mènera à une nouvelle page où il sera possible d'indiquer le produit ou le service pour lequel de l'aide est requise. Le choix de l'option Télé conduit à une page qui propose des « Renseignements sur les produits et services » et, « Pour obtenir plus d'information sur les produits et services de télévision de Rogers », un accès par clavardage à un conseiller du Service à la clientèle, une adresse de courrier et un numéro de téléphone sans frais.

Un encadré pose toutefois la question « Vous avez une plainte? » à l'aide d'un lien qui mène à une page sur laquelle il est possible, après avoir choisi son profil, de signaler un problème en remplissant un formulaire³⁰, dans lequel le consommateur est invité à indiquer comment il souhaite que l'entreprise communique avec lui (Par courriel, Par téléphone, Aucun suivi n'est requis). Sur les pages de soutien, une invitation à signaler un problème conduit à cette même page.

Sous le titre de la page, on trouve la mention suivante : « Si votre problème n'est pas résolu, vous pouvez demander à parler à un gestionnaire pendant un appel ou un clavardage en direct, ou soumettre votre problème en ligne. Nous vous répondrons **le jour ouvrable suivant** »

Au bas de la page se trouve un lien qui invite à « Contacter le bureau de l'ombudsman ». Un clic sur ce lien ouvre un encadré « Commentaires des clients » dans lequel on trouve résumée la procédure de plainte de Rogers.

Les clients qui ont « des commentaires » à soumettre sont invités à contacter l'équipe du service à la clientèle de l'entreprise pour tenter de régler le problème puis, si elle n'est pas en mesure de les aider, de communiquer avec le Bureau de la direction ou le Bureau du président.

²⁹ **ROGERS.COM.** *Page d'accueil*, Rogers communications inc., Toronto. Ontario, Canada, 2015. [En ligne] <https://www.rogers.com/consumer/home> (Page consultée le 12 mars 2015). Nous avons consulté les pages du site de Rogers en sélectionnant la province de Québec et la langue française.

³⁰ **ROGERS.COM.** *Signaler un problème*, Rogers communications inc., Toronto. Ontario, Canada, 2015. [En ligne] https://www.rogers.com/web/Rogers_portal?nfpb=true&pageLabel=contactUsShareAConcern&nfls=true&setLanguage=fr (Page consultée le 12 mars 2015).

Si le problème n'est toujours pas résolu, Rogers propose enfin d'écrire au Bureau de l'ombudsman :

Rogers est le seul fournisseur de services de télécommunications en Amérique du Nord à recourir aux services d'un ombudsman pour effectuer un examen indépendant des problèmes des clients. Nous voulons qu'il soit plus facile pour les clients de faire affaire avec Rogers.

Les résultats d'une recherche du mot « plainte » à l'aide de l'outil de recherche du site Internet nous amènent directement à la page « Signaler un problème » et nous proposent aussi une page intitulée « Bureau de l'ombudsman³¹ », qui détaille la portée (et les limites) de son mandat. (Une recherche du mot « plaintes » ne nous propose que ce lien.)

L'Ombudsman fait « un examen indépendant des problèmes des clients » et « revoit avec impartialité les plaintes non résolues », mais ses « recommandations n'engagent pas les parties, qui sont libres d'explorer d'autres possibilités si une entente n'est pas conclue ». Les plaintes sont faites par écrit et spécifient le problème, les dates pertinentes, le nom des employés en cause. Le client est aussi invité à fournir copie de tous documents pertinents.

Dans ces deux sections qui portent sur le Bureau de l'ombudsman, Rogers mentionne, après avoir indiqué les coordonnées de l'Ombudsman, l'existence, le rôle et les coordonnées du CPRST, sans toutefois préciser que les plaintes relatives aux services de télédistribution sont exclues du mandat du CPRST.

2.1.3 Shaw

Le lien « Support » sur la page principale du site Internet de Shaw³² nous amène à une page où l'on trouve des articles sur les différents services : « Welcome to the Shaw Support Community. Join now to follow, share and participate in the conversation with Shaw experts and users like you. »

La recherche du mot-clé « complaint » à l'aide de l'outil de recherche du site nous propose l'accès à des documents (pdf) sans grand lien apparent avec les plaintes de consommateurs, à l'exception de celui qui indique « Commissioner for Complaints for Telecommunications », qui mène vers un document qui traite du Code de débranchement. Derrière le lien « Shaw Communications Inc. » se trouve le « BC Electronic Equipment–Stewardship Plan », qui traite bien des plaintes, mais dans un contexte autre. La recherche du mot-clé « complaints » ne donne pas de résultats plus probants.

³¹ **ROGERS.COM.** *Soutien* - Comment pouvons-nous vous assister?, Rogers communications inc., Toronto, Ontario, Canada, 2015. [En ligne] <https://www.rogers.com/web/support/account/ombudsman/376?setLanguage=fr> (Page consultée le 12 mars 2015).

³² **SHAW.CA.** *Page d'accueil*, Shaw Communications inc., Calgary, Alberta, Canada, 2015. [En ligne] <http://www.shaw.ca/store/> (Page consultée le 12 mars 2015). Nous avons consulté les pages du site Internet de Shaw en sélectionnant la province de Québec. Le site n'est accessible qu'en anglais.

À partir de la page d'accueil du site, le lien « Contact » ouvre une fenêtre qui liste un numéro de téléphone, un lien pour le « chat » et un pour le courriel, outre celui vers le « Support », qui nous ramène au « Shaw Support Community ». Un examen plus attentif de cette page révèle un lien supplémentaire qui suit le « Contact Us » en bas de page, sous le texte : « Want more contact details ? ». Ce nouveau bouton « CONTACT US » nous amène vers une page où, après avoir encore une fois donné le numéro de téléphone et les liens de « chat » et de courriel, apparaît le début d'un « Customer Advocacy Commitment » suivi d'un lien qui permet de consulter le texte complet³³.

Les clients qui ont une préoccupation (concern) ou qui veulent partager une rétroaction (feedback to share) sont invités à contacter le service à la clientèle (aux adresses que nous avons croisées précédemment). Des étapes supplémentaires sont ensuite présentées.

Étape 1 : Contacter l'équipe de règlement Shaw (*Shaw Resolution Team*), si le service à la clientèle n'a pu offrir un soutien satisfaisant. Un lien conduit à un formulaire de plainte qui sera traité par un superviseur ou un représentant senior. Une réponse devrait suivre dans les 24 heures.

Étape 2 : Contacter l'équipe de direction régionale (*Regional Leadership Team*), si le client a toujours des préoccupations qui n'ont pu être résolues à son entière satisfaction ou s'il n'a pas eu de réponse par l'équipe de règlement. Pour contacter cette équipe, le client doit de nouveau remplir un formulaire en ligne. Un lien conduit à un formulaire de plainte identique au précédent, adressé cette fois à la direction régionale.

Étape 3 : Contacter l'équipe de direction exécutive, si des préoccupations subsistent. Un lien est fourni pour contacter le vice-président aux opérations de Shaw Communications... qui mène, encore une fois, au même formulaire, titré au nom du nouveau destinataire.

En bas de page, le site de Shaw propose deux autres avenues à leurs clients dont la plainte n'a pas été réglée de manière satisfaisante: s'adresser au CRTC ou au CPRST (il n'y a aucune mention explicite du fait que les services de télédistribution sont exclus du mandat du CPRST).

Le fait que le site évite soigneusement d'utiliser le terme « *complaint* » rend la recherche du service de traitement des plaintes beaucoup plus laborieuse pour les consommateurs.

2.1.4 Vidéotron

Le lien vers le « Soutien » du site Internet de Vidéotron, pas plus que les autres, ne présente de lien clair vers quelque service de traitement des plaintes. Sous « Nous joindre », on trouve les coordonnées du service à la clientèle (Pour les questions générales touchant : la facturation, le déménagement, les rendez-vous) et le soutien technique (Pour les questions touchant : l'installation et la configuration de vos appareils, les problèmes techniques) ainsi que des accès au clavardage. Au bas de la page, toutefois, un lien clair : « Vous voulez formuler une plainte? »

³³ **SHAW.CA.** *Customer Advocacy Commitment*, Shaw Communications inc., Calgary, Alberta, Canada, 2015. [En ligne] <http://www.shaw.ca/contact-us/customer-advocacy/> (Page consultée le 4 février 2015).

La page « Service à la clientèle » vers laquelle mène ce lien³⁴ décrit les étapes du cheminement que peut suivre un consommateur qui désire formuler une plainte. Vidéotron invite d'abord ses clients (étape 1) à communiquer avec le Service à la clientèle, aux numéros de téléphone indiqués. Si ces démarches ne portent pas fruit, Vidéotron propose (étape 2) de « demande[r] au conseiller de parler à un superviseur. Si ce dernier n'est pas immédiatement disponible, il vous recontactera dans les 24 h afin d'analyser votre requête ainsi que la solution proposée par le conseiller. »

Si le problème n'est toujours pas réglé à l'issue de cette étape, Vidéotron invite (étape 3) à remplir un formulaire en ligne, vers lequel le texte fournit un lien. Dans les 24 heures suivant la réception du formulaire, un conseiller spécialisé contactera le client par téléphone.

Si, à l'issue de cette 3^e étape, le client n'est toujours pas satisfait, Vidéotron propose à ses clients d'envoyer une lettre à la Direction du service à la clientèle (étape 4) précisant dans quelle mesure les solutions proposées n'ont pas été satisfaisantes. Dans les 48 heures suivant la réception de la lettre, un conseiller spécialisé rappellera le client pour s'occuper de sa demande.

Comme les sites Web des autres compagnies examinés, celui de Vidéotron renvoie les clients toujours insatisfaits du règlement de leur plainte vers le CPRST. Au moment de notre visite sur les sites des différentes entreprises examinés, Vidéotron était l'une des rares compagnies à spécifier clairement que le CPRST ne traite pas les plaintes relatives aux services de télédistribution.

2.1.5 Cogeco

Sur le site Internet de Cogeco, comme sur les sites des autres entreprises examinées, la page à laquelle mène le lien « Soutien » ne semble être d'aucun secours évident à celui qui désirerait formuler une plainte. Par contre, la section « Contactez-nous » qui apparaît au bas de la page d'accueil propose justement un lien explicite : « Formuler une plainte ». La page à laquelle mène ce lien détaille la procédure³⁵.

³⁴ **VIDÉOTRON.COM.** *Service à la clientèle - Plaintes*, Vidéotron S.E.N.C., Montréal, Québec, Canada, 2015. [En ligne] <https://www.videotron.com/vcom-ext/secur/forms/plainteCourriel.action?locale=fr> (Page consulté le 22 mars 2015).

³⁵ **COGECO.CA.** *Procédure de plainte- étape 1*, Cogeco inc., Montréal, Québec, Canada, 2015. [En ligne] http://www.cogeco.ca/web/qc/fr/residentiel/soutien/formuler_une_plainte (Page consultée le 2 février 2015). Nous avons consulté les pages du site Internet de Cogeco en sélectionnant la province de Québec et la langue française.

Avant d'indiquer comment faire une plainte, Cogeco explique :

Qu'est-ce que nous entendons par plainte?

Par le biais d'une plainte vous pouvez nous faire savoir que vous êtes insatisfait de notre produit, de notre service ou de la qualité de votre rapport avec nous en tant que client.

Pourquoi faire une plainte?

- *Lorsque vous considérez que notre service n'est pas à la hauteur de vos attentes.*
- *Lorsque, selon vous, la procédure n'aurait pas été suivie de façon adéquate.*
- *Lorsque vous pensez ne pas avoir été traité avec courtoisie.*
- *Lorsque vous n'avez pas reçu le service pour lequel vous avez effectué une demande et qu'aucune raison valable ne vous a été fournie.*

Étape 1 : Service à la clientèle. « pour obtenir un suivi rapide ou une solution répondant à vos attentes, quel que soit votre problème ou préoccupation », Cogeco propose de contacter le service à la clientèle par téléphone ou par courriel (coordonnées fournies), ou en utilisant son formulaire de plainte en ligne (lien fourni).

Étape 2 : Bureau du président. Comme on le constate, Cogeco n'entend pas multiplier les intermédiaires lorsqu'il est question du règlement des plaintes. Le client peut s'adresser par écrit au Bureau du président, dont l'adresse postale est fournie, L'entreprise s'engage à communiquer avec le client dans un délai de 48 heures suivant la réception du courrier.

Étape 3 : CPRST. Si les procédures internes de règlements des différends de la compagnie n'ont pas satisfait le client, COGECO le renvoie au CPRST, mentionnant expressément que le CPRST ne traite pas les plaintes relatives aux services de radiodiffusion ou télédistribution.

2.2 Mécanismes de résolution des différends au niveau fédéral

Bien que, sur leur site respectif, certaines entreprises de télédistribution renvoient les consommateurs vers des organismes fédéraux, soit le CRTC ou le CPRST, si le règlement à l'interne n'est pas jugé satisfaisant, ni l'un ni l'autre de ces organismes ne traite les cas individuels relatifs à des services de télédistribution, et ce, même s'ils enregistrent les plaintes dans ce secteur.

Que font effectivement les différents organismes fédéraux lorsqu'ils reçoivent une plainte relativement à un service de télédistribution ?

2.2.1 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC)

Le CRTC est un tribunal administratif chargé de régler et de surveiller les domaines de la radiodiffusion et des télécommunications.

Le CRTC doit donc garder un œil sur les activités des entreprises de radiodiffusion (plus de 2000 radiodiffuseurs, soit les services de télévision et de radio AM et FM, ainsi que les entreprises qui distribuent ces services) aussi bien que de télécommunications (incluant les grandes compagnies de téléphone).

Les activités du CRTC sont multiples :

- *Licences. Attribution, renouvellement et modification des licences en matière de radiodiffusion (radio, télévision et distribution) et attribution de licences aux fournisseurs de télécommunications internationales ;*
- *Réglementation. Surveillance du respect des Règles sur les télécommunications non sollicitées, dont la Liste nationale de numéros de télécommunication exclus, et de la Loi canadienne anti-pourriel ;*
- *Propriété. Décisions relativement aux fusions, acquisitions et changements de propriété (radiodiffusion) ;*
- *Tarifs. Approbation de certains tarifs et ententes (télécommunications) ;*
- *etc³⁶.*

Rôle et mandat

Le CRTC assure qu'«il est déterminé à placer les besoins et les intérêts des Canadiens au cœur du système qui leur fournit ces services³⁷ ». Ses jalons ?

- *Créer.* Assurer l'accès à du contenu créatif attrayant et diversifié sur une variété de plateformes.
- *Brancher.* Assurer l'accès à un coût abordable à des services de communication novateurs et de qualité.
- *Protéger.* Renforcer la sécurité des Canadiens et mieux faire valoir leurs intérêts en encourageant la conformité à ses règlements et leur mise en application.

Le CRTC n'intervient pas dans ce qui a trait à la qualité et au contenu de radiodiffusion, ni, généralement, dans les tarifs de détail.

³⁶ **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES.** *À propos de nous*, CRTC, Ottawa, Ontario, Canada, 2 septembre 2014. [En ligne] <http://www.crtc.gc.ca/fra/acrtc/acrtc.htm> (Page consultée le 2 septembre 2014).

³⁷ *Ibid.*

Procédures de traitement des plaintes

L'accès à la procédure de traitement des plaintes du CRTC est simple. Sous l'onglet « Télévision et radio » de son site Internet, le CRTC, à la rubrique « déposer une plainte³⁸ », indique qu'il transmettra une copie de la plainte aux entreprises concernées, et au Conseil canadien des normes de la radiodiffusion (CNNR), lorsque pertinent. Le CRTC ajoute que, s'il exige d'un titulaire de licence en radiodiffusion qu'il réponde à la plainte, cette dernière sera versée dans un dossier public.

Après l'acceptation des conditions, le choix de la section « question » ou « plainte », l'indication du type de service pour lequel le CRTC est « contacté » et celle du moyen de communication par l'entremise duquel le CRTC peut communiquer avec le plaignant, ce dernier pourra remplir les champs destinés à recueillir ses renseignements personnels, puis, enfin, décrire sa plainte (et annexer des fichiers). Le CRTC indique qu'il répond habituellement aux demandes dans les 10 jours ouvrables.

Pour savoir ce que le CRTC fera réellement lors de la réception d'une plainte, il faut suivre le lien « télévision et radio » qui, après l'indication du délai de traitement, propose d'en apprendre davantage sur la façon du CRTC de traiter les plaintes.

Sur cette longue page³⁹, le CRTC aborde divers motifs de plaintes qui peuvent être liées à la radiodiffusion : plaintes sur le contenu des émissions, sur les nouvelles à Radio-Canada ou ses pratiques journalistiques, sur une publicité, sur l'accessibilité des services, notamment, et indique l'organisme qui sera responsable de recevoir l'un ou l'autre de ces types de plainte.

Sous le titre *Déposer une plainte relative à la radiodiffusion au CRTC*, le Conseil, après avoir précisé que toutes les plaintes doivent être faites par écrit, indique que « Les services à la clientèle du CRTC reçoivent votre plainte et l'examinent; ils peuvent vous répondre directement ou transmettre votre plainte à l'entité concernée. »

³⁸ **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES.** *Poser une question ou formuler une plainte*, CRTC, Ottawa, Ontario, Canada, 21 avril 2015. [En ligne] <https://services.crtc.gc.ca/pub/rapidsccm/Default-Defaut.aspx?lang=fr> (Page consultée le 28 avril 2015).

³⁹ **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES.** *Comment déposer une plainte relative à la radiodiffusion?* CRTC, Ottawa, Ontario, Canada, 26 janvier 2015. [En ligne] http://www.crtc.gc.ca/fra/INFO_SHT/G8.HTM (Page consultée le 28 avril 2015).

Cette « entité concernée » pourra être l'entreprise qui vous fournit le service sur lequel porte la plainte. Voici comment le CRTC assurera le traitement proprement dit.

Transmission de votre plainte

Le CRTC peut transmettre votre plainte:

[...]

- à l'entreprise concernée afin qu'elle règle la question avec vous, parfois sans qu'aucun suivi de la part du CRTC soit nécessaire.
- à l'entreprise concernée afin de lui demander de vous répondre (avec copie au CRTC) dans les 20 jours civils. Le personnel du CRTC examine vos préoccupations ainsi que la réponse de l'entreprise afin d'établir si des mesures réglementaires sont nécessaires. S'il estime qu'aucun suivi n'est requis, il peut décider de fermer le dossier sans autre communication.

Suivi

Si la compagnie ne répond pas dans les 20 jours civils, le CRTC achemine un rappel par écrit. S'il n'y a toujours aucune réponse, le CRTC aborde avec l'entreprise toutes les plaintes non réglées lorsque celle-ci demande un renouvellement de sa licence.

Si votre plainte allègue que l'entreprise a enfreint la Loi sur la radiodiffusion ou les politiques ou règles du CRTC, le personnel du Conseil décidera si une mesure réglementaire ou un autre processus est requis.

[...]

Suivi en cas d'insatisfaction

Si vous êtes insatisfait de la réponse reçue concernant une plainte que le CRTC ou le CCNR a traitée, vous pouvez demander, par écrit, que le CRTC révise l'ensemble du dossier et publie une décision.

De plus, le CRTC évalue le bilan d'un radiodiffuseur au moment du renouvellement de sa licence; vous pouvez alors déposer des observations ou intervenir⁴⁰.

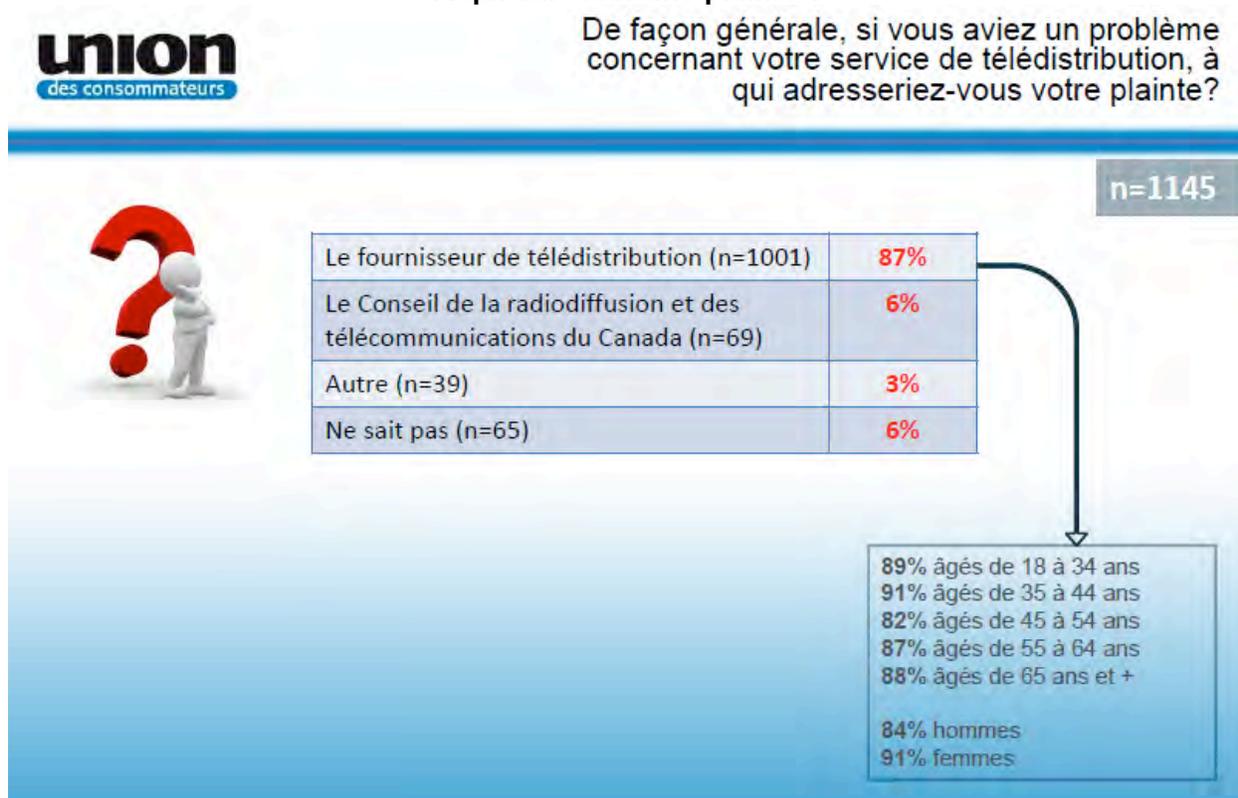
⁴⁰ Ibid.

Connaissance du service par les consommateurs

Dans le cadre de notre sondage, nous avons demandé à l'ensemble des répondants vers qui ils adresseraient leur plainte s'ils avaient un problème concernant un service de télédistribution. Sans surprise, la grande majorité d'entre eux ont répondu qu'ils s'adresseraient directement à leur fournisseur de services. Comme l'indique le tableau qui suit, l'instance qui recueille le second plus grand nombre de mentions est très loin derrière en termes de popularité.

Tableau 12
À qui adresser une plainte ?

De façon générale, si vous aviez un problème concernant votre service de télédistribution, à qui adresseriez-vous votre plainte?



Il semble donc que le CRTC soit l'unique instance fédérale connue des répondants à notre sondage ; il est aussi possible, quoique peu probable, que les répondants aient connu les autres organismes tout en sachant qu'ils n'avaient pas le mandat de recevoir les plaintes en matière de télédistribution⁴¹.

⁴¹ Les sondeurs ne devaient pas présenter de liste aux répondants. Par ailleurs, ils devaient, après la réponse spontanée du répondant, le sonder jusqu'à ce qu'il n'ait plus rien à dire. Ainsi, l'interviewer n'acceptait pas facilement les « je ne sais pas », et, si le répondant mentionnait quelque chose, l'interviewer lui redemandait s'il avait autre chose à ajouter. Parmi les réponses *Autres* recueillies, on citera : parents, Google, TVA, propriétaire de la coopérative d'habitation, etc.

2.2.2 Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications (CPRST)

Le Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications (CPRST) est une organisation indépendante qui travaille à résoudre les plaintes des consommateurs relativement à leurs services de télécommunication de concert avec les fournisseurs de service, en cherchant d'abord des solutions à l'amiable. À défaut d'en arriver à une solution de cette manière, le CPRST analyse la plainte et soumet une opinion et des pistes de solutions à explorer⁴².

Rôle et mandat

Le mandat du CPRST est limité aux services de télécommunications (Téléphonie résidentielle, interurbains, téléphonie sans fil, accès Internet, etc.) ; le CRTC ne lui a octroyé aucune compétence pour traiter les plaintes en matière de radiodiffusion.

Le CPRST traite notamment de différends qui portent par exemple sur la conformité des services aux modalités et engagements contractuels, les désaccords et les erreurs liés à la facturation, les prestations du fournisseur de services (installation, réparations, débranchements, mais aussi qualité du service, interruptions, etc.)⁴³, soit le même genre de différends que ceux qui se présentent en matière de radiodiffusion.

Procédures de traitement des plaintes

Dans un encadré intitulé « Vous voulez porter une plainte », le CPRST, sur son site Internet, suggère aux consommateurs de tenter d'abord de régler leur plainte directement auprès de leur fournisseur. Il leur suggère ensuite de consulter son « guide sur le dépôt d'une plainte⁴⁴ ».

Ledit guide indique au consommateur l'information qui sera nécessaire pour le dépôt d'une plainte (identification et coordonnées de consommateur et du fournisseur, numéro de compte, détails de la plainte – dont notamment le produit ou service visé – détails des démarches entreprises auprès du fournisseur et réponse reçue. Le CPRST invitera le consommateur à donner une indication de ce qui constituerait un règlement acceptable.

Les plaintes au CPRST peuvent être déposées par Internet, par télécopieur, par la poste, par téléphone ou par télécopieur⁴⁵.

⁴² **COMMISSAIRE AUX PLAINTES RELATIVES AUX SERVICES DE TÉLÉCOMMUNICATIONS.** *Le CPRST en bref*, CPRST, Ottawa, Ontario, Canada, 2015. [En ligne] <http://www.ctcs-cprst.ca/fr/> (Page consultée le 5 février 2015).

