

# SERVICES SANS FIL PRÉPAYÉS : à l'abri des factures-surprises?

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](mailto:info@uniondesconsommateurs.ca)  
[www.uniondesconsommateurs.ca](http://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 et rédaction

– Ioana Delapeta

#### Direction de rédaction

– Marcel Boucher

ISBN : 978-2-923405-60-5



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

<b>Union des consommateurs, la force d'un réseau</b>	<b>4</b>
<b>1 Introduction</b>	<b>5</b>
<b>2. Portrait de la situation au Canada</b>	<b>6</b>
2.1 Définitions	6
2.2 Portrait de l'utilisation des services sans fil	7
2.3 Avantages et inconvénients des services sans fil prépayés	10
2.4 Recension des principales sources de plaintes	12
2.5 Survol des protections provinciales	14
2.6 Au niveau fédéral – Le Code sur les services sans fil	21
<b>3. Enquête terrain auprès des fournisseurs et vendeurs de SSF prépayés</b>	<b>26</b>
3.1 Rapports de conformité soumis par les FSSF au CRTC	26
3.2 Méthodologie de l'enquête terrain	29
3.3 Observations générales	33
3.4 Résultats de l'enquête menée en ligne	34
3.5 Résultats de l'enquête menée par téléphone	51
3.6 Résultats de l'enquête menée en personne directement en magasin	57
3.7 Remarques générales au sujet des contrats de SSF prépayés	61
3.8 Conclusion	65
<b>4. Survol des lois étrangères</b>	<b>67</b>
4.1 États-Unis	67
4.2 Australie	69
4.3 France	74
4.4 Royaume-Uni	76
<b>5. Conclusion</b>	<b>78</b>
<b>6. Recommandations</b>	<b>81</b>
<b>Médiagraphie</b>	<b>84</b>

## Union des consommateurs, la force d'un réseau

---

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

La mission de l'organisme est de représenter et défendre les droits des consommateurs, en prenant en compte de façon particulière les intérêts des ménages à revenu modeste. Ses interventions s'articulent autour des valeurs chères à ses membres : la solidarité, l'équité et la justice sociale, ainsi que l'amélioration des conditions de vie des consommateurs aux plans économique, social, politique et environnemental.

La structure d'Union des consommateurs lui permet de maintenir une vision large des enjeux de consommation tout en développant une expertise pointue dans certains secteurs d'intervention, notamment par ses travaux de recherche sur les nouvelles problématiques auxquelles les consommateurs doivent faire face; ses actions, de portée nationale, sont alimentées et légitimées par le travail terrain et l'enracinement des associations membres dans leur communauté.

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

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

## 1 Introduction

---

Les compagnies de service de téléphonie cellulaire offrent de plus en plus de types de services sans fil (SSF) aux consommateurs. En 2013, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) a adopté un nouveau Code des services sans fil, en vue de renforcer la protection qui est offerte aux consommateurs, mais s'est concentré particulièrement sur la réglementation des contrats de SSF postpayés, réservant un traitement particulier, aux exigences limitées, aux services prépayés. Les consommateurs canadiens bénéficient aussi parfois des protections que leur confèrent les provinces, principalement à travers les lois de protection des consommateurs, mais ce n'est pas toujours le cas.

Le présent rapport a pour but d'étudier la question des SSF prépayés en ce qui a trait à la réglementation existante, tant au Canada qu'à l'étranger, afin de voir si les consommateurs canadiens sont bien protégés dans le cadre de ce type de contrat.

Les protections mises en place dans le sans-fil sont-elles adéquates pour ce qui est des services prépayés, ou les utilisateurs de ces services, souvent moins bien nantis, sont-ils laissés pour compte? Les consommateurs sont-ils adéquatement informés des options de ces services ou des circonstances qui pourraient leur entraîner de mauvaises surprises? Comment les fournisseurs des SSF prépayés se conforment-ils à leurs obligations?

Les encadrements existants, en matière de sans fil, se sont beaucoup concentrés sur l'information à donner au consommateur. Nous nous attarderons donc à la question de la diffusion de l'information, qui est susceptible d'être encadrée différemment lorsqu'il est question de « prépayé ». Nous avons documenté les offres de SSF prépayés afin de voir comment elles se conforment aux cadres légaux et réglementaires actuels, et de vérifier si toutes les pratiques sont encadrées adéquatement sur les plans légal et réglementaire ; l'information recueillie permettra d'émettre des recommandations afin de rétablir, au besoin, l'équilibre entre les cadres de protection applicables aux SSF postpayés et prépayés et d'assurer que tous les utilisateurs de prépayé, qu'ils utilisent des services payables à l'utilisation ou des forfaits mensuels, payés au moyen de cartes de recharge ou de prélèvements automatiques, soient adéquatement informés de toutes les modalités d'utilisation applicables à leur forfait afin d'être au fait des risques et inconvénients que représente cette façon d'accéder aux SSF.

Notre revue de littérature fait un portrait du marché des services sans fil et de la place qu'y occupent les services prépayés ; nous y relevons notamment les principales plaintes émises par les consommateurs de services prépayés. Nous étudions par la suite les mesures de protection actuellement en place dans les lois provinciales de protection du consommateur ainsi que dans le Code sur les services sans fil canadien, concernant particulièrement les obligations d'information relatives aux ententes de SSF prépayés, que nous mettons en perspective avec celles qui sont applicables aux services postpayés. Nous vérifierons plus loin comment ces mesures de protection sont appliquées, sur le terrain, par les fournisseurs de services.

Sur la base de la documentation écrite des fournisseurs de SSF, nous avons établi un portrait de l'ensemble des services prépayés offerts au Canada. Une enquête terrain nous a permis de vérifier de quelle façon les contrats et leurs conditions sont divulgués aux consommateurs et dans quelle mesure ils respectent le cadre légal et réglementaire actuel.

## 2. Portrait de la situation au Canada

---

Quelle est la situation au Canada en ce qui a trait aux services sans fil (SSF) ? Qui sont les utilisateurs des services prépayés ? Quels sont les avantages et désavantages de ce type de service ? Y a-t-il des plaintes particulières dans le domaine ?

### 2.1 Définitions

Le *Code sur les services sans fil* (Code canadien ou Code) du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), entré en vigueur en décembre 2013, définit les services prépayés de la manière suivante : « achetés avant d'être utilisés, par exemple cartes prépayées et paiement à l'utilisation<sup>1</sup> » ; le paiement à l'utilisation désigne les « services qu'un client peut ajouter à son forfait de services sans fil, par exemple l'itinérance à l'extérieur du Canada, qui sont normalement mesurés et facturés selon l'utilisation<sup>2</sup>. » Les services postpayés sont pour leur part définis par le Code comme étant des « Services sans fil payés après avoir été utilisés, habituellement sur réception d'une facture mensuelle<sup>3</sup>. »

Nous remarquons que la seule distinction que fait le CRTC dans le Code au sujet de ces types de services s'appuie sur le *moment du paiement*, selon qu'il soit réclamé avant ou après avoir utilisé ces SSF, ce à quoi portent naturellement leurs noms même.

Le CRTC adopte une définition plus prudente dans son Rapport de surveillance 2014, introduisant la notion de « part importante » du paiement :

*Les Canadiens peuvent choisir des services sans fil prépayés ou postpayés. Avec les services prépayés, une part importante des services et de l'utilisation est payée d'avance alors qu'avec les services postpayés, le paiement d'une part importante des services et de l'utilisation se fait après consommation du service<sup>4</sup>.*

Malgré cette réserve du CRTC, et malgré l'appellation par laquelle sont désignés ces services, la plupart des fournisseurs de services sans fil (FSSF), comme nous le verrons plus loin (section 3.4.5), exigent de la part des consommateurs de payer les SSF, qu'ils soient appelés prépayés ou postpayés, *avant* l'utilisation. Il semble y avoir ici une certaine incohérence entre ce que prévoit le Code canadien et ce qui se passe en pratique.

C'est sur la foi que les services prépayés ne peuvent entraîner de frais surprises, essentiellement, que le CRTC s'est appuyé pour soustraire ces services à plusieurs des obligations d'information qu'il a par ailleurs imposées dans le cadre des postpayés<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup> **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TELECOMMUNICATIONS CANADIENNES (CRTC).** *Le Code sur les services sans fil*, CRTC, Ottawa, Ontario, Canada, 2013. [En ligne] [http://www.crtc.gc.ca/fra/info\\_sht/t14.htm](http://www.crtc.gc.ca/fra/info_sht/t14.htm) (page consultée le 14 août 2014).

<sup>2</sup> *Ibid.*

<sup>3</sup> *Ibid.*

<sup>4</sup> **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TELECOMMUNICATIONS CANADIENNES (CRTC).** *Rapport de surveillance des communications 2014*, CRTC, Ottawa, Ontario, Canada, octobre 2014, 326 pages. Voir p. 213. [En ligne] <http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/PolicyMonitoring/2014/cmr.pdf> (document consulté le 7 juin 2015).

<sup>5</sup> **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TELECOMMUNICATIONS CANADIENNES (CRTC).** *Politique réglementaire de télécom CRTC 2013-271*, CRTC, Ottawa, Canada, 3 juin 2013, 86 pages. Voir par. 22 et 46. [En ligne] <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2013/2013-271.pdf> (document consulté le 5 août 2014).

## 2.2 Portrait de l'utilisation des services sans fil

Le Rapport de surveillance des communications du CRTC de 2013 rapportait qu'en 2012, « 81 % des Canadiens étaient abonnés à un service sans fil et, de ce nombre, 52 % utilisaient des téléphones intelligents, des tablettes et d'autres appareils portatifs pour communiquer<sup>6</sup>. »

Le Rapport de surveillance de 2014 observe que l'utilisation des services sans fil est en augmentation et que la migration vers des services sans fil (au détriment des services filaires) est plus importante chez les ménages ayant un revenu annuel inférieur à 28 000 \$ :

*En 2012, le nombre de ménages canadiens abonnés à des services filaires ou sans fil a légèrement diminué pour passer de 99,3 % à 99,2 %. On constate cependant que les ménages dépendent progressivement plus des services sans fil, comme le démontre le fait que le nombre de ménages abonnés aux services locaux filaires a diminué de 3 %, puisqu'il est passé de 86,5 % en 2011 à 83,5 % en 2012, tandis que le nombre d'abonnés aux services sans fil a augmenté de 2 % durant la même période, passant de 79,4 % à 81,4 %. Cette dépendance accrue envers les services sans fil était plus prononcée chez les ménages avec un revenu annuel inférieur à 28 000 \$. Le pourcentage de ces ménages abonnés aux services filaires a diminué de 1,4 %, de 76 % en 2011 à 74,6 % en 2012, tandis que le pourcentage de ménages abonnés aux services sans fil a augmenté au cours de cette période de 4,4 %, passant de 57,3 % à 61,7 %<sup>7</sup>.*

Le même rapport souligne que, selon l'Enquête sur les dépenses des ménages de Statistique Canada, « 81,4 % des ménages canadiens sont abonnés à un service sans fil et 17,8 % ont abandonné les services filaires au profit des services sans fil<sup>8</sup>. »

La croissance des revenus des services sans fil a été relativement constante entre 2009 et 2012, à 6-7 %, même si la croissance des abonnements a ralenti. En 2013, le taux de croissance des revenus des services sans fil n'a augmenté que de 3,5 % et le taux de croissance des abonnements a atteint 2,3 %, soit le taux le plus faible en 10 ans<sup>9</sup>.

---

<sup>6</sup> **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TELECOMMUNICATIONS CANADIENNES (CRTC)**. *Rapport de surveillance des communications 2013*, CRTC, Ottawa, Ontario, Canada, septembre 2013, 268 pages. Voir p. ii. [En ligne] <http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/policymonitoring/2013/cmr2013.pdf> (document consulté le 4 août 2014).

<sup>7</sup> *Op. cit.*, Note 4, **CRTC**. *Rapport de surveillance des communications 2014*, p. ii.

<sup>8</sup> *Id.*, p. 210.

Voir aussi : **STATISTIQUES CANADA**. *Enquête sur les dépenses des ménages*, Site de Statistique Canada, Ottawa, Canada, 2012, dernière mise à jour 29 janvier 2014. [En ligne] <http://www.statcan.gc.ca/daily-quotidien/140129/dq140129a-fra.htm> (page consultée le 7 juin 2015).

<sup>9</sup> *Op. cit.*, Note 7, **CRTC**. *Rapport de surveillance 2014*, pp. 212 et 214 (voir les tableaux 5.5.1 et 5.5.4).

Le nombre d'abonnés canadiens aux SSF a augmenté de 1,8 % de 2012 à 2013, passant ainsi à 27,9 millions ; les SSF sont maintenant accessibles pour 99 % des Canadiens<sup>10</sup>. Cependant, le CRTC note une diminution des abonnés aux SSF prépayés plus marquée depuis 2012 :

**Tableau 1A**  
**% d'abonnés aux postpayés / d'abonnés aux SSF**

	2009	2010	2011	2012	2013
Services postpayés	79	79	78	81	83

Source : Données recueillies par le CRTC

**Tableau 1B**  
**Revenus par types de services<sup>11</sup>**

	2010	2011	2012	2013	TCAC 2010- 2013
Services prépayés	1 042,9	978,2	877,3	790,4	-8,8 %
<i>Croissance annuelle</i>	<i>s.o.</i>	-6,2 %	-10,3 %	-9,9 %	
Services postpayés	14 296,2	14 957,3	15 762,3	16 303,6	4,5 %
<i>Croissance annuelle</i>	<i>s.o.</i>	4,6 %	5,4 %	3,4 %	
Total	15 339,1	15 935,5	16 639,6	17 094,0	3,7 %
<i>Croissance annuelle</i>	<i>s.o.</i>	3,9 %	4,4 %	2,7 %	

Source : Données recueillies par le CRTC

Au total, 99,3 % des ménages canadiens sont abonnés à un service téléphonique, qu'il soit filaire ou sans fil. Toutefois, depuis 2009, la proportion de ménages abonnés au service filaire diminue régulièrement, tandis que celle des ménages abonnés à un service sans fil augmente. C'est en Alberta et en Colombie-Britannique que l'on retrouve le taux de pénétration du sans-fil le plus élevé<sup>12</sup>. Le rapport du CRTC souligne un autre fait intéressant : en 2010, 15,1 % des ménages canadiens du premier quintile (soit les ménages gagnant moins de 27 900 \$ par année) n'avaient pour seul abonnement téléphonique qu'un service sans fil. Un an plus tard, en 2011, cette proportion était passée à 21,3 %, soit une augmentation impressionnante de 41,1 %, la plus forte augmentation observée parmi tous les quintiles de revenus étudiés. Au total, il y a eu une augmentation de 25,5 % pour tous les ménages confondus<sup>13</sup>.