⁴³ **COMMISSAIRE AUX PLAINTES RELATIVES AUX SERVICES DE TÉLÉCOMMUNICATIONS.** *Mandat*, CPRST, Ottawa, Ontario, Canada, 2015. [En ligne] <http://www.ctcs-cprst.ca/fr/plaintes/mandat> (Page consultée le 5 février 2015).

⁴⁴ **COMMISSAIRE AUX PLAINTES RELATIVES AUX SERVICES DE TÉLÉCOMMUNICATIONS.** *Guide sur le dépôt d'une plainte*, CPRST, Ottawa, Ontario, Canada, 2015. [En ligne] <http://www.ctcs-cprst.ca/fr/plaintes/guide> (Page consultée le 5 février 2015).

⁴⁵ **COMMISSAIRE AUX PLAINTES RELATIVES AUX SERVICES DE TÉLÉCOMMUNICATIONS.** *Comment déposer une plainte*, CPRST, Ottawa, Ontario, Canada, 2015. [En ligne] <http://www.ctcs-cprst.ca/fr/comment-deposer> (Page consultée le 5 février 2015).

2.2.3 Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCNR)

Le Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCNR) est un organisme autonome sans but lucratif, établi par l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR) à la fin des années 1980. Ses membres comptent environ 790 stations, services spécialisés et réseaux de télévision et de radio privés à travers le Canada⁴⁶.

Rôle et mandat

Organisme d'autoréglementation, le CCNR s'occupe des plaintes et des questions du public concernant la programmation proprement dite des radiodiffuseurs et télédiffuseurs privés au Canada. Il veille principalement au respect des normes établies principalement par l'Association canadienne des radiodiffuseurs et l'Association canadienne des directeurs de l'information en radio-télévision et qui portent notamment sur la déontologie, l'indépendance journalistique, la présence de la violence dans la programmation.

Parmi ses objectifs, le CCNR vise l'information du public sur l'existence des normes, et elle entend fournir un recours au grand public en ce qui concerne leur application.

Le processus de traitement des plaintes du CCNR veille à encourager, si possible, le règlement des différends directement entre les diffuseurs et leur public. Lorsque le processus de règlement ne parvient pas à ses fins, le CCNR rend des décisions et tente de faire en sorte que le public y ait accès.

Procédures de traitement des plaintes

Les plaintes, qui identifient la programmation et le diffuseur en litige et précisent la nature du problème, sont soumises par écrit au CCNR, en remplissant le formulaire disponible sur le site Internet de l'organisme ou en expédiant la plainte à leurs bureaux d'Ottawa, par courrier ou par télécopieur⁴⁷. Le CCNR fera parvenir une copie de la plainte au diffuseur visé et lui demandera de répondre aux préoccupations du plaignant. Si la réponse du diffuseur ne lui convient pas, le plaignant pourra expédier au CCNR une *Demande de décision*, afin que l'organisme étudie et tranche le litige⁴⁸.

⁴⁶ **CONSEIL CANADIEN DES NORMES DE LA RADIOTÉLÉVISION.** *Bienvenue au CCNR*, CCNR, Ottawa, Ontario, Canada, sans date. [En ligne] <http://www.cbsc.ca/francais/index.php> (Page consultée le 5 février 2015).

⁴⁷ **CONSEIL CANADIEN DES NORMES DE LA RADIOTÉLÉVISION.** *Déposer une plainte*, CCNR, Ottawa, Ontario, Canada, sans date. [En ligne] <http://www.cbsc.ca/francais/complaint/> (Page consultée le 5 février 2015).

⁴⁸ **CONSEIL CANADIEN DES NORMES DE LA RADIOTÉLÉVISION.** *Questions ayant trait au processus de résolution des plaintes*, CCNR, Ottawa, Ontario, Canada, sans date. [En ligne] <http://www.cbsc.ca/francais/faqs/complaints.php> (Page consultée le 5 février 2015).

2.2.4 Bureau de la concurrence

Le Bureau de la concurrence veille à ce que les entreprises et les consommateurs canadiens évoluent dans un marché concurrentiel et innovateur.

Rôle et mandat

Sur la page *Plaintes et renseignements*⁴⁹ de son site Internet, le Bureau de la concurrence apporte certaines précisions.

Le Bureau signale qu'il est principalement responsable de l'administration et de l'application de la Loi sur la concurrence et qu'il n'est pas un organisme de protection des consommateurs. Ainsi, il n'est pas de son mandat d'exiger des remboursements ou d'intervenir dans les différends contractuels entre entreprises et consommateurs.

Le Bureau de la concurrence dit clairement qu'il n'examinera pas les plaintes qui traitent, notamment, de : Mauvais services de la part d'une entreprise ; Problèmes de facturation ; Différends contractuels ; Problèmes de remboursement.

Procédures de traitement des plaintes

Un consommateur peut porter plainte contre une entreprise ou un organisme dont les pratiques commerciales ne respecteraient pas, par exemple, la Loi sur la concurrence.

Afin de porter plainte, le consommateur doit fournir un certain nombre de renseignements personnels (non spécifiés sur le site), indiquer le nom de la compagnie et l'objet de la plainte. Il est possible de porter plainte en remplissant un formulaire sur le site Internet, en contactant le Bureau par téléphone ou en expédiant la plainte par télécopieur ou par la poste. À la réception de la plainte, le Bureau de la concurrence fera enquête, si la plainte est de son ressort⁵⁰.

⁴⁹ **BUREAU DE LA CONCURRENCE.** *Plaintes et renseignements*, Bureau de la Concurrence, gouvernement fédéral, Ottawa, Gatineau, Québec, Canada, 11 janvier 2012. [En ligne] http://www.bureaudelaconcurrence.gc.ca/eic/site/cb-bc.nsf/fra/h_00019.html (Page consultée le 5 février 2015).

⁵⁰ **BUREAU DE LA CONCURRENCE.** *Plaintes et renseignements*, Bureau de la Concurrence, gouvernement fédéral, Ottawa, Gatineau, Québec, Canada, 11 janvier 2012. [En ligne] http://www.bureaudelaconcurrence.gc.ca/eic/site/cb-bc.nsf/fra/h_00019.html (Page consultée le 5 février 2015).

2.2.5 Conseil des normes de télévision par câble (CNTC)

Du moment de sa mise sur pied en 1988 et jusqu'en 2006, un organisme était mandaté pour notamment traiter les plaintes dans le domaine de la télédistribution : le Conseil des normes de télévision par câble (CNTC).

Rôle et mandat

Le Conseil des normes de télévision par câble était un organisme formé de trois membres mandatés par les compagnies canadiennes de télévision par câble pour administrer les normes, codes et politiques destinés à garantir la haute qualité du service à la clientèle⁵¹. Dans un avis public de 1992, le CRTC annonçait que le CNTC aurait pour mandat de gérer des Normes acceptées précédemment par le Conseil et de traiter les plaintes des abonnés, et il décrivait comme suit le nouveau rôle de l'organisme :

Le Conseil des normes s'occupe de résoudre les différends qui opposent les télédistributeurs membres de la Fondation et leurs abonnés ou d'autres parties. Le Conseil note le rôle nouveau que le Conseil des normes jouera dans le règlement des plaintes et il estime qu'il offrira un mécanisme de plus en plus important et utile pour donner suite aux plaintes concernant la conformité des membres de la Fondation aux exigences des Normes, ainsi que les questions opérationnelles connexes. En conséquence, le Conseil annonce qu'il entend dorénavant transmettre au Conseil des normes, pour fins d'étude et de règlement, toute plainte du public concernant les pratiques des membres de la Fondation, en ce qui a trait à des questions touchant les Normes.

Le Conseil souligne néanmoins que toute partie intéressée peut, en tout temps, choisir de s'adresser directement à lui. Il souligne également qu'il continuera de traiter directement les infractions présumées au Règlement de 1986 sur la télédistribution ainsi que les plaintes portant sur des questions non visées par les Normes⁵².

En 1994, dans le cadre de modifications au Règlement sur la télédistribution, le CRTC revenait sur l'historique du processus :

Bien que dans certaines observations à cet égard, on s'opposait à la mise en place d'un tel processus, la plupart en approuvaient en principe l'introduction, mais avec quelques modifications. Plusieurs parties ont suggéré que le Conseil des normes de la télévision par câble (CNTC) serve de première tribune pour la médiation des différends en matière d'accès qui pourraient survenir entre des titulaires d'entreprises de programmation et de distribution⁵³.

⁵¹ **TRAVAUX PUBLICS ET SERVICES GOUVERNEMENTAUX CANADA.** *Conseil des normes de télévision par câble*, BTB, Ottawa, Ontario, Canada, 1^{er} mai 2015. [En ligne] http://www.btb.termiumplus.gc.ca/tpv2alpha/alpha-fra.html?lang=fra&srchtxt=CABLE%20TELEVISION%20STANDARDS%20COUNCIL&i=1&index=alt&sg_kp=1263082&fchrdrnm=1#zz1 (Page consultée le 5 mai 2015).

⁵² **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES.** Archivé - *Avis public CRTC 92-22 - Conseil des normes de la télévision par câble*, CRTC, Ottawa, Ontario, Canada, 16 mars 1992. [En ligne] <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/1992/PB92-22.HTM> (Page consultée le 4 janvier 2015).

⁵³ **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES.** ARCHIVÉ - *Avis public CRTC 1994-7 - Modifications au Règlement de 1986 sur la télédistribution*, CRTC, Ottawa, Ontario, Canada, 13 février 1994 [En ligne] <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/1994/pb94-7.htm> (Page consultée le 4 janvier 2015).

En 2000, le CRTC indiquait encore que le CNTC, en cas de plainte d'un consommateur, pouvait jouer le rôle de protecteur du citoyen⁵⁴. Cette instance devant laquelle les consommateurs pouvaient porter leurs plaintes a donc cessé d'exister en 2006. Dans sa réponse au questionnaire que nous avons fait parvenir aux différents organismes fédéraux, le CCNR signalait :

Avant 2006, ce genre de plaintes [plaintes en télédistribution] était traité par le Conseil des normes de la distribution par câble, un organisme d'autoréglementation financé par l'ACTC, l'Association canadienne de la télévision par câble. Ces deux organismes ont été dissous, vers 2006, suite au retrait de l'ACTC des grands câblodistributeurs, Rogers, Shaw, Vidéotron et Cogéco [...].

Attendu qu'il s'agissait d'un organisme qui avait justement pour mandat de traiter le type de plaintes pour lesquelles le présent rapport cherche les voies de recours, nous examinerons rapidement les procédures de traitement des plaintes de cet organisme dont le CRTC soulignait l'absence encore en 2010, ainsi que le besoin d'un organisme de traitement des plaintes en matière de télédistribution, un secteur qui déjà à l'époque, soulevait son lot de plaintes :

Cela étant dit, le Conseil note qu'il n'existe pas, pour les EDR, d'entité centralisée autoréglementée depuis la dissolution du Conseil des normes de télévision par câble (CNTC) en avril 2006. Le Conseil note également que suite à la décision de modifier le cadre réglementaire entourant l'abstention des services de télécommunication locaux, le Gouvernement a lancé un appel à la création d'une entité autoréglementée afin de traiter les plaintes des consommateurs en télécommunications, tel que mentionné dans le décret C.P. 2007-533. Il en a résulté la création du Commissaire des plaintes relativement aux services de télécommunications (CPRST). Le Conseil estime qu'à la lumière de l'insatisfaction exprimée par les consommateurs dans le cadre de cette instance publique, il serait approprié de fournir aux consommateurs un forum semblable pour soulever des préoccupations et problèmes liés aux services de distribution de radiodiffusion.

[...]

Par conséquent, le Conseil recommande au Gouvernement d'émettre un décret enjoignant le Conseil de voir à ce que les EDR établissent une entité indépendante et autoréglementée afin de se pencher sur les plaintes à l'égard des services de distribution de radiodiffusion, et que cette entité travaille de concert avec le CNTC [sic] afin de fournir aux consommateurs un point de contact unique pour la résolution de plaintes⁵⁵.

⁵⁴ **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES**. Archivé - Avis public CRTC 2000-162 - *Projet d'ordonnance d'exemption pour les petits systèmes de câblodistribution*, CRTC, Ottawa, Ontario, Canada, [En ligne] <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2000/pb2000-162.htm> (Page consultée le 4 janvier 2015).

⁵⁵ **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES**. Conséquences et pertinence d'un système de compensation pour la valeur des signaux de télévision locale, CRTC, Ottawa, Ontario, Canada, 23 mars 2010. [En ligne] <http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/rp100323.htm> (Page consultée le 25 janvier 2015).

Procédures de traitement des plaintes

Les plaintes reçues par le CNTC étaient acheminées à la compagnie concernée en demandant à cette dernière d'y répondre dans un délai de 10 jours. Le CNTC avait mis sur pied un système d'appels de suivi auprès d'un échantillon de consommateurs choisis au hasard pour assurer que leur plainte avait été réglée à leur satisfaction.

Si le consommateur était toujours insatisfait à la suite de la réponse de la compagnie, le CNTC se chargeait de traiter directement la question avec l'entreprise. Lorsque le consommateur n'était toujours pas satisfait du traitement de sa plainte, le CNTC proposait une médiation informelle. En cas d'échec, le consommateur se voyait proposer une audience décisionnelle devant le CNTC. La décision prise par le Conseil des normes était alors exécutoire pour l'entreprise alors que le consommateur pouvait en appeler de la décision rendue auprès du CRTC (ou auprès du Commissaire à la protection de la vie privée sur les sujets concernant le Code de protection des renseignements personnels de l'industrie de la câblodistribution lequel reflétait la Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques).

Une compagnie qui refusait de se conformer à la décision du tribunal pouvait se voir forcer de démissionner de la Fondation des normes de télévision par câble, avec pour conséquence qu'elle se retrouvait assujettie à la réglementation sous l'autorité directe du CRTC (à laquelle les fournisseurs voulaient justement échapper en mettant sur pied la Fondation).

Le processus de résolution des plaintes était gratuit pour les consommateurs et le Conseil des normes était entièrement financé par l'industrie de la télévision par câble⁵⁶.

2.3 Commentaires des organismes fédéraux et des entreprises

Afin de mieux cerner les services de traitement des plaintes en matière de télédistribution proposés aux consommateurs, nous nous sommes adressés directement aux organismes fédéraux compétents ainsi qu'à diverses entreprises (Bell, Rogers, Shaw, Vidéotron et Cogeco) auprès desquels nous avons tenté d'obtenir des compléments d'information. À cette fin, nous leur avons expédié un questionnaire sur le nombre et le type de plaintes qu'ils recevaient, sur le traitement de ces plaintes et sur les solutions proposées aux consommateurs. Nous leur avons aussi demandé ce qui, d'après eux, serait le système de traitement idéal en matière de plaintes liées aux services de télédistribution⁵⁷.

Nous avons fait parvenir en octobre 2014 notre questionnaire aux entreprises ainsi qu'au Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCNR), au Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications (CPRST), au Bureau de la concurrence ainsi qu'au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC).

⁵⁶ **INDUSTRIE CANADA**. *Mécanismes privés de règlement de litiges de consommation et considérations juridiques Étude de cas*, IC, gouvernement fédéral, Ottawa, Ontario, Canada, 2002, 72 pages. [En ligne] [http://cmcweb.ca/eic/site/cmc-cmc.nsf/vwapj/redress_case_studies_fr.pdf/\\$FILE/redress_case_studies_fr.pdf](http://cmcweb.ca/eic/site/cmc-cmc.nsf/vwapj/redress_case_studies_fr.pdf/$FILE/redress_case_studies_fr.pdf) (document consulté le 15 décembre 2014).

⁵⁷ Le questionnaire est reproduit à l'Annexe 2.

Le CCNR et le CPRST nous ont tous deux indiqué qu'ils ne traitaient pas les plaintes relatives aux services de télédistribution. Le Bureau de la concurrence, qui ne traite pas non plus directement ce type de plainte nous a tout de même indiqué que sur les 9000 plaintes qu'il recevait chaque année, une très modeste proportion portait sur les services de télédistribution.

Le CRTC nous a pour sa part fourni des données plus précises, portant sur la période comprise entre le 1^{er} avril 2013 et le 31 mars 2014. Au cours de cette période, le CRTC a reçu 4665 plaintes relatives aux services de télédistribution, soit 15,11 % du nombre total de plaintes reçues par l'organisme. Le CRTC nous a aussi fourni une ventilation par sujets de ces plaintes en matière de télédistribution.

Tableau 13
CRTC : Répartition des plaintes en télédistribution
(de avril 2013 à mars 2014)

Sujet de la plainte	Nombre de plaintes
Facturation	1427
Distribution	1212
Décision et politiques CRTC	451
Qualité du service	430
Majoration tarifaire	290
Modalités de service	305
Installation du service	269
Autres sujets divers*	281
Total des plaintes	4665

* Regroupe plusieurs entrées qui affichaient un nombre minime de plaintes – publicité (publicité trompeuse, intensité sonore des messages publicitaires, etc.), concurrence (accessibilité, manque de concurrence, choix de l'utilisateur final, etc.), etc.

Aucune des entreprises à qui nous avons fait parvenir notre questionnaire ne nous a répondu. On peut présumer que cela tient notamment au fait qu'au cours de la même période, le CRTC tenait, dans le cadre d'une vaste initiative, *Parlons télé*, lancée en octobre 2013, des consultations sur des sujets similaires. Nous avons étudié les réponses des entreprises aux questions posées par le CRTC dans le cadre de ces consultations afin de voir si nous pouvions y trouver des réponses à certaines de nos questions.

Le CRTC a notamment demandé aux intervenants si, à leur avis, il serait nécessaire ou souhaitable de créer un poste d'ombudsman de l'industrie de la télédistribution, dont le mandat pourrait, par exemple, être semblable à celui qu'exerce le CPRST en matière de télécommunications. Le CRTC a également demandé aux intervenants de se prononcer sur la pertinence de la mise en place d'un code de déontologie pour les entreprises de télédistribution.

Voici ce que nous avons extrait des observations des entreprises en réponse à ces questions. Les fournisseurs s'entendent pour dire que, si le CRTC estimait nécessaire qu'un ombudsman veille à la résolution des plaintes des consommateurs en matière de télédistribution, le CPRST serait l'instance appropriée pour jouer ce rôle ; les fournisseurs s'entendent aussi pour décrier la nécessité de l'adoption d'un code de conduite par le CRTC :

BELL

En ce qui concerne les plaintes, nous pensons que le CPRST devrait avoir le rôle d'ombudsman pour les plaintes des consommateurs relatives aux [Entreprise de distribution de radiodiffusion] EDR, y compris celles relatives à la distribution des avis de changement de programmation. Le CPRST bénéficie en effet d'une grande expérience en matière de traitement des plaintes des consommateurs relatives aux services de télécommunications.

Étant donné la tendance selon laquelle un nombre croissant de Canadiens se procurent leurs services de radiodiffusion et de télécommunications sous forme de forfait, il est raisonnable de confier au CPRST le rôle d'ombudsman pour la résolution des plaintes des consommateurs relatives aux services des EDR, car le CPRST deviendrait ainsi un « guichet unique » qui serait à la fois pratique pour les consommateurs et efficace sur le plan administratif.

[...]

Bell ne croit pas qu'un code de déontologie soit nécessaire, mais elle consent à ce que le rôle du CPRST soit élargi afin de lui confier la résolution des problèmes que les EDR ne peuvent pas régler directement avec leurs abonnés⁵⁸.

ROGERS

Nous abondons dans le même sens que le Conseil, qui estime que les consommateurs canadiens devraient disposer de recours et de processus clairs pour résoudre les problèmes de service et les conflits. Nous n'estimons pas, cependant, que des lignes directrices ou un code de conduite officiels sur certaines questions comme celles des frais de résiliation anticipée soient nécessaires dans le marché des EDR, parce que le volume des plaintes est faible, nous disposons d'un processus de recours hiérarchique pour les plaintes bien structuré et nous avons notre propre ombudsman. Nous fournirons ci-dessous plus de détails sur chacun de ces points. Cela étant dit, nous croyons que toutes les EDR devraient élaborer des mécanismes internes pour améliorer l'aide offerte aux clients en cas de conflit. [...] Rogers ne croit pas qu'un poste d'ombudsman de l'industrie soit nécessaire⁵⁹.

⁵⁸ **BELL.CA**. *Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2014 190, Parlons télé : une conversation avec les Canadiens, 3e étape*. Commentaires de Bell Canada, Bell Canada, Montréal, Québec, Canada, 27 juin 2014, version française de l'intervention. [En ligne]

<https://services.crtc.gc.ca/pub/ListeInterventionList/Documents.aspx?ID=218717&en=2014-190&dt=i&lang=f&S=C&PA=b&PT=nc&PST=a> (Document consulté le 10 février 2015).

⁵⁹ **ROGERS COMMUNICATIONS INC.** *Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2014-190, Parlons télé*, Commentaires de Rogers Communications inc., Rogers, Toronto. Ontario, Canada, le 27 juin 2014. Version française de l'intervention. [En ligne]

<https://services.crtc.gc.ca/pub/ListeInterventionList/Documents.aspx?ID=218412&en=2014-190&dt=i&lang=f&S=C&PA=b&PT=nc&PST=a> (Document consulté le 10 février 2015).

SHAW

À l'heure actuelle, l'équipe des plaintes du CRTC s'occupe des plaintes de clients sur les services de radiodiffusion. Shaw n'a aucune idée du nombre de plaintes que le Conseil reçoit par ce processus; nous remarquons toutefois que ce processus fonctionne de façon très efficace depuis bien des années. Le marché des EDR fait face à une concurrence plus intense que jamais. Les consommateurs reçoivent plus d'offres de fournisseurs de services et de services par contournement. Le niveau de choix et de souplesse qu'offre ce marché ainsi que la facilité avec laquelle les clients peuvent passer à un fournisseur plus concurrentiel éliminent le besoin de créer un ombudsman pour le marché des EDR. La majorité des plaintes que reçoit le CPRST ont trait à des conflits contractuels sur le service sans fil et sur les frais. Elles sont principalement dues à la perception qu'ont les consommateurs du fait que le marché canadien n'offre pas assez d'options sans fil et que les conditions de services ne les avantagent pas. Absolument rien n'indique que le marché des EDR présente un tel problème. Si le Conseil nomme un ombudsman pour les EDR, il pourrait charger le CPRST de cette fonction pour éviter de dédoubler les processus et les coûts. Cependant, il faudrait alors modifier le financement du CPRST selon du nombre de plaintes et non d'après un pourcentage des revenus des entreprises. On devrait forcer les fournisseurs qui génèrent le plus de plaintes à assumer les frais d'ombudsman⁶⁰.

VIDEOTRON

Nous sommes d'avis qu'il n'y a pas lieu d'appliquer aux EDR des lignes directrices ou un code de conduite sur certaines questions comme celles des frais de résiliation anticipée puisque la Loi sur la protection du consommateur s'applique déjà à la télédistribution et que cette dernière contient déjà des dispositions semblables à celles du Code sur les services sans fil du Conseil.

[...]

Il n'est pas nécessaire de créer un tel poste [ombudsman] puisque le nombre de plaintes reçues ne le justifie pas (en télédistribution, pour Vidéotron, 19 plaintes reçues en 2013 et seulement 11 en 2014). En effet, le traitement des plaintes actuel et le petit nombre de plaintes reçues confirment que le processus en place suffit amplement au bon traitement desdites plaintes⁶¹.

⁶⁰ **SHAW COMMUNICATIONS INC.** *Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2014-190 – Parlons télé*, Shaw Communications inc., Calgary, Alberta, Canada, 27 juin 2014. Version française de l'intervention. [En ligne] <https://services.crtc.gc.ca/pub/ListeInterventionList/Documents.aspx?ID=218469&en=2014-190&dt=i&lang=f&S=C&PA=b&PT=nc&PST=a> (Document consulté le 10 février 2015).

⁶¹ **QUEBECOR MEDIA INC.** *Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2014-190, Parlons télé*, Intervention de Québecor Média inc. en son nom et aux noms de Vidéotron s.e.n.c. et de Groupe TVA inc., Québecor inc., Montréal, Québec, Canada, 27 juin 2014. Version française de l'intervention. [En ligne] <https://services.crtc.gc.ca/pub/ListeInterventionList/Documents.aspx?ID=218467&en=2014-190&dt=i&lang=f&S=C&PA=b&PT=nc&PST=a> (Document consulté le 10 février 2015).

COGECO

Cogeco fait valoir que les plaintes des clients qui ont trait à la prestation de services de radiodiffusion par câble ne semblent pas constituer un problème majeur et qu'il ne devrait donc pas être nécessaire de créer un poste d'ombudsman pour les services de distribution de radiodiffusion.

Si toutefois le Conseil jugeait qu'un tel poste était nécessaire, le CPRST est un organisme indépendant qui a pour mission de travailler avec les consommateurs et les fournisseurs de services de télécommunications (les «FST») en vue de régler les plaintes, y compris les plaintes relatives aux services de télécommunications fournis par les EDR.

Cogeco fait valoir qu'il serait peut-être plus efficace et économique d'accroître la portée de la mission actuelle du CPRST, de manière à y englober les plaintes des abonnés des EDR, si cela est possible, plutôt que de créer, pour l'industrie des EDR, un poste d'ombudsman distinct doté d'une mission semblable à celle du CPRST⁶².

2.4 Commentaires des organismes provinciaux de protection des consommateurs

Afin de mieux cerner la place des organismes provinciaux de protection du consommateur en matière de télédistribution, nous nous sommes adressés directement à eux en vue d'obtenir des compléments d'information. À cette fin, nous avons expédié aux organismes compétents des dix provinces et des trois territoires canadiens un questionnaire sur le nombre et le type de plaintes qu'ils recevaient, sur le traitement de ces plaintes et sur les solutions proposées aux consommateurs⁶³. Nous leur avons aussi demandé ce qui, d'après eux, serait le système de traitement idéal en matière de plaintes liées aux services de télédistribution.

Les questionnaires ont été envoyés en janvier 2015, suivi d'un rappel en avril. Les dernières réponses nous sont parvenues fin avril 2015. Au total, sept provinces nous ont répondu.

La Commission des services financiers et des services aux consommateurs, au **Nouveau-Brunswick**, nous a indiqué qu'elle ne recueillait pas les plaintes en matière de radiodiffusion et ne tenait donc pas de statistiques relativement à ces services. Les consommateurs qui rapportent un problème à ce sujet sont référés au CRTC.

Au **Manitoba**, le nombre de plaintes reçues relativement à des services de télédistribution est très faible. L'Office de la protection du consommateur, Ministère du Tourisme, Culture, Patrimoine, Sport et Protection du consommateur nous rapporte avoir reçu 25 plaintes à ce sujet entre 2012 et 2014 (et trois entre janvier et avril 2015). Comme elles sont toutes classées dans une même catégorie (soit *Cable services*) il a été impossible à l'organisme de préciser l'objet précis des plaintes (facturation, installation, service à la clientèle, etc.)

⁶² **COGECO.CA**. *Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2014-190, Parlons Télé*, Mémoire de COGECO CÂBLE INC, Cogeco inc., Montréal, Québec, Canada, 27 juin 2014. Intervention Version française. [En ligne] <https://services.crtc.gc.ca/pub/ListeInterventionList/Documents.aspx?ID=218718&en=2014-190&dt=i&lang=f&S=C&PA=b&PT=nc&PST=a> (Document consulté le 10 février 2015).

⁶³ Le questionnaire est reproduit à l'Annexe 3.

Dans cette province, lorsqu'une plainte relève des compétences de l'Office de la protection du consommateur, l'organisme contacte l'entreprise fautive, puis tente une médiation entre les deux parties en vue de trouver une solution. Si les parties ne s'entendent pas, l'organisme ne peut imposer de règlement ; le consommateur devra se tourner vers les tribunaux. Si l'examen de la plainte a révélé une infraction aux lois pertinentes (*Consumer protection Act* ou *Business Practices Act*), l'entreprise s'expose par contre à des amendes ou des poursuites.

Si la plainte qui est portée à son attention en matière de télédistribution relève plutôt de la compétence de l'organisme fédéral, le consommateur sera redirigé vers le CRTC. L'organisme manitobain nous a indiqué que l'expérience du CPRST en matière de traitement des plaintes en matière de téléphonie cellulaire devrait faire foi de sa capacité à traiter les plaintes en télédistribution.

En **Colombie-Britannique**, le Consumer Protection BC nous a indiqué qu'il ne fait pas de différence, lorsqu'il s'agit de les compiler, entre les plaintes relatives à la téléphonie ou aux services de câble. En 2014, 182 plaintes ont été déposées en matière de communications.

Lorsqu'un consommateur communique avec l'organisme, il sera, selon l'objet de la plainte, référé au fournisseur de service ou au CRTC ou informé de ses droits. Si l'entreprise qui fait l'objet de la plainte participe au service *Online Dispute Resolution*, le consommateur sera invité à utiliser ce service pour tenter de régler son différend avec son fournisseur.

Le *Consumer Protection BC* se prononce en faveur de la mise sur pied d'un organisme indépendant qui serait chargé de traiter les plaintes relatives à des services de radiodiffusion, et estime que le CPRST pourrait bien remplir cette fonction.

En **Saskatchewan**, le Consumer Credit Division, Financial and Consumer Affairs Authority of Saskatchewan déclare ne recevoir que très peu de plaintes relativement aux services de télédistribution, soit moins de 2 % du total des plaintes reçues, c'est-à-dire moins de dix plaintes par an.

Lors de la réception d'une plainte, l'organisme vérifie d'abord si elle relève de son mandat ou s'il s'agit d'une question qui est de compétence fédérale, auquel cas le consommateur est redirigé vers le CRTC ou le CPRST. Dans le cas contraire, l'organisme examine la plainte et tente de la résoudre ; il pourra aussi évaluer l'opportunité de sévir contre l'entreprise.

L'organisme ne croit pas nécessaire la mise sur pied d'un nouvel organisme indépendant pour résoudre ce type de plainte. Il estime que le CRTC pourrait être le système idéal pour le traitement des plaintes en télédistribution, mais que le CPRST pourrait être mandaté pour recevoir ces plaintes.

À **Terre-Neuve**, Service NL indique que, pour l'année 2013-2014, 15 plaintes ont été enregistrées relativement aux services de radiodiffusion (soit 11 % du total des plaintes), auxquelles s'ajoutent dix demandes de renseignements écrites (7 %) et 80 appels téléphoniques (8 %). L'organisme précise que 80 % de ces plaintes, demandes de renseignements et appels concernaient le *Newfoundland's Bill 6*, qui traite des services groupés incluant le câble et les services de télévision par satellite et qui a été modifié en 2012 pour inclure des dispositions sur les services fournis à distance, et que le 20 % restant portait sur des problèmes de facturation. L'organisme terre-neuvien offre des services de médiation et, en cas

d'échec, réfère les consommateurs vers différentes agences susceptibles de pouvoir traiter la plainte (CRTC, CPRST, Conseil de crédit du Canada, ombudsmans, etc.).

Comme plusieurs autres organismes provinciaux, l'organisme terre-neuvien verrait d'un bon œil que le CPRST se voie confier le traitement des plaintes reliées aux services de télédistribution.

En **Ontario**, Protection du consommateur de l'Ontario, Ministère des services gouvernementaux et des services aux consommateurs a reçu 170 plaintes et demandes de renseignements portant sur des services de télédistribution en 2014, soit 0,5 % de l'ensemble des plaintes et demandes de renseignements reçues par l'organisme. En 2013, c'étaient 237 plaintes et demandes de renseignements qui avaient été enregistrées (0,6 % du total). Le tiers de l'ensemble des plaintes et demandes de renseignements portaient sur des problèmes de facturation (souvent des changements unilatéraux apportés au contrat), 17 % sur des annulations de contrat, 11 % reprochaient une inconduite au fournisseur, 9 % de fausses représentations quant aux services, 8 % étaient en lien avec la qualité du service et 4 % avec des services ou produits non fournis (liste non exhaustive).

L'organisme ontarien réfère directement les consommateurs au CPRST si le service de télédiffusion qui fait l'objet de la plainte fait partie d'un service groupé (avec le téléphone ou Internet par exemple). Si la plainte fait exclusivement référence au service de télédistribution, l'*Ontario Consumer Protection Act, 2002* peut trouver application, grâce aux dispositions qui portent sur les fausses représentations, par exemple. Si le consommateur ne peut régler son litige directement avec son fournisseur et qu'il y a un manquement à la loi susmentionnée, l'organisme pourra offrir un service de médiation. En cas d'échec du processus de médiation, le consommateur pourra se voir conseiller d'utiliser la voie judiciaire. Protection du consommateur de l'Ontario pourra de son côté user de ses pouvoirs de surveillance et d'application de la loi et prendre d'autres mesures : inspection, enquête, accusation, poursuite pénale, etc.

L'organisme ontarien n'a pas souhaité se prononcer sur la pertinence de confier au CPRST le mandat de traiter les plaintes en télédistribution, pas plus que sur ce que pourrait être un système idéal pour traiter les plaintes dans ce domaine.

Au Québec, l'Office de la protection du consommateur (OPC) a, en 2014, enregistré 89 plaintes classées dans la catégorie *Services de télévision* et 467 plaintes dans la catégorie *Forfait de services de communication*. Cette dernière catégorie regroupe : les abonnements à la télévision numérique et terrestre et les services connexes fournis par câble, satellite ou par toute autre voie. Relèvent de cette catégorie les offres combinées (téléphonie, internet et télévision par exemple). La catégorie *Services de télévision* occupait le 42^e rang par ordre d'importance sur l'ensemble des plaintes reçues par l'OPC tandis que la catégorie *Forfait de services de communication* occupait le 18^e rang. La même année, l'organisme a également reçu et traité 946 demandes de renseignements relativement à la télédistribution : 40 % sur la résiliation du contrat par le consommateur, 25 % sur la livraison et la conformité du service et 8 % sur le contenu des contrats. En 2014, des 803 infractions décelées par l'OPC dans le secteur de la télédistribution, 32 % concernaient la livraison et la conformité du service, 19 % la résiliation du contrat, 13 % le formalisme des contrats, 8 % de fausses représentations et des pourcentages allant de 1 à 5 % pour des infractions liées à divers autres sujets (pratiques interdites concernant le prix, vente forcée, omissions de faits importants, etc.). L'OPC compile les plaintes et les dénonciations du public et, si une infraction à la loi est notée, il peut effectuer des

vérifications administratives, des inspections chez les commerçants, des enquêtes, et transmettre des avis d'infraction, entreprendre des poursuites pénales, etc.

L'OPC estime qu'un système de traitement des plaintes des consommateurs devrait s'articuler en fonction de ces deux constats fondamentaux :

- les consommateurs ne sont pas toujours disposés à entreprendre des démarches individuelles pour des réclamations relativement modestes;
- ces démarches individuelles ont, quant à elles, une capacité limitée à amener une entreprise à modifier ses pratiques et le contenu des contrats qu'elle propose.

Idéalement, selon l'OPC, un consommateur dont les droits n'ont pas été respectés dans le cadre d'un contrat de consommation devrait pouvoir s'en plaindre auprès d'une autorité responsable de surveiller l'application des règles qui visent à protéger les consommateurs. Cette autorité devrait disposer des pouvoirs nécessaires afin d'amener l'entreprise à cesser de recourir à des pratiques qui ne sont pas conformes à ces règles et ainsi éviter que d'autres consommateurs ne soient victimes de ladite pratique : pouvoirs d'enquête et d'inspection, pouvoir de conclure des engagements volontaires, de demander des injonctions, d'intenter des poursuites pénales et d'imposer des amendes administratives. Cette autorité devrait également être en mesure, en mettant en place, par exemple, des programmes de surveillance, d'agir à l'encontre d'une entreprise fautive avant que ses pratiques ne génèrent des plaintes des consommateurs.

2.5 Protections et résolution des différends au niveau provincial

Les recours disponibles aux consommateurs en vertu des lois provinciales relativement aux services de télédistribution sont hétérogènes. Si les lois de protection du consommateur offrent des mesures de protection d'application générale, qui s'appliquent donc aussi bien aux contrats de service de télédistribution qu'aux autres, ces mesures varient énormément d'une province à l'autre. Certains cadres réglementaires visent plus spécifiquement ce type de services : c'est notamment le cas, au Québec, de la réglementation qui concerne les contrats de service à exécution successive fourni à distance (ci-après les Contrats de service à distance), qui touche tant les services de téléphonie mobile que le service de système d'alarme et la télédistribution. Or, il n'existe au Canada aucune disposition particulière destinée à encadrer spécifiquement le contrat de service de télédistribution intervenu entre un consommateur et un commerçant.

Pour faire appliquer les dispositions des lois de protection du consommateur, les consommateurs peuvent avoir recours aux tribunaux en vue de faire trancher un litige qui les opposeraient à leur fournisseur de service.

Comme nous l'avons vu, les approches préconisées pour le traitement des plaintes des consommateurs par les différentes agences gouvernementales de protection du consommateur (AGPC) diffèrent énormément. Par exemple, certaines AGPC offrent au consommateur qui dépose une plainte contre un commerçant un service de médiation en vue de régler un litige, d'autres pas. Dans certaines juridictions, les parties peuvent, suite au dépôt d'une demande devant une instance judiciaire, avoir recours au service de médiation offert par le tribunal.

2.5.1 Survol des lois provinciales de protection du consommateur

Nous le mentionnions plus tôt, le gouvernement fédéral et les gouvernements provinciaux et territoriaux exercent une compétence partagée sur la télédistribution. C'est par un jeu complexe de l'attribution des champs de compétences des articles 91 et 92 de la *Loi constitutionnelle de 1867* que se définissent les compétences de chaque niveau de gouvernement sur le domaine de la télédistribution. Le palier fédéral détient cette compétence en vertu du jeu des articles 91(29), qui lui donne compétence sur les catégories expressément exclues des pouvoirs provinciaux, et 92(10)a), qui exclut de la compétence des provinces sur les travaux et entreprises de télégraphes et autres travaux et entreprises reliant la province à une autre ou à d'autres provinces, ou s'étendant au-delà des limites de la province. Par ailleurs, les provinces réglementent la télédistribution par l'entremise des instruments législatifs qui concernent la protection des consommateurs et le droit civil, des champs sur lesquels elles détiennent un pouvoir exclusif en vertu des articles 92(13) (propriété et droits civils) et 92(16) (les matières de nature purement privée).

Quelles sont donc ces mesures précises adoptées par les provinces qui protègent les consommateurs et dont peuvent se prévaloir ceux qui sont aux prises avec des problèmes avec leur fournisseur de service de télédistribution ?

On se rappellera que le sondage mené par Union des consommateurs a révélé que les problèmes que rencontrent les consommateurs qui sont clients de fournisseurs de services de télédistribution se déclinent principalement comme suit : Fonctionnement du service ou équipement (47 %), frais mensuel (20 %), erreur de facturation (19 %), service à la clientèle (12 %), débranchement (10 %), installation (9 %), frais imprévus (8 %), caractéristiques du service (7 %) et autres (23 %). Notre consultation auprès des AGPC, quant à elle, nous a aussi permis de recueillir quelques données sur la nature des plaintes que ces organismes reçoivent en matière de télédistribution. À la lumière des sources de conflit les plus répandues en matière de service de télédistribution, nous ferons un bref survol des dispositions adoptées par les législateurs provinciaux et qui sont susceptibles de protéger les consommateurs dans ces circonstances.

Les lois d'application générale et les problèmes de télédistribution

Des frais non précisés au contrat

Les erreurs de facturation font partie des problèmes les plus souvent rencontrés par les consommateurs qui sont abonnés à des services de télédistribution. Les frais imprévus feront partie de cette catégorie.

Que ce soit l'apparition de frais autres que ceux qui avaient été convenus lors de la conclusion du contrat ou celle de frais autres (par exemple des frais pour l'envoi d'une facture papier), qui n'auraient pas été mentionnés lors de la conclusion du contrat, le consommateur ne devrait jamais avoir à subir ces mauvaises surprises. Au Québec, la *Loi sur la protection du consommateur* interdit au commerçant de réclamer au consommateur des frais dont le contrat ne mentionne pas de manière précise le montant (art. 12 LPC). Nos recherches semblent indiquer que seul le Québec a adopté une disposition qui interdit de manière si explicite d'exiger du consommateur des frais non mentionnés de manière précise au contrat.

Les fournisseurs de service de télédistribution, comme les autres commerçants, doivent donc veiller à mentionner avec la plus grande précision les montants qu'ils entendent réclamer aux consommateurs québécois. Un consommateur qui se verra imposer sur ses factures des montants non précisés dans son contrat disposera des recours judiciaires prévus à la loi.

La modification unilatérale du contrat de service

La question des modifications unilatérales de contrats par le commerçant est depuis longtemps un irritant majeur pour les consommateurs. En Ontario, en 2014, le tiers des plaintes et demandes de renseignements faites par les consommateurs auprès de leur AGPC portent sur des problèmes de facturation suite à un changement unilatéral au contrat.

Bien que la modification unilatérale des contrats de service de télédistribution ne soit pas réglementée de manière particulière, certaines dispositions d'application générale encadrent la modification des contrats de consommation par un fournisseur des services, et ce, dans la plupart des provinces canadiennes.

À titre d'exemple, depuis 2010, la loi québécoise stipule qu'un commerçant ne peut prévoir à son contrat un droit de modification unilatérale des éléments essentiels d'un contrat à durée déterminée, et qu'il lui est par conséquent interdit de procéder à une telle modification (art. 11.2 LPC-QC).

Le commerçant peut par ailleurs modifier les éléments dits « non essentiels » en respectant certaines conditions, dont celle qui lui impose de prévoir au contrat les modifications qu'il se réserve le droit d'effectuer (art. 11.2(1) LPC-QC). Bien entendu, cette disposition d'application générale s'applique aussi aux contrats de service de télédistribution. Ces règles ont pour fondement les principes de bonne foi en matière contractuelle (art. 6 CCQ) et de l'exercice des droits civils selon les exigences de la bonne foi (art. 6 CCQ). Ainsi, toute modification que tenterait de faire le commerçant sans respecter les paramètres prévus à la Loi serait inopposable au consommateur (art. 11.2(3)).

Dans les provinces de common law, les modifications unilatérales sont encadrées aussi, mais l'encadrement diffère un peu de celui que nous retrouvons dans la loi québécoise. Ainsi le législateur ontarien a choisi de prévoir dans la *Loi de 2002 sur la protection du consommateur*, que « [l]es marchandises ou les services que le consommateur reçoit sur une base continue ou périodique sont réputés non sollicités à compter du moment où ils subissent un changement important, à moins que le fournisseur puisse établir que le consommateur y a consenti. » (art. 13(4) LPC-ONT). La loi ontarienne prévoit que le consommateur pourra demander le remboursement des sommes payées pour le service non sollicité dans l'année qui suit le paiement (art. 13(6) LPC-Ont). Il pourra de surcroît ester en justice si le commerçant fait défaut de procéder au remboursement exigé (art. 13(8) LPC-ONT). Il s'agit toutefois d'une mesure très rare dans les provinces anglo-saxonnes : la Colombie-Britannique est la seule autre province à disposer d'une mesure similaire (voir art. 13(2), *Business Practices and Consumer Protection Act*).

Le cas de Terre-Neuve et Labrador présente une particularité digne de mention. Si l'encadrement du droit à la modification unilatérale par le commerçant ressemble de très près à celui que l'on retrouve au Québec, cette province a choisi de n'appliquer un tel encadrement qu'aux contrats des services fournis à distance. Suite à un amendement à la *Consumer Protection and Business Practices Act* (CPBPA) entré en vigueur en 2012, l'article 35.5 de la CPBPA prévoit dorénavant qu'un commerçant ne peut introduire dans un tel contrat une disposition contractuelle lui permettant de le modifier unilatéralement, à moins de respecter les conditions suivantes :

35.5 (1) [...] the clause

- (a) *states the elements of the distance service contract that may be amended unilaterally;*
- (b) *provides that the supplier must send written notice to the consumer, at least 30 days before the effective date of the amendment, stating*
 - (i) *the new or amended clause,*
 - (ii) *the former version of the clause,*
 - (iii) *the effective date of the amendment, and*
 - (iv) *the consumer's rights where he or she does not agree with the amendment; and*
- (c) *provides that where the amendment increases the consumer's obligations or reduces the supplier's obligations the consumer may refuse the amendment and cancel the distance service contract without cost, penalty or fees, provided the consumer gives written notice to the supplier no later than 30 days after the effective date of the amendment.*

Cette disposition indique également que le commerçant ne doit pas modifier unilatéralement « *the price, term or nature of the goods or services of a fixed term distance service contract.* » (art. 35.5(2)). La province va un peu plus loin que les autres en prévoyant en outre pour le consommateur le droit d'amender en tout temps, sans frais ou pénalité, les services optionnels prévus au contrat de services fournis à distance (art. 35.6(1)).

Garantie légale : qualité et conformité

Lors de notre sondage, 7 % des répondants ont déclaré avoir eu des problèmes quant aux caractéristiques du service et 47 % avoir eu des problèmes liés au fonctionnement du service ou de l'équipement.

Ce que l'on se procure doit pouvoir servir à l'usage auquel il est destiné. En vertu des lois de protection du consommateur en vigueur dans les provinces et territoires canadiens, les consommateurs ont droit, lors de l'acquisition d'un bien et, généralement, d'un service, à une garantie de conformité au contrat et aux déclarations du commerçant, ainsi qu'à une garantie de qualité.

Tout comme les problèmes liés au fonctionnement, les problèmes liés aux caractéristiques du service sont bel et bien susceptibles d'être couverts par la garantie légale (comme on l'appelle au Québec) ou implicite (comme on l'appelle dans les provinces de common law). La garantie de conformité oblige le commerçant à fournir au consommateur un service qui est conforme à la description qui en a été faite, que ce soit au contrat, dans la publicité, dans les déclarations qu'a pu faire le commerçant ou un de ses représentants. Cette garantie semble bien naturelle : il est tout à fait logique que le consommateur soit en mesure de s'attendre de recevoir tel que convenu le service pour lequel il paie.

Au Québec, la garantie légale porte tant sur les biens que sur les services (art. 34 ss. LPC-Qc). Si au Québec, le bien doit répondre à l'usage auquel il est destiné, certaines provinces de common law ajoutent expressément que le produit qui fait l'objet de la garantie doit répondre à l'usage spécifique attendu par le consommateur, pour peu que ce dernier ait avisé le commerçant de ses attentes vis-à-vis dudit produit. La loi manitobaine de protection du consommateur quant à elle prévoit que « sauf entente expresse contraire écrite et signée par l'acheteur, il existe une condition implicite de la part du vendeur dans chaque vente de services au détail, selon laquelle les services vendus doivent être exécutés de façon satisfaisante » (art. 58(a) LPC-MB).

Pour délimiter l'étendue de la garantie de qualité, plusieurs provinces de common law précisent que le produit doit être « de qualité marchande » (voir par exemple, l'article 18 de la *Sale of Goods Act* de la Colombie-Britannique (SOGA-BC)) ou « de qualité raisonnablement acceptable » (voir l'article 9(1) de la *Loi de 2002 sur la protection du consommateur* de l'Ontario et l'article 48(d) de la *Consumer Protection Act*, S.S. 1996, de la Saskatchewan). Autre exemple, l'article 26(5) de la *Consumer Protection Act* de la Nouvelle-Écosse (*R.S.N. 1989, c. 92*) prévoit que « There shall be implied in every consumer sale of service a condition, on the part of the seller, that the services sold shall be performed in a skilful and workmanlike manner. » Il s'agit là d'une autre expression de l'obligation du commerçant d'assurer au consommateur que le service qu'il fournit sera de la qualité acceptable à laquelle il est en droit de s'attendre.

Les garanties légales d'usage et de qualité qui ne couvrent que les biens (comme celles qui couvrent à la fois les biens et les services) s'appliqueront bien entendu lors de l'acquisition de biens auprès d'un fournisseur de service de télédistribution. Si, par exemple, le consommateur fait l'acquisition d'un décodeur afin de pouvoir faire usage du service de télédistribution, au Québec, le vendeur sera tenu de respecter ces garanties. Les problèmes de fonctionnement de l'équipement sont donc, normalement, couverts par la garantie légale. Au Québec, le législateur précise de plus, explicitement, que le bien doit pouvoir remplir son usage pendant une durée raisonnable (art. 38 LPC-QC). Les provinces de common law estiment pour leur part que la garantie de durée est implicitement incluse dans les autres garanties.

Nous le mentionnions précédemment, ce n'est pas l'ensemble des garanties légales qui s'appliquent tant à l'acquisition des biens qu'à celle des services. Les garanties d'usage et de durabilité, par exemple, ne s'appliquent qu'aux biens. Cela ne signifie pas pour autant que les consommateurs sont confrontés à une absence totale de protection quant à la qualité des services offerts par le fournisseur. Certaines lois provinciales prévoient en effet des garanties « de qualité marchande du produit » (voir par exemple SOGA-BC, art. 18).

La majorité des provinces canadiennes réglementent les pratiques commerciales déloyales ou les « unfair practices », et ces encadrements pourraient être invoqués en cas de fourniture de service de piètre qualité ou pour certaines autres causes de différends. Le cadre réglementaire des « unfair practices » s'applique en effet tant aux services qu'aux biens. Par exemple, en Colombie-Britannique, c'est l'article 4 du *Business Practices and Consumer Protection Act* (*Colombie-Britannique : Business Practices and Consumer Protection Act, SBC 2004, c 2*) qui énonce que l'interdiction des « *deceptive acts or practices* » s'applique tant aux biens qu'aux services. L'Alberta adopte la même approche dans la *Fair Trade Act*, (*R.S.A. 2000, c. F-2, art. 6*).

Les pratiques interdites

Comme la bonne foi doit être au centre des transactions commerciales et que les contrats doivent rendre prévisibles les obligations qui incombent aux parties suite à leur conclusion, les législateurs provinciaux ont jugé bon d'inclure dans les lois de protection du consommateur des dispositions qui interdisent expressément certaines pratiques commerciales répréhensibles, pour éviter que le commerçant n'abuse du déséquilibre des forces entre les parties. Le législateur tente ainsi, par l'entremise de certaines interdictions, de rétablir un certain équilibre en s'assurant par exemple que le consommateur dispose de l'information nécessaire et véridique afin de prendre la décision de conclure un contrat.

Qu'on parle de pratiques interdites, au Québec, ou d' « *unfair practices* », dans le reste du Canada, les pratiques commerciales prohibées sont fort similaires, malgré quelques différences, notamment sur le plan des recours : par exemple, la *Loi sur la protection du consommateur*, au Québec, établit une présomption à l'effet que, si le consommateur avait eu connaissance de cette pratique, il n'aurait pas contracté ou n'aurait pas donné un prix aussi élevé (art. 253 LPC-QC).

L'interdiction d'exiger un prix supérieur au prix annoncé

Les consommateurs qui rencontrent des problèmes liés aux frais mensuels (par exemple des frais plus élevés ou encore non conformes à l'information divulguée lors de la signature du contrat) – 20 % des répondants à notre sondage déclarent avoir rencontré ce type de problème – sont peut-être victimes de pratiques interdites. D'une part, comme nous le mentionnions précédemment, la loi prévoit que le service doit être conforme à la description qui en est faite au contrat ; des différences sur des éléments aussi essentiels que les frais mensuels constitueraient sans aucun doute une violation. La loi québécoise prévoit de plus (art. 224(c) LPC) qu'il est interdit au commerçant d'exiger un montant supérieur à celui qui était annoncé.

Les représentations fausses et trompeuses

S'appuyant encore une fois sur le principe de la bonne foi, le législateur interdit aux commerçants de faire à un consommateur des représentations fausses, trompeuses, déloyales ou abusives.

La loi québécoise interdit de faire de telles représentations par quelque moyen que ce soit (art. 219 LPC-Qc). Elle précise que toute affirmation, tout comportement ou toute omission peut constituer une représentation (art. 216 LPC-Qc) et que, « pour déterminer si une représentation constitue une pratique interdite, il faut tenir compte de l'impression générale qu'elle donne et, s'il y a lieu, du sens littéral des termes qui y sont employés » (art. 218 LPC-Qc).