<sup>10</sup> *Id.*, p. 210.

<sup>11</sup> *Id.*, Tableaux 5.5.5, p. 214 et 5.5.3, p. 213.

<sup>12</sup> *Op. cit.*, Note 6, CRTC. *Rapport de surveillance 2013*, p. 24, tableau 2.2.3.

<sup>13</sup> *Id.*, p. 26, tableau 2.2.4.

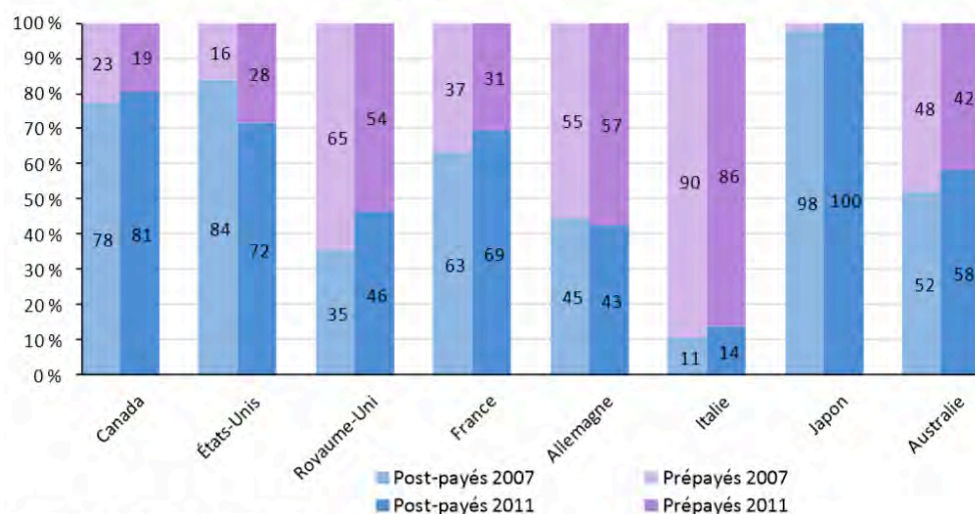
Comme le mentionne le CRTC dans son rapport de 2014, aucune donnée Statistiques Canada plus récente que celles qui ont été utilisées dans le rapport de 2013 n'était disponible au moment de la rédaction du rapport de 2014.



La croissance des connexions par ménage pour les services sans fil a été de 6 % par année entre 2008 et 2012, soit le double de la croissance des autres services de base<sup>14</sup>.

Quant à l'évolution du prépayé dans le monde, nous pouvons observer dans le tableau suivant qu'au Canada, comme presque partout ailleurs, l'utilisation était déjà en 2011 en train de diminuer, alors qu'on notait à la même époque une augmentation importante aux États-Unis.

**Tableau 2**  
**Part des abonnements postpayés et prépayés, 2007 et 2011<sup>15</sup>**



Source : Bank of America Merrill Lynch

En effet, la crise économique et la rigidité des contrats pour les téléphones cellulaires auraient motivé beaucoup de consommateurs américains à faible et moyen budgets à se tourner vers les services prépayés<sup>16</sup> :

*Total U.S. prepaid subscriptions shot past 100 million as of June, growing by 12 percent over the previous year, while traditional wireless telephone services with monthly bills remained flat. About 1 in 3 U.S. cellphone owners now opt to pay as they go.*

[...]

<sup>14</sup> *Id.*, p. 23, tableau 2.2.1.

<sup>15</sup> **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TELECOMMUNICATIONS CANADIENNES (CRTC)**. *Rapport de surveillance des communications 2012*, CRTC, Ottawa, Ontario, Canada, 5 septembre 2012, 188 pages. Voir graphique 6.1.10, p. 185. [En ligne] <http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/policymonitoring/2012/cmr2012.pdf> (document consulté le 7 juin 2015).

<sup>16</sup> **PR NEWSWIRE**, *Experts: "Middle-Class Mainstreaming" Of Prepaid Wireless Could Push One Out Of Three U.S. Consumers To No-Contract Cell Phones In Next 12 Months*, PR Newswire, Washington, États-Unis, 19 juillet 2012. [En ligne] <http://www.prnewswire.com/news-releases/experts--middle-class-mainstreaming-of-prepaid-wireless-could-push-one-out-of-three-us-consumers-to-no-contract-cell-phones-in-next-12-months-163059036.html> (page consultée le 7 juin 2015).

*The move toward prepaid cellphone service in the United States is starting to mimic the pattern that has long been the rule in the developing world. Prepaid accounts for 95 percent of cellphone handsets in India, 80 percent in Latin America, 70 percent in China and 65 percent in Europe, according to Chetan Sharma, a Washington state wireless consultant.*

[...]

*The U.S. switch to prepaid accelerated during the recession as nervous consumers decided not to get bogged down with lengthy contracts and phone charges they couldn't predict<sup>17</sup>.*

Il semblerait que les FSSF canadiens ne tiennent pas beaucoup à vendre des SSF prépayés, comme nous allons d'ailleurs le remarquer plus loin, lorsque nous traiterons de l'enquête terrain que nous avons effectuée dans le cadre de la présente étude.

## 2.3 Avantages et inconvénients des services sans fil prépayés

Quels sont les avantages et inconvénients des SSF prépayés par rapport aux autres types de services ?

### 2.3.1 Avantages des SSF prépayés

Le premier avantage reconnu du prépayé tient au coût moins élevé du service pour les consommateurs qui n'envisagent pas une grande utilisation du temps d'appel (ou qui utilisent avant tout des messages textes), puisque le coût à la minute est souvent plus élevé que dans le cadre des SSF postpayés<sup>18</sup>.

L'accès aux services prépayés nécessite (dans presque tous les cas) l'acquisition avant coup d'un appareil, puisque l'offre de financement d'un appareil qui est liée à la signature d'un contrat de service à long terme n'est pas applicable dans le cas du prépayé, où les ententes sont sur des bases mensuelles ou indéterminées. Cela présente en même temps un avantage, dans la mesure où le risque pour l'utilisateur de se voir imposer des frais de résiliation lorsqu'il met fin au service est de ce fait éliminé.

Le prépayé élimine aussi, en principe du moins, le risque de facture-surprise, puisque l'épuisement des crédits portés au compte à l'avance entraîne la suspension du service ; si aucun service ne peut être utilisé, rien ne pourra être facturé en sus de ce qui a déjà été payé.

---

<sup>17</sup> LIFSHER, Marc. *More cellphone users switch to prepaid plans*, Phys.org, Douglas, Royaume-Uni, 22 février 2013. [En ligne] <http://phys.org/news/2013-02-cellphone-users-prepaid.html> (page consultée le 7 juin 2015).

<sup>18</sup> COMITE DES MESURES EN MATIERE DE CONSOMMATION. *Téléphones cellulaires*, in Le Guide du consommateur canadien, Bureau de la consommation, Industrie Canada, Ottawa, Canada, sans date. [En ligne] <http://www.guideduconsommateur.ca/fr/topics/produits-et-services/telephones-cellulaires> (page consultée le 7 juin 2015).

Certains consommateurs peuvent faire face à beaucoup de difficultés lorsqu'ils tentent de s'abonner à des services postpayés : on pourra leur refuser l'abonnement si leur dossier de crédit est entaché, ou exiger d'eux un dépôt qui pourra être assez important. Les services prépayés ne comportent pas d'exigence de vérification du dossier de crédit par le FSSF. Les consommateurs qui craindraient que leur dossier de crédit leur pose problème auprès d'un fournisseur ou ceux qui préfèrent ne pas donner accès aux renseignements sur leur crédit à un fournisseur de services sans fil considéreront certes cela comme un avantage<sup>19</sup>.

### 2.3.2 Inconvénients des SSF prépayés

Lorsque le consommateur qui désire utiliser le prépayé n'a pas déjà un téléphone compatible (ou déverrouillé), il devra bien sûr assumer une dépense initiale plus importante, puisqu'il devra faire l'acquisition d'un appareil et qu'il devra en assumer le coût immédiatement, ou il devra déverrouiller son propre appareil, lorsqu'il en possède déjà un<sup>20</sup>.

Le prix à la minute est plus élevé dans le cadre du service prépayé que dans celui des forfaits postpayés.<sup>21</sup> Le paiement par minute peut donc être un désavantage pour les consommateurs qui prévoient faire de longues conversations téléphoniques.

Les minutes achetées en prépayé doivent être utilisées avant la fin de la période prévue, sinon, elles seront perdues, à moins de payer pour en ajouter<sup>22</sup>. Le choix peut être pénible entre : ajouter à celles auxquelles on n'a pas trouvé d'usage des minutes supplémentaires (qui seront perdues elles aussi à défaut d'utilisation ou d'achat supplémentaire), ou renoncer au temps accumulé (et aux sommes investies).

Le téléphone devant le plus souvent être payé en entier pour pouvoir profiter des services prépayés, les appareils que se procurent les consommateurs à cette fin seront souvent moins avancés du point de vue technologique (par ex. pour la prise des photos, moins d'applications gratuites, etc.), vu leur prix moindre.

Le numéro de téléphone ne peut pas être indéfiniment conservé suite à une expiration sans renouvellement et l'achat d'autres minutes) ; après une certaine période d'inactivité du compte, un nouveau numéro sera attribué lors d'une réactivation. Cela peut évidemment poser problème pour certains utilisateurs.

---

<sup>19</sup> GRAMMOND, Stéphanie, « Le cellulaire le moins cher en ville », La Presse, Montréal, Québec, Canada, 13 juin 2013. [En ligne] <http://affaires.lapresse.ca/opinions/chroniques/stephanie-grammond/201306/12/01-4660436-le-cellulaire-le-moins-cher-en-ville.php>, (page consultée le 25 mai 2015).

<sup>20</sup> Le coût du déverrouillage était le plus souvent autour de 50\$ au moment d'écrire ces lignes. L'activation d'un appareil déverrouillé avec un nouveau fournisseur nécessitera également l'achat d'une nouvelle carte SIM.

<sup>21</sup> Par exemple, chez Koodo, on pourra, pour le service postpayé le plus économique (28\$ par mois, incluant 200 minutes d'appels), payer 14 sous par minute, tandis que l'option d'ajout de 25 minutes à 5\$ correspond à une utilisation à 20 sous la minute. Chez TELUS, le forfait postpayé le moins cher propose un tarif de 23 sous la minute, tandis que le tarif pour les services prépayés payables à l'utilisation est de 50 sous la minute.

<sup>22</sup> Les dates d'expiration varient le plus souvent entre 1 mois et 1 an, selon le total de services prépayés acheté par le consommateur.

## 2.4 Recension des principales sources de plaintes

Parmi l'ensemble des plaintes reçues par le CPRST pour 2013-2014, 60,8 % relevaient du domaine des services sans fil (contre 60,4 % pour 2012-2013). Parmi ces plaintes, les erreurs de facturation et les disputes contractuelles constituaient les sources les plus fréquentes de mécontentement des consommateurs (74,3 % du total des plaintes – contre 75,9 % pour 2012-2013)<sup>23</sup>.

Pour ce qui est du détail des plaintes à travers le Canada, le CPRST présente ce tableau :

**Tableau 3**  
**Problèmes soulevés dans les plaintes, par province**<sup>24</sup>

Province	facturation	Dispute contractuelle	Prestation de services	Évaluation du crédit	Total
Alberta	45,34 %	29,14 %	20,09 %	5,43 %	100,00 %
Colombie-Britannique	47,55 %	30,96 %	17,39 %	4,10 %	100,00 %
Manitoba	45,53 %	27,62 %	22,76 %	4,09 %	100,00 %
Nouveau-Brunswick	50,44 %	26,11 %	19,91 %	3,54 %	100,00 %
Terre-Neuve-et-Labrador	41,36 %	34,03 %	21,47 %	3,14 %	100,00 %
Territoires du Nord-Ouest	75,00 %	12,50 %	12,50 %	0,00 %	100,00 %
Nouvelle-Écosse	45,49 %	32,58 %	14,19 %	7,74 %	100,00 %
Nunavut	0,00 %	25,00 %	75,00 %	0,00 %	100,00 %
Ontario	41,74 %	30,44 %	24,07 %	3,75 %	100,00 %
Ile-du-Prince-Édouard	56,61 %	18,87 %	20,75 %	3,77 %	100,00 %
Québec	51,86 %	25,61 %	19,44 %	3,10 %	100,00 %
Saskatchewan	53,41 %	22,49 %	17,67 %	6,43 %	100,00 %
Yukon	29,03 %	35,48 %	32,26 %	3,23 %	100,00 %

<sup>23</sup> **COMMISSAIRE AUX PLAINTES RELATIVES AUX SERVICES DE TELECOMMUNICATIONS (CPRST)**. *Rapport annuel 2013-14*, CPRST, Ottawa, Ontario, Canada, 2014, 42 pages, Voir p. 10. [En ligne] <http://www.ctcs-cprst.ca/wp-content/uploads/pdfs/fr/2013-2014/CPRST-Rapport-Annuel-2013-2014.pdf> (document consulté le 7 juin 2015).

<sup>24</sup> *Idem*, pages, p. 37.

Au sujet de la divulgation précontractuelle en matière de SSF en général, le CPRST soulignait dans son rapport 2012-2013 qu'il recevait des plaintes de clients qui disaient avoir été « trompés » par leur fournisseur sur les conditions de service (principales conditions non divulguées avant la conclusion du contrat ; prix du service ou montant du rabais que le fournisseur devait appliquer à leur compte ne correspondant pas à l'entente; tentatives d'appliquer des conditions auxquelles ils ne croient pas avoir consenti ; facturation pour des services qu'ils n'ont pas convenu de recevoir ; dispositions vagues, ambiguës ou pas divulguées de façon appropriée).