L'Office de la protection du consommateur du Québec, en réponse à notre consultation auprès des AGPC, indique que 18 % des 803 infractions à la LPC québécoise en matière de télédistribution constatées en 2014 concernaient les fausses représentations.

Dans les provinces de common law, en Ontario, par exemple, sont des pratiques déloyales les assertions (affirmation, déclaration, offre, demande ou proposition) fausses, trompeuses, mensongères ou abusives, les (art. 14(1), 15(1), 17(1) LPC-Ont).

L'omission d'un fait important

La loi québécoise prévoit expressément qu'« [a]ucun commerçant, fabricant ou publicitaire ne peut, dans une représentation qu'il fait à un consommateur, passer sous silence un fait important.» (art. 228 LPC-Qc).

Si les provinces de common law ne prévoient pas de disposition particulière à cet effet, c'est souvent, comme en Ontario, par exemple, parce que les silences font partie des assertions fausses, trompeuses ou mensongères auquel est susceptible de se livrer le commerçant de qui émane « une exagération, une insinuation ou une ambiguïté concernant un fait important ou qui le passe sous silence, alors que l'assertion qui la contient induit ou tend à induire le consommateur en erreur. » (art. 14(2) 14) LPC-ONT).

Les recours des consommateurs

Malgré les difficultés d'accès à la justice qui perdurent dans les provinces et territoires du Canada, les lois de protection du consommateur prévoient des recours pour les consommateurs dont les droits sont violés lors de la conclusion du contrat de service ou lors de la prestation de ce service.

Ces recours s'exercent devant les tribunaux civils qui ont bien évidemment un large pouvoir d'ordonnance: ils pourront forcer l'exécution de son obligation par le commerçant, réduire l'obligation du consommateur ou même la résiliation ou la résolution du contrat (art. 272 LPC-QC).

Dans les provinces de common law, un consommateur dont le fournisseur de service a recours à des pratiques commerciales déloyales (*unfair practice*) pourra demander la résiliation du contrat. Comme nous le mentionnions précédemment, certaines provinces prévoient des recours particuliers: en Ontario, par exemple, le consommateur pourra exiger un remboursement suite à un changement important à un service fourni en continu.

De surcroît, les agences gouvernementales de protection du consommateur des provinces et territoires peuvent entreprendre des procédures pénales lorsqu'elles constatent des infractions aux lois qui sont sous leur surveillance (par ex. : arts. 277 et ss. LPC-QC ; arts. 116 et ss. LPC-Ont.).

Service de télédistribution et cadre réglementaire particulier

Nous n'avons recensé aucune mesure législative au Canada, outre les dispositions à caractère général que nous retrouvons dans les lois de protection du consommateur, adoptée par les provinces dans le seul but d'encadrer plus spécifiquement la conclusion des contrats de service de télédistribution.

Cependant, depuis 2010, plusieurs provinces canadiennes ont adopté des mesures qui encadrent les contrats de service à exécution successive fourni à distance (ci-après les Contrats de service à distance). Notons que l'adoption de cette loi par l'Assemblée nationale du Québec en 2009 a donné lieu à un effet domino à travers le Canada. Depuis, plusieurs provinces ont adopté des mesures similaires, dont l'application varie toutefois énormément. Certaines provinces ont choisi de n'appliquer ces mesures qu'aux contrats de service sans fil – c'est le cas de l'Ontario, de la Nouvelle-Écosse⁶⁴ et du Nouveau-Brunswick⁶⁵ – alors que d'autres ont adopté un cadre réglementaire d'application large couvrant tous les services fournis en continu (cellulaire, télédistribution, internet, etc.). C'est le cas du Québec et de Terre-Neuve et Labrador. Notons que le Manitoba, qui avait à l'origine adopté des mesures qui s'appliquaient uniquement au service sans fil, a depuis élargi le champ d'application de sa loi afin que soient couverts tous les services de communication⁶⁶, toutefois un an après son adoption cette loi n'est toujours pas en vigueur.⁶⁷

Par ailleurs, les termes utilisés pour décrire ce type de contrat ne sont pas les mêmes : alors qu'au Québec il est question de « contrats de service à exécution successive fourni à distance », à Terre-Neuve et Labrador il sera question de « *distance service contracts*⁶⁸ ».

Étant donné que ce sont uniquement les provinces du Québec et de Terre-Neuve et Labrador qui disposent d'un instrument législatif s'appliquant à l'ensemble des contrats de service fourni à distance, l'analyse des dispositions particulières qui suivra ne portera que sur ces deux provinces, les cadres réglementaires adoptés ailleurs étant restreint aux contrats de service mobile et ne trouvant donc pas application ici.

À la lumière du sondage mené auprès des consommateurs canadiens et suite à la consultation menée auprès des diverses AGPC du Canada, nous avons recensé deux types de problèmes que rencontrent souvent les consommateurs et qui sont couverts par les mesures encadrant les Contrats de service à distance : la résiliation des contrats et le respect des règles de forme.

⁶⁴ *Projet de loi no 65 - An Act to Amend Chapter 92 of the Revised Statutes, 1989, the Consumer Protection Act, to Ensure Fairness in Cellular Telephone Contracts*. La prise d'effet de ce projet de loi a eu lieu le 1er mai 2013. Site de l'Assemblée législative de la Nouvelle-Écosse. [En ligne] http://nslegislature.ca/index.php/fr/proceedings/bills/consumer_protection_act_amended_-_bill_65 (page consultée le 12 mars 2015).

⁶⁵ Le *Projet de loi 35* du Nouveau-Brunswick ne semble pas être en vigueur à ce jour.

⁶⁶ Le *Projet de loi 62 modifiant la Loi sur la protection du consommateur (contrats de service de communication à distance)* a reçu la sanction royale le 12 juin 2014 [En ligne] https://web2.gov.mb.ca/laws/statutes/index_chap.fr.php (page consultée le 16 juin 2015).

⁶⁷ **GOVERNEMENT DU MANITOBA**. *Loi sur la protection du consommateur-État des dispositions qui entrent en vigueur par proclamation*. Législation manitobaine, gouvernement du Manitoba, Winnipeg, Manitoba, Canada, sans date. [En ligne] <http://web2.gov.mb.ca/laws/statutes/ccsm/c200f.php?ccsm=c200> (page consultée le 1 juin 2015).

⁶⁸ *Consumer Protection and Business Practices Act*, S.N.L. 2009, c C-31.1, arts. 35.1-35.16

La résiliation des contrats

L'AGPC ontarienne nous a rapporté, lors de la consultation, que 17 % des 170 plaintes et demandes de renseignement reçues en matière de télédistribution portaient sur l'annulation des contrats. L'Office de la protection du consommateur du Québec rapporte quant à elle un chiffre plus important, soit 40 % des 946 plaintes et demandes de renseignements semblables reçues en 2014 – l'OPC précise qu'il s'agit de plaintes et de demandes qui portent sur la résiliation par le consommateur et non par le commerçant.

Les règles législatives que nous verrons maintenant ont comme assise les principes de la force obligatoire et de la stabilité des contrats. Une fois un contrat conclu, les parties devraient être en mesure de s'attendre à ce que ce dernier soit respecté et de bénéficier des avantages qui y sont prévus.

Au Québec, l'article 11.3 de la LPC encadre de la manière suivante la résiliation des contrats par le commerçant :

11.3. Est interdite la stipulation qui réserve à un commerçant le droit de résilier unilatéralement un contrat de service à exécution successive à durée déterminée, sauf en application des articles 1604 et 2126 du Code civil et, dans ce dernier cas, que conformément à l'article 2129 de ce code.

Un commerçant qui prévoit résilier un contrat de service à exécution successive à durée indéterminée doit, si le consommateur n'est pas en défaut d'exécuter son obligation, lui transmettre un avis écrit, au moins 60 jours avant la date de la résiliation.

Bien qu'il s'agisse ici d'une disposition d'application générale (Titre I, chapitre I LPC-QC), elle a été adoptée dans le cadre du même projet de loi que les articles qui encadrent la résiliation du Contrats de service à distance par le consommateur (Art. 214.6 à 214.8 de la LPC). Qu'il soit donc question de contrat de service de télédistribution ou de tout autre type de contrat de consommation, le commerçant ne peut insérer dans le contrat de service à durée déterminée une clause qui lui permettrait d'y mettre fin unilatéralement (sous réserve de quelques exceptions).

La province de Terre-Neuve et Labrador a adopté la même approche, mais pour la résiliation du Contrat de service à distance seulement. Le *Consumer Protection and Business Practices Act* prévoit que le commerçant ne peut insérer dans le contrat une clause qui lui permettrait de résilier unilatéralement le contrat à durée déterminée, sauf dans les cas où le consommateur manque à ses obligations ou que le fournisseur est dans l'impossibilité technique de fournir le service (art. 37.5(2)). Comme au Québec, lorsqu'il s'agit d'un contrat à durée indéterminée, le fournisseur pourra se prévaloir d'une clause de résiliation unilatérale en donnant au consommateur un préavis de 30 jours.

Le respect des règles de forme

L'OPC du Québec a indiqué lors de la consultation menée auprès des AGPC que 13 % des 803 infractions relevées par l'organisme en 2014 en matière de télédistribution concernaient les règles de forme des Contrats de service à distance. Rappelons que les règles encadrant la forme et la divulgation de certaines dispositions des Contrats de service à distance ont pour objectif d'assurer que le consommateur ait à sa disposition toute l'information nécessaire afin de prendre une décision éclairée quant à l'opportunité de conclure le contrat.

La loi québécoise (art. 214.2 LPC-QC/ art. 79.8 RALPC-Qc) et la loi de Terre-Neuve et Labrador (arts 35.2 et 35.3 C.P.B.P.A) prévoient des règles similaires pour la divulgation obligatoire de certains renseignements ainsi que pour la forme du Contrat de service à distance.

Outre la forme écrite obligatoire et l'obligation que le contrat soit rédigé de manière lisible et claire, les Contrats de service à distance doivent notamment contenir les éléments suivants : le nom et les coordonnées du consommateur et du commerçant, le lieu et la date du contrat ainsi que sa durée et sa date d'expiration, une description détaillée de chaque service ainsi que les tarifs mensuels de chacun des services, le total des sommes que le consommateur doit déboursier mensuellement, les restrictions d'utilisation de chacun des services, la nature des bénéfices économiques consentis et les circonstances permettant au consommateur de résoudre, de résilier ou de modifier le contrat et les conditions et les frais ou l'indemnité de résolution, de résiliation ou de modification qui peuvent être perçus. Bien que la loi terre-neuvienne aille un peu plus loin que la loi québécoise, les mesures de protection sont essentiellement les mêmes.

Les régimes provinciaux de procédures de résolution de conflit à la disposition des consommateurs

Si les lois provinciales offrent des mesures de protection par l'entremise des divers instruments législatifs, la mise en œuvre de la majorité de ces mesures passe par le recours aux tribunaux. Il y a bien sûr des exceptions : par exemple, les mesures qui permettent aux consommateurs de résilier de plein droit le contrat de service fourni à distance, sans avoir recours aux tribunaux. Mais le recours au tribunal demeure la règle lorsqu'il s'agit de faire valoir ses droits en vertu des lois de protection du consommateur. Or, nous le savons, le système de justice, partout à travers le Canada, connaît des défaillances importantes pour ce qui est de l'accès à la justice pour les consommateurs.

Existe-t-il donc des procédures de règlement des litiges entre consommateur et fournisseur de service qui permettent une mise en œuvre plus simple des droits conférés aux consommateurs par la loi?

Les acteurs les mieux placés afin d'aider les consommateurs ayant des problèmes avec leur fournisseur de service de télédistribution afin d'arriver à une résolution de leurs problèmes pourraient sembler être les agences gouvernementales de protection du consommateur. Certaines offrent en effet des services de médiation des plaintes.

Seule la province du Manitoba indique explicitement dans sa loi de protection du consommateur que son AGPC fournit un service de médiation dans les conflits qui portent sur une condition ou

une garantie (art. 58(10) LPC-MB) (mesure qui pourrait donc s'appliquer en matière de service de télédistribution):

58(10) Dans les transactions visées par la présente loi, lorsque survient un litige entre un acheteur et un vendeur ou entre un prêteur et un emprunteur relativement à une condition ou à une garantie, l'une ou l'autre des parties, ou les deux, peuvent soumettre le litige au directeur, qui doit essayer de régler le litige par voie de médiation.

Comme nous l'a rappelé l'Office de la protection du consommateur du Manitoba lors de la consultation menée auprès des AGPC, le processus de médiation implique une entente librement consentie par les parties ; l'AGPC ne peut imposer de règlement aux parties, peu importe le bien-fondé des positions qu'elles pourraient soutenir. En cas d'échec de la médiation, les parties devront se résoudre à avoir recours aux tribunaux pour faire trancher leur litige.

Dans le cadre de notre consultation auprès des AGPC canadiennes, l'Ontario a indiqué qu'il lui est possible de tenter une médiation entre les parties suite à une plainte par un consommateur. Même son de cloche du côté de la Saskatchewan et de Terre-Neuve.

En Colombie-Britannique, la procédure est différente. Si l'entreprise qui fournit des services de télévision participe au service *Online Dispute Resolution* mis en ligne par *Consumer Protection BC*, le consommateur peut utiliser ce service de règlement des différends pour tenter de résoudre son litige avec le commerçant.

Il y a quelques années encore l'Office de la protection du consommateur du Québec jouait le rôle de médiateur entre le consommateur et l'entreprise lorsqu'un consommateur formulait une plainte. Depuis l'organisme a pris un virage dans sa manière de traiter les plaintes des consommateurs ; il concentre d'une part ses ressources sur les recours pénaux et fournit d'autre part aux consommateurs l'information utile pour la défense de sa cause (par exemple des *kits* d'information contenant les dispositions applicables, les modèles de mise en demeure et de requête), mais en solo.

D'autres mesures qui sont susceptibles d'aider le consommateur à en arriver à régler un conflit avec son fournisseur de service de télédistribution sont toutefois en place au Québec. Le consommateur qui dépose une demande en justice à la Division des petites créances peut avoir recours au service de médiation offert par cette Cour. Or, «seulement 4,3 % des affaires contestées vont en médiation et seulement la moitié des médiations se conclut par une entente!⁶⁹»

⁶⁹ **AUDET, PIERRE E.** *Session IV : Le processus de résolution des différends (PRD) : un préalable obligatoire à la saisine du juge? La médiation obligatoire pour les petites créances d'au plus 15 000 \$ découlant d'un contrat de consommation*, Les entretiens Jacques Cartier, Montréal, Québec, Canada, 3 octobre 2014, 12 pages. [En ligne] http://www.tribunaux.qc.ca/c-quebec/CommuniquésDocumentation/EntretiensJC_MediationObligatoire_oct14.pdf (document consulté le 11 décembre 2014). Le Québec a adopté de nouvelles mesures qui prévoient une médiation obligatoire pour les parties lorsqu'une requête est déposée à la Division des petites créances. Bien que ces nouvelles dispositions ne soient pas encore en vigueur, un projet pilote est à l'œuvre dans les districts judiciaires de Terrebonne et Gatineau. [En ligne] http://www.justice.gouv.qc.ca/francais/programmes/mediation_creances/accueil.htm

Bien que les modes privés⁷⁰ pouvant permettre au consommateur canadien de résoudre un litige avec un fournisseur de service sont rares ou inadaptés pour les litiges de consommation, le logiciel *Plateforme d'aide aux règlements des litiges en ligne* (PARLe⁷¹) du Laboratoire de Cyberjustice de l'Université de Montréal, qui ressemble au service de *Online Dispute Resolution* offert par l'AGPC de la Colombie-Britannique, pourrait être un outil pratique à la disposition du consommateur qui désire régler rapidement un conflit avec son fournisseur de service de télédistribution sans avoir à passer par le processus judiciaire.

Soulignons que la résolution à l'aide d'un service de médiation a un effet limité, voire nul, pour la collectivité et n'aide en rien les autres consommateurs aux prises avec un problème identique. Il est clair que l'objectif premier d'une médiation est la résolution du dossier, qui est souvent atteinte par un compromis entre les parties. Malgré les avantages, dont la rapidité, notamment, que peut représenter cette voie pour le consommateur à qui il est permis de l'emprunter, on pourra objecter que, du point de vue de l'intérêt collectif des consommateurs, il est déplorable que, dans certains cas, le consommateur qui règle un dossier par voie de médiation ait à accepter, compromis oblige, une violation moindre de ses droits, et que le commerçant puisse tout de même tirer un profit, même réduit, de telle violation. Si, par exemple, le consommateur, afin de régler le dossier, consent à payer une somme moindre que celle que lui réclamait à l'origine le commerçant, il en sort certes gagnant, jusqu'à un certain point. Il n'en demeure pas moins choquant qu'il accepte de payer quelque somme si le commerçant n'avait légalement le droit d'en réclamer aucune. Il pourrait alors sembler étrange de voir un organisme chargé de veiller à l'application des lois de protection du consommateur participer à un processus qui risque de cautionner des violations *de facto* aux lois dont elles sont censées assurer le respect et qui sont, rappelons-le, sont d'ordre public. L'offre d'un tel service par un organisme habilité par la loi ne devrait-il pas s'accompagner systématiquement d'un pouvoir d'ordonnance ?

⁷⁰ LABELLE, ME YANNICK. *L'arbitrage de consommation : un processus équitable et efficace ?*, Union des consommateurs, Montréal, Québec, Canada, juin 2009, 130 pages. Voir page 67 et suivantes. [En ligne] http://uniondesconsommateurs.ca/docu/protec_conso/arbitrageF.pdf

CARREAU, SIMON. *Consommateurs et accès à la justice : un guichet unique pour les consommateurs*, Union des consommateurs, Montréal, Québec, Canada, juin 2011, 113 pages. Voir pages 33-34. [En ligne] http://uniondesconsommateurs.ca/docu/protec_conso/TribunalConsommation.pdf

⁷¹ LABORATOIRE DE CYBERJUSTICE. *PARLe – Plateforme d'aide aux règlements des litiges en ligne*, Cyberjustice.ca, Montréal, Canada, 2015. [En ligne] <http://www.cyberjustice.ca/logiciels/parle/> (Page consultée le 20 mars 2015).

2.6 Conclusion

Les entreprises du secteur de la télédistribution offrent des services de traitement des plaintes. Or, ces services sont inégaux, il est impossible de connaître leur efficacité, et, en cas d'échec, les consommateurs n'ont que peu de recours. Certaines entreprises réfèrent les consommateurs insatisfaits au CRTC tandis que d'autres les réfèrent au CPRST, sans toutefois préciser que cet organisme n'a pas pour mandat de traiter les plaintes en matière de télédistribution.

Il existe au niveau fédéral différents organismes vers qui peuvent se tourner les consommateurs pour porter plainte ; aucun d'eux n'accepte et ne traite les plaintes en matière de télédistribution. Jadis, le Conseil des normes de télévision par câble s'était donné pour mandat de traiter les plaintes des consommateurs, mais depuis la dissolution de l'organisme en 2006, aucun autre n'a repris le mandat.

Les lois de protection du consommateur des provinces, offrent des mesures de protection qui varient grandement d'une province à l'autre : des mesures d'application générale, qui s'appliquent donc également aux contrats de service de télédistribution, ou des mesures applicables aux Contrats de service à distance, dont l'application à travers le Canada aux services de télédistribution est variable. Pour faire appliquer ces lois, les consommateurs devront souvent se résoudre à faire appel aux tribunaux ; les barrières qui se posent aux recours en justice en matière de consommation font toutefois en sorte que bien peu de consommateurs emprunteront cette voie.

Quelques organismes provinciaux offrent des services de médiation ; ces services individualisés, s'ils peuvent permettre de régler des dossiers à la pièce, n'aident malheureusement que très peu l'ensemble des consommateurs et ne contribuent pas vraiment à faire valoir leur intérêt collectif, sauf quand l'organisme utilise ces dossiers individuels comme voie d'accès pour l'exercice, le cas échéant, de son pouvoir de contrainte ou de sanction contre l'entreprise. Il reste que la médiation, si elle a pour effet de permettre au commerçant de régler à bon compte une réclamation et à tirer malgré tout profit d'une violation, alors que le consommateur, sciemment ou non, renonce partiellement aux droits que lui garantissent les lois de protection, atténue tout en le confortant le déséquilibre qui existe entre le commerçant et le consommateur.

En somme, il ressort de l'analyse des recours disponibles au sein des entreprises, aux niveaux fédéral et provincial, la nécessité de mettre en place un organisme central chargé de traiter les plaintes dans le domaine de la télédistribution. Questionnées à ce sujet, certaines entreprises et la majorité des provinces ont indiqué être en faveur avec l'idée de confier au CPRST le traitement des plaintes dans le domaine de la télédistribution.

Comme le mentionnait fort justement l'OPC, l'autorité responsable de traiter les plaintes devrait disposer de pouvoirs assez larges pour être en mesure de faire cesser les pratiques indésirables que lui révèlent les plaintes des consommateurs. Un tel organisme devrait aussi pouvoir, à notre avis, imposer un règlement quand la médiation risque d'avoir pour effet de léser tout de même le consommateur.

3. Survol des services de règlements des différends dans le secteur de la télédistribution à l'étranger

3.1 États-Unis

Aux États-Unis, c'est la Commission fédérale des communications (*Federal Communications Commission (FCC)*) qui est chargée de l'encadrement des services de télédistribution. L'organisme répond à certaines plaintes des consommateurs et fournit de l'information sur la résolution des différends. Des autorités de franchises locales (« local franchising authorities ») et certains organismes étatiques affichent également des procédures spécifiques pour le traitement des différends relatifs à la câblodistribution :

*The Federal Communications Commission and local franchising authorities are responsible for enforcing a variety of cable television regulations. A franchising authority is the local municipal, county or other government organization that regulates certain aspects of the cable television industry at the state or local level*⁷².

Face à un éventail d'organismes qui sont susceptibles de répondre aux plaintes des consommateurs relatives à la télédistribution, vers qui, ceux qui entendent porter plainte relativement à un service de télédistribution, doivent-ils se tourner?

3.1.1 Federal Communications Commission (FCC)

Rôle et mandat

La Commission fédérale des communications (Federal Communications Commission (FCC)) est une agence indépendante du gouvernement des États-Unis. La FCC est l'autorité en matière de communications, autant en ce qui a trait aux lois et à la réglementation que pour l'innovation technologique⁷³. Elle est chargée de réguler les communications (par câble, télévision, satellite, radio) ainsi que les contenus des émissions de radio et de télévision et Internet. La FCC a adopté un certain nombre de règles concernant la télévision par câble en vertu du *Cable Television Consumer Protection and Competition Act of 1992* (le *Cable Act*).

⁷² **FEDERAL COMMUNICATIONS COMMISSION.** *Cable Television - Where to File Complaints Regarding Cable Service*, Washington, FCC, Washington DC, États-Unis, 15 août 2013. [En ligne] <http://www.fcc.gov/guides/cable-television-where-file-complaints-regarding-cable-service> (Page consultée le 12 janvier 2015).

⁷³ **FEDERAL COMMUNICATIONS COMMISSION.** *What we do*, Washington, FCC, Washington DC, États-Unis. [En ligne] <http://www.fcc.gov/what-we-do> (Page consultée le 12 janvier 2015).

Procédures de traitement des plaintes

La page à laquelle mène le lien « Contact us » qui apparaît au bas des pages du site Web de la FCC comprend une rubrique qui s'intitule « To File a Complaint or Get Help on Specific Topics or Systems » et un lien « File a complaint ». La page vers laquelle mène ce lien propose à son tour des liens pour soumettre un formulaire de plainte dans plusieurs secteurs qui sont de la compétence de la FCC (TV, Phone, Internet, Radio). Bien en évidence, sous le titre «How the FCC Handles Your Complaint », la FCC explique l'importance de son processus de plainte : « By filing a consumer complaint with the FCC, you contribute to federal enforcement and consumer protection efforts on a national scale. » et propose un lien vers des ressources, qui indiquent notamment les autres organismes qui peuvent venir en aide au consommateur, selon le problème auquel il est confronté.

La FCC indique par contre sur son site Internet qu'elle ne peut résoudre toutes les plaintes individuelles, mais qu'elle peut par ailleurs fournir de l'information à propos des étapes que les consommateurs peuvent suivre auprès d'autres organismes⁷⁴.

Un consommateur qui souhaiterait porter plainte relativement à un problème de facturation ou de services dans le domaine de la télécommunication verrait sa plainte traitée par la FCC's *Consumer Inquiries and Complaints Division*. La plainte est examinée afin de vérifier si une poursuite est possible ou s'il y a eu violation à la loi. Lorsque tous les renseignements sont réunis, la FCC envoie la plainte au fournisseur de service concerné qui est alors tenu de répondre par écrit à la plainte dans un délai de 30 jours; le consommateur doit être mis en copie de la réponse à la plainte. Il est possible de porter plainte auprès de la FCC en ligne, par téléphone, par courriel par la poste ou par fax.

En matière de télédistribution, la FCC ne s'implique pas de la même manière. La page « Where to File Complaints Regarding Cable Service » annonce clairement que les services de câblodistribution font partie des services pour lesquels elle ne s'occupera pas des plaintes des consommateurs. Le site indique les types de plaintes qui doivent être redirigées vers les autorités de franchises locales, c'est-à-dire les organismes municipaux, de comté ou gouvernementaux qui sont chargés d'encadrer certains aspects de l'industrie de la télévision par câble au niveau local ou pour l'État (le nom de la franchise appropriée est généralement indiqué sur les factures de câble). Les plaintes qui seront redirigées comptent notamment celles qui portent sur :

- *Les frais pour les services et l'équipement de base, et les frais de service liés au service de câblodistribution de base;*
- *Les frais pour l'accès par câble à certaines programmations;*
- *Les problèmes liés au service à la clientèle (problèmes de facturation, d'installation, d'accès au service à la clientèle, etc.);*
- *La qualité du signal (incluant les interférences et les problèmes de réception);*
- *Etc.*⁷⁵

⁷⁴ **FEDERAL COMMUNICATIONS COMMISSION.** *Consumer Help Center Consumer Complaints at the FCC How the FCC Handles Your Complaint*, Washington, États-Unis [En ligne] <https://consumercomplaints.fcc.gov/hc/en-us/articles/202752940?from=home> (page consultée le 10 mars 2015).

⁷⁵ **FEDERAL COMMUNICATIONS COMMISSION.** *Cable Television - Where to File Complaints Regarding Cable Service*, FCC, Washington DC, États-Unis 15 août 2013. [En ligne] <http://www.fcc.gov/guides/cable-television-where-file-complaints-regarding-cable-service> (page consultée le 5 février 2015).

La FCC indique qu'elle s'attend à ce que les fournisseurs respectent les règles qu'elle a établies. Elle informe les consommateurs qu'ils devraient toujours s'adresser à leur fournisseur en premier lieu, mais que, s'ils ne sont pas satisfaits de la réponse de leur compagnie de câble, c'est vers leurs franchises locales (dont les nom et coordonnées sont inscrits sur les factures mensuelles des abonnés) qu'ils doivent se tourner. En effet, certaines questions sont prises en charge au niveau des États par des commissions de services publics. Il s'agit notamment de questions liées à :

- *Burial of telephone or cable wires;*
- *No dial tone to local phone service;*
- *Stand-alone satellite TV billing, rates and programming;*
- *Installation of non-bundled service;*
- *Stand-alone cable TV service, rates and programming (not including basic tier);*
- *Utilities other than telecommunications*⁷⁶.

3.1.2 Autorités de franchises locales (Local Franchising Authorities – LFA)

En vertu des articles 621 et suivants de la Loi sur les communications de 1934, amendée en 1996⁷⁷, les autorités de franchises locales ont pour mandat d'encadrer plusieurs éléments relatifs à la câblodistribution dont notamment le prix des services de câble précédemment encadrés par la FCC. Depuis 1996, elles réglementent notamment les prix des services de câble de base (le forfait minimal, qui inclut les signaux des chaînes locales ainsi que les chaînes publiques, d'éducation et gouvernementales) et ses accessoires (équipement, installation)⁷⁸ et sont responsables de l'encadrement du service à la clientèle par les entreprises de câble (problèmes de facturation, d'installation, d'accès au service à la clientèle, etc.). Ce sont elles qui, localement, accordent les licences aux entreprises de câble.

Aux États-Unis, la FCC se charge donc des différends relativement à la télévision par satellite tandis que les autorités de franchises locales reçoivent les plaintes relatives à la télévision par câble.

*Satellite television service providers are not regulated by state and local government authorities. Consumer complaints and concerns regarding satellite service should be filed with the FCC*⁷⁹.

⁷⁶ **FEDERAL COMMUNICATIONS COMMISSION.** *Consumer Help Center Consumer Complaints at the FCC Issues Outside the Jurisdiction of the FCC*, FCC, Washington DC, États-Unis. [En ligne] <https://consumercomplaints.fcc.gov/hc/en-us/articles/202958440-Issues-Outside-the-Jurisdiction-of-the-FCC> (Page consultée le 10 avril 2015)

⁷⁷ *Telecommunications Act of 1996*, Pub. LA. No. 104-104, 110 Stat. 56 (1996)

⁷⁸ **FEDERAL COMMUNICATIONS COMMISSION.** *Frequently asked questions regarding cable television regulations*, FCC, Washington DC, 22 février 1994. [En ligne] http://transition.fcc.gov/Bureaus/Cable/News_Releases/nrcb4009.txt (Page consultée le 12 février 2015).

⁷⁹ **GOVERNEMENT DE L'INDIANA.** *Cable television: Regulation and consumer concerns*, IN.gov, Indiana, États-Unis. [En ligne] <http://www.in.gov/oucc/2404.htm> (Page consultée le 12 mars 2015).

3.1.3 Procédures propres à certains États

Dans certains États américains, il est possible de porter plainte à d'autres organismes que les LFA pour un problème lié à un service de télédiffusion.

Au Massachusetts, par exemple, il est possible pour un consommateur qui rencontre un problème avec son fournisseur de service de câblodistribution de se plaindre auprès de l'*Office of Consumer Affairs & Business Regulation*, soit l'organisme de protection des consommateurs de l'État. Le site Internet de l'organisme note que les consommateurs qui auraient conclu un contrat pour un service de télévision par câble ont des droits relativement aux pratiques de facturation, à l'augmentation des tarifs, aux frais de retard, au débranchement du service, à l'interruption du service, aux dépôts de garantie et aux procédures de règlement des différends. Les plaintes peuvent être acheminées à la division consommateur de l'organisme par courriel, courrier ou téléphone⁸⁰.

En Géorgie, il est possible de porter plainte relativement à un service de câble auprès du *Governor's Office of Consumer Protection*. Les consommateurs, en cas de problème, sont invités à contacter d'abord leur fournisseur. Si la plainte n'est pas réglée alors, le *Board of Commissioners* du comté dans lequel le consommateur reçoit son service résidentiel s'occupera de la plupart des plaintes concernant les fournisseurs de câble (excluant, par exemple, les problèmes liés à la facturation, les rendez-vous manqués à répétition par les techniciens du câble, etc.)⁸¹ Le Governor's Office rappelle que, en matière de câblodistribution, les prix et les décisions de service sont fixés, en grande partie, uniquement sur la base de l'économie et de la libre concurrence, mais signale que les publicités trompeuses des câblodistributeurs sont tout de même interdites par le *Georgia Fair Business Practices Act*.

En Indiana, le législateur a modifié en 2006 l'encadrement des câblodistributeurs. L'État a décidé que les licences des compagnies de câble et des fournisseurs de services vidéo seraient dorénavant émises par l'IUCR (*Indiana Utility Regulatory Commission*), plutôt que d'être négociées avec les autorités locales⁸². Outre certaines obligations de service, le site Internet de l'*Indiana Office of Utility Consumer Counselor* explique que les nouveaux licenciés se voient aussi imposer des normes de service à la clientèle et de pratiques. Le consommateur devra donc vérifier, en cas de problème avec un fournisseur de câble, s'il opère toujours en fonction d'un accord de franchise local. Si c'est le cas, c'est son autorité de franchise locale qu'il devra contacter pour tous problèmes liés aux frais et aux tarifs, aux problèmes de service à la clientèle, de qualité du signal, etc. Si le câblodistributeur a obtenu sa licence par l'État (c'est-à-dire par l'IUCR), le consommateur qui n'a pas réussi à régler son différend avec le fournisseur devra plutôt contacter l'*Indiana Utility Regulatory Commission*.

⁸⁰ **CONSUMER AFFAIRS AND BUSINESS REGULATION.** *File a Cable TV Complaint*, MASS.gov, Massachusetts, États-Unis, 2015. [En ligne] <http://www.mass.gov/ocabr/government/oca-agencies/dtc-lp/competition-division/cable-tv-division/consumer-rights-fact-sheets/file-a-cable-tv-complaint.html> (Page consultée le 25 janvier 2015).

⁸¹ **GOVERNOR'S OFFICE OF CONSUMER PROTECTION.** *Cable service*, OCP.ga.gov, Georgia, États-Unis. [En ligne] <http://ocp.ga.gov/consumer-topics/cable-service> (Page consultée le 8 janvier 2015).

⁸² **GOVERNEMENT DE L'INDIANA.** *Cable television: regulation and consumer concerns*, N.gov, Indiana, États-Unis. [En ligne] <http://www.in.gov/oucc/2404.htm> (Consulté le 20 mars 2015).

3.2 France

En France, il n'existe pas d'organisme central unique vers lequel peuvent se tourner les consommateurs qui souhaiteraient déposer une plainte à l'encontre de l'entreprise qui leur fournit leur service de télédistribution. Si différents organismes traitent différents aspects des communications, il appert toutefois qu'un seul organisme traite spécifiquement de certains aspects des plaintes en télédistribution : la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes.

3.2.1 Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF)

Rôle et mandat

La Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes est, au sein du ministère chargé de l'économie, l'organisme qui « *contribue à la conception et à la mise en œuvre de la politique économique, en veillant au bon fonctionnement des marchés sous tous leurs aspects, au bénéfice des consommateurs et des entreprises*⁸³ ».

La DGCCRF a un rôle de régulation (sur la concurrence), de sécurité (veiller à la sécurité des produits) et de protection. La DGCCRF résume ainsi son rôle de protection :

- *Fixer les règles relatives aux pratiques commerciales et à l'information des consommateurs ;*
- *Contrôler la bonne application de la réglementation et sanctionner les fraudes et les pratiques commerciales illicites ;*
- *Informer les consommateurs sur leurs droits et leurs intérêts économiques*⁸⁴.

La mission de la DGCCRF se décline en trois volets : régulation concurrentielle des marchés, protection économique des consommateurs et sécurité des consommateurs. Le volet protection économique des consommateurs vise d'abord à « *Informer de façon loyale les consommateurs et de contribuer ainsi à leur donner confiance dans l'acte d'achat*⁸⁵ ».

La DGCCRF veiller à assurer, par des règles d'étiquetage, de composition et de dénomination des marchandises notamment, la qualité des produits et services ; elle favorise et supervise les dispositifs de valorisation (normes, labels, etc.) ; elle veille sur les variations inhabituelles des prix. En outre, la DGCCRF « *recherche et constate les infractions et manquements aux règles de protection des consommateurs (publicités mensongères, faux rabais, abus de faiblesse...) et vérifie la bonne application des règles de publicité des prix*⁸⁶ ».

⁸³ **DIRECTION GÉNÉRALE DE LA CONCURRENCE, DE LA CONSOMMATION ET DE LA RÉPRESSION DES FRAUDES.** *Mission*, Portail de l'économie et des finances, Paris, France, 2 pages. [En ligne] http://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/dgccrf/dgccrf/mission_organ/Flyer1_Presentation_DGCCRF.pdf (Document consulté le 6 janvier 2015).

⁸⁴ *Ibid.*

⁸⁵ **MINISTÈRE DES FINANCES ET DES COMPTES PUBLICS.** *Missions*, Portail de l'économie et des finances, Paris, France, 29 avril 2014. [En ligne] <http://www.economie.gouv.fr/dgccrf/La-DGCCRF/Missions> (Page consultée le 6 janvier 2015).

⁸⁶ *Ibid.*

Procédures de traitement des plaintes

Sur l'espace Internet de la DGCCRF, on trouve sous l'onglet « Consommation » un lien vers une page intitulée *Résoudre un litige de consommation*.

Comme on le constatera, la DGCCRF ne traite pas elle-même les plaintes des consommateurs. Fidèle à sa mission première d'information, elle propose plutôt des explications détaillées sur les différentes étapes que rencontrera le consommateur au fil de ses tentatives pour régler un litige. Ainsi, la DGCCRF propose d'abord aux consommateurs de consulter les fiches pratiques sur la concurrence et la consommation qu'elle met à leur disposition sur son site Internet afin de leur permettre de bien connaître leurs droits. Ensuite, elle recommande aux consommateurs de tenter de trouver une solution à l'amiable avec le professionnel avec lequel ils ont un litige, la première de « plusieurs démarches [qui] peuvent être entreprises avant d'utiliser le recours à la justice ». Les conseils au consommateur insistent sur l'importance de se renseigner auprès d'une association de consommateurs⁸⁷, de l'administration ou de l'organisme compétent avant d'entreprendre toute démarche.

Si le consommateur ne parvient pas à régler son litige à l'amiable, la DGCCRF lui propose de recourir la médiation ou la conciliation afin de tenter d'éviter d'avoir à saisir la justice.

Si le consommateur n'est toujours pas parvenu à régler son litige, il peut contacter la DGCCRF (par téléphone ou par écrit) pour poser une question ou exposer son litige. Le site indique les coordonnées des directions départementales (pour les questions de consommation) et des directions régionales (pour les questions de concurrence) auxquelles le consommateur peut faire parvenir ses questions par écrit. Des formulaires en ligne sont aussi disponibles, qui exigent du consommateur qu'il détermine au préalable assez précisément le sujet de sa question.

Pour les sujets plus complexes, la DGCCRF propose au consommateur de recourir au 3939 – Allo Service-Public, un service tarifé (0,15€ TTC/minute), qui le mettra en relation avec Info service consommation (un service de la DGCCRF).

En dernier recours, la DGCCRF propose aux consommateurs de saisir la justice afin de faire trancher sur le bien-fondé du litige ; l'organisme expose les divers recours disponibles et rappelle qu'une association de consommateurs peut aider ou représenter les consommateurs qui en ont besoin⁸⁸.

⁸⁷ Un hyperlien conduit à une page qui explique qui sont les associations de consommateurs, ce qu'elles font et peuvent faire, et fournit une liste et les coordonnées de telles associations susceptibles de venir en aide en cas de litiges.

MINISTÈRE DES FINANCES ET DES COMPTES PUBLICS. *Les associations de consommateurs*, Portail de l'économie et des finances, Paris, France, sans date. [En ligne] <http://www.economie.gouv.fr/dgccrf/Les-associations-de-consommateurs> (Page consultée le 6 janvier 2015).

⁸⁸ **MINISTÈRE DES FINANCES ET DES COMPTES PUBLICS.** *Résoudre un litige de consommation*, Portail de l'économie et des finances, Paris, France, sans 15 novembre 2013. [En ligne] <http://www.economie.gouv.fr/dgccrf/consommation/Resoudre-un-litige-de-consommation> (Consulté le 6 janvier 2015).

3.2.2 Médiateur des communications électroniques

Rôle et mandat

Par différentes directives, la Commission européenne a demandé à ce que soient mis en œuvre des procédés alternatifs de règlements des litiges (la médiation notamment) dans le domaine de la consommation. Ainsi, la DGCCRF et l'ARCEP (Autorité de Régulation des Communications Electroniques et des Postes) ont été associées dans la mise en œuvre et impliquées dans le suivi de l'activité du Médiateur des communications électroniques⁸⁹.

Le Médiateur des communications électroniques s'occupe des litiges dans le secteur de la téléphonie fixe, de la téléphonie mobile et d'Internet, pour les clients des opérateurs signataires de la charte de médiation. Sont donc exclus de son mandat les litiges liés à la télédistribution⁹⁰.

La charte de médiation définit les règles de fonctionnement de la médiation des communications électroniques, dont les opérateurs signataires doivent respecter les principes.

Quoiqu'il ne s'applique pas aux litiges qui nous intéressent ici, regardons tout de même rapidement les étapes du processus de plainte préconisé par le Médiateur.

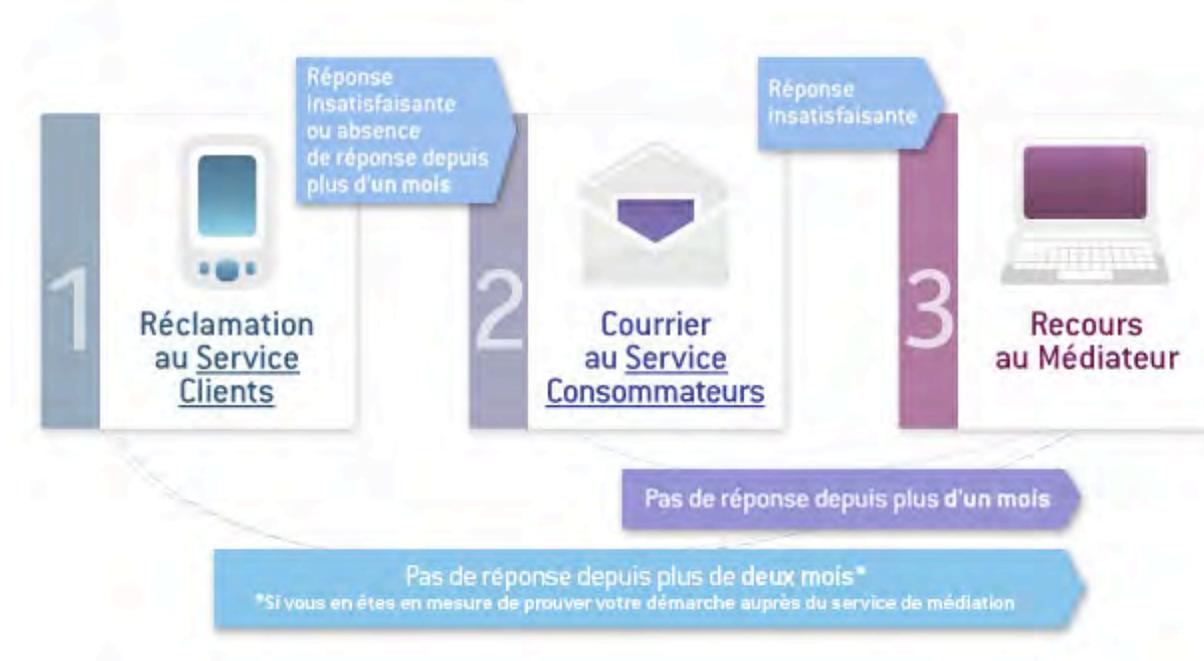
⁸⁹ **LE MÉDIATEUR DES COMMUNICATIONS ÉLECTRONIQUES.** *Qu'est-ce que c'est ?*, Association Médiation Communications Electroniques, Paris, France, 2001. [En ligne] http://www.mediateur-telecom.fr/mediation/qu_est_ce_que_c_est/ (Page consultée le 23 février 2015).

⁹⁰ **LE MÉDIATEUR DES COMMUNICATIONS ÉLECTRONIQUES.** *Qui est-il ?*, Association Médiation Communications Electroniques, Paris, France, 2011. [En ligne] http://www.mediateur-telecom.fr/mediateur/qui_est_il/ (page consultée le 23 février 2015).

Procédures de traitement des plaintes

Le tableau 14 présente les étapes que doivent suivre les consommateurs avant de s'adresser au Médiateur.

Tableau 14
Étapes que doivent suivre les consommateurs
avant de s'adresser au Médiateur des communications électroniques⁹¹



Le consommateur doit d'abord contacter le Service Clients de son opérateur puis le Service Consommateur de son opérateur avant de pouvoir s'adresser au Médiateur des communications électroniques en remplissant un formulaire⁹². On notera qu'en cas d'absence de réponse du Service client de l'entreprise, le consommateur pourra s'adresser directement au Médiateur, mais seulement lorsqu'un délai de deux mois se sera écoulé. De même pour une absence de réponse au courrier expédié au Service Consommateurs, si un mois s'est écoulé depuis l'envoi. Ces délais sans réponse que le consommateur doit laisser s'écouler avant de pouvoir seulement saisir le Médiateur peuvent sembler excessivement et inutilement longs.

⁹¹ **LE MÉDIATEUR DES COMMUNICATIONS ÉLECTRONIQUES.** *Les étapes*, Association Médiation Communications Electroniques, Paris, France, 2001. [En ligne] http://www.mediateur-telecom.fr/reclamation/les_etapes/ (Page consultée le 23 février 2015).

⁹² **LE MÉDIATEUR DES COMMUNICATIONS ÉLECTRONIQUES.** *Foire aux questions*, Association Médiation Communications Electroniques, Paris, France, 2001. [En ligne] <http://www.mediateur-telecom.fr/faq/> (Page consultée le 23 février 2015).

3.2.3 Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (ARCEP)

Rôle et mandat

L'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (ARCEP) a été créée par la loi du 26 juillet 1996 afin d'accompagner l'ouverture à la concurrence des communications électroniques et de veiller à la fourniture et au financement du service universel des télécommunications. Notamment :

[...] l'ARCEP veille, conjointement avec les administrations en charge de la protection des consommateurs, à ce que les utilisateurs finals, particuliers et entreprises, puissent accéder à des services de communications électroniques et postales de qualité, de manière transparente en ce qui concerne tant le contenu des services offerts que leurs prix. A ce titre, l'action de l'Autorité porte notamment sur la conservation des numéros, l'encadrement des prix des services téléphoniques à valeur ajoutée, et la publication d'indicateurs de prix et de qualité de service⁹³.

Sont donc exclus du mandat de l'ARCEP, comme de celui du Médiateur, les litiges liés à la télédistribution.

Sur son site Internet, l'ARCEP présente les voies de recours offertes au consommateur : les services clients des entreprises, le Médiateur des communications électroniques et la DGCCRF. Rien n'indique qu'il soit possible de porter plainte directement auprès de l'ARCEP⁹⁴.

⁹³ **AUTORITÉ DE RÉGULATION DES COMMUNICATIONS ÉLECTRONIQUES ET DES POSTES. L'ARCEP régulateur des communications électroniques et postales, Présentation, chiffres clés et grands chantiers**, ARCEP, Paris, France, juin 2014, 25 pages. [En ligne] http://www.arcep.fr/uploads/tx_gspublication/supplement-rapport-activite-2013.pdf (Document consulté le 5 janvier 2015).

⁹⁴ **AUTORITÉ DE RÉGULATION DES COMMUNICATIONS ÉLECTRONIQUES ET DES POSTES. J'ai un différend avec mon opérateur : les voies de recours possibles**, ARCEP, Paris, France, 6 février 2013. [En ligne] <http://www.telecom-infoconso.fr/j-ai-un-differend-avec-mon-operateur-les-voies-de-recours-possibles/> (Page consulté le 9 janvier 2015).

3.3 Belgique

En Belgique, un ombudsman, le Service de médiation pour les télécommunications, est chargé expressément de traiter les plaintes en matière de télédistribution (les télécommunications comprenant donc ici la télédistribution). Les autres organismes qui traitent des communications ne semblent pas recueillir les plaintes relatives aux services de télédistribution.

3.3.1 Institut belge des services postaux et des télécommunications (IBPT)

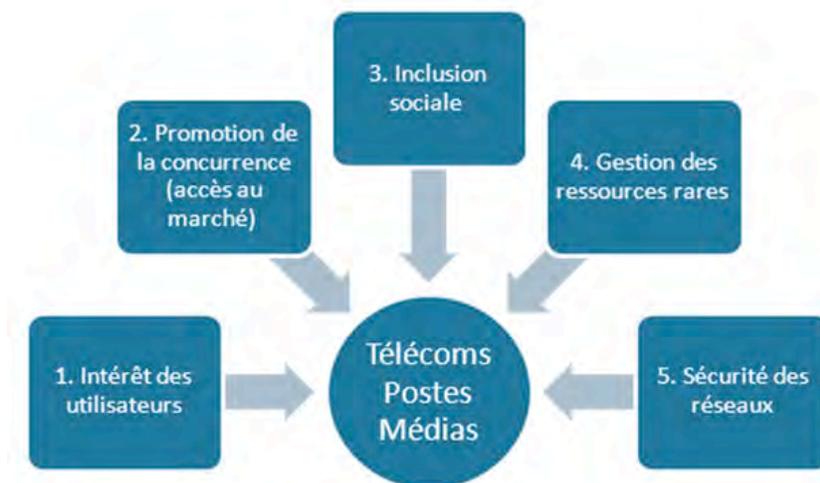
Rôle et mandat

L'Institut belge des services postaux et des télécommunications (IBPT) est une administration fédérale belge, un organisme semi-public qui remplit notamment les fonctions de régulateur du marché des communications électroniques, avec pour mission de favoriser la concurrence et de protéger les intérêts des utilisateurs, Il est aussi le régulateur du marché postal, surveillant notamment les tarifs et la qualité des services. Il gère en outre le spectre électromagnétique des fréquences radio.

L'IBPT veille au respect de la législation spécifique aux secteurs de la poste et des télécommunications. Il peut imposer des sanctions administratives et formuler des avis. Il peut de plus agir en tant que conciliateur en cas de litiges⁹⁵. Les questions relatives à la télédistribution ne font pas partie de son mandat.

La mission de l'IBPT est illustrée au tableau 15.

Tableau 15
Mission de l'Institut belge des services postaux et des télécommunications⁹⁶



⁹⁵ **INSTITUT BELGE DES SERVICES POSTAUX ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS.** *Découvrir l'IBPT*, IBPT, Bruxelles, Belgique, sans date. [En ligne] <http://www.ibpt.be/fr/consommateurs/ibpt/decouvrir-l-ibpt> (Page consultée le 2 février 2015).

⁹⁶ *Ibid.*

Procédures de traitement des plaintes

Sur la page *Plaintes et problèmes* de son site Internet, l'IBPT indique que les consommateurs insatisfaits du service fourni par leur opérateur doivent d'abord s'adresser au service à la clientèle de cet opérateur. Si la réponse fournie par l'opérateur ne les satisfait pas, s'il s'agit d'un problème de relation avec un opérateur de télécommunications (facturation, résiliation de contrat, couverture, ...), les consommateurs sont invités à contacter le Service de Médiation pour les Télécommunications. Rien n'est indiqué relativement aux plaintes liées aux services de télédistribution⁹⁷.

3.3.2 Direction générale de l'Inspection économique du SPF Économie

Rôle et mandat

La mission du SPF Economie, P.M.E., Classes moyennes et Energie consiste à mettre en place les conditions d'un fonctionnement compétitif, durable et équilibré du marché des biens et services en Belgique. Dans cette optique, le SPF encadre le marché des biens et services pour mieux le stimuler⁹⁸.

Procédure de traitement de plaintes

Il est possible de porter plainte auprès de la Direction générale de l'Inspection économique (une des Directions générales du SFP Économie) relativement à des problèmes rencontrés dans une foule de domaines, de l'énergie au time-sharing, en passant par les services bancaires et les agences de rencontre⁹⁹. Il semble malgré tout que les problèmes liés aux services de télédiffusion ne soient pas inclus.

Dans les matières qui entreraient dans les compétences de l'Inspection économique, un consommateur peut porter plainte en ligne, ou en personne dans l'un des bureaux de la Direction générale de l'Inspection économique¹⁰⁰.

⁹⁷ **INSTITUT BELGE DES SERVICES POSTAUX ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS.** *Plainte*, IBPT, Bruxelles, Belgique, sans date. [En ligne] <http://www.ibpt.be/fr/consommateurs/ibpt/plaintes> (Page consultée le 24 février 2015).

⁹⁸ **SPF ECONOMIE, P.M.E., CLASSES MOYENNES ET ÉNERGIE.** *Mission, vision et valeurs*, e-economie, Bruxelles, Belgique, 2013. [En ligne] http://economie.fgov.be/fr/spf/Vision_mission/#.VPdqQHyG-1Y (Page consultée le 17 février 2015).