*Nous avons aussi reçu de nombreuses plaintes de clients qui affirmaient avoir demandé des renseignements au sujet de conditions particulières relatives à des questions comme les frais de résiliation, la capacité d'annuler ou de suspendre temporairement le service ou le moment où transférer la responsabilité du service à une autre partie. Dans bon nombre de ces cas, nous avons constaté que le client n'avait pas reçu des renseignements appropriés en réponse à sa demande, ce qui a donné lieu à une plainte qui aurait pu être évitée si le fournisseur de services avait pleinement informé le client à propos des conditions pertinentes. Dans nos rapports annuels de 2008-09, 2009-10, 2010-11 et 2011-12, nous avons mentionné que lorsque les fournisseurs veulent lier un client à leurs conditions, ils doivent s'assurer que celles-ci soient claires et dénuées d'ambiguïté et que le client y a consenti de façon claire<sup>25</sup>.*

Le CPRST concluait : « En 2012-13, la question que nous appelons “non-divulgation des conditions/information trompeuse à propos des conditions” a été soulevée près de 1 000 fois et, comparativement à l'année dernière, le nombre de fois que celle-ci a été soulevée a augmenté de 73 %<sup>26</sup>. »

Dans son rapport 2013-2014, le CPRST revient sur cette question et s'étonne de réaliser que ces plaintes, plutôt que de baisser, ont connu une augmentation importante:

*L'année dernière, nous avons discuté de nombreux problèmes que nous catégorisons comme étant liés à la “non-divulgation et aux modalités trompeuses”. Ces cas sont généralement ceux dans lesquels les clients se plaignent de n'avoir pas reçu des renseignements complets ou exacts concernant les principales modalités et conditions relatives à leurs services. Bon nombre d'entre eux croyaient n'avoir pas reçu tous les renseignements nécessaires sur le prix de leurs services ou n'avoir pas été informés de façon appropriée des services compris dans leur forfait et de ceux qui occasionneraient des frais additionnels. En 2012-2013, nous avons mentionné que ces problèmes avaient augmenté de 73 % par rapport à l'année précédente. Nous avons informé les fournisseurs de services qu'ils devaient veiller à fournir à leurs clients tous les renseignements nécessaires sur leurs services et qu'avant d'obtenir le service, les clients devaient être vigilants quant aux modalités et conditions essentielles. Nous avons donc été très surpris d'enregistrer, en 2013-2014, une augmentation de 74 % du nombre de fois que ce problème a été soulevé par les clients<sup>27</sup>.*

---

<sup>25</sup> COMMISSAIRE AUX PLAINTES RELATIVES AUX SERVICES DE TELECOMMUNICATIONS (CPRST). *Rapport annuel 2012-13*, CPRST, Ottawa, Ontario, Canada, 2013, 52 pages. Voir p. 13 [En ligne] <http://www.ccts-cprst.ca/wp-content/uploads/pdfs/fr/2012-2013/CPRST-Rapport-Annuel-2012-2013.pdf> (document consulté le 4 août 2014).

<sup>26</sup> *Idem*, p. 14.

<sup>27</sup> *Op. Cit.*, Note 23, CPRST, *Rapport annuel 2013-14*, p. 12.



Le CPRST ajoute que, malgré l'entrée en vigueur du *Code sur les services sans fil*, « les services sans fil font toujours l'objet de 72,4 % de l'ensemble des problèmes de non-divulgation soulevés<sup>28</sup>. »

Dans son rapport 2012-2013, le CPRST mentionnait que 21.5 % des problèmes rapportés reliés à la facturation en matière de SSF relevaient du secteur du prépayé<sup>29</sup>. Le rapport de 2013-2014 ne relève cependant pas cette distinction, soulignant uniquement que le problème des erreurs de facturation représente encore celui qui est le plus fréquemment soulevé par les consommateurs<sup>30</sup>.

## 2.5 Survol des protections provinciales

La présente sous-section mettra en évidence les protections provinciales dont bénéficient les consommateurs canadiens dans cinq provinces canadiennes, en matière de divulgation précontractuelle lors de l'achat des services cellulaires sans fil: le Québec, l'Ontario, le Manitoba, la Nouvelle-Écosse et Terre-Neuve et Labrador. L'accent sera mis sur les dispositions spécifiques qui pourraient trouver application dans le cadre de ce type de contrats, tout en présentant des éléments généraux des lois, lorsqu'il y a lieu.

Cependant, avant d'entamer cette étude des lois provinciales, il faut souligner que les provinces étudiées ont aussi réglementé de manière distincte les contrats conclus à distance, qui prévoient pour les commerçants des obligations spécifiques à ce type de contrats, et qui s'appliquent également, bien sûr, lorsque les consommateurs concluent à distance leur contrat de SSF. Afin d'éviter des répétitions inutiles au fil du survol des lois de chaque province, et comme les règles particulières aux contrats conclus à distance ont été harmonisées, nous les aborderons dans une section à part (section 2.4.6).

### 2.5.1 Québec

Au Québec, la *Loi sur la protection du consommateur*<sup>31</sup> (LPC), malgré qu'elle ne régisse pas de manière spécifique les SSF, encadre spécifiquement deux domaines qui touchent directement les SSF prépayés, soit les contrats de vente d'une carte prépayée ainsi que les contrats à exécution successive de service fourni à distance.

Les articles 187.1 à 187.5 de la LPC encadrent la vente d'une carte prépayée, et notamment l'obligation d'informer le consommateur, avant la conclusion du contrat, des conditions d'utilisation de la carte, ainsi que de la manière dont il peut vérifier son solde. Cette information peut être inscrite sur la carte ou être fournie au consommateur autrement, par écrit. En vertu du règlement d'application<sup>32</sup>, les SSF prépayés sont exclus expressément de l'application de

---

<sup>28</sup> *Ibid.*

<sup>29</sup> *Op. Cit.*, Note 25, CPRST, *Rapport annuel 2012-13*, p. 34.

<sup>30</sup> *Op. Cit.*, Note 23, CPRST, *Rapport annuel 2013-14*, p. 12.

<sup>31</sup> *Loi sur la protection du consommateur*, RLRQ c P-40.1 (LPC), The Canadian Legal Information Institute, Ottawa, Ontario, Canada, sans date. [En ligne] <http://canlii.ca/t/68w8g> (page consultée le 4 mai 2015).

<sup>32</sup> PUBLICATIONS DU QUÉBEC, *Règlement d'application de la Loi sur la protection du consommateur*, ch. P-40.1, r. 3, art. 79.1, Québec, mise à jour 1<sup>er</sup> juin 2015. [En ligne]

certaines des dispositions applicables aux cartes prépayées : l'interdiction des dates d'expiration et l'obligation de remboursement du solde. Contrairement aux autres cartes prépayées, les cartes prépayées de téléphonie mobile peuvent donc expirer malgré que la pleine valeur de la carte n'ait pas été utilisée.

La LPC régit aussi, de manière spécifique, les contrats à exécution successive de service fourni à distance (art. 214.1 et s.), ce qui inclut tous les contrats de SSF, tant postpayés que prépayés. Pour ce type de contrats, le législateur exige que le contrat entre le commerçant et le consommateur soit constaté par écrit. La loi précise aussi le contenu de cet écrit, spécifiant que doivent s'y retrouver sans faute, notamment : les noms des parties et leurs adresses, les autres coordonnées du commerçant, une description détaillée des services, le tarif/coût mensuel et le total des sommes qui doivent être déboursées chaque mois, les restrictions d'utilisations (telles que les limites géographiques du service), la durée et la date de péremption du contrat, les conditions de résiliation et de modification pour le consommateur, etc. (art. 214.2 LPC). Le règlement d'application de la LPC précise que ces renseignements doivent se trouver « au tout début » du contrat et « à l'exclusion de tout autre renseignement », et qu'ils doivent être clairs et lisibles<sup>33</sup>.

En plus d'être visés par des dispositions particulières, les contrats de SSF, qu'ils soient prépayés ou postpayés, sont aussi soumis aux dispositions générales de la LPC, telles, par exemple, celles qui interdisent au commerçant de procéder à des modifications unilatérales du contrat à moins d'avoir au préalable indiqué au contrat les éléments qui seraient susceptibles de faire l'objet de telle modification, et d'envoyer un avis de 30 jours au consommateur afin de l'informer de son intention de procéder à la modification (art. 11.2 LPC). Ou celles qui imposent au commerçant qui souhaite mettre fin à un contrat de service à exécution successive à durée indéterminée l'envoi au consommateur d'un avis écrit à cet effet, 60 jours avant la date de résiliation (à moins que le consommateur ne soit en défaut d'exécuter son obligation) (art. 11.3 LPC).

## 2.5.2 Ontario

Depuis le 1er avril 2014, les Ontariens sont protégés par la *Loi de 2013 sur les conventions de services sans fil*<sup>34</sup> (LCSSF), qui oblige spécifiquement les fournisseurs (ou vendeurs) de SSF à fournir par écrit certains renseignements aux consommateurs, et ce, de manière claire et compréhensible. Le FSSF a de plus l'obligation de mettre en évidence ces renseignements (art. 7 et 10 LCSSF). La Loi dispose en outre que le FSSF doit mettre tout d'abord en évidence, dans son annonce publicitaire, lorsqu'il y a lieu, le prix total (art. 8(2) LCFFS).

Préalablement à la conclusion du contrat, le fournisseur a l'obligation de porter à l'attention du consommateur les renseignements suivants : nom et coordonnées du fournisseur, durée du

---

[http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=2&file=/P\\_40\\_1/P40\\_1R3.htm](http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=2&file=/P_40_1/P40_1R3.htm)  
(page consultée le 4 juin 2015).

<sup>33</sup> *Idem*, art. 79.8. Attendu que ces contrats doivent être constatés par écrit, ils sont aussi soumis à une série d'autres obligations portant sur la forme et la transmission (art. 23 et s. LPC).

<sup>34</sup> *Loi de 2013 sur les conventions de services sans fil*, L.O. 2013, chap. 8, gouvernement de l'Ontario, Ottawa, Ontario, Canada, mise à jour 1<sup>er</sup> avril 2014. [En ligne] <http://www.ontario.ca/fr/lois/loi/13w08>, (page consultée le 4 mai 2015).

contrat, détails sur les services (prix minimal, utilisation maximale, description de toutes les restrictions et caractéristiques technologiques, explication sur le mode de calcul du prix pour l'utilisation des services facultatifs, descriptions des autres frais à payer, tels que pénalités, intérêts, etc.), description des marchandises fournies avec le contrat, s'il y a lieu, de la convention de reprise, le cas échéant et de la garantie, lorsqu'applicable, modes et modalités de paiement, montant total à payer lors de la conclusion du contrat, droits de retour, d'échange et de remboursement, etc. (art. 9 LCSSF). Ces mêmes renseignements doivent par la suite se retrouver au contrat, qui doit être constaté par écrit, en plus du nom du consommateur et des dates de conclusion et d'expiration du contrat (art. 10 LCSSF). Le commerçant doit en remettre une copie au consommateur « dès que matériellement possible après sa conclusion ou dans le délai prescrit, le cas échéant » (art. 10(2) LCSSF).

Si le fournisseur de SSF ne respecte pas les règles imposées à l'article 10 de la LCSSF, le consommateur est en droit de résilier son contrat et d'obtenir un remboursement total, et ce, dans un délai d'un an à partir de sa conclusion (art.11(1) LCSSF).

### 2.5.3 Manitoba

Au Manitoba, la *Loi sur la protection du consommateur*<sup>35</sup> (LPC-MA) régit de façon spécifique les contrats de service de téléphonie cellulaire, excluant explicitement les contrats de service prépayés (art. 181(3) LPC-MA). Pour les services postpayés, le contrat doit être écrit et tous les documents constituant le contrat doivent être remis au consommateur avant sa conclusion, avec un délai suffisant pour qu'il puisse l'examiner et poser des questions avant d'être invité à le signer (183(1) et (2) LPC-MA). Évidemment, le consommateur doit aussi se voir remettre une copie après la signature (art. 183(3) LPC-MA).

Le législateur indique tous les éléments qui doivent obligatoirement figurer, de façon claire et intelligible, sur les premières pages du contrat, soit : noms et coordonnées des parties, date et lieu du contrat, durée, coût mensuel et liste détaillée de tous les frais inclus, nature des services, tarifs pour les utilisations supplémentaires, nature des autres droit, frais, pénalités, etc., caractéristiques des téléphones fournis gratuitement avec le contrat par le fournisseur, manière dont le consommateur peut résilier le contrat, nature des garanties, s'il y a lieu, manière dont le client peut communiquer avec le service à la clientèle, etc. (art. 185 LPC-MA).

La *Loi sur la protection du consommateur* prévoit aussi un encadrement des cartes prépayées, soit tout « dispositif ayant une valeur monétaire qui est délivré ou vendu en contrepartie de l'achat, de la livraison ou de la fourniture à venir d'objets ou de services » (art. 170 LPC-MA). Comme au Québec, la Loi interdit les dates d'expiration (art. 170 LPC-MA), mais le règlement exempte de l'application de cet article les cartes « qui sont émises ou vendues à l'égard d'un objet ou d'un service déterminé » (art. 4(1) du Règlement sur les cartes prépayées<sup>36</sup>).

---

<sup>35</sup> *Loi sur la protection du consommateur*, C.P.L.M. c. C200, gouvernement du Manitoba, Winnipeg, Manitoba, Canada, mise à jour 19 juin 2015. [En ligne] <https://web2.gov.mb.ca/laws/statutes/ccsm/c200f.php> (page consultée le 20 juin 2015).

<sup>36</sup> *Règlement sur les cartes prépayées*, Règl. du Man 98/2007, The Canadian Legal Information Institute, Ottawa, Ontario, Canada, 2007. [En ligne] <http://canlii.ca/t/69fvt>, (page consultée le 5 mai 2015).



Lors de la vente de telles cartes, le commerçant doit porter à l'attention du consommateur des renseignements clairs et compréhensibles sur :

- a) toutes les restrictions et les conditions qu'il impose relativement à l'utilisation de la carte, y compris les frais permis ou la date d'expiration;
- b) la marche à suivre pour l'obtention de renseignements concernant la carte, y compris le solde<sup>37</sup>.

#### 2.5.4 Nouvelle-Écosse

La *Consumer Protection Act*<sup>38</sup> (CPA) prévoit un encadrement spécifique pour les services de téléphonie cellulaire (art. 25K et s. CPA), mais qui ne s'applique cependant pas aux services prépayés (art. 25L(3) CPA).

Le contrat de cellulaire postpayé conclu en personne doit être constaté par écrit et le commerçant doit remettre au consommateur, avant sa conclusion, copie de tous les documents qui constituent le contrat, et lui laisser le temps de les réviser avant de l'accepter. Aussitôt le contrat conclu, une copie de tous les documents qui constituent le contrat doit être remise au consommateur (art. 25N CPA). Quant au contenu du contrat, la CPA dispose que l'information suivante doit être présentée en évidence, au tout début, de manière claire et compréhensible : les noms et coordonnées des parties, la date du contrat et le lieu de sa conclusion, la date d'expiration, le paiement minimal par mois, une description des services de base (incluant les restrictions de tout type et la manière dont le consommateur peut obtenir plus de renseignements sur les services, leurs coûts et les restrictions applicables), le prix pour des suppléments, une description des frais tels que les pénalités, intérêts et autres, une description des appareils cellulaires fournis avec le contrat par le commerçant, la manière dont le consommateur peut mettre fin au contrat, les renseignements sur la garantie lorsqu'il y a lieu, etc. (art. 25P CPA).