⁹⁹ **SPF ECONOMIE, P.M.E., CLASSES MOYENNES ET ÉNERGIE.** *Pour quelles matières puis-je porter plainte auprès de l'Inspection économique ?*, e-economie, Bruxelles, Belgique, 2013. [En ligne] http://economie.fgov.be/fr/litiges/plaintes/quelles_matiere_plainte_aupres_ADCB/ (Page consultée le 17 février 2015).

¹⁰⁰ **SPF ECONOMIE, P.M.E., CLASSES MOYENNES ET ÉNERGIE.** *Où et comment introduire une plainte*, e-economie, Bruxelles, Belgique, 2013. [En ligne] http://economie.fgov.be/fr/litiges/plaintes/Ou_comment_introduire_plainte/ (Page consultée le 17 février 2015).

3.3.3 Service de médiation pour les télécommunications

Le service de médiation pour les télécommunications a été institué en 1991 auprès de l'Institut belge des services postaux et des télécommunications pour traiter les plaintes contre, notamment, les opérateurs ; les fournisseurs de services de renseignements téléphoniques ; tout exploitant des systèmes de communications électroniques ; toute personne offrant d'autres activités en matière de communications électroniques et tout fournisseur de services de radiotransmission et/ou de radiodistribution, pour autant qu'il s'agisse des plaintes des utilisateurs finals relatives à des factures intermédiaires, aux dispositions contractuelles et aux conditions générales de l'opérateur.

Les frais de fonctionnement sont à la charge de l'Institut ; les entreprises visées acquittent annuellement une redevance établie sur la base du coût du financement du service, et dont le montant est fixé au pro rata « la part de l'entreprise dans le chiffre d'affaires réalisé l'année précédente par l'ensemble des entreprises concernées pour les activités rentrant dans le champ de compétence du service de médiation », les premiers 1.240.000 EUR de chiffre d'affaires de chaque entreprise n'étant pas pris en compte pour le calcul¹⁰¹.

Rôle et mandat

Le médiateur des télécommunications a donc compétence sur l'ensemble du secteur des télécommunications et, dans ce cas particulier, la télédistribution est incluse¹⁰².

Le service de médiation est une instance de recours, mais il n'a pas pour but de se substituer au service à la clientèle des opérateurs de télécoms. Il agit lorsqu'un consommateur n'est pas satisfait de la réponse fournie par son fournisseur de service à un problème porté à son attention.

Le service de médiation fonctionne de manière indépendante des opérateurs de télécoms et, dans les limites de ses attributions, ne reçoit d'instructions d'aucune autorité¹⁰³.

¹⁰¹ **SERVICE DE MÉDIATION POUR LES TÉLÉCOMMUNICATIONS.** *À propos*, ombudsmantelecom.be Bruxelles, Belgique. [En ligne] <http://www.ombudsmantelecom.be/fr/a-propos.html?IDC=23> (Page consultée le 17 février 2015).

¹⁰² **SPF ECONOMIE, P.M.E., CLASSES MOYENNES ET ÉNERGIE.** *Service de médiation pour les télécommunications*, e-economie, Bruxelles, Belgique, 2013. [En ligne] http://economie.fgov.be/fr/litiges/litiges_consommation/Belmed/quoi/possibilites_reglement_alternatif/ombudsman/telecom/#.VXnJGPI_Oko (Page consultée le 17 février 2015).

¹⁰³ **SERVICE DE MÉDIATION POUR LES TÉLÉCOMMUNICATIONS.** *Nos missions*, e-economie, Bruxelles, Belgique, sans date. [En ligne] <http://www.ombudsmantelecom.be/fr/nos-missions.html?IDC=19> (Page consultée le 17 février 2015).

Procédures de traitement des plaintes

Le service de médiation peut fournir des renseignements par téléphone, mais il n'accepte que les plaintes écrites, qui peuvent être faites en remplissant des formulaires disponibles sur le site Internet du médiateur.

Une plainte ne sera acceptée que si le consommateur a déjà entamé des démarches auprès de son opérateur. Par contre, le médiateur pourrait refuser de traiter une plainte qui aurait été déposée depuis plus d'un an auprès de l'opérateur ou qui apparaît clairement vexatoire.

Lorsqu'une plainte est déclarée recevable, l'exigibilité des montants contestés et, le cas échéant, la procédure de perception de ces montants sont suspendues pour une période allant jusqu'à 4 mois à partir du jour de l'introduction de la plainte ou jusqu'à ce que le service de médiation formule une recommandation ou qu'il y ait un règlement entre les parties. Le service de médiation conseille vivement de payer les montants qui ne sont pas contestés, afin d'éviter tout désagrément.

Le médiateur ne pourra examiner une plainte dont les tribunaux auraient déjà été saisis. Il est toujours possible de déposer une plainte auprès des autorités judiciaires compétentes après l'intervention du médiateur¹⁰⁴.

3.4 Australie

Comme c'est le cas au Canada, la protection des consommateurs relève en Australie de la compétence des États et territoires, alors que l'encadrement des communications relève du fédéral¹⁰⁵.

3.4.1 Australian Communications and Media Authority (ACMA)

Rôle et mandat

L'*Australian Communications and Media Authority* est l'autorité réglementaire indépendante chargée, dans l'intérêt public, de l'encadrement des médias et des communications et de l'application de la plupart des éléments de la législation australienne, des règlements connexes et de nombreux codes de pratique et normes qui couvrent ces domaines¹⁰⁶. L'organisme est responsable de plus de 25 lois, les principales étant le Radiocommunications Act, le Telecommunications Act, le Telecommunications (Consumer Protection and Service Standards) Act et le Broadcasting Services Act.

¹⁰⁴ *Ibid.*

¹⁰⁵ **AUSTRALIAN GOVERNMENT.** *Fair trading laws*, business.gov.au, Australie, sans date. [En ligne] http://www.business.gov.au/business-topics/selling-products-and-services/fair-trading/Pages/fair-trading-laws.aspx?utm_source=businessgovau-old-website&utm_medium=301-redirect&utm_campaign=Fair-Trading (Page consultée le 17 janvier 2015).

¹⁰⁶ **AUSTRALIAN COMMUNICATIONS AND MEDIA AUTHORITY.** *Introduction to the ACMA*, ACMA, Sydney, Australie, 30 janvier 2014. [En ligne] <http://www.acma.gov.au/theACMA/About/The-ACMA-story/Communicating/introduction-to-the-acma> (Page consultée le 4 février 2015).

L'ACMA peut recevoir des plaintes sur une foule de sujets; en matière de radiodiffusion, l'organisme ne recevra que les plaintes qui sont couvertes par un code de pratique, une condition de licence ou une norme. Il avisera les consommateurs qui déposent des plaintes qui ne sont pas couvertes de l'instance qui pourrait recevoir ce type de plainte.

L'objet de la plainte doit être couvert par le *Community radio broadcasting code of practice* ou par le *Community television codes of practice*. Le consommateur doit d'abord s'adresser à la station. Aussi, l'ACMA peut recevoir les plaintes relatives à une licence ou qui concernent une disposition de la Loi sur les services de radiodiffusion 1992.

L'ACMA n'est pas responsable de toutes les questions relatives à la radiodiffusion. L'ACMA ne s'occupe pas, par exemple, des plaintes qui portent sur la programmation, les horaires ou les choix de programmation, pas plus que de la publicité en ondes, des fausses représentations ou des allégations de diffamation. L'ACMA ne s'occupe pas non plus de la résolution des plaintes des consommateurs sur les réparations fautives ou la facturation de la télévision payante¹⁰⁷.

Procédures de traitement des plaintes

L'ACMA administre le système de traitement des plaintes mis en place par le *Broadcasting Services Act 1992*.

L'ACMA examine toutes les plaintes reçues et évalue si une enquête sur la question serait d'intérêt public. Le consommateur est informé de la décision de l'ACMA, qui pourra recueillir plus ample information.

Lorsque l'ACMA a tous les renseignements nécessaires, la plainte sera examinée en fonction des règles en place¹⁰⁸.

Le site Internet de l'ACMA explique de quelle façon les consommateurs peuvent présenter une plainte en fonction de différents problèmes. À titre d'exemple, pour un problème lié à :

- Une interférence avec la réception de la télévision ou de la radio: le consommateur peut obtenir de l'ACMA un service de diagnostic et de conseil.
- Difficultés à obtenir l'accès à la télévision numérique par satellite¹⁰⁹.

¹⁰⁷ AUSTRALIAN COMMUNICATIONS AND MEDIA AUTHORITY. *Complaints the ACMA does not handle*, ACMA, Sydney, Australie, 6 septembre 2013. [En ligne] <http://www.acma.gov.au/Citizen/Take-action/Complaints/Broadcast-complaints/complaints-the-acma-does-not-handle> (Page consultée le 21 février 2015).

¹⁰⁸ AUSTRALIAN COMMUNICATIONS AND MEDIA AUTHORITY. *What the ACMA does with complaints*, ACMA, Sydney, Australie, 20 octobre 2014. [En ligne] <http://www.acma.gov.au/Citizen/Take-action/Complaints/Broadcast-complaints/what-the-acma-will-do-with-your-complaint> (Page consultée le 21 février 2015).

¹⁰⁹ AUSTRALIAN COMMUNICATIONS AND MEDIA AUTHORITY. *Broadcasting complaints*, ACMA, Sydney, Australie, 20 octobre 2014. [En ligne] <http://www.acma.gov.au/Citizen/Take-action/Complaints/Broadcast-complaints/broadcasting-complaints> (Page consultée le 19 janvier 2015).

3.4.2 Telecommunication Industry Ombudsman (TIO)

Rôle et mandat

Le Telecommunication Industry Ombudsman (TIO) est un service rapide, gratuit et impartial de résolution des conflits pour les petites entreprises et les consommateurs résidentiels qui ont une plainte à propos de leur téléphone ou de leur service internet en Australie¹¹⁰. Son mandat n'inclut pas le traitement des plaintes liées aux services de télédistribution.

Dans son rapport annuel de 2012, le TIO recommandait toutefois que soit mis à la disposition des consommateurs un service de règlement des litiges qui aurait compétence en ce domaine, soulignant que le TIO pourrait se charger lui-même de ce type de plaintes :

We also received 1,336 enquiries about subscription television services, which are outside our jurisdiction. When we receive complaints about pay TV we refer consumers to their provider or to the relevant Fair Trading office for their state. In May 2012 we made a submission to the Australian Subscription Television and Radio Association (ASTRA) in which we outlined the number of enquiries made about Pay TV and common issues in them, highlighting the need for an external dispute resolution service that can take consumer complaints about them.

Our submission supported the recommendation made by the Productivity Commission that TIO's powers should be extended to accept complaints about subscription television, given the increased convergence of communications services and the nature of the issues in enquiries about Pay TV, which closely align to the issues we see in telecommunications services¹¹¹.

Procédures de traitement des plaintes

Pour déposer une plainte à l'ombudsman, il faut d'abord bien sûr avoir tenté de régler le problème directement avec le fournisseur de service. À défaut de solution acceptable, le consommateur pourra s'adresser à l'ombudsman, qu'il informera des contacts qu'il a eus avec son fournisseur au sujet de sa plainte. Il est possible de déposer une plainte en ligne auprès de l'ombudsman grâce au formulaire disponible sur le site. Il est aussi possible d'actualiser la plainte en ligne en fournissant à l'ombudsman tout nouveau développement¹¹².

¹¹⁰ **TELECOMMUNICATION INDUSTRY OMBUDSMAN.** *About us*, TIO, Melbourne, Australie, 2015. [En ligne] <https://www.tio.com.au/about-us> (Page consultée le 23 mars 2015).

¹¹¹ **TELECOMMUNICATION INDUSTRY OMBUDSMAN.** *Telecommunications Industry Ombudsman 2012 Annual Report*, TIO, Melbourne, Australie, 2012. [En ligne] https://www.tio.com.au/data/assets/pdf_file/0017/141263/AR_2012_complete.pdf (Page consultée le 15 janvier 2015).

¹¹² **TELECOMMUNICATION INDUSTRY OMBUDSMAN.** *Making a complaint*, TIO, Melbourne, Australie, 2015. [En ligne] <https://www.tio.com.au/making-a-complaint> (Page consultée le 25 mars 2015).

3.4.3 Procédures propres à certains États (Fair Trading offices)

Comme au Canada, la protection du consommateur relève de la compétence des États et territoires, qui encadrent certains types d'activités liées à la conclusion et à l'exécution des contrats.

Comme le mentionnait l'Ombudsman, il revient habituellement aux *Fair Trading offices* des États et territoires de recevoir et de traiter les plaintes en matière de télévision payante.

Par exemple, le Fair Trading Office de New South Wales intervient auprès des consommateurs en faisant notamment respecter l'*Australian Consumer Law*, qui traite entre autres des remboursements, des garanties, des produits défectueux, de la vente à domicile, etc.¹¹³

En cas de problème entre un consommateur et une entreprise, l'organisme invite les consommateurs à s'adresser d'abord à l'entreprise et, si aucun règlement n'est possible, à contacter leur *Fair Trading Center*, qui pourra tenter une médiation et donner de l'information. En cas d'échec de la médiation, la seule option pour le consommateur sera d'avoir recours au tribunal.

Dispute resolution

We provide free information about your rights and options to resolve disputes with traders. In some cases our staff can contact the trader and attempt to negotiate a settlement.

If we are unable to successfully negotiate your matter, you can consider taking your dispute to the NSW Civil and Administrative Tribunal (NCAT).

*The Tribunal provides independent, low cost and accessible dispute resolution in consumer or tenancy disputes. There is a fee to lodge an application. Application forms and the fee schedule can be obtained from the Tribunal's website [...].*¹¹⁴

Par ailleurs, pour l'essentiel des problèmes spécifiques aux télécommunications tels que des délais de connexion ou des problèmes de facturation, les consommateurs sont invités à se tourner vers l'Ombudsman (TIO)¹¹⁵.

¹¹³ **NSW GOVERNEMENT FAIR TRADING.** *Our services*, Paramatta, Australie, 3 avril 2014. [En ligne] http://www.fairtrading.nsw.gov.au/ftw/About_us/Our_services.page? (Page consultée le 3 février 2015).

¹¹⁴ **NSW GOVERNEMENT FAIR TRADING.** *Our services*, Australie, Paramatta, 3 avril 2014. [En ligne] http://www.fairtrading.nsw.gov.au/ftw/About_us/Our_services.page? (Page consultée le 3 février 2015).

¹¹⁵ **NSW GOVERNEMENT FAIR TRADING.** *Telecommunications*, Paramatta, Australie, 19 février 2013. [En ligne] http://www.fairtrading.nsw.gov.au/ftw/Consumers/Buying_services/Telecommunications.page (Page consultée le 3 février 2015).

3.5 Royaume-Uni

Au Royaume-Uni, comme en Belgique, un ombudsman des communications traite les plaintes de télédistribution. Aucun autre organisme ne semble traiter les plaintes dans ce domaine.

3.5.1 Office of Communications (OFCOM)

Rôle et mandat

L'Ofcom est le régulateur des communications au Royaume-Uni. Fondé en 2002 par l'*Office of Communications Act 2002*, il assume les fonctions qui relevaient auparavant de l'Ofcom, (le régulateur des télécommunications), de l'Independent Television Commission, de la Broadcasting Standards Commission, de la Radio Authority et de la Radio Communications Agency. C'est ce seul organisme qui réglemente donc depuis les secteurs de la télévision et de la radio, les lignes fixes de télécommunication, les mobiles, les services postaux de même que les ondes sur lesquels les périphériques sans fil fonctionnent¹¹⁶.

L'Ofcom, dont la tâche principale est de promouvoir l'intérêt des citoyens, veille à s'assurer qu'ils obtiennent le meilleur de leurs services de communication et qu'ils sont protégés des escroqueries et des pratiques déloyales, tout en veillant à ne pas nuire à la concurrence. L'Ofcom est financé par des cotisations payées par l'industrie et des subventions gouvernementales.

L'Ofcom doit notamment s'assurer que le Royaume-Uni dispose d'une large gamme de services de communications électroniques et qu'un large éventail de programmes de télévision et de radio de haute qualité sont fournis par différentes organisations. L'Ofcom doit aussi veiller à ce que le public soit protégé contre les matériels préjudiciables ou choquants et les traitements injustes dans les programmes de télévision et de radio.

Sont exclus de la compétence de l'Ofcom, notamment, les différends entre les consommateurs et leur fournisseur de télécommunications¹¹⁷.

Procédures de traitement des plaintes

Le traitement des différends entre les consommateurs et leur fournisseur de télécommunication échappant à la compétence de l'Ofcom, l'organisme ne prévoit naturellement aucune procédure en ce sens, alors que des recours sont prévus pour les plaintes sur les autres sujets qui sont de sa compétence, comme les plaintes relatives à des violations des normes de contenu pour la télévision et la radio, par exemple ; le consommateur pourra dans ces cas remplir un formulaire de plainte disponible sur le site Internet de l'organisme.

¹¹⁶ OFFICE OF COMMUNICATIONS. *What is Ofcom?*, Londres, Royaume-Uni, sans date. [En ligne] <http://www.ofcom.org.uk/about/what-is-ofcom/> (Page consultée le 10 février 2015).

¹¹⁷ *Ibid.*

Ofcom tente de procéder à une évaluation initiale de chaque plainte dans un délai de 15 jours ouvrables. Si la décision rendue par Ofcom ne satisfait pas le consommateur, ce dernier peut contacter la personne ou l'équipe qui a géré sa plainte pour en discuter avec eux et, si l'insatisfaction persiste, contacter le secrétariat de l'organisme, qui tentera de répondre à la plainte dans un délai de 20 jours.

Le consommateur qui serait toujours insatisfait pourra toujours s'adresser à l'Ombudsman du parlement par l'entremise de son député¹¹⁸.

3.5.2 Ombudsman Services

Rôle et mandat

En vertu de la Loi sur les communications de 2003, les clients résidentiels et les petites entreprises clientes de compagnies de communications ont le droit de s'adresser à l'ombudsman pour porter plainte dans le cas où leur fournisseur ne parviendrait pas à résoudre leur plainte à leur satisfaction. L'*Ombudsman Services* peut aider les consommateurs qui rencontrent un problème dans différents domaines, dont les communications. Afin d'assurer l'indépendance des services, l'ombudsman n'est lié ni à l'industrie des communications, ni au régulateur, ni aux groupes de consommateurs¹¹⁹.

L'ombudsman Services traite notamment les plaintes qui portent sur : les téléphones mobiles et *intelligents* (postpayé et prépayé); le téléphone fixe; Internet à large bande, Wifi et dial-up dial up; la télévision par satellite, à condition que le produit ou le service ait été fourni par une compagnie qui est membre de l'*Ombudsman Services*.

L'*Ombudsman Services* ne traite pas les plaintes qui concernent, notamment, les services de télévision par câble; les services de télévision numérique reçus via une antenne (décodeur); l'emplacement des poteaux télégraphiques et antennes de téléphonie mobile; le câblage intérieur d'une propriété; le contenu des sites Internet, des publicités, des appels, des courriels, des SMS ou tout autre type de message.

L'Ombudsman ne se saisira pas non plus des plaintes qu'il serait préférable, à son avis, de voir traitées par les tribunaux, les services d'arbitrage ou d'autres procédures de plaintes, ou celles dont sont déjà saisis les tribunaux ou d'autres procédures de traitement de plaintes, ou des plaintes considérées comme malveillantes ou injustifiées¹²⁰.

¹¹⁸ **OFFICE OF COMMUNICATIONS.** *Complaints to or about Ofcom*, Londres, Royaume-Uni, sans date. [En ligne] <http://www.ofcom.org.uk/about/policies-and-guidelines/complaints-about-ofcom/> (Page consultée le 10 février 2015) et **OFFICE OF COMMUNICATIONS.** *Procedures for investigating breaches of content standards for television and radio*, Londres, Royaume-Uni, 1er juin 2011. [En ligne] <http://stakeholders.ofcom.org.uk/broadcasting/guidance/complaints-sanctions/standards/> (Page consultée le 10 février 2015)

¹¹⁹ **OMBUDSMAN SERVICES.** *About the Ombudsman*, ombudsman-services.org, Warrington, Angleterre, sans date. [En ligne] <http://www.ombudsman-services.org/communications.html> (Page consultée le 10 février 2015)

¹²⁰ **OMBUDSMAN SERVICES.** *What can we deal with?*, ombudsman-services.org, Warrington, Angleterre, sans date. [En ligne] <http://www.ombudsman-services.org/what-can-we-deal-with-communications.html> (Page consultée le 10 février 2015)

Relativement à la télévision par satellite, l'*Ombudsman Services* traite spécifiquement, entre autres, les plaintes qui concernent : le service à la clientèle; les frais d'abonnement; les problèmes avec les paiements; la résiliation anticipée; les problèmes liés à la télévision payante; les problèmes liés à un rendez-vous manqué avec un technicien; les problèmes liés au boîtier décodeur ou au contrôleur. Il ne traite pas les plaintes liées à la programmation, les dommages à la propriété ou l'équipement ou les incitatifs offerts¹²¹.

Procédures de traitement des plaintes

Le travail de l'ombudsman consiste à enquêter sur les plaintes de façon équitable notamment en écoutant les arguments des deux parties en cause dans le différend. Une fois cela fait, l'*Ombudsman Services* décide des actions à entreprendre.

Pour porter sa plainte devant l'*Ombudsman Services*, le consommateur doit d'abord vérifier que la compagnie avec laquelle il fait affaire est inscrite aux services de l'organisme. Une fois cela fait, le consommateur doit, dans un premier temps, tenter de régler sa plainte directement auprès de son fournisseur de services. Si le problème n'est pas réglé dans un délai de 8 semaines à compter du moment où le consommateur a prévenu la compagnie de l'existence du problème ou si le consommateur est insatisfait de la réponse reçue, le consommateur est invité à contacter l'Ombudsman, en ligne ou par téléphone. Le site Internet de l'Ombudsman prévient toutefois les consommateurs que son rôle n'est pas de *punir* les entreprises¹²².

¹²¹ **OMBUDSMAN SERVICES.** *Complaints about Sky TV products and services*, ombudsman-services.org, Warrington, Angleterre, janvier 2013. [En ligne] <http://www.ombudsman-services.org/downloads/EDITFrequentlyaskedquestionsSKYJanuary2013.pdf> (Document consulté le 10 janvier 2015).

¹²² **OMBUDSMAN SERVICES.** *Complaining to a communications company*, ombudsman-services.org, Warrington, Angleterre, sans date. [En ligne] <http://www.ombudsman-services.org/complaining-to-the-company-communications.html> (Page consultée le 10 janvier 2015).

Synthèse et conclusions

Au Canada, la majorité des citoyens sont abonnés à des services de télédistribution. La télévision remplit un rôle essentiel pour des millions de Canadiens (information, divertissement, promotion de la culture nationale, ouverture sur le monde, etc.) et ce, plus encore pour les individus qui n'accèdent que peu ou pas à Internet.

Inévitablement, des problèmes peuvent se poser; d'où l'importance que soient mis sur pied des services de règlement des plaintes, que ces services soient accessibles et efficaces et qu'ils soient connus de consommateurs.

Certains participants [à la consultation du CRTC Parlons télé] ne savent pas comment faire part d'un problème avec leur fournisseur de service de télévision. D'autres savent qu'ils peuvent porter plainte concernant la facturation ou le contenu auprès du CRTC ou du Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCNR). Alors que plusieurs se disent satisfaits, surtout à l'égard du présent processus qui donne la parole aux Canadiens, notamment pour s'exprimer face aux EDR, d'autres trouvent que les plaintes au CRTC ne donnent généralement pas de résultats satisfaisants et que le CRTC ne peut ou ne veut pas donner suite à leurs plaintes¹²³.

Notre étude avait pour but d'analyser les services de traitement des plaintes dans le secteur de la télédistribution afin de voir vers qui pouvaient effectivement se tourner les consommateurs qui rencontrent un problème. Or, il appert que les recours disponibles pour les services de télédistribution sont inférieurs à ceux qui sont offerts en matière de télécommunication, malgré un taux de pénétration supérieur à celui d'Internet et de la téléphonie sans fil et égal à celui de la téléphonie filaire.

En Belgique et au Royaume-Uni, les consommateurs peuvent s'adresser à un organisme unique, un ombudsman des communications, pour toute plainte relative à leur service de télédistribution ou de télécommunications, ce qui simplifie grandement les choses et rend probablement plus facile la publicisation des recours disponibles, et ce, à plus forte raison, dans le cadre d'une convergence accrue dans les services de communications et vu les similitudes qui peuvent exister entre les problèmes rencontrés par les consommateurs dans ces deux domaines.

Celui d'Australie, qui traite les questions de télécommunication mais qui n'a pas le mandat de traiter ceux qui portent sur la télédistribution, a recommandé dans son rapport annuel de 2012 que soit aussi disponible en Australie un moyen de régler les litiges dans ce domaine. Aux États-Unis, la FCC fournit de l'information sur la résolution de différends aux consommateurs relativement à leurs problèmes de câblodistribution, et certains États américains affichent des procédures spécifiques pour les problèmes relatifs aux câblodistributeurs. Et au Canada ? Les solutions sont disparates ou inexistantes, et les recours provinciaux sur la question sont inégaux.

¹²³ **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES.** *Parlons télé: commentaires reçus au cours de la première étape*, CRTC, Ottawa, Ontario, Canada, 29 janvier 2014. [En ligne] <http://www.crtc.gc.ca/broadcast/fra/hearings/2013/2013-563oc2.htm> (Page consultée le 20 février 2015).

Dans notre sondage, nous avons demandé aux répondants qui avaient déclaré n'avoir jamais rencontré de problème avec leur télédistribeur (76 % des répondants) s'ils croyaient que les consommateurs canadiens, quand un problème relié aux services de télédistribution se présentait, étaient suffisamment protégés par les organismes en place : 68 % des répondants ont estimé que oui. C'est dire que près du tiers des répondants jugent les protections offertes insuffisantes. Il serait intéressant de voir si leur opinion resterait la même si jamais un problème survenait.

Quel organisme pour régler les plaintes?