---

<sup>37</sup> *Idem*, art. 3(1).

<sup>38</sup> *Consumer Protection Act*, R.S.N.S. 1989, c 92, gouvernement de la Nouvelle-Écosse, Halifax, Nouvelle-Écosse, Canada, 2013. [En ligne] <http://nslegislature.ca/legc/statutes/consumer%20protection.pdf> (document consulté le 5 mai 2015).

La Nouvelle-Écosse a adopté un règlement intitulé *Cellular Telephone Contracts Regulations*<sup>39</sup> (CTCR), qui précise comment les renseignements doivent être communiqués quand le contrat n'est pas conclu en personne (art. 4 de CTCR) :

*Before a contract not made in person is entered into, a supplier must, at no additional cost to the prospective customer,*

- (a) give or make available to the prospective customer*
  - i) the information required to be set out in the contract under clauses 25P(1)(a) to (r) of the Act, and*
  - ii) in the case of a contract made over the Internet, copies of all documents that comprise the contract; and*
- (b) give the prospective customer a reasonable opportunity to review the information provided under clause (a) and to ask and receive answers to any questions the customer may have, before requesting that the customer enter into the contract.*

## 2.5.5 Terre-Neuve et Labrador

La *Consumer Protection and Business Practices Act*<sup>40</sup> (CPBPA) réglemente elle aussi les contrats de service fourni à distance (art. 35.1 et s.). En vertu de ces dispositions, le commerçant a l'obligation de divulguer au consommateur l'information suivante : son nom et ses coordonnées, la date et lieu du contrat, une description détaillée de chaque service offert, le prix mensuel du service de base et des services optionnels, le prix mensuel total, les restrictions applicables au service, la manière d'obtenir plus d'information sur les frais des services qui ne sont pas inclus au contrat, la date de péremption du contrat, les circonstances qui permettent au consommateur d'annuler son contrat, l'information sur la garantie, lorsqu'il y a lieu, les frais pour dépassement de la limite d'utilisation, etc. (art. 35.2 CPBPA). La loi ne précise cependant pas le moment où ces renseignements doivent être donnés au consommateur. En outre, le contrat doit être clair et concis et une copie papier doit être remise au consommateur, à moins que le contrat n'ait été conclu à distance (art. 35.3 CPBPA).

## 2.5.6 Contrats conclus à distance

Les cinq provinces dont nous avons survolé les lois ont aussi prévu des règles spécifiques pour encadrer les contrats conclus à distance. Au Québec et à Terre-Neuve et Labrador, les lois de protection du consommateur réglementent tous les types de contrats à distance, qu'ils soient conclus sur Internet ou autrement, avec les mêmes dispositions. En Ontario, le législateur a aussi choisi de réglementer tous ces types de contrats, mais il a séparé les dispositions qui s'appliquent aux contrats conclus sur Internet de celles qui sont applicables à d'autres modes d'achat à distance. Au Manitoba et en Nouvelle-Écosse, les législateurs ont uniquement réglementé les contrats à distance conclus par Internet<sup>41</sup>. Étant donné que cela constitue le

---

<sup>39</sup> *Cellular Telephone Contracts Regulations*, NS Reg. 36/2013, The Canadian Legal Information Institute, Ottawa, Ontario, Canada, 2013. [En ligne] <http://canlii.ca/t/52181> (page consultée le 5 mai 2015).

<sup>40</sup> *Consumer Protection and Business Practices Act*, SNL2009 ch. C-31.1, gouvernement de Terre-Neuve et Labrador, St-John, Terre-Neuve, Canada, 2009. [En ligne] <http://assembly.nl.ca/legislation/sr/statutes/c31-1.htm> (page consultée le 5 mai 2015).

<sup>41</sup> Pour une étude plus approfondie des encadrements des contrats à distance au Canada, voir :

point commun des législations de ces cinq provinces, nous nous attarderons ici uniquement à l'encadrement des contrats conclus sur Internet.

Rappelons que la Nouvelle-Écosse réglemente expressément les contrats conclus par Internet en matière de SSF<sup>42</sup>.

Les encadrements mis en place par les différentes provinces sont, sinon identiques, du moins largement équivalents. Parmi les dispositions que ces encadrements ont en commun, on retrouve l'obligation de divulgation précontractuelle d'un certain nombre de renseignements (certaines provinces ayant ajouté certains éléments à cette liste) :

- *Nom du commerçant et nom sous lequel il exploite son entreprise, s'il diffère;*
- *Adresse de l'entreprise et l'adresse postale du commerçant, si elle diffère;*
- *Numéro de téléphone et s'il y a lieu, de télécopieur et de courriel;*
- *Description des biens/services vendus, incluant toutes les exigences ou spécifications techniques;*
- *Liste détaillée des prix, y compris les frais connexes (frais d'expédition et taxes);*
- *Frais supplémentaires susceptibles d'être ajoutés au prix du produit, ou description de ces frais, si le commerçant ne peut établir le montant;*
- *Montant total du contrat ou montant des versements périodiques;*
- *Clauses, conditions, modes et modalités de paiement;*
- *Données sur la livraison (date, identité du transporteur, mode et lieu de livraison);*
- *Politiques d'annulation, retour, échange et remboursement, s'il y a lieu;*
- *Toutes restrictions/conditions/limitations susceptibles de s'appliquer à l'achat.*

En Ontario et en Nouvelle-Écosse, les dispositions qui portent sur les contrats à distance ne s'appliquent que si l'achat a une valeur de 50 \$ et plus<sup>43</sup>. Cette exclusion pourrait bien avoir pour conséquence que ces règles sur le contrat à distance ne s'appliquent pas au contrat de service sans fil prépayé : en effet, on trouve des offres de prépayé à partir de 15 \$.

## 2.5.7 Pratiques interdites par les lois provinciales

Les lois provinciales de protection du consommateur (LPPC) prévoient en outre des dispositions d'application générale qui interdisent certaines pratiques, et qui s'appliquent aussi aux contrats de SSF. Ces dispositions ont été adoptées en vue d'équilibrer les forces entre les commerçants et les consommateurs et tentent d'assurer que le consommateur dispose d'une information véridique afin qu'il puisse prendre une décision éclairée lors des achats qu'il effectue.

Sont donc visées expressément certaines pratiques que les législateurs qualifient d'*interdites* ou d'*injustes (unfair practices)*. Les pratiques que les législateurs ont choisi d'interdire sont fort

---

**DELAPETA I.** *La réglementation des contrats à distance : le temps d'un bilan*, Union des consommateurs, Montréal, Québec, Canada, juin 2014, 194 pages. Voir p. 27. [En ligne]

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

<sup>42</sup> *Internet Sales Contract Regulations*, NS Reg 91/2002, The Canadian Legal Information Institute, Ottawa, 2002. [En ligne] <http://canlii.ca/t/jmpc> (page consultée le 5 mai 2015).

<sup>43</sup> *Op. Cit.*, Note 41, **DELAPETA, I.**, *La réglementation des contrats à distance*.

similaires à travers les provinces ; sur certains plans, notamment en matière de recours, le Québec se démarque en créant une présomption selon laquelle le consommateur n'aurait pas contracté ou pas pour un prix aussi élevé, s'il avait su que le commerçant avait recours à une pratique interdite (art. 253 LPC).

**a) *Interdiction d'exiger un prix supérieur au prix annoncé***

Les consommateurs qui font face aux 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 fait face à 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.

**b) *Les représentations fausses et trompeuses***

S'appuyant sur la présomption de bonne foi en matière contractuelle, les législateurs disposent que les commerçants ne doivent en aucun cas faire aux consommateurs des représentations fausses, trompeuses, abusives ou déloyales, par quelque moyen que ce soit (au Québec, par exemple : art. 219 LPC). La LPC du Québec souligne que toute affirmation, tout comportement ou toute omission peut constituer une représentation (art. 216 LPC) 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).

En Ontario, province de common law, 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).

**c) *L'omission d'un fait important***

Au Québec, le législateur dispose 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).

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 auxquelles est susceptible de se livrer le commerçant de qui émanent « 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).

## 2.6 Au niveau fédéral – Le Code sur les services sans fil

À l'été 2013, le Conseil de radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC ou Conseil) a rendu une décision par laquelle il créait un *Code sur les services sans fil*, « pour que les consommateurs des services vocaux et de données sans fil mobiles de détail (services sans fil) connaissent mieux leurs droits et leurs obligations associés à leur contrat avec les fournisseurs de services sans fil (les fournisseurs de services)<sup>44</sup>. »

Entré en vigueur le 2 décembre 2013, le Code s'applique à tous les services sans fil (SSF) et tous les fournisseurs de services (FSSF) doivent s'y conformer. Cependant, plusieurs de ses dispositions ne s'appliquent qu'aux SSF postpayés ; les commerçants qui vendent des SSF prépayés se voient donc imposer moins d'obligations en matière de divulgation de renseignements que lorsqu'ils vendent des SSF postpayés. C'est d'ailleurs, tel qu'il ressort de l'étude de la décision, ce que préconisaient les fournisseurs de SSF<sup>45</sup>.

Quelles sont les obligations que les fournisseurs de SSF doivent respecter en matière de divulgation d'information? Quel est l'impact sur les consommateurs qui achètent des services prépayés de cette différence de traitement entre les SSF prépayés et les postpayés?

### 2.6.1 Exigences applicables à tous les types de contrats de SSF

Le Code canadien impose aux fournisseurs de « communiquer avec les clients en utilisant un langage simple » et souligne que les contrats écrits, ainsi que tous les documents l'accompagnant, doivent être « rédigés dans un langage clair que les clients peuvent facilement lire et comprendre » (partie A.1). Cette obligation découle de la constatation par le Conseil que « la confusion qui entoure les modalités des contrats représente une source de frustration importante pour les consommateurs [...] ; les clients continuent d'être étonnés par des éléments de leur contrat qu'ils ne connaissaient pas parce que ces renseignements étaient cachés dans des passages en petits caractères, étaient énoncés dans un document séparé ou n'avaient pas été portés à leur attention<sup>46</sup>. » Le CRTC ne donne pas de détails sur ce qu'il entend précisément par « langage clair ». Il indique par contre que :

*[...] pour faciliter la compréhension par les consommateurs de leur contrat avec les FSSF, tous les contrats écrits de services sans fil doivent contenir certains renseignements [qui] devraient inclure à tout le moins: (i) le moment où des frais supplémentaires s'appliquent aux clients et la manière dont ils sont appliqués; (ii) les limites associées aux services; (iii) la façon de modifier les services; (iv) les dispositions concernant le règlement des différends; (v) les options qui s'offrent à eux s'ils ne sont pas satisfaits de leurs services<sup>47</sup>.*

---

<sup>44</sup> *Op. Cit.*, Note 1, CRTC, *Code sur les services sans fil*.

<sup>45</sup> **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TELECOMMUNICATIONS CANADIENNES (CRTC)**. *Politique réglementaire de télécom CRTC 2013-271 - Le Code sur les services sans fil*, CRTC, Ottawa, Ontario, Canada, 3 juin 2013. Voir par. 22. [En ligne] <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2013/2013-271.pdf> (document consulté le 5 août 2014).

<sup>46</sup> *Idem*, par. 43 et 44.

<sup>47</sup> *Idem*, par. 45.

Le Conseil indique ce que doit contenir le contrat écrit, mais il n'impose pas explicitement dans le Code l'obligation d'avoir un contrat écrit dans tous les cas, mais pour les contrats postpayés seulement.

Le CRTC souligne en effet que :

*Compte tenu des différents modèles d'affaires visant les services prépayés, y compris la diminution du risque de factures-surprises et la nature transactionnelle des services, le Conseil estime que les renseignements mentionnés ci-dessus peuvent être fournis de manière plus concise et moins officielle que dans le cas des services postpayés<sup>48</sup>.*

## 2.6.2 Contrats de service postpayés vs prépayés

En vertu de l'article A.1 (ii) du Code, le FSSF doit s'assurer que ses contrats écrits sont rédigés dans un langage clair. Le contrat de prépayé, s'il n'est pas constaté par écrit, échappera donc à cette obligation de clarté.

L'article A.2 du Code, qui s'applique à tous les SSF, indique que les fournisseurs doivent clairement présenter le prix des services (et indiquer s'il inclut les taxes) dans le contrat.

L'article B.1 exige des FSSF qu'ils fournissent, dans le cas des contrats postpayés, une copie permanente qui doit présenter clairement tous les éléments que prévoit cette disposition. Pour les SSF prépayés, le Code prévoit dans une section à part, soit B.2, les quelques renseignements obligatoires.

Le Code prévoit expressément que le fournisseur de services postpayés doit fournir au client une copie permanente du contrat et des documents connexes, et impose en outre de fournir au client un résumé des renseignements essentiels du contrat. Ces obligations ne s'appliquent pas au fournisseur de services prépayés.

### a) Copie permanente du contrat

Le fournisseur de services doit ainsi fournir au consommateur une *copie permanente* du contrat et des documents connexes dès que le client consent au contrat (s'il est conclu en personne) ou dans les 15 jours suivant son acceptation (s'il est conclu à distance) ou en tout temps, sur demande – cette dernière obligation étant limitée aux services postpayés. Le CRTC, avec pour seule explication « la nature des services de cartes prépayées » a estimé qu'il n'était pas nécessaire d'exiger des FSSF prépayés de fournir sur demande une copie papier du contrat<sup>49</sup>.

Le défaut par le commerçant de remettre cette copie permanente au moment de la conclusion du contrat, ou la remise d'une copie où les modalités diffèrent de celles qui ont été acceptées

---

<sup>48</sup> *Idem*, par. 46.

<sup>49</sup> *Idem*, par. 52.

donnent au consommateur le droit d'annuler le contrat dans les 30 jours<sup>50</sup>, sans frais ou pénalité.

La copie permanente doit être sous forme papier, à moins que le consommateur n'en décide autrement.