Actuellement, il n'existe au Canada aucun organisme qui a pour mandat exprès de régler les différends dans le domaine de la télédistribution. Mais ce n'est pas parce que le besoin ne se fait pas sentir : malgré qu'il ne puisse intervenir pour régler les différends en matière de télédistribution, le CPRST enregistre un nombre important de plaintes dans le domaine. Attendu que le CPRST, malgré une notoriété limitée auprès des consommateurs, est déjà interpellé pour ce type de problèmes, attendu son expertise dans le traitement, en matière de télécommunication, des plaintes déposées, bien souvent, contre ces mêmes entreprises qui offrent aussi des services de télédistribution, ne serait-il pas logique, pour suivre l'exemple du Royaume-Uni et de la Belgique, de confier à ce même organisme le traitement des plaintes qui portent sur la télédistribution?

C'est la position que nous avons présentée au CRTC à l'automne 2014 dans le cadre de la consultation de radiodiffusion 2014-190: *Parlons télé* :

Le CPRST a déjà reçu de nombreuses plaintes au sujet des services de télédistribution, malgré son manque flagrant de visibilité et le fait qu'il ne fait pas partie de son mandat de traiter les plaintes à ce sujet. Les principales EDR sont toutes déjà membres du CPRST, qui connaît, dans une certaine mesure, un franc succès depuis sa mise en place, les consommateurs étant majoritairement satisfaits de la manière avec laquelle leur plainte est résolue. [...] Étant donné que la majorité des ménages sont abonnés à des services groupés de communication, il nous semble évident que pour régler les plaintes des consommateurs de manière efficace, le mandat de recevoir les plaintes en matière de télédistribution devrait être confié au CPRST plutôt qu'à un nouvel organisme qu'il resterait à mettre en place. Cela nous apparaît comme la solution qui, au plan pratique, au plan administratif et au plan économique, serait la plus logique¹²⁴.

Cette position était d'ailleurs partagée par un nombre important d'intervenants. En effet, outre les groupes de défense des droits des consommateurs, certaines entreprises de télédistribution croient aussi que le fait de confier au CPRST le mandat de répondre aux plaintes en télédistribution serait logique.

Les organismes provinciaux de protection des consommateurs ne s'objectaient généralement pas non plus, à ce que le CPRST se voit confier un rôle d'ombudsman en matière de télédistribution.

¹²⁴ **UNION DES CONSOMMATEURS. OBSERVATIONS** - Allocution prononcée par Sophy Lambert-Racine devant le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, Montréal, Canada, 9 Septembre 2014. Voir, *Annexe 1: Les propositions du document de travail commentées*, p. 29. [En ligne] http://uniondesconsommateurs.ca/wp-content/uploads/2014/09/2014-UC-CRTC-2014-190-obs-Final_Final.pdf

Quant au principal intéressé, le CPRST, il a indiqué dans le cadre de la consultation du CRTC Parlons télé, son intérêt à remplir un tel rôle, et les arguments qui feraient de la réunion des services de plaintes en télécom et en télédistribution un choix logique :

From our review of telecommunications complaints, as well as from publicly-available marketing materials, it is clear that those service providers which offer both telecommunications and broadcast distribution services:

- a. *Often market their services with both telecommunications and broadcast services forming part of the same bundle; and*
- b. *Encourage their customers to have these services billed together on the same invoice. [...]*

It is likewise clear that many customers subscribe to both telecommunications and broadcast services from providers within the same corporate family. [...]

Despite the fact that broadcasting services are not within the CCTS mandate, our 2012-13 Annual Report notes that broadcasting issues (primarily related to television) were raised by consumers in complaints to CCTS 3,856 times. This compares to 19,297 issues about in-mandate telecommunications services (in 13,692 complaints). This puts broadcasting second only to wireless in terms of the “most complained about” lines of business in 2012-13:

[...]

If the CRTC concludes that a broadcasting industry ombudsman should be created, CCTS would be pleased to participate in discussions about whether there is a role for CCTS in this endeavour. This could have potentially significant implications to CCTS’ governance, structure, funding and operations, and the CCTS Board of Directors would be pleased to address the issues at the appropriate time, if the Commission decides to require the creation of a broadcast industry ombudsman involving CCTS.¹²⁵

Un tel élargissement du mandat du CPRST devrait évidemment prévoir aussi une importante campagne visant à faire mieux connaître le CPRST et ses mandats – l’organisme demeure encore à ce jour honteusement méconnu. À preuve : nous avons demandé aux répondants à notre sondage s’ils savaient qu’ils disposaient au fédéral d’un recours auprès du Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications (CPRST) pour leurs problèmes de facturation, de contrat et de service rencontrés dans le cadre de leur abonnement à des services de téléphonie et d’accès à Internet ; seulement 28 % des répondants ont répondu par l’affirmative.

Nous avons aussi demandé aux répondants s’ils croyaient qu’il serait justifié que des recours équivalents à ceux qui sont prévus en matière de télécommunication soient disponibles pour les services de télédistribution dans l’ensemble du Canada ; sans surprise, ce sont 85 % des répondants au sondage qui croient qu’il serait justifié qu’un organisme disposant d’un mandat semblable à celui du CPRST soit mis en place pour accueillir les plaintes relatives aux services de télédistribution.

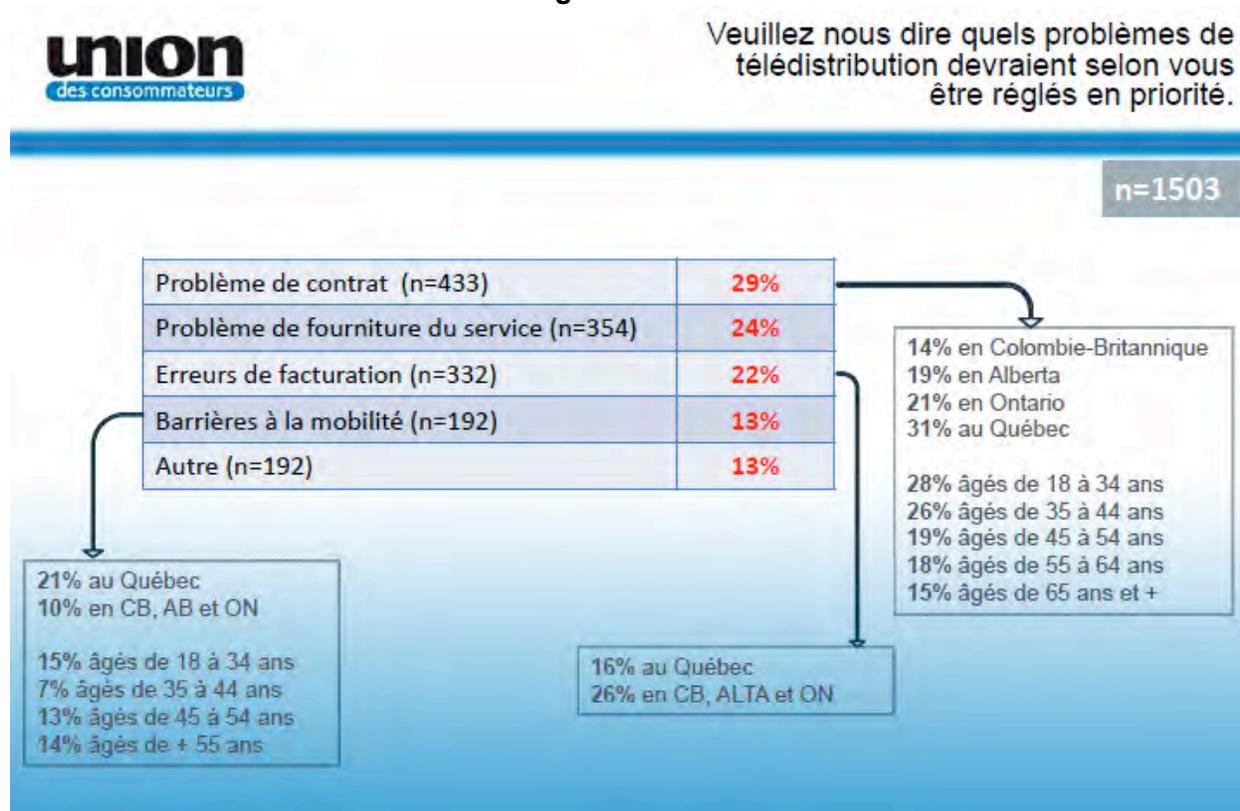
¹²⁵ **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES.** *Documents connexes*, CRTC, Ottawa, Ontario, Canada, 21 novembre 2014. [En ligne] <https://services.crtc.gc.ca/pub/ListeInterventionList/Documents.aspx?ID=218359&en=2014-190&dt=i&lang=f&S=C&PA=b&PT=nc&PST=a> (Document consulté le 12 janvier 2015).

Il ne faut toutefois pas oublier que les services de télédistribution sont encadrés à la fois par des réglementations fédérales et par des réglementations provinciales, selon les aspects examinés. Ainsi, en dépit du fait qu'un ombudsman ou tout autre organisme fédéral pourrait se voir confier le mandat d'entendre les plaintes dans le domaine de la télédistribution, il reste que les problématiques qui relèveraient des contrats notamment, doivent continuer à être encadrées par les différents organismes provinciaux ou territoriaux.

Quels types de problèmes devraient faire partie du mandat de l'organisme mis en place?

Les répondants à notre sondage ont indiqué les problèmes qui, en matière de télédistribution, devraient, selon eux, être réglés en priorité. Les réponses indiquent bien les croisements qui peuvent exister entre les problèmes liés à des questions contractuelles, relevant des instances provinciales, et ceux qui sont liés au service lui-même, ou à la concurrence, deux matières qui relèvent du fédéral.

Tableau 16
Problèmes urgents en télédistribution



Or, le CPRST, en matière de télécommunications, est déjà confronté à cette dualité, et cela n'a pas causé, jusqu'à maintenant, de conflit majeur. De même, le CRTC, lors des audiences qui ont mené à l'adoption du Code sur les services sans fil, s'est vu invité par plusieurs (par certains fournisseurs, essentiellement) à déclarer inapplicables les encadrements provinciaux qui touchaient les domaines que le Code s'appropriait à couvrir ; le CRTC a refusé de tomber dans ce piège, et l'application du Code par le CPRST se fait jusqu'à maintenant de façon harmonieuse, les encadrements et les recours provinciaux continuant en parallèle à jouer leur rôle. Idéalement donc, un organisme de traitement des plaintes qui suivrait le modèle du CPRST pourrait éviter les conflits et améliorer tout de même les recours des consommateurs à un mode de règlement des conflits rapide et efficace.

Quelle information sur le traitement des plaintes offrir aux consommateurs?

Les différents organismes qui traitent certaines plaintes ou qui pourraient éventuellement le faire sont malheureusement, pour certains, peu connus des consommateurs. Pour faciliter la connaissance de l'organisme par les consommateurs, il importe à notre avis de donner un mandat large à l'organisme, afin qu'il puisse recevoir et traiter toutes plaintes relatives aux services de télédistribution, à l'exclusion toutefois des questions portant sur le contenu de la programmation.

Le premier réflexe des consommateurs sera souvent, lorsqu'ils rencontrent un problème avec un fournisseur de services, de tenter de voir ce que le fournisseur lui-même peut faire pour régler le problème. Ce réflexe est par ailleurs fortement encouragé par les organismes de traitement des plaintes : comme nous l'avons vu, bon nombre d'entre eux exigent que le consommateur ait au préalable tenté de résoudre le problème avec son fournisseur avant même de se saisir du dossier.

Or, comme nous l'avons constaté au cours de notre enquête en explorant les sites Web des entreprises, il n'est pas toujours facile de trouver l'information relative à la recevabilité, au traitement et au cheminement des plaintes en matière de télécommunication, et moins encore celle qui porte sur les plaintes relatives aux services de télédistribution. Il n'est pas simple non plus de savoir clairement quels types de plaintes peuvent être acheminés à quel organisme, si l'entreprise n'offre pas de règlement acceptable.

Il serait certainement souhaitable que soit intégrée sur les pages Web des fournisseurs une rubrique visible, à l'intitulé évocateur, qui mène à une page qui expliquerait de façon claire et honnête les conditions et les procédures relatives au dépôt d'une plainte.

Une telle rubrique, si elle apparaissait de façon systématique sur les sites Internet des fournisseurs, favoriserait certes un accès facile et uniforme pour les consommateurs.

Enfin, faire connaître les recours est certes un point de départ prometteur, mais il convient également de faciliter la formulation de plainte de manière à outrepasser le manque de confiance ou de temps de certains consommateurs.

Peut-être le gouvernement fédéral pourrait-il s'inspirer de la législation en vigueur concernant le traitement des plaintes dans le domaine bancaire? En vertu de la législation fédérale, toutes les institutions financières sous réglementation fédérale doivent se doter d'une procédure de traitement des plaintes qui contient les renseignements nécessaires pour communiquer avec l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC), adhérer à un organisme externe de traitement des plaintes et afficher dans toutes les succursales, sur leur site Internet et dans tous les points de service une déclaration qui indique le nom de l'organisme externe de traitement des plaintes et les renseignements requis pour communiquer avec ce dernier¹²⁶.

¹²⁶ **AGENCE DE LA CONSOMMATION EN MATIÈRE FINANCIÈRE DU CANADA.** *Dépôt d'une plainte avec une banque : vos droits et vos responsabilités*, Ottawa, Canada, 31 octobre 2013. [En ligne] <http://www.fcac-acfc.gc.ca/Fra/consommateurs/sujets/vosDroits/Pages/filCompB-depPlaiB.aspx> (Page consultée le 5 janvier 2015).

Recommandations

- Attendu le taux d'abonnement très élevé aux services de télédistribution au Canada ;
 - Attendu le nombre élevé de problèmes qu'ont rencontrés en matière de télédistribution, les consommateurs qui ont participé au sondage ;
 - Attendu que, spontanément, les consommateurs se plaignent d'abord à leur fournisseur de service ;
 - Attendu qu'il peut être complexe de trouver l'information relative à la recevabilité, au traitement et au cheminement des plaintes en matière de télécommunication sur les sites Internet des différentes entreprises de télédistribution ;
 - Attendu qu'aucune réglementation n'encadre les services de traitement des plaintes offerts par les entreprises de télédistribution ;
 - Attendu que les entreprises du secteur de la télédistribution offrent des services de traitement des plaintes inégaux, et, qu'en cas d'insatisfaction, les consommateurs n'ont que peu de recours ;
 - Attendu que certaines entreprises de télédistribution dirigent vers le CRTC les consommateurs qui ont une plainte à formuler, tandis que d'autres les réfèrent au CPRST, sans toutefois préciser que cet organisme n'a pas pour mandat de traiter les plaintes en matière de télédistribution ;
 - Attendu que le gouvernement fédéral a jugé pertinent, vue l'importance de ces services, d'encadrer le traitement des plaintes offert par les institutions financières sous réglementation fédérale ;
 - Attendu l'importance de l'accès des canadiens aux services de télévision, (information, divertissement, promotion de la culture nationale, ouverture sur le monde, etc.) ;
1. **Union des consommateurs recommande que** le gouvernement fédéral réglemente le processus de traitement des plaintes des entreprises de télédistribution afin que ce processus soit uniforme, complet, porté à la connaissance des consommateurs.

- Attendu que les organismes responsables de recevoir les plaintes des consommateurs signalent un nombre élevé de plaintes se rapportant au domaine de la télédistribution ;
 - Attendu qu'il existe au niveau fédéral différents organismes vers qui peuvent se tourner les consommateurs pour porter plainte mais qu'aucun d'eux n'offre de processus de règlement des litiges ;
 - Attendu que le CPRST, malgré une notoriété limitée auprès des consommateurs, est déjà interpellé pour des problèmes relatifs aux services de télédistribution, même si cela ne relève clairement pas de son mandat ;
 - Attendu l'expertise du CPRST dans le traitement des plaintes en matière de télécommunication ;
 - Attendu que l'exemple de la Belgique et du Royaume-Uni, où les consommateurs peuvent s'adresser à un organisme unique, un ombudsman des communications, pour toute plainte relative à leurs services de communication, démontre que ce modèle simplifie grandement les choses ;
 - Attendu que l'exemple de la Belgique et du Royaume-Uni démontre qu'il est possible de confier à un organisme unique les plaintes en matière de télédistribution et de télécommunication ;
2. **Union des consommateurs recommande** au CRTC de veiller à confier à un organisme indépendant le mandat exprès de recevoir et de traiter les plaintes dans le domaine de la télédistribution ;
 3. **Union des consommateurs recommande** au CRTC de confier un mandat large à cet organisme afin qu'il puisse recevoir et traiter toutes les plaintes relatives aux services de télédistribution et régler les litiges ;
 4. **Union des consommateurs recommande** au CRTC d'étudier la possibilité que cet organisme se voit confier le mandat de rapporter au CRTC les problèmes systémiques
 5. **Union des consommateurs recommande** au CRTC de veiller à faire cesser les pratiques indésirables des entreprises de télédistribution en fonction des problèmes systémiques qui lui seront rapportés par l'organisme indépendant ;
 6. **Union des consommateurs recommande** au CRTC d'examiner la possibilité de confier au CPRST le mandat de traiter les plaintes relatives aux services de télédistribution ;
 7. **Union des consommateurs recommande** que l'élargissement du mandat du CPRST aux problèmes de télédistribution s'accompagne d'une importante campagne d'information visant à faire mieux connaître le CPRST et ses différents mandats.

Médiagraphie

AGENCE DE LA CONSOMMATION EN MATIÈRE FINANCIÈRE DU CANADA. *Dépôt d'une plainte avec une banque : vos droits et vos responsabilités*, Ottawa, Canada, 31 octobre 2013. <http://www.fcac-acfc.gc.ca/Fra/consommateurs/sujets/vosDroits/Pages/filCompB-depPlaiB.aspx>

AUDET, PIERRE E. *Session IV : Le processus de résolution des différends (PRD) : un préalable obligatoire à la saisine du juge? La médiation obligatoire pour les petites créances d'au plus 15 000 \$ découlant d'un contrat de consommation*, Les entretiens Jacques Cartier, Montréal, Québec, Canada, 3 octobre 2014, 12 pages. http://www.tribunaux.qc.ca/c-quebec/CommuniquésDocumentation/EntretiensJC_MediationObligatoire_oct14.pdf

AUSTRALIAN COMMUNICATIONS AND MEDIA AUTHORITY. ACMA, Sydney, Australie

- *Broadcasting complaints*, 20 octobre 2014. <http://www.acma.gov.au/Citizen/Take-action/Complaints/Broadcast-complaints/broadcasting-complaints>
- *Complaints the ACMA does not handle*, 6 septembre 2013. <http://www.acma.gov.au/Citizen/Take-action/Complaints/Broadcast-complaints/complaints-the-acma-does-not-handle>
- *Introduction to the ACMA*, 30 janvier 2014. <http://www.acma.gov.au/theACMA/About/The-ACMA-story/Communicating/introduction-to-the-acma>
- *What the ACMA does with complaints*, 20 octobre 2014. <http://www.acma.gov.au/Citizen/Take-action/Complaints/Broadcast-complaints/what-the-acma-will-do-with-your-complaint>

AUSTRALIAN GOVERNMENT. *Fair trading laws*, business.gov.au, Australie, sans date.

http://www.business.gov.au/business-topics/selling-products-and-services/fair-trading/Pages/fair-trading-laws.aspx?utm_source=businessgovau-old-website&utm_medium=301-redirect&utm_campaign=Fair-Trading

AUTORITÉ DE RÉGULATION DES COMMUNICATIONS ÉLECTRONIQUES ET DES POSTES.

ARCEP, Paris, France

- *J'ai un différend avec mon opérateur : les voies de recours possibles*, 6 février 2013. <http://www.telecom-infoconso.fr/j-ai-un-differend-avec-mon-operateur-les-voies-de-recours-possibles/>
- *L'ARCEP régulateur des communications électroniques et postales, Présentation, chiffres clés et grands chantiers*, juin 2014, 25 pages. http://www.arcep.fr/uploads/tx_gspublication/supplement-rapport-activite-2013.pdf

BELL.CA. Bell Canada, Montréal, Québec, Canada

- *Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2014 190, Parlons télé : une conversation avec les Canadiens, 3e étape*, Commentaires de Bell Canada, 27 juin 2014, version française de l'intervention. <https://services.crtc.gc.ca/pub/ListeInterventionList/Documents.aspx?ID=218717&en=2014-190&dt=i&lang=f&S=C&PA=b&PT=nc&PST=a>
- *Comment transmettre une plainte à un niveau supérieur*, 2015. http://soutien.bell.ca/Facturation-et-comptes/Comment_transmettre_une_plainte_a_un_niveau_superieur
- *Soutien Bell - Formulaire de plainte pour les services résidentiels de Bell*, 2015. http://soutien.bell.ca/WebForm_Escalade
- *Soutien Bell - Joindre le service à la clientèle de Bell*, 2015. http://soutien.bell.ca/Pour-nous-joindre?EXT=BRAND_PDL_Google_TXT_CST_OPS_DEF_120914_VC_Gname=Customer_Relations_French_Branded_ag=Complaint_French_Branded_-_BMM_kw=plainte_bell

BUREAU DE LA CONCURRENCE. *Plaintes et renseignements*, Bureau de la Concurrence, gouvernement fédéral, Ottawa, Gatineau, Québec, Canada, 11 janvier 2012.
http://www.bureaudelaconcurrence.gc.ca/eic/site/cb-bc.nsf/fra/h_00019.html

CARREAU, SIMON. *Consommateurs et accès à la justice : un guichet unique pour les consommateurs*, Union des consommateurs, Montréal, Québec, Canada, juin 2011, 113 pages.
http://uniondesconsommateurs.ca/docu/protec_conso/TribunalConsommation.pdf

CENTRE DE SERVICES PARTAGÉS. *Service à la clientèle Gestion des plaintes*, Centre de leadership et de développement des compétences, gouvernement du Québec, Québec, Québec, Canada, 19 juillet 2013.
<https://www.cldc.cspq.gouv.qc.ca/Default.aspx?tabid=127&CategoryID=112&Level=a&List=1&SortField=ProductName,ProductName&Language=fr-CA>

COGECO.CA. Cogeco inc., Montréal, Québec, Canada

- *Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2014-190, Parlons Télé*, Mémoire de COGECO CÂBLE INC, 27 juin 2014. Intervention Version française.
<https://services.crtc.gc.ca/pub/ListeInterventionList/Documents.aspx?ID=218718&en=2014-190&dt=i&lang=f&S=C&PA=b&PT=nc&PST=a>
- *Procédure de plainte – étape 1*, 2015.
http://www.cogeco.ca/web/qc/fr/residentiel/soutien/formuler_une_plainte

COMMISSAIRE AUX PLAINTES RELATIVES AUX SERVICES DE TÉLÉCOMMUNICATIONS. CPRST, Ottawa, Ontario, Canada

- *Comment déposer une plainte*, 2015. <http://www.ccts-cprst.ca/fr/comment-deposer>
- *Guide sur le dépôt d'une plainte*, 2015. <http://www.ccts-cprst.ca/fr/plaintes/guide>
- Intervention du CPRST dans le cadre de la consultation *Parlons télé : une conversation avec les Canadiens*, 27 juin 2014. Accessible sur le site Internet du CRTC.
<https://services.crtc.gc.ca/pub/ListeInterventionList/Documents.aspx?ID=218359&en=2014-190&dt=i&lang=f&S=C&PA=b&PT=nc&PST=a>
- *Le CPRST en bref*, 2015. <http://www.ccts-cprst.ca/fr/>
- *Mandat*, 2015. <http://www.ccts-cprst.ca/fr/plaintes/mandat>
- *Moteur de changement positif - rapport annuel 2013-14*, 2014, 42 pages. <http://www.ccts-cprst.ca/wp-content/uploads/pdfs/fr/2013-2014/CPRST-Rapport-Annuel-2013-2014.pdf>

CONSEIL CANADIEN DES NORMES DE LA RADIODIFFUSION. CCNR, Ottawa, Ontario, Canada

- *Bienvenue au CCNR*, sans date. <http://www.cbnc.ca/francais/index.php>
- *Déposer une plainte*, sans date. <http://www.cbnc.ca/francais/complaint/>
- *Questions ayant trait au processus de résolution des plaintes*, sans date.
<http://www.cbnc.ca/francais/faqs/complaints.php>

CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES. CRTC, Ottawa, Ontario

- *À propos de nous*, 2 septembre 2014. <http://www.crtc.gc.ca/fr/acrct/acrct.htm>
- Archivé - *Avis public CRTC 1994-7 - Modifications au Règlement de 1986 sur la télédistribution*, 13 février 1994 <http://www.crtc.gc.ca/fr/archive/1994/pb94-7.htm>
- Archivé - *Avis public CRTC 2000-162 - Projet d'ordonnance d'exemption pour les petits systèmes de câblodistribution*, sans date. <http://www.crtc.gc.ca/fr/archive/2000/pb2000-162.htm>
- Archivé - *Avis public CRTC 92-22 - Conseil des normes de la télévision par câble*, 16 mars 1992. <http://www.crtc.gc.ca/fr/archive/1992/PB92-22.HTM>
- *Comment déposer une plainte relative à la radiodiffusion?* 26 janvier 2015.
http://www.crtc.gc.ca/fr/INFO_SHT/G8.HTM
- *Conséquences et pertinence d'un système de compensation pour la valeur des signaux de télévision locale*, 23 mars 2010. <http://www.crtc.gc.ca/fr/publications/reports/rp100323.htm>