La décision d'adopter cette mesure a été motivée par le fait qu'une copie permanente du contrat permet au consommateur de disposer d'une *preuve des modalités du contrat qui ont été convenues, ce qui pourra lui être utile en cas de litige.*

*[...] Le Conseil prend aussi note du fait que des éléments de preuve déposés au dossier de l'instance indiquent que les FSSF ne conservent pas nécessairement toujours une copie des contrats conclus avec les consommateurs. Les règles exigeant que les FSSF conservent une copie permanente du contrat et la remettent aux consommateurs sur demande permettront de s'assurer que les consommateurs disposent de l'information nécessaire pour bien comprendre leur contrat et défendre leur position en cas de différend lié aux services. Les FSSF doivent conserver une copie des contrats écrits de leurs clients pendant toute la durée de la période d'engagement, de sorte que le contrat puisse être fourni aux clients ou au CPRST en cas de différend<sup>51</sup>.*

Alors que le consommateur de service prépayé est susceptible d'avoir ces mêmes besoins de protection, on se rappellera que cette dernière obligation ne s'applique qu'aux SSF postpayés.

## **b) Contenu**

Le CRTC a établi une liste des renseignements qui doivent obligatoirement se retrouver dans un contrat de SSF postpayés (B.1). Pour ce qui est des principales modalités du contrat, notamment : les services inclus et leurs limites d'utilisation qui pourraient entraîner des frais de dépassement ; le montant des frais mensuels minimaux ; la période du contrat et la date de fin ; etc. Sous la rubrique « Autres aspects du contrat » : la description des documents connexes ; la liste complète des frais ponctuels ; les frais des services facultatifs ; une indication selon laquelle le contrat sera ou pas prolongé automatiquement, ainsi que, s'il y a lieu, la date pertinente ; la manière de se renseigner sur certains items (les frais facultatifs et payables à l'utilisation, les outils pour gérer sa facture et surveiller son utilisation, la zone de couverture du service, la manière de communiquer avec le service à la clientèle et de porter plainte et/ou communiquer avec le *Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications inc.* (CPRST), le Code sur les services sans fil).

---

<sup>50</sup> Le Code fixe un délai de 30 jours « suivant la réception de la copie permanente du contrat » ; on comprendra que la computation de ce délai sera difficile si le défaut que l'on reproche au fournisseur est justement de n'avoir pas envoyé cette copie.

<sup>51</sup> *Op. Cit.*, Note 45, **CRTC**, *Politique réglementaire 2013-271*, par. 49.



La liste des renseignements à divulgation obligatoire est allégée considérablement lors de la conclusion de contrat de prépayés (B.2):

- i. Le fournisseur de services doit informer le client des conditions et des frais qui s'appliquent au solde des services prépayés.
- ii. Le fournisseur de services doit expliquer au client comment il peut :
  - a. vérifier son solde d'utilisation;
  - b. communiquer avec le service à la clientèle du fournisseur de services;
  - c. porter plainte au sujet du service, y compris comment communiquer avec le CPRST.
- iii. Le fournisseur de services doit fournir ces renseignements séparément s'ils ne figurent pas sur la carte prépayée ou dans le contrat écrit.

Le choix quant à la façon de fournir ces renseignements est donc laissé aux fournisseurs, tout comme semble l'être le moment de leur divulgation.

### **c) Résumé des renseignements essentiels**

Pour les contrats de SSF postpayés, le CRTC a adopté, relativement à la proposition avancée par les groupes de consommateurs, une disposition qui offre une protection accrue en permettant la transmission de renseignements plus clairement encore.

*68. Les exigences décrites ci-dessus aux paragraphes 53 et 61, portant sur le contenu et la clarté des contrats, sont pertinentes, mais ne constituent pas une mesure suffisante pour garantir que les consommateurs disposent de renseignements clairs et concis sur certains aspects importants de leurs services sans fil.*

*69. L'exigence de fournir un résumé des renseignements essentiels, c'est-à-dire un résumé d'une ou deux pages du contrat, aiderait grandement les consommateurs à comprendre rapidement les aspects fondamentaux de leur contrat. Cependant, la manière dont on obtient le contrat de bon nombre de services prépayés aurait pour effet de limiter les avantages associés à un résumé des renseignements essentiels. De plus, une grande partie du contenu du résumé ne s'appliquerait pas aux services prépayés.*

*70. Le Conseil estime que le résumé des renseignements essentiels doit être rédigé en langage clair et contenir au moins les renseignements suivants : (i) une description complète de toutes les principales modalités du contrat, énumérées aux sections a) à e) du paragraphe 58 ci-dessus; (ii) les frais mensuels totaux du service; (iii) les renseignements sur tous les frais ponctuels et les frais additionnels; (iv) les renseignements sur la marche à suivre pour communiquer avec le service à la clientèle du FSSF et la procédure pour déposer une plainte auprès du CPRST.*

*71. Le Conseil estime que le résumé des renseignements essentiels doit être fourni aux clients en même temps que la copie permanente du contrat, en tenant compte des cas où le contrat est conclu à distance [...]<sup>52</sup>.*

---

<sup>52</sup> Op. Cit., Note 45, CRTC, Politique réglementaire 2013-271.



Une telle obligation pour les fournisseurs de fournir un résumé des renseignements essentiels s'est donc retrouvée au Code (C.1). Le contenu du résumé doit bien sûr correspondre exactement au contrat, il peut être présenté dans un document distinct ou dans les deux premières pages du contrat, d'une manière évidente, claire et concise et « rédigé dans une police de caractères facile à lire ».

Les fournisseurs ayant fait des représentations selon lesquelles la majeure partie des renseignements que les parties avaient proposé d'inclure dans le résumé du contrat ne s'appliquerait pas aux clients de services prépayés, qu'une telle obligation « ne serait tout simplement pas pratique » dans le cas des prépayés et qu'elle serait coûteuse, le Conseil a décidé de ne pas l'imposer aux prépayés, encourageant toutefois les fournisseurs à fournir tel résumé, dans la mesure du possible, et « particulièrement dans le cas des contrats conclus en personne »<sup>53</sup>.

### **2.6.3 Conclusion**

Suite à l'analyse qui précède, on constate aisément que les lois provinciales, en ne faisant généralement aucune différence entre les droits que se voient conférer les consommateurs de SSF postpayés et ceux des prépayés, offrent, pour la plupart, de meilleures protections aux consommateurs de SSF prépayés que ne le fait le Code. Le Québec, l'Ontario et Terre-Neuve et Labrador exigent par exemple que les contrats soient constatés par écrit et incluent des renseignements précis. Des copies de contrats doivent également être envoyées aux consommateurs de plusieurs provinces en cas de conclusion d'un tel contrat à distance<sup>54</sup>.

---

<sup>53</sup> *Idem*, par. 76.

<sup>54</sup> Pour plus de détails, voir la section 2.5 du présent rapport.

### 3. Enquête terrain auprès des fournisseurs et vendeurs de SSF prépayés

---

Après avoir étudié les obligations auxquelles sont soumis les fournisseurs en matière de divulgation de renseignements lors de la vente des SSF prépayés, nous avons mené une enquête terrain auprès de certains fournisseurs/vendeurs de ce type de services, afin de vérifier comment se manifeste sur le terrain cette divulgation.

Le but de l'enquête terrain était de vérifier de quelle façon et à quel moment les contrats et leurs conditions sont divulgués aux consommateurs et dans quelle mesure ils respectent le cadre légal et réglementaire actuel. Ces démarches ont permis de vérifier si les moyens pris par les FSSF pour se conformer à leurs obligations légales et réglementaires sont les plus appropriés pour protéger les consommateurs.

Nous avons également étudié brièvement les rapports de conformité que les FSSF canadiens ont soumis au CRTC après l'entrée en vigueur du Code canadien et les avons comparés avec les résultats de notre enquête terrain.

#### 3.1 Rapports de conformité soumis par les FSSF au CRTC

Nous avons brièvement procédé à l'étude des rapports de conformité au Code ordonnés par le CRTC<sup>55</sup> et soumis par les FSSF canadiens en janvier 2014<sup>56</sup>. Il est important de noter que ces rapports ne sont pas le fruit d'une enquête externe, les FSSF ayant plutôt répondu à un questionnaire qui leur a été envoyé par le CRTC. Nous nous sommes attardé sur les rapports soumis par les fournisseurs qui ont également fait l'objet de notre enquête terrain, soit ceux qui fournissent des SSF prépayés à Montréal : Bell Mobilité (et Virgin Mobile), Telus (et Koodo), et Rogers (et Fido et Chatr)<sup>57</sup>.

Tous les fournisseurs dont nous avons examiné les rapports de conformité ont affirmé qu'ils se conformaient intégralement aux sections du Code qui trouvent application lors de la fourniture des SSF prépayés. Ils affirment que les documents fournis aux consommateurs sont clairs et écrits dans un langage simple, et que le prix est lui aussi indiqué de manière claire. La plupart ont indiqué que le consommateur avait accès aux documents qui constituent le contrat conclu avec eux (en l'espèce, les Modalités de service – plusieurs fournisseurs indiquent au CRTC dans leurs rapports de conformité que les Modalités de service tiennent lieu de contrat, en matière de prépayé), soit en ligne, soit en magasin. Certains ont affirmé qu'il n'y avait pas eu

---

<sup>55</sup> *Op. Cit.*, Note 45, CRTC, *Politique réglementaire 2013-271*, par. 396.

<sup>56</sup> **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TELECOMMUNICATIONS CANADIENNES (CRTC)**. « Rapports de conformité », dans *Documents connexes*, numéro de dossier 2012-557, CRTC, Ottawa, Ontario, Canada, 2012. [En ligne] <https://services.crtc.gc.ca/pub/instances-proceedings/Default-Default.aspx?Lang=fra&YA=2012&S=C&PA=t&PT=nc&PST=a#2012-557> (page consultée le 15 mai 2015).

<sup>57</sup> Nous n'avons cependant pas trouvé le rapport de conformité de Petro-Canada Mobilité en ligne sur le site du CRTC.

lieu d'apporter de changements à leurs contrats suite à l'adoption du Code, puisqu'ils appliquaient déjà les pratiques que le Code a rendues obligatoires.

**Tableau 4**  
**CRTC, Code sur les services sans fil :**  
**Fiche de rendement de la mise en application<sup>58</sup>**

Fiche de rendement	
<b>A. Clarté</b>	
1. Langage simple	✓
2. Prix	✓
3. Services illimités	✓
<b>B. Contrats et documents connexes</b>	
1. Contrats de services postpayés	✓
2. Contrats de services prépayés	✓

**Légende**

✓ les fournisseurs des services ont mis en œuvre les dispositions du Code.

Cependant, il y a lieu de se questionner sur les déclarations que font les FSSF dans leurs rapports de conformité.

En octobre 2014, soit environ huit mois après que Rogers ait déposé au CRTC sa déclaration de conformité, l'émission *La Facture* a mené une étude sur ses *Modalités de service, politique d'utilisation acceptable et politique de confidentialité de Rogers*. Ce document, qui constitue le contrat de Rogers avec les consommateurs qui adhèrent à ses SSF, a été soumis à un groupe d'étudiants en droit de l'Université de Montréal afin qu'ils en évaluent la lisibilité. Les résultats ont été assez probants :

*Les étudiants avaient une heure pour lire un contrat de téléphonie mobile de Rogers, puis une autre heure, le document en main, pour compléter un questionnaire établi par Option consommateurs et Me Marie Annik Grégoire, leur professeure en droit de la consommation, qui a ensuite corrigé le test.*

*Les résultats sont consternants : une moyenne de 57,5 %. Les jeunes étudiants ont tous été surpris de la difficulté qu'ils ont eue à comprendre le contrat<sup>59</sup>.*

<sup>58</sup> **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TELECOMMUNICATIONS CANADIENNES (CRTC)**. *Code sur les services sans fil : Fiche de rendement de la mise en application*, CRTC, Ottawa, Ontario, Canada, 18 septembre 2014. [En ligne] <http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/rp140918.htm> (page consultée le 15 mai 2015).

<sup>59</sup> **ROSSIGNOL, Agnès**. « Des étudiants en droit à la télé », Droit inc., Montréal, Québec, Canada, 17 octobre 2014. [En ligne] <http://www.droit-inc.com/article13823-Des-etudiants-en-droit-a-la-tele> (page consultée le 15 mai 2015).

Parmi les commentaires que ces étudiants ont faits relativement à cette enquête, on retrouve ce qui suit :

*« Même si l'on comprend au début, à la fin on ne se souvient plus de ce qu'on a lu. Malgré notre formation et le fait que nous soyons parmi les meilleurs dans le cours de droit des obligations, nous comprenons à peine la moitié du contrat. »*

[...]

*Pour eux, les contrats de consommation ne sont pas faits pour être lus.*

*« J'ai mis une heure à lire le contrat, c'est impossible de le faire dans un magasin. Les clauses illégales sont incluses pour faire peur au client et le dissuader d'aller en cour »*

Les étudiants soulignent de plus que le contrat est incompréhensible. La professeure Marie Annick Grégoire, docteure en droit, affirmait lors de cette enquête avoir mis plusieurs heures avant de pouvoir affirmer le comprendre<sup>60</sup>.

Si ces étudiants en deuxième année de droit et leur professeure ont de la difficulté à comprendre le contrat, comment Rogers peut-il sérieusement affirmer que ses contrats répondent aux exigences de clarté et de lisibilité du Code ? Il y a fort à parier que le consommateur moyen ne doit pas y comprendre grand-chose.

La Facture a par la suite contacté Rogers pour une entrevue en lien avec cette enquête. Rogers a refusé d'accorder cette entrevue devant la caméra, mais a cependant reconnu, par écrit, que la lecture de certains contrats peut certes se révéler complexe; l'entreprise a de plus affirmé à ce moment-là qu'elle était justement en train de modifier son « contrat de modalités de services » en vue de le simplifier et affirme estimer « qu'il est très important que ses contrats soient tous lus et compris par ses clients<sup>61</sup>.»

Qu'en est-il aujourd'hui? Les FSSF se conforment-ils aussi bien qu'ils semblent le croire à toutes les exigences du Code?

---

<sup>60</sup> Ces renseignements sont tirés d'une vidéo disponible en ligne sur le site de Radio-Canada. Voir : **CRAIG, Pierre**. «Ces contrats qu'on ne lit pas», La facture, Radio-Canada, Montréal, Québec, Canada, 7 octobre 2014. [En ligne] <http://ici.radio-canada.ca/tele/la-facture/2014-2015/segments/reportage/247/contrat-clause-incomprehension-signature-test-etudiant?isAutoPlay=1> (vidéo visionnée le 15 mai 2015).

<sup>61</sup> *Idem*.

## 3.2 Méthodologie de l'enquête terrain

Suite à notre étude du Code canadien, nous avons dressé une liste de questions qu'il nous a semblé pertinent de poser lors de l'achat de SSF prépayés.

Nous avons procédé à la conclusion de contrats pour 22 services sans fil (SSF) prépayés afin de vérifier par nous-mêmes le contenu et le mode de transmission des renseignements lors d'une telle opération par un consommateur, en variant, parmi ceux qui sont proposés pour le prépayé, les modes de conclusion que nous allions utiliser, et ce, afin d'obtenir un portrait aussi varié que possible, tant des entreprises qui offrent ces types de services que des modes de conclusions des contrats.

Les ententes que nous avons envisagé de conclure étaient les suivantes :

- huit ententes de services prépayés en ligne auprès de Bell, Fido, Virgin Mobile, Chatr, Koodo, PC Mobile, Petro-Canada Mobilité et Telus;
- huit ententes de services prépayés par téléphone auprès de Bell, Fido, Virgin Mobile, Chatr, Koodo, PC Mobile, Petro-Canada Mobilité et Rogers ;
- quatre ententes de services prépayés dans des kiosques de Bell, Fido, Virgin Mobile et Telus ;
- deux ententes dans les commerces de détail à Montréal : Chatr et Rogers.

Nous verrons plus loin que tout n'a pu être réalisé suivant notre projet initial.

**Tableau 5**  
**Achats effectués dans le cadre de notre enquête terrain**

ENTREPRISES		Bell	Fido	Virgin Mobile	Chatr	Koodo	PC Mobile	Petro-Canada Mobilité	Rogers	Telus
En ligne		X	X	X	X	X	X	X		X
Par téléphone		X	X	X	X	X	X	X	X	
En personne	Kiosques	X	X	X					X	
	Commerces au détail				X			X		

Les éléments particuliers sur lesquels nous voulions rechercher de l'information et le moment de la divulgation de cette information au cours du processus d'achat étaient : le prix de la carte SIM, l'existence des frais d'activation, la possibilité d'activer la carte sans obligation de procéder à l'achat d'un forfait, l'existence d'un document qui consigne le contrat, le mode de paiement du service acheté, le prix du service, les conditions et les frais s'appliquant au solde, la façon de vérifier ce solde, les moyens de communiquer avec le service à la clientèle et de porter plainte au CPRST, la possibilité de frais additionnels, la possibilité de dépassement des montants prépayés et, le cas échéant, les modes de facturation et de paiement. Nous voulions aussi vérifier si une copie du contrat de service et des documents connexes était remise systématiquement.

**a) Comment procède-t-on à l'achat d'un SSF au Canada?**

Afin de pouvoir utiliser un SSF prépayé, le consommateur doit bien évidemment posséder un téléphone cellulaire. S'il doit s'en procurer un, il devra vraisemblablement le payer au complet. Pour effectuer notre enquête terrain, nous avons donc dû nous procurer un cellulaire déverrouillé (puisque nous voulions l'utiliser chez plusieurs fournisseurs). Par la suite, nous avons dû acheter des cartes SIM, soit des cartes à puce permettant d'avoir accès au réseau du fournisseur qui la vend. Ces cartes SIM sont émises par les FSSF, à leur nom, et ne sont utilisables que pour l'accès à leur propre service.

*La carte SIM (Subscriber Identity Module) désigne la puce insérée dans les terminaux mobiles (téléphones portables y compris « smartphones », tablettes, etc.) pour accéder au réseau. Elle permet en effet d'identifier personnellement l'utilisateur et d'enregistrer toutes les informations relatives au réseau de l'opérateur auquel celui-ci est abonné<sup>62</sup>.*

Ces cartes SIM sont toujours présentées pour la vente dans une *carte de support*, sur laquelle sont indiqués le nom du fournisseur ainsi qu'un numéro d'identification de 16 chiffres. Le prix des cartes SIM que nous nous sommes procurées se situait entre 5 \$ et 23 \$, dépendamment du fournisseur<sup>63</sup>.

Les cartes SIM peuvent être commandées en ligne et/ou par téléphone, mais le consommateur doit alors attendre 3 à 5 jours en général pour la recevoir. Nous avons donc opté pour l'achat des cartes directement en magasin (soit chez les fournisseurs de SSF même, soit chez de grands détaillants). Le mode d'achat des cartes SIM n'a aucune incidence, en ce qui concerne notre enquête, qui ne vise à étudier la divulgation de l'information que pour l'achat de services prépayés, celui de la carte SIM n'étant qu'un prérequis – ce n'est que lors de son activation que nous pourrions considérer que notre enquête commence. Cela, bien sûr, sous réserve des renseignements sur le service qui sont susceptibles d'être communiqués au moment de l'acquisition de la carte SIM ou sur la carte elle-même ou sur son emballage.

Après avoir acheté ces cartes, nous avons dû les activer (par Internet, par téléphone ou en personne) auprès des FSSF qui nous les ont vendues. Un numéro de téléphone nous a été attribué lors de l'activation de chaque carte SIM. Par la suite, nous devons, bien entendu, choisir un forfait/des services payables à l'utilisation.

Donc, l'achat des services prépayés comporte trois étapes distinctes: l'achat de la carte SIM, puis l'activation, et ensuite le choix du forfait/des services payables à l'utilisation, qui constitue le contrat de service de prépayé. Afin de pouvoir utiliser le service et d'effectuer/recevoir des appels et autres, nous devons approvisionner le compte client que nous avons auprès de chaque fournisseur. Par exemple, si nous avons choisi, lors de l'activation de la carte SIM et l'attribution de notre numéro de téléphone, un forfait nous permettant d'envoyer/recevoir des messages textes illimités (au prix de 15 \$/mois), nous devons, afin de pouvoir utiliser le service,

---

<sup>62</sup> **TELECOM-INFOCONSO.FR**, *Carte SIM, verrouillage et déverrouillage des terminaux : mode d'emploi* Telecom-Infoconso.fr, Autorité de régulation des communications électroniques et des postes, Paris, France, 2 mai 2012. [En ligne] <http://www.telecom-infoconso.fr/carte-sim-verrouillage-et-deverrouillage-des-terminaux-mode-demploi> (page consultée le 11 juin 2015).

<sup>63</sup> Cependant, lorsque nous avons indiqué aux préposés de deux fournisseurs que nous souhaitions uniquement acheter la carte SIM pour ensuite l'activer en ligne, ils nous l'ont donnée gratuitement, sans mentionner de raison particulière.

mettre de l'argent dans le compte, soit la somme de 15 \$.

Nous devons mentionner que le but de notre enquête était précisément de vérifier l'information qui est fournie au consommateur lors de l'achat des SSF prépayés, et non pas lors de l'achat de la carte SIM par exemple, mais plutôt à partir du moment de l'activation de cette carte et surtout à partir du moment où le consommateur choisit son forfait.

L'activation du service auprès des fournisseurs nous a permis de vérifier si des documents pouvaient être transmis au consommateur à ce moment, et d'en examiner la teneur (contenu et clarté), le cas échéant.

La moitié des transactions ont été faites pour des services payables à l'utilisation, et la moitié pour des services inclus dans un forfait. Cependant, puisque nous n'avons remarqué aucune différence à ce sujet entre les achats, nous présenterons nos données en confondant ces types de services, afin de ne pas alourdir inutilement la lecture.

Les achats en kiosque ont eu lieu à Montréal seulement.

Signalons immédiatement que nous avons éprouvé des problèmes avec certains achats et que certaines des transactions prévues n'ont pas été conclues. Ces problèmes n'ont cependant pas affecté dramatiquement notre recherche, puisque notre enquête se voulait qualitative, et que, selon ce que nous avons pu observer sur le terrain, les données sont très similaires d'une compagnie à une autre (les différences se manifestant plutôt entre les différents modes d'achat). L'absence partielle de données relativement à l'un des types d'achats n'est pas susceptible d'entraîner quelque conclusion erronée.

Mais d'abord, relatons ici les problèmes rencontrés, qui font état de certaines difficultés que sont susceptibles de rencontrer les consommateurs qui désiraient se procurer des SSF prépayés et que les données disponibles ne révélaient pas jusqu'ici.

#### ***b) Achat en ligne - PC Mobile***

L'achat en ligne dans le cas de PC Mobile se fait en remplissant un formulaire et le soumettant au fournisseur. Par la suite, le consommateur doit attendre de recevoir par courriel la confirmation de l'activation de son service.

Étant donné que nous avons utilisé un appareil cellulaire qui était déjà inscrit chez PC Mobile (pour un service prépayé acheté précédemment), le fournisseur nous a refusé l'activation pour un deuxième numéro. Nous avons alors contacté la compagnie, et on nous a informé qu'un seul numéro peut être activé pour un appareil donné (et, donc, une seule carte SIM peut être utilisée par appareil). Un préposé nous a conseillé de ne pas identifier l'appareil (de remplacer le numéro IMEI de l'appareil par une série constituée uniquement du chiffre 1). Une tentative suivant ces instructions n'a pas été plus fructueuse.



Nous avons effectué une troisième tentative en utilisant le numéro IMEI d'un autre appareil. Cet essai nous a valu la réponse qui suit :

*Nous sommes désolés d'apprendre que vous éprouvez des problèmes. Notre site Web ne permet d'activer que les appareils provenant de notre gamme de produits actuelle, car un seul site Web ne pourrait contenir les modèles plus anciens. Pour activer votre Samsung Galaxy Ace avec PC mobile, veuillez contacter le service des activations de PC mobile en composant 1-877-284-6361. Un agent pourra vous aider sur-le-champ.*

Nos tentatives se sont arrêtées là. Il nous a donc été impossible d'activer le service en ligne auprès de PC Mobile et donc de conclure une entente de SSF prépayés.

**c) Achat par téléphone - Virgin Mobile**

Le service à la clientèle, après nous avoir transféré quatre fois d'un préposé à un autre, a entrepris les démarches d'activation de notre carte SIM et inscrit nos données dans le système. On nous a indiqué que l'activation de la carte pouvait prendre jusqu'à deux heures. Un message texte nous est parvenu 30 minutes plus tard nous informant que le service était activé.

Nous avons immédiatement rappelé pour acheter des minutes. Malgré le fait que, lors des appels précédents, nous ayons expliqué de manière très claire comment nous avions l'intention de procéder, on nous a informé à ce moment que les minutes ne peuvent être achetées qu'à partir d'une carte de crédit établie au nom du détenteur du compte. Ce compte ayant été ouvert sous un nom fictif, il nous a été impossible de compléter l'achat.

**d) Achat en kiosque - Virgin Mobile**

Début mars 2015, nous sommes allé au Complexe les Ailes, à Montréal, pour effectuer un achat de SSF prépayé auprès de Virgin Mobile. Nous avons entamé l'activation avec une préposée à la clientèle, mais, alors que nous en étions à l'étape de la validation, le système a cessé de fonctionner. La préposée nous a alors demandé de revenir un peu plus tard pour tenter à nouveau, ce que nous fîmes. Notre deuxième tentative a également échoué (la préposée nous a informé que le problème était généralisé et touchait tous les kiosques du FSSF). Une troisième tentative, en fin de journée, n'a pas été plus fructueuse. Nous sommes retourné nous adresser à la même préposée le lendemain. De toute évidence, le problème dans le système n'était toujours pas réglé : notre quatrième tentative d'activation de carte SIM a aussi échoué. La préposée nous a alors recommandé de conclure plutôt la transaction par téléphone – elle nous offrait en outre son assistance en cas de problème ou si nous avions des questions au cours de cette procédure. Nous avons décliné son invitation, puisque cet achat devait, dans le cadre de notre recherche, être réalisé entièrement en kiosque.



### e) Achat chez un détaillant - Rogers

Début mars 2015, nous sommes allé dans un magasin Future Shop, à Montréal, dans le but d'effectuer un achat de prépayé Rogers. Le préposé à la clientèle nous a informé qu'ils ne faisaient d'activation en magasin que pour Chatr. Nous avons alors décidé de vérifier en ligne sur le site Internet de Rogers quels détaillants faisaient l'activation en magasin et nous avons procédé à les appeler. Plusieurs d'entre les détaillants listés nous ont indiqué ne faire d'activation en magasin que pour Chatr ; d'autres nous ont informé qu'ils étaient des détaillants exclusifs Rogers ; d'autres numéros n'étaient simplement plus en service. Une recherche sur les abonnés à ces numéros nous a permis de constater que l'un d'eux appartenait à un commerce qui avait simplement changé de numéro : Sans-fil Etc., qui se trouve dans une succursale de Costco. Lorsque nous les avons appelés, ils nous ont indiqué que, pour avoir accès à leur kiosque, il fallait avoir tout d'abord une carte de membre Costco (qui coûte environ 100\$) et qu'il était possible d'activer des services pour Rogers en personne seulement si le montant de la carte prépayée était de 100\$ ou plus, mais qu'il était possible de l'activer pour un montant moindre uniquement si on payait aussi des frais d'activation. Nous nous sommes rendu sur place, quelques jours plus tard : le préposé nous a alors informé qu'il était absolument impossible (compte tenu d'une politique de Costco) d'activer une carte SIM d'une valeur de moins de 100\$. Cette restriction, en plus de contredire l'information que nous avons eue par téléphone quelques jours plus tôt de la part du même kiosque, ne semble se trouver mentionnée nulle part sur le site Internet du détaillant<sup>64</sup>. Nous avons donc renoncé à effectuer cet achat.

Nous avons aussi effectué des vérifications pour un achat chez Walmart. Un préposé nous a informé au téléphone qu'il leur était possible de faire une activation de prépayé pour Rogers. Lorsque nous nous sommes rendu sur place, le lendemain de cet appel, le préposé nous a informé que si une telle activation était bel et bien possible, ils ne la faisaient que si nous achetions ce qu'il nous a présenté comme étant un *appareil prépayé* Rogers, vendu à un prix d'environ 100 \$. Nous avons évidemment décliné cette offre.

### 3.3 Observations générales

Tel que nous l'avons précisé dans la section précédente, l'achat de forfaits/minutes prépayés se fait par étapes: l'achat et l'activation de la carte SIM, suivis du choix du forfait/ de services payables à l'utilisation.

Cependant, nous devons noter que, comme nous allons le voir plus en détail dans les sections qui suivront, il arrive que les fournisseurs inscrivent des détails relativement aux contrats que le consommateur conclut avec le fournisseur sur la carte de support des cartes SIM mêmes, ce qui pourrait porter à confusion, puisque l'achat et l'activation de la carte SIM n'impliquent pas nécessairement l'achat d'un forfait/ de services payables à l'utilisation.