- *Documents connexes*, 21 novembre 2014.
<https://services.crtc.gc.ca/pub/ListeInterventionList/Documents.aspx?ID=218359&en=2014-190&dt=i&lang=f&S=C&PA=b&PT=nc&PST=a>
- *Le CRTC publie son rapport annuel sur l'état du système des communications au Canada*, 26 septembre 2013. <http://www.crtc.gc.ca/fra/com100/2013/r130926.htm>
- *Parlons télé : Rapport de recherche quantitative*, 24 avril 2014.
<http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/rp140424.htm>
- *Parlons télé : une conversation avec les Canadiens (première étape)*, 2014.
<http://consultation.crtc.gc.ca/fr/consultation/10/les-outils-du-t-l-spectateur-avez-vous-suffisamment-d-information-exercer-des-choix>
- *Parlons télé: commentaires reçus au cours de la première étape*, 29 janvier 2014.
<http://www.crtc.gc.ca/broadcast/fra/hearings/2013/2013-563oc2.htm>
- *Parlons télé: commentaires reçus au cours de la première étape*, 29 janvier 2014.
<http://www.crtc.gc.ca/broadcast/fra/hearings/2013/2013-563oc2.htm>
- *Poser une question ou formuler une plainte*, 21 avril 2015.
<https://services.crtc.gc.ca/pub/rapidscdm/Default-Default.aspx?lang=fr>
- *Rapport de surveillance des communications 2013*, septembre 2013.
<http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/policyMonitoring/2013/cmr.htm>
- *Rapport de surveillance des communications 2014 : Système de radiodiffusion*, 16 octobre 2014, tableau 4.3.4. <http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/policymonitoring/2014/cmr4.htm>

CONSUMER AFFAIRS AND BUSINESS REGULATION. *File a Cable TV Complaint*, MASS.gov, Massachusetts, États-Unis, 2015. <http://www.mass.gov/ocabr/government/oca-agencies/dtc-lp/competition-division/cable-tv-division/consumer-rights-fact-sheets/file-a-cable-tv-complaint.html>

COUNCIL OF BETTER BUSINESS BUREAUS INC. Arlington, Virginie, États-Unis

- *2013 Annual report*. 20 pages. http://www.bbb.org/globalassets/local-bbbs/council-113/media/annual-reports/cbbb_annual_report_2013-final.pdf
- *USA Today Snapshot - Most Complaints Filed with BBB in 2014*, 27 mars 2015.
<http://www.bbb.org/council/news-events/bbb-in-the-news/2015/03/usa-today-snapshot-most-complaints-filed-with-bbb-in-2014/>

DELOITTE. *The reality of « cord cutting » in North America*, Londres, Royaume-Uni, 2013, 2 pages.
http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/Technology-Media-Telecommunications/dttl_TMT_Predictions2013_RealityofCordCuttingNA.pdf

DIRECTION GÉNÉRALE DE LA CONCURRENCE, DE LA CONSOMMATION ET DE LA RÉPRESSION DES FRAUDES. *Mission*, Portail de l'économie et des finances, Paris, France, 2 pages.
http://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/dgccrf/dgccrf/mission_organ/Flyer1_Presentation_DGCCRF.pdf

FEDERAL COMMUNICATIONS COMMISSION. FCC, Washington DC, États-Unis

- *Cable Television - Where to File Complaints Regarding Cable Service*, 15 août 2013.
<http://www.fcc.gov/guides/cable-television-where-file-complaints-regarding-cable-service>
- *Consumer Help Center Consumer Complaints at the FCC How the FCC Handles Your Complaint*, sans date. <https://consumercomplaints.fcc.gov/hc/en-us/articles/202752940?from=home>
- *Consumer Help Center Consumer Complaints at the FCC Issues Outside the Jurisdiction of the FCC*, sans date. <https://consumercomplaints.fcc.gov/hc/en-us/articles/202958440-Issues-Outside-the-Jurisdiction-of-the-FCC>
- *Frequently asked questions regarding cable television regulations*, 22 février 1994.
http://transition.fcc.gov/Bureaus/Cable/News_Releases/nrcb4009.txt
- *What we do*, Washington, sans date. <http://www.fcc.gov/what-we-do>

GOVERNEMENT DE L'INDIANA. Cable television: Regulation and consumer concerns, IN.gov, Indiana, États-Unis, sans date. <http://www.in.gov/oucc/2404.htm>

GOVERNEMENT DU MANITOBA. *Loi sur la protection du consommateur-État des dispositions qui entrent en vigueur par proclamation.* Législation manitobaine, gouvernement du Manitoba, Winnipeg, Manitoba, Canada, sans date. <http://web2.gov.mb.ca/laws/statutes/ccsm/c200f.php?ccsm=c200>

GOVERNOR'S OFFICE OF CONSUMER PROTECTION. *Cable service*, OCP.ga.gov, Georgia, États-Unis, sans date. <http://ocp.ga.gov/consumer-topics/cable-service>

INDUSTRIE CANADA. *Mécanismes privés de règlement de litiges de consommation et considérations juridiques Étude de cas*, IC, gouvernement fédéral, Ottawa, Ontario, Canada, 2002, 72 pages. [http://cmcweb.ca/eic/site/cmc-cmc.nsf/vwapj/redress_case_studies_fr.pdf/\\$FILE/redress_case_studies_fr.pdf](http://cmcweb.ca/eic/site/cmc-cmc.nsf/vwapj/redress_case_studies_fr.pdf/$FILE/redress_case_studies_fr.pdf)

INSTITUT BELGE DES SERVICES POSTAUX ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS. IBPT, Bruxelles, Belgique

- *Découvrir l'IBPT*, sans date. <http://www.ibpt.be/fr/consommateurs/ibpt/découvrir-l-ibpt>
- *Plainte*, sans date. <http://www.ibpt.be/fr/consommateurs/ibpt/plaintes>

LABELLE, ME YANNICK. *L'arbitrage de consommation : un processus équitable et efficace ?*, Union des consommateurs, Montréal, Québec, Canada, juin 2009, 130 pages. http://uniondesconsommateurs.ca/docu/protec_conso/arbitrageF.pdf

LABORATOIRE DE CYBERJUSTICE. *PARLe – Plateforme d'aide aux règlements des litiges en ligne*, Cyberjustice.ca, Montréal, Canada, 2015. <http://www.cyberjustice.ca/logiciels/parle/>

LE MÉDIATEUR DES COMMUNICATIONS ÉLECTRONIQUES. Association Médiation Communications Electroniques, Paris, France

- *Foire aux questions*, 2001. <http://www.mediateur-telecom.fr/faq/>
- *Les étapes*, 2001. http://www.mediateur-telecom.fr/reclamation/les_etapes/
- *Qu'est-ce que c'est ?*, 2001. http://www.mediateur-telecom.fr/mediation/qu_est_ce_que_c_est/
- *Qui est-il ?*, 2011. http://www.mediateur-telecom.fr/mediateur/qui_est_il/

MARKETINGCHARTS STAFF. *US Among Top 10 Countries by Pay-TV Penetration*, Marketing Charts, Thetford Center, Vermont, États-Unis, 11 juillet 2013. <http://www.marketingcharts.com/television/us-among-top-10-countries-by-pay-tv-penetration-34936/>

MINISTÈRE DES FINANCES ET DES COMPTES PUBLICS. Portail de l'économie et des finances, Paris, France

- *Les associations de consommateurs*, sans date. <http://www.economie.gouv.fr/dgccrf/Les-associations-de-consommateurs>
- *Missions*, 29 avril 2014. <http://www.economie.gouv.fr/dgccrf/La-DGCCRF/Missions>
- *Résoudre un litige de consommation*, 15 novembre 2013. <http://www.economie.gouv.fr/dgccrf/consommation/Resoudre-un-litige-de-consommation>

NSW GOVERNEMENT FAIR TRADING. *Our services*, Australie, Paramatta, 3 avril 2014. http://www.fairtrading.nsw.gov.au/ftw/About_us/Our_services.page?

NSW GOVERNEMENT FAIR TRADING. Paramatta, Australie

- *Our services*, 3 avril 2014. http://www.fairtrading.nsw.gov.au/ftw/About_us/Our_services.page?
- *Telecommunications*, 19 février 2013. http://www.fairtrading.nsw.gov.au/ftw/Consumers/Buying_services/Telecommunications.page

OFFICE OF COMMUNICATIONS. Ofcom. Londres, Royaume-Uni

- *Complaints to or about Ofcom*, sans date. <http://www.ofcom.org.uk/about/policies-and-guidelines/complaints-about-ofcom/>
- *Procedures for investigating breaches of content standards for television and radio*, 1er juin 2011. <http://stakeholders.ofcom.org.uk/broadcasting/guidance/complaints-sanctions/standards/>
- *What is Ofcom?*, sans date. <http://www.ofcom.org.uk/about/what-is-ofcom/>

OMBUDSMAN SERVICES. ombudsman-services.org, Warrington, Angleterre

- *About the Ombudsman*, sans date. <http://www.ombudsman-services.org/communications.html>
- *Complaining to a communications company*, sans date. <http://www.ombudsman-services.org/complaining-to-the-company-communications.html>
- *Complaints about Sky TV products and services*, janvier 2013. <http://www.ombudsman-services.org/downloads/EDITFrequentlyaskedquestionsSKYJanuary2013.pdf>
- *What can we deal with?*, sans date. <http://www.ombudsman-services.org/what-can-we-deal-with-communications.html>

QUEBECOR MEDIA INC. Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2014-190, *Parlons télé*, Intervention de Québecor Média inc. en son nom et aux noms de Vidéotron s.e.n.c. et de Groupe TVA inc., Québecor inc., Montréal, Québec, Canada, 27 juin 2014. Version française de l'intervention. <https://services.crtc.gc.ca/pub/ListeInterventionList/Documents.aspx?ID=218467&en=2014-190&dt=i&lang=f&S=C&PA=b&PT=nc&PST=a>

RADIO-CANADA. *Le CRTC veut revoir les règles télévisuelles*, Radio-Canada, Montréal, Canada, 7 novembre 2013. <http://www.radio-canada.ca/nouvelles/Economie/2013/11/07/011-crtc-blais-television.shtml#!>

ROGERS COMMUNICATIONS INC., Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2014-190, *Parlons télé*, Commentaires de Rogers Communications inc., Ottawa, Ontario, Canada, 27 juin 2014. Intervention version française. <https://services.crtc.gc.ca/pub/ListeInterventionList/Documents.aspx?ID=218412&en=2014-190&dt=i&lang=f&S=C&PA=b&PT=nc&PST=a>

ROGERS.COM. Rogers communications inc., Toronto. Ontario, Canada

- *Page d'accueil*, 2015. <https://www.rogers.com/consumer/home>
- *Signaler un problème*, 2015. https://www.rogers.com/web/Rogers.portal?_nfpb=true&_pageLabel=contactUsShareAConcern&_nfls=true&setLanguage=fr
- *Soutien - Comment pouvons-nous vous assister?*, 2015. <https://www.rogers.com/web/support/account/ombudsman/376?setLanguage=fr>

SERVICE DE MÉDIATION POUR LES TÉLÉCOMMUNICATIONS. ombudsmantelecom.be Bruxelles, Belgique.

- *À propos*, sans date. <http://www.ombudsmantelecom.be/fr/a-propos.html?IDC=23>
- **SERVICE DE MÉDIATION POUR LES TÉLÉCOMMUNICATIONS.**
- *Nos missions*, sans date. <http://www.ombudsmantelecom.be/fr/nos-missions.html?IDC=19>

SHAW COMMUNICATIONS INC. Shaw Communications inc., Calgary, Alberta, Canada

- *Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2014-190 – Parlons télé*, 27 juin 2014. Version française de l'intervention. <https://services.crtc.gc.ca/pub/ListeInterventionList/Documents.aspx?ID=218469&en=2014-190&dt=i&lang=f&S=C&PA=b&PT=nc&PST=a>
- *Customer Advocacy Commitment*, 2015. <http://www.shaw.ca/contact-us/customer-advocacy/>
- *Page d'accueil*, 2015. <http://www.shaw.ca/store/>

SPF ECONOMIE, P.M.E., CLASSES MOYENNES ET ÉNERGIE. e-economie, Bruxelles, Belgique

- *Mission, vision et valeurs*, 2013. http://economie.fgov.be/fr/spf/Vision_mission/#.VPdqQHyG-1Y
- *Où et comment introduire une plainte*, 2013.
http://economie.fgov.be/fr/litiges/plaintes/Ou_comment_introduire_plainte/
- *Pour quelles matières puis-je porter plainte auprès de l'Inspection économique ?*, 2013.
http://economie.fgov.be/fr/litiges/plaintes/quelles_materies_plainte_aupres_ADCB/
- *Service de médiation pour les télécommunications*, 2013.
http://economie.fgov.be/fr/litiges/litiges_consommation/Belmed/quoi/possibilites_reglement_alternatif/ombudsman/telecom/#.VXnJGPI_Oko

TELECOMMUNICATION INDUSTRY OMBUDSMAN. TIO, Melbourne, Australie

- *About us*, 2015. <https://www.tio.com.au/about-us>
- *Making a complaint*, 2015. <https://www.tio.com.au/making-a-complaint>
- *Telecommunications Industry Ombudsman 2012 Annual Report*, 2012.
https://www.tio.com.au/_data/assets/pdf_file/0017/141263/AR_2012_complete.pdf

TRAVAUX PUBLICS ET SERVICES GOUVERNEMENTAUX CANADA. *Conseil des normes de télévision par câble*, BTB, Ottawa, Ontario, Canada, 1^{er} mai 2015.

http://www.btb.termiumplus.gc.ca/tpv2alpha/alpha-fra.html?lang=fra&srchtxt=CABLE%20TELEVISION%20STANDARDS%20COUNCIL&i=1&index=alt&sg_kp=1263082&fchrdrnm=1#zz1

UNION DES CONSOMMATEURS. *OBSERVATIONS* – Allocution prononcée par Sophy Lambert-Racine devant le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, Montréal, Canada, 9 Septembre 2014. http://uniondesconsommateurs.ca/wp-content/uploads/2014/09/2014-UC-CRTC-2014-190-obs-Final_Final.pdf

VIDÉOTRON.COM. *Service à la clientèle – Plaintes*, Vidéotron S.E.N.C., Montréal, Québec, Canada, 2015. <https://www.videotron.com/vcom-ext/secur/forms/plainteCourriel.action?locale=fr>

ANNEXE 1 : Questionnaire du sondage



A. Quelle est la langue que vous parlez le plus souvent à la maison?

- Français
- Anglais **[SWITCH TO ENGLISH QUESTIONNAIRE]**
- Autres **[ASK Q.B]**

B. Dans quelle province résidez-vous?

- Colombie Britannique 400
- Alberta 300
- Ontario 400
- Québec 400

C. Dans lequel des groupes d'âge suivants vous situez-vous ? (lire) (faire tranches plus petites)

- Moins de 18 ans **[REMERCIEZ ET TERMINEZ]**
- 18 à 24 ans
- 25 à 34 ans
- 35 à 44 ans
- 45 à 54 ans
- 55 à 64 ans
- 65 à 74 ans
- 75 ans et plus

D. Vous êtes... (lire)

- ... un homme
- ... une femme

E. Êtes-vous abonné à un service de télédistribution (câble traditionnel, télévision numérique, satellite, fibre optique) à la maison?

- Oui
- Non **[REMERCIEZ ET TERMINEZ]**

1. À quel type de service êtes-vous abonné? (lire)?

[LIRE LES CHOIX]

- Câble
- Satellite
- IP (incluant Fibre optique)
- Autre (préciser)
- Ne sait pas

2. Avez-vous déjà rencontré un problème, peu importe sa nature, que ce soit lors de l'installation, avec la facturation, le service à la clientèle, etc., avec votre service ou votre fournisseur de télédistribution?

- Oui
- Non

[SAUTER à Q9]

3. Quel type de problème avez-vous rencontré? [SONDER EN PROFONDEUR]

[NE PAS LIRE]

- Installation du service
- Fonctionnement du service ou de l'équipement (spécifiez si décodeur)
- Débranchement
- Frais mensuels (ex : trop élevés ou non conformes à l'information divulguée)
- Caractéristiques de service (ex : trop de chaînes...)
- Service à la clientèle
- Frais additionnels ou imprévus
- Frais de résiliation
- Problèmes ou erreurs de facturation
- Modification de prix en cours de contrat
- Modification dans le choix des canaux en cours de contrat
- Modification de services en cours de contrat
- Autre (préciser)

[POSER LES QUESTIONS 4 à 8 POUR CHACUN DES PROBLÈMES DE Q3] –

4. Avez-vous porté plainte relativement au problème de [PROBLÈME MENTIONNÉ EN Q3]?

Oui

Non – Pourquoi ?

- Méconnaissance des recours
- Manque de temps
- Changement de fournisseur
- Minimise l'importance du problème
- Autre (préciser)

[SAUTER à Q9 ou au PROCHAIN PROBLÈME]

5. À l'égard de qui avez-vous porté plainte? (plus d'une réponse est possible)

[NE PAS LIRE]

- Fournisseurs de services
- Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunication (CPRST)
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC)
- Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCNR)
- Office de protection des consommateurs de votre province
- Organismes communautaires
- Autres (préciser)

6. Est-ce que votre plainte a été résolue?

- Oui
- Non **[SAUTER à Q9 ou plainte suivante]**

7. Sur une échelle de 1 à 10 où 10 signifie que vous êtes très satisfait et 1, très insatisfait, quel est votre degré de satisfaction à l'endroit de la résolution de cette plainte?

[SI PLUS D'UNE MENTION EN Q5 ET SI RESOLUE EN Q6]

8. Qui a le mieux résolu votre plainte?

[CHOIX MENTIONNÉ EN Q5]

[SI « non » EN Q2 sinon passer à q11]

9. De façon générale, si vous aviez un problème concernant votre service de télédistribution, à qui adresseriez-vous votre plainte?

[SONDER POUR AUTRE QUE LE FOURNISSEUR]

- Le fournisseur de télédistribution
- Le Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunication (CPRST)
- Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC)
- Le Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCNR)
- L'organisme provincial de protection des consommateurs de votre province
- Un ou des organismes communautaires de défense collective des droits qui seraient en mesure d'intervenir pour des problèmes liés à la télédistribution?
- Autre (préciser)
- Ne sait pas

10. Toujours concernant les services de télédistribution, croyez-vous que les consommateurs canadiens sont suffisamment protégés par les organismes en place?

- Oui **[SAUTER à Q15]**
- Non

11. Saviez-vous que vous disposez au fédéral de recours auprès du *Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications* (CPRST) pour vos problèmes de facturation, de contrat et de service pour vos abonnements à des services de téléphonie et d'accès à Internet?

- Oui
- Non

12. D'après vous, serait-il justifié que des recours équivalents soient disponibles pour les services de télédistribution dans l'ensemble du Canada?

- Oui
- Non

13. Veuillez nous dire quels problèmes de télédistribution devraient selon vous être réglés en priorité.

- Erreurs de facturation
- Problème de contrat (ex : modifications du service, changements de prix, frais de résiliation, etc.
- Problème de fourniture du service (problèmes avec le boîtier décodeur, la qualité du signal, problèmes d'installation, etc.
- Barrières à la mobilité (augmentation des prix et/ou frais important si changement de fournisseurs, manque de choix alternatifs)
- Autre (préciser)

Pour conclure, voici quelques questions qui nous permettront de classer vos réponses avec celles des autres répondants.

14. Êtes-vous abonné à Internet à la maison?

- Oui
- Non

15. Quel est le niveau de scolarité le plus élevé que vous avez complété?

- Élémentaire
- Secondaire
- Collégial
- Universitaire - 1er cycle
- Universitaire - 2e ou 3e cycle

16. Dans laquelle des catégories suivantes se situe le revenu annuel de votre ménage avant impôts ?

- Moins de 15 000\$
- 15 000\$ à 29 999\$
- 30 000\$ à 49 999\$
- 50 000\$ à 69 999\$
- 70 000\$ à 99 999\$
- 100 000\$ et plus
- Je préfère ne pas répondre

Annexe 2 : Questionnaire destiné aux autorités fédérales et aux entreprises qui reçoivent des plaintes relatives aux services de télédistribution

Questionnaire destiné aux autorités fédérales et aux entreprises qui reçoivent des plaintes relatives aux services de télédistribution

Bonjour,

Union des consommateurs (UC) mène actuellement une recherche au sujet des recours individuels qui sont à la disposition des consommateurs qui rencontrent des problèmes avec leur service de télédistribution.

Nous vous invitons à répondre à ce questionnaire qui a pour but de connaître votre point de vue sur certains sujets abordés dans le cadre de nos démarches.

La recherche d'UC, financée par le Bureau de la consommation d'Industrie Canada, a pour objectif de documenter la nature des problèmes que rencontrent les consommateurs avec leur service de télédistribution, la façon dont ils règlent ces problèmes et leur satisfaction par rapport aux règlements ou modes de règlement qui leur sont offerts. Nous nous intéresserons également aux différents organismes auprès desquels les consommateurs déposent des plaintes.

Prenez note que les réponses que vous fournirez à ce questionnaire ne seront utilisées qu'aux fins de la présente recherche; certains extraits de vos réponses pourront être inclus dans notre rapport et rendus publics au moment de la publication, qui est prévue à l'automne 2015.

Nous vous remercions pour votre collaboration.

**Si vous préférez, nous pouvons vous faire parvenir le questionnaire en anglais
If you prefer, we can send you the questionnaire in English**

Questions :

1. Combien de plaintes recevez-vous annuellement relativement à des problèmes liés aux services de télédistribution? (nombre de plaintes et proportion sur l'ensemble des plaintes)
2. Pouvez-vous indiquer le nombre et/ou la proportion des plaintes relatives aux services de télédistribution que représentent celles qui sont faites dans le cadre de services groupés ?
3. Classez-vous les plaintes que vous recevez relativement aux services de télédistribution en différentes catégories (installation du service, fonctionnement, facturation, modifications unilatérales, etc.) ? Si oui, est-t-il possible de nous donner le détail des plaintes selon ces catégories?
4. Lorsque vous recevez une plainte relative aux services de télédistribution, quel cheminement cette plainte suit-elle? En d'autres mots, quelle est la procédure interne de traitement d'une plainte dans votre organisme ou entreprise?

Question pour les fournisseurs uniquement :

5. Lorsque les consommateurs portent plainte auprès de vous, pour ses services de télédistribution ou de télécommunications, le cas échéant, sont-ils systématiquement informés de toutes les étapes, internes et autres, que peut suivre leur plainte afin de régler le différend?
6. Pouvez-vous nous indiquer, pour chaque catégorie de plaintes, les différentes étapes qui leur sont communiquées ?
7. Le traitement des plaintes relatives aux services de télédistribution est-il différent de celui des plaintes relatives aux services de télécommunications?
8. Quelles solutions proposez-vous aux consommateurs qui vous contactent pour un problème lié à leur service de télédistribution? Les solutions proposées varient-elles selon les catégories de problèmes rapportés (fonctionnement, contrat - modification, résiliation -, facturation, etc.?)

Le CPRST a indiqué récemment que, malgré le fait que la télédistribution ne fasse pas partie de son mandat, il a reçu 3856 plaintes qui portaient sur ce type de service. Ce nombre de plainte place la radiodiffusion en deuxième position, quant au nombre total de plaintes, juste après les services sans fil, qui ont fait l'objet du plus grand nombre de plaintes auprès du Commissaire en 2012-2013.

9. Quel serait d'après vous le système de traitement idéal en matière de plaintes liées aux services de télédistribution ?
10. Un organisme indépendant devrait-il être chargé de traiter les plaintes en matière de télédistribution?
11. Pensez-vous que le CPRST, qui est déjà responsable des plaintes en matière de télécommunications, pourrait être chargé de recueillir et régler les plaintes des consommateurs relatives à des services de télédistribution?

Merci pour votre participation

**ANNEXE 3 : Questionnaire destiné aux autorités
gouvernementales de protection du consommateur
des provinces
Re: Plaintes relatives aux services de télédistribution**

**Questionnaire destiné
aux autorités gouvernementales de protection du consommateur des provinces
Re: Plaintes relatives aux services de télédistribution**

Bonjour,

Union des consommateurs (UC) mène actuellement une recherche au sujet des recours individuels qui sont à la disposition des consommateurs qui rencontrent des problèmes avec leur service de télédistribution.

Nous vous invitons à répondre à ce questionnaire qui a pour but de connaître votre point de vue sur certains sujets abordés dans le cadre de nos démarches.

La recherche d'UC, financée par le Bureau de la consommation d'Industrie Canada, a pour objectif de documenter la nature des problèmes que rencontrent les consommateurs avec leur service de télédistribution, la façon dont ils règlent ces problèmes et leur satisfaction par rapport aux règlements ou modes de règlement qui leur sont offerts. Nous nous intéresserons également aux différents organismes auprès desquels les consommateurs déposent des plaintes.

Prenez note que les réponses que vous fournirez à ce questionnaire ne seront utilisées qu'aux fins de la présente recherche; certains extraits de vos réponses pourront être inclus dans notre rapport et rendus publics au moment de la publication, qui est prévue à l'automne 2015.

Nous vous remercions pour votre collaboration.

Questions :

1. Combien de plaintes recevez-vous annuellement relativement à des problèmes liés aux services de télédistribution? (nombre de plaintes et proportion sur l'ensemble des plaintes)
2. Pouvez-vous indiquer le nombre et/ou la proportion des plaintes relatives aux services de télédistribution qui font partie d'un bouquet de services (services groupés) ?
3. Classez-vous les plaintes que vous recevez relativement aux services de télédistribution en différentes catégories (installation du service, fonctionnement, facturation, modifications unilatérales, etc.) ? Si oui, est-il possible de nous donner le détail des plaintes selon ces catégories?
4. Lorsque vous recevez une plainte relative aux services de télédistribution, quel cheminement cette plainte suit-elle? En d'autres mots, quelle est votre procédure de traitement d'une plainte?
5. Quelle solution offrez-vous aux consommateurs qui vous rapportent une plainte relativement à un service de télédistribution ?

Le CPRST a indiqué récemment que, malgré le fait que la télédistribution ne fasse pas partie de son mandat, il a reçu 3856 plaintes qui portaient sur ce type de service. Ce nombre de plaintes place la radiodiffusion en deuxième position, quant au nombre total de plaintes, juste après les services sans fil, qui ont fait l'objet du plus grand nombre de plaintes auprès du Commissaire en 2012-2013.

6. Quel serait d'après vous le système de traitement idéal en matière de plaintes liées aux services de télédistribution ?
7. Un organisme indépendant devrait-il être chargé de traiter les plaintes en matière de télédistribution?
8. Pensez-vous que le CPRST, qui est déjà responsable des plaintes en matière de télécommunications, pourrait être chargé de recueillir et régler les plaintes des consommateurs relatives à des services de télédistribution?

Merci pour votre participation