---

<sup>64</sup> **COSTCO.CA**. *Appels en tout temps*, Costco.ca, Québec, Canada, 2014. [En ligne] <http://mobility.costco.ca/fr/qc/forfaits-mobilite/rogers-mobilite-196-appels-en-tout-temps/> (page consultée le 7 avril 2015).

Puisque c'est selon le mode d'achat que nous avons pu observer des différences importantes, plutôt qu'entre les fournisseurs, nous allons tout d'abord présenter les données de l'enquête effectuée en ligne directement auprès des fournisseurs de SSF prépayés, pour ensuite continuer avec l'enquête effectuée par téléphone et terminer avec les achats en personne.

### 3.4 Résultats de l'enquête menée en ligne

Après avoir procédé à l'achat des cartes SIM dans les magasins des fournisseurs, nous avons procédé à leur activation directement en ligne, sur les sites internet de ces mêmes fournisseurs. Nos achats de SSF prépayés en ligne ont été effectués auprès de Bell, Telus, Fido, Virgin, Chatr, Koodo, PC Mobile et Petro-Canada Mobilité.

Il est important de noter que le mode d'achat en ligne pour ce type de produit en particulier se révèle assez complexe en soi. Nous nous attendions à ce que notre transaction s'effectue comme n'importe quel autre achat de biens ou services que le consommateur peut réaliser en ligne : choix du bien/service, entrée du nom et des coordonnées de l'acheteur (lorsque requis), acceptations de *Modalités et conditions* et paiement. Nous avons eu la surprise de découvrir que, lorsqu'il est question de SSF prépayés, l'achat en ligne peut requérir beaucoup plus de temps, et que le processus est loin d'être aussi évident et intuitif que nous l'avions imaginé, ne ressemblant parfois en rien au processus habituel d'achat par Internet.

Bell, par exemple, semble offrir sur son site internet une plateforme d'achat en ligne de prépayé – il ne s'agit toutefois pas d'achat en ligne au sens où on l'entend habituellement. L'achat est bel et bien possible, mais il s'effectue à travers une boîte de clavardage qui semble servir de manière générale à communiquer avec le FSSF plutôt que d'être dédiée aux achats en ligne.

Nous avons aussi eu recours au clavardage pour conclure notre achat auprès de Telus : avant de conclure l'achat directement sur le site internet, nous devions cocher une case pour indiquer notre acceptation des *modalités de service*. Cependant, le lien qui devait mener à ces modalités n'étant pas fonctionnel, il était impossible d'y accéder pour en prendre connaissance. Nous aurions pu conclure tout de même la transaction, en cochant tout simplement la case sans jamais prendre connaissance des modalités et en continuant le processus d'achat. Cependant, comme c'est justement l'accès à ce document qui nous intéressait, nous avons décidé de poursuivre plutôt le processus par clavardage, espérant ainsi avoir accès aux modalités.

L'achat chez Fido, malgré l'accès à une plateforme qui permette l'achat directement en ligne, n'a pas été des plus simples non plus. Le site refusant de procéder à la validation de notre achat lors des premiers essais, nous avons dû recommencer le processus le lendemain.

L'achat en ligne sur le site de Petro-Canada a été aussi très compliqué. La plateforme d'achat en ligne semble ne pas fonctionner proprement : nous avons recommencé le processus d'activation quatre fois, car le système ne cessait de nous indiquer des codes d'erreurs. Nous avons appelé le fournisseur pour vérifier si l'activation avait été effectuée malgré les codes d'erreurs : on nous a informé que le compte avait bel et bien été activé. Nous avons par contre éprouvé de nouveau des problèmes lors de l'ouverture d'un compte en ligne : étant dans l'impossibilité d'en créer un, pour des motifs qui nous restent inconnus, nous avons à nouveau appelé le fournisseur pour demander de l'aide ; la préposée qui nous a répondu nous a indiqué

ne pas être en mesure d'en créer un non plus et nous a recommandé de prendre le tout en note – elle allait nous rappeler. Environ 24h plus tard, n'ayant reçu aucun appel, nous avons communiqué à nouveau avec le fournisseur, qui nous a indiqué nous avoir plutôt envoyé un message texte nous informant qu'il nous était maintenant possible d'ouvrir un compte. Pourtant, une nouvelle tentative nous a indiqué que le problème persistait. Finalement, après plusieurs appels au fournisseur, les préposés ont réussi à nous ouvrir un compte en ligne.

Pour les autres compagnies - Virgin, Chatr et Koodo – l'achat en ligne a été plus simple.

### **3.4.1 Frais d'activation**

Lorsque nous avons dressé notre liste d'achat en vue de faire l'enquête terrain, nous avons noté que certaines compagnies exigent du consommateur le paiement de frais d'activation ; ce ne fut pas le cas pour les achats de SSF prépayés que nous avons effectués en ligne auprès des fournisseurs.

### **3.4.2 Activation de la carte SIM possible sans l'achat des SSF prépayés?**

Dans tous les huit cas étudiés, nous avons activé nos cartes SIM, choisi les numéros (ou nous en sommes fait attribuer un) et choisi nos forfaits, sans avoir à le payer immédiatement. Il ne nous restait donc qu'à approvisionner notre compte pour pouvoir utiliser le service sélectionné. Dans deux de ces cas (Telus et Koodo), nous n'avons pas eu besoin de réapprovisionner les comptes, puisque la compagnie offrait un crédit en promotion, ce qui nous permettait déjà d'utiliser le service choisi.

### **3.4.3 La communication du contrat**

Dans le cas de trois de nos achats en ligne (lors des achats que nous avons conclus par clavardage, en réponse à notre questionnement sur le sujet<sup>65</sup>), le fournisseur a indiqué qu'il n'y a pas de contrat entre le fournisseur et le consommateur lorsque ce dernier achète des SSF prépayés (Bell, Virgin et Telus).

#### **a) Bell**

On retrouve sur le support de la carte SIM de Bell une mention selon laquelle « Toute utilisation de cette carte SIM confirme votre accord avec les modalités de service de Bell, lesquelles peuvent être modifiées de temps à autre. Voir [bell.ca/modalitesSIM](http://bell.ca/modalitesSIM) pour les modalités de service en vigueur. » On notera avec intérêt que les modalités de service auxquelles ce lien permet d'accéder disent clairement que l'ensemble des parties de l'Entente constitue un contrat « à propos » des services :

---

<sup>65</sup> L'achat chez Virgin a été conclu sur la plateforme Internet de ce FSSF. Cependant, lorsque nous avons ouvert une session de clavardage pour demander des précisions au sujet de notre contrat avec Virgin, le préposé nous a clairement indiqué qu'il n'y a pas de contrat.

*Vous devriez examiner la totalité de l'Entente. Toutes les parties sont importantes et, ensemble, elles créent un contrat à propos des Services (définis ci-dessous) et de l'Appareil qui s'applique à vous une fois que vous l'avez accepté. Bell se fie à votre parole selon laquelle vous avez atteint l'âge légal de la majorité dans votre province ou territoire de résidence et êtes autorisé à conclure cette Entente<sup>66</sup>.*

L'Entente en question porte sur l'ensemble des services de Bell, prépayés ou postpayés, « ce qui inclut tous les services de télécommunications sans fil fournis par Bell Mobilité ou par son entremise, y compris les services voix, la messagerie texte, les services de données (incluant le contenu) ou d'autres services, et l'administration du compte (par exemple les modifications du compte et le soutien aux Clients)<sup>67</sup>. » Le document présente une table des matières, ce qui peut faciliter au client la tâche lorsqu'il veut se rendre directement à une section spécifique de l'entente.

Le document est très long (une trentaine de pages, lorsqu'imprimé) et l'information manque de clarté ; il est souvent difficile de voir quelles sections s'appliquent uniquement aux SSF postpayés (les paragraphes 36 et 37, qui portent sur la facturation et le paiement, constituant des exceptions notables).

Comme nous l'avons mentionné, vu que Bell n'offre pas de plateforme d'activation du service en ligne, nous avons dû procéder par clavardage pour conclure une transaction en ligne. Les renseignements nous ont donc été fournis au fur et à mesure par le (ou les) préposé(s). Nous avons demandé le forfait mensuel prépayé offert au plus bas prix ; le préposé nous a répondu :

*On a le plan suivant qui est 16.15\$ par mois et les 8 premiers mois sont 11.15\$:*

- Appels à 0,20\$/min
- Textos illimités au Canada

*INCLUS ÉGALEMENT :*

- Afficheur et Centre de messages de base
- Messages texte, photos et vidéos illimités partout au pays
- Appels en attente et conférence téléphonique

Puisque nous avons ouvert un compte en ligne pour vérifier l'information, nous avons pu remarquer sur le site de Bell que le forfait le moins cher était offert à 15,75 \$ par mois (plutôt que 16.15 \$); il s'agit en fait du même forfait –la différence de prix s'explique par les frais de 0,40 \$ pour le 911, qui ont été ajoutés à notre compte. La promotion n'était pas indiquée sur le site.

L'information fournie par le préposé en ce qui a trait au forfait n'était cependant pas complète. Nous n'avons par exemple appris que parce que nous avons posé la question que l'offre à rabais n'était valable que pour 30 jours.

Qu'en est-il de la conformité au Code sur les services sans fil de l'information fournie? (Les références en gras au début des sections se rapportent aux articles du Code.)

---

<sup>66</sup> **BELL CANADA.** « Modalités de service de Bell Mobilité », Bell, Ottawa, Ontario, Canada, 2015 [En ligne] [http://www.bell.ca/Modalites\\_de\\_service\\_de\\_Bell\\_Mobilite#Agreement](http://www.bell.ca/Modalites_de_service_de_Bell_Mobilite#Agreement) (page consultée le 19 mai 2015).

<sup>67</sup> *Ibid.*

**A.2 :** Le FSSF doit « s'assurer que les prix sont présentés clairement dans le contrat et doit indiquer si ces prix comprennent les taxes » : lors de cet achat par Internet auprès de Bell, cette information, tant sur les prix que sur les taxes n'était ni claire ni facile à trouver. Lors de la session de clavardage, le préposé n'a rien mentionné à cet effet. Rien non plus sur l'existence des modalités de service de Bell, alors que, lors d'autres achats que nous avons effectués en ligne, cette information est fournie au consommateur avant de procéder à l'achat. Comme nous l'avons vu, le prix qui nous a été indiqué comprenait les frais communément appelés « taxe 911 », mais cette inclusion n'a pas été mentionnée.

L'information pour les taxes de vente peut être trouvée (difficilement) dans les *modalités de service de Bell Mobilité*, sous Facturation et paiement : « Vous devez payer tous les Tarifs, plus les Frais et taxes applicables » et « Les taxes sont en sus ». (par. 36 et 36b)). Bref, la seule manière pour nous, lors de cet achat précis, d'avoir cette information était de consulter la page à laquelle nous envoyait le lien indiqué sur la carte SIM et qui amenait aux Modalités de service. Or, comme nous l'avons mentionné, l'achat de la carte SIM est une opération totalement distincte.

**B.2 i) :** Le fournisseur doit informer le client des conditions et frais s'appliquant au solde des SSF prépayés. Avant de conclure le contrat par clavardage, nous n'avons reçu aucune information en ce qui a trait aux conditions s'appliquant au solde. Ce n'est qu'après avoir choisi le forfait que le préposé nous a envoyé un hyperlien qui contient des renseignements sur la manière d'approvisionner le compte, qui indiquent :

*Les réapprovisionnements de 15 \$ expirent après 30 jours, les réapprovisionnements de 25 \$ et 50 \$ après 60 jours, et les réapprovisionnements de 100 \$ après 365 jours. Vous devez utiliser vos minutes prépayées avant la date d'expiration. Toutefois, si vous ajoutez des fonds à votre compte avant la date d'expiration, vous pouvez reporter vos minutes inutilisées.*

On trouve aussi certains renseignements sur le sujet dans les *Modalités de services*, auxquelles le préposé n'a par ailleurs fait jamais allusion. Ces renseignements sont tout de même loin d'être faciles à trouver ou clairs, le consommateur risquant plutôt de se noyer dans un océan d'information... et se retrouver découragé de chercher cette information spécifique. Le préposé a tout de même précisé que nos minutes doivent être utilisées avant leur date d'expiration et que si on ajoute des minutes avant cette date, les minutes inutilisées sont reportées sur la période suivante. Le préposé n'a pas mentionné la période de grâce de sept jours prévue au Code.

**B.2 ii) :** Le fournisseur doit expliquer au client comment vérifier son solde, communiquer avec le service à la clientèle et porter plainte au CPRST. Lors de la session de clavardage, avant de conclure le contrat, le préposé ne nous a pas indiqué comment vérifier le solde de notre compte, mais nous a indiqué comment communiquer avec le service à la clientèle. Nous n'avons obtenu qu'après la conclusion du contrat l'information sur les moyens de vérifier le solde, et seulement en réponse aux questions que nous avons posées après avoir vérifié si le préposé allait spontanément nous fournir quelque autre renseignement.

Nous n'avons jamais eu l'information, avant ou après l'achat, sur le CPRST et son service de plaintes (l'information ne se retrouve pas non plus dans le compte client). L'information se retrouve par contre aux *Modalités de service*, au paragraphe 63, dans la section Généralités.

Rappelons que nous n'avons eu accès aux *Modalités de service* qu'après avoir activé la carte SIM et choisi le forfait, soit lors de l'approvisionnement de notre compte, en ligne, à travers notre compte client Bell (15 \$, durée 30 jours)– lorsqu'on nous a invité à cocher une case confirmant que nous les avons lues. Il nous a été alors impossible de les imprimer à partir du site – elles se trouvent dans une case que l'on doit dérouler pour la lecture. Nous l'avons imprimé après avoir copié le contenu de la case déroulante et l'avoir collé dans un document texte. Contrairement à la page où nous menait le lien Internet indiqué à la carte SIM, ce document ne présentait pas de table des matières, rendant ainsi la tâche encore plus difficile au consommateur qui tente de s'y retrouver.

## **b) Virgin Mobilité**

Dans le cas de **Virgin Mobilité**, en ce qui a trait à l'affirmation qui apparaît sur le support de la carte SIM, nous retrouvons une mention similaire à celle qu'indique Bell : « L'utilisation de cette carte SIM signifie que vous acceptez nos Modalités de service. virginmobile.ca/modalites ». Notons que cette affirmation se trouve au verso de la carte de support, en bas, en caractères minuscules. Le recto met plutôt en évidence, en très gros caractères : « POUSSE-MOI / RENTRE-MOI / AIME-MOI », tant en français qu'en anglais.

Une fois achetée, la carte SIM doit être activée. Nous avons accédé pour ce faire à l'adresse Web indiquée sur la carte, qui mène aux Modalités de service, où on nous informe dès le début de l'importance de prendre connaissance de la totalité de l'Entente. Les modalités précisent que : « Toutes les parties sont importantes et, ensemble, elles créent un contrat qui s'applique à vous une fois que vous l'avez accepté<sup>68</sup>. »

L'acceptation se fait en cochant une case afin de confirmer avoir lu et compris « entièrement » les modalités qui apparaissent sous cette case d'acceptation, dans une petite fenêtre déroulante. On nous informe aussi, par une affirmation des plus étranges, que l'acceptation des conditions est obligatoire : « Veuillez lire et accepter les Modalités d'activation. (Vous devez le faire... sinon nous ne pouvons effectuer l'Activation. C'est un truc du département légal.) ».

L'Entente en question porte sur l'ensemble des services de Virgin, prépayés ou postpayés, « ce qui inclut tous les services de télécommunications sans fil fournis par Virgin Mobile ou par son entremise, y compris les services voix, la messagerie texte, les services de données (incluant le contenu) ou d'autres services, et l'administration du compte (par exemple les modifications du compte et le soutien aux Membres).»

Les Modalités de service sont présentées sous forme de questions-réponses, ce qui peut rendre la lecture plus facile. Le document est très long (une trentaine de pages, lorsqu'imprimé) et l'information ne brille pas par sa clarté. Il demeure donc assez difficile de trouver les sections qui s'appliquent uniquement (ou de voir lesquelles ne s'appliquent pas) aux postpayés (les paragraphes 34 et 35, qui portent sur la facturation et le paiement, constituant des exceptions notables).

---

<sup>68</sup> **VIRGIN MOBILE CANADA**. « Modalités de service », Virgin Mobile, Ottawa, Ontario, Canada, sans date. [En ligne] <http://www.virginmobile.ca/fr/support/legal-terms.html> (page consultée le 15 mai 2015).

L'information fournie relativement au forfait (qui apparaît sur la page à partir de laquelle se fait l'activation) semblait être complète, sans toutefois se conformer aux exigences du Code :

**A.2** : Le FSSF doit « s'assurer que les prix sont présentés clairement dans le contrat et doit indiquer si ces prix comprennent les taxes » : l'information sur le prix nous est indiquée lors de l'activation de notre carte SIM et du choix du forfait (soit de minutes à l'utilisation dans ce cas). L'information sur les taxes se retrouve dans les modalités de service : « Vous devez payer tous les Tarifs, plus les Frais et taxes applicables. » et « Les taxes sont en sus » (par. 34 et 34b))

Lorsque le client souhaite s'inscrire à un réapprovisionnement automatique (qui autorise le FSSF à réapprovisionner son compte, chaque fois que son solde atteint 5\$ ou moins ou lorsqu'il est sur le point d'expirer), on lui indique alors le montant de ce réapprovisionnement – qu'il choisit par lui-même – et on l'avise que les taxes seront en sus.

Nous devons ajouter que Virgin Mobile semble être le seul FSSF parmi les 8 étudiés qui demandent aux consommateurs d'accepter à nouveau ses modalités de service lors de chaque réapprovisionnement qu'il effectue en ligne<sup>69</sup>.

**B.2 i)** : Le fournisseur doit informer le client des conditions et frais s'appliquant au solde des SSF prépayés : des renseignements à cet effet se retrouvent dans les modalités de service, mais leur clarté laisse à désirer :

*Les fonds non utilisés expireront à la fin de la Période d'activité. Les fonds prépayés expirés seront remis dans votre compte si vous réapprovisionnez celui-ci dans les 7 jours civils suivant leur expiration. Si vous réapprovisionnez votre compte avant l'expiration (ou l'utilisation) des fonds prépayés s'y trouvant déjà, ce réapprovisionnement s'ajoutera à vos fonds prépayés existants et la Période d'activité afférente au réapprovisionnement s'appliquera au montant combiné des fonds prépayés. (par. 34b)*

**B.2 ii)** : Le fournisseur doit expliquer au client comment vérifier son solde, communiquer avec le service à la clientèle et porter plainte au CPRST. On retrouve deux de ces éléments dans les modalités de services : comment communiquer avec le service à la clientèle (par. 64) et comment porter plainte au CPRST (par. 60). Rien n'indique cependant comment vérifier le solde client.

Ce solde peut cependant être vérifié en ligne, dans le compte client, une fois le contrat conclu.

---

<sup>69</sup> Sauf pour PC Mobile, pour lequel nous n'avons pas réussi à ouvrir un compte en ligne. En outre, dans le cas de Bell, on nous indique uniquement après avoir payé le réapprovisionnement un lien vers une page où l'on peut consulter notre « entente de service » qui mène aux « Modalités de service de Bell Mobilité ».



## C) Telus

Contrairement à Bell et Virgin Mobile, **Telus** n'inscrit rien sur la carte SIM en ce qui a trait à l'acceptation de ses modalités de service.

Au moment de l'activation en ligne de la carte SIM achetée au préalable, la mention suivante apparaît sur la page de la plateforme d'activation de Telus :

*Modalités de service de TELUS - Les modalités de service s'appliquent à l'utilisation des services de TELUS. En cochant la case ci-dessous et en effectuant la mise en service, vous acceptez que les modalités de service et la politique de protection de la vie privée de TELUS s'appliquent à l'utilisation du service.*

Le lien vers ces Modalités de service n'ayant cependant pas été accessible lorsque nous avons tenté de procéder à l'activation de la carte SIM et donc du compte auprès de Telus (2 jours de suite), nous avons dû conclure l'opération par clavardage. Nous avons contacté un préposé et lui avons expliqué notre problème. Il nous a alors donné un lien vers la page « Fonctionnement du service prépayé<sup>70</sup> », qui ne reproduit pas nécessairement toute l'information qui se retrouve dans les Modalités de service qui se trouvent sur le site web du fournisseur, mais qui a l'avantage d'en extraire ce qui s'applique au prépayé.

Par la suite, après avoir essayé à nouveau sans succès de procéder à l'achat en ligne (puisque le lien vers les modalités de service ne fonctionnait toujours pas), nous avons utilisé à nouveau le clavardage pour contacter une préposée qui a procédé à l'activation de notre carte SIM et avons conclu le contrat de SSF prépayés (le forfait souhaité ayant été inscrit à notre compte). La préposée nous a par la suite assuré que : « There is no contract. » Elle ne nous a à aucun moment fourni de lien vers quelque document que ce soit.

Afin de pouvoir vérifier tout de même ce qu'indiquent les Modalités de service, nous sommes allé trouver par nous-même le document, directement sur le site internet de Telus. Ce document indique :

*Les présentes modalités de service définissent vos services mobiles de transmission de la voix et de données et portent sur l'utilisation de votre appareil et de votre compte, l'information sur la facturation et la garantie, votre droit à la vie privée et l'annulation du service. Dans le cadre de notre engagement à accorder la priorité aux clients, nous voulons nous assurer de vous aider, avec clarté et transparence, à bien comprendre ce qu'offre TELUS. En utilisant nos services, vous acceptez les modalités énoncées ci-dessous<sup>71</sup>.*

Il s'agit d'un document d'une dizaine de pages, dans lequel on retrouve une petite section sur les services prépayés, mais qui contient également des informations sur d'autres sujets.

---

<sup>70</sup> **TELUS COMMUNICATIONS COMPANY**. « Fonctionnement du service prépayé » Telus, Vancouver, Colombie-Britannique, Canada, sans date. [En ligne] <http://www.telus.com/fr/qc/get-help/mobility/prepaid-plan/activation/telus-prepaid-account/support.do> (page consultée le 27 janvier 2015).

<sup>71</sup> **TELUS COMMUNICATIONS COMPANY**. « Modalités de service standard de la division Mobilité de TELUS » Telus, Vancouver, Colombie-Britannique, Canada, sans date. [En ligne] <http://www.telus.com/fr/qc/get-help/service-terms/support.do> (page consultée le 15 mai 2015).



Quant à l'information qui devait être fournie conformément au Code :

**A.2 :** Le FSSF doit « s'assurer que les prix sont présentés clairement dans le contrat et doit indiquer si ces prix comprennent les taxes » : nous n'avons pas pu obtenir l'information reliée aux taxes lors de l'achat par clavardage, puisque, dès l'activation, la préposée nous a indiqué avoir ajouté 10 \$ au compte (il s'agissait d'une promotion en cours). Quant au prix, la préposée nous a indiqué le coût d'une minute et celui d'un message texte (nous avons choisi de ne pas prendre de forfait préétabli, optant pour une utilisation à la minute).

Nous n'avons pu trouver cette information ni sur le site internet du FSSF, ni dans les Modalités de service.

**B.2 i) :** Le fournisseur doit informer le client des conditions et frais s'appliquant au solde des SSF prépayés : l'information à ce sujet ne nous a pas été fournie de manière claire et directe pendant l'activation par clavardage. Cependant, après l'activation en ligne, nous avons reçu ce message texte : « *You have 7 days to qualify for activation credits. Call #123 for more info. If you have a rate plan, the first credit will be applied within 3 days. For detail on the program, visit telus.com/prepaidpromo* ».

L'information quant au solde des prépayés se retrouve cependant dans les modalités de service de ce FSSF.

**B.2 ii) :** Le fournisseur doit expliquer au client comment vérifier son solde, communiquer avec le service à la clientèle et porter plainte au CPRST : des renseignements sur la vérification du solde et sur les communications avec le service à la clientèle sont divulgués par message texte après la conclusion du contrat. Quant à l'information relative aux moyens de porter plainte au CPRST, les préposés qui nous ont assisté n'y ont jamais fait allusion. Nous n'avons rien trouvé non plus à ce sujet dans les modalités de service.

Attendu que nous éprouvions certains problèmes avec le compte en ligne, nous avons appelé le service à la clientèle de Telus pour obtenir des renseignements. Lors de cet appel, deux éléments particuliers ont attiré notre attention :

- La préposée qui nous a assisté nous a demandé si nous souhaitons bloquer le transfert de données sur notre compte, pour éviter de consommer notre crédit. À aucun moment lors de l'achat, ni après, n'avons-nous obtenu d'information à ce sujet. L'information se serait-elle retrouvée dans les Modalités de service auxquelles nous n'avons pu accéder ? Notons qu'il s'agit d'un document d'environ 13 pages dans lesquelles se retrouvent toutes sortes de renseignements, et où les dispositions qui portent sur les prépayés s'entremêlent à celles qui portent sur les postpayés. Sa lecture en ligne n'a cependant rien révélé sur le blocage des données.
- Pendant la conversation avec la préposée, nous avons remarqué dans notre compte en ligne, dans la section portant sur l'historique des transactions, que des frais de 2 \$ étaient apparus sous la rubrique « Account adjustment – feature add/change-cr ». Lorsque nous avons demandé à la préposée ce que cela représentait, elle nous a simplement répondu que c'était sans importance, puisqu'elle allait nous créditer ce montant, que nous avons donc heureusement détecté.

Cet achat nous a fait nous interroger sur les frais qui peuvent être imposés au consommateur dans le cadre d'un contrat prépayé et sur leur divulgation avant et après la conclusion du contrat. Des frais surprises semblent donc pouvoir se retrouver sur la facture.

#### **d) Fido**

**Fido** indique sur sa brochure : « Aucun engagement ». La carte SIM est muette à ce sujet. Cependant, lors de l'activation de la carte SIM et du choix/achat du forfait prépayé, réalisés sur la plateforme en ligne, on retrouve la mention suivante, à l'étape de la validation::

*Cette page contient de l'information au sujet de votre ou vos ententes de service. Veuillez confirmer l'exactitude de tous renseignements et accepter votre ou vos ententes de service, ainsi que les Modalités de service, la Politique d'utilisation et la Politique de protection de la vie privée de Fido avant de soumettre votre demande.*

Sur la même page, on retrouve les « Renseignements supplémentaires sur votre ou vos ententes de service et Modalités de service, Politique d'utilisation acceptable et Politique de protection de la vie privée de Fido » dans une fenêtre défilante. Ce document est d'une longueur de onze pages et écrit dans de très petits caractères, difficilement lisibles. Ensuite, on trouve la mention : « En sélectionnant *J'accepte*, vous reconnaissez avoir lu, compris et accepté les détails de l'Entente de service et des Modalités de service et de la Politique d'utilisation acceptable... ». Le document semble cependant incomplet, ne mentionnant rien, par exemple, au sujet des conditions du solde. Il porte de plus sur un nombre considérable de sujets différents, est difficile à lire et encore plus à comprendre.

Quant à l'information que le FSSF doit fournir au consommateur pour se conformer au Code (Les références en gras au début des sections se rapportent aux articles du Code):

**A.2** : Le FSSF doit « s'assurer que les prix sont présentés clairement dans le contrat et doit indiquer si ces prix comprennent les taxes » : ces éléments sont indiqués de manière claire uniquement lors de l'achat en ligne.

**B.2 i)** : Le fournisseur doit informer le client des conditions et frais s'appliquant au solde des SSF prépayés : lors de l'achat en ligne, à l'étape de l'acceptation des modalités, on peut lire vers la fin du document quelques conditions s'appliquant au solde (par. 44). Évidemment, il faut premièrement que le consommateur prenne le temps de lire, ou au moins de dérouler le document pour trouver cette information, qui est noyée dans un océan de renseignements (par ex. : sur les garanties des appareils, lorsque fournis avec le service, etc.).

**B.2 ii)** : Le fournisseur doit expliquer au client comment vérifier son solde, communiquer avec le service à la clientèle et porter plainte au CPRST : l'information sur le moyen de vérifier le solde n'est fournie au consommateur ni avant, ni après l'achat. On ne trouve un lien vers cette information qu'après avoir ouvert un compte en ligne.

L'information sur les moyens de communiquer avec le service à la clientèle se retrouve vers la fin du document Modalités de service (par. 45). Cependant, nulle part dans ce document n'est-il question des coordonnées du CPRST.

e) **Koodo**

**Koodo** indique sur son site Internet qu'il n'y a pas de contrats à durée déterminée pour ce type de service. La carte SIM porte pour sa part la mention suivante : « En utilisant ce service, vous confirmez à Koodo que vous acceptez les modalités de service (disponibles en magasin sur demande ou à [kodomobile.com/noteslegales](http://kodomobile.com/noteslegales)). Pour obtenir de l'information sur les tarifs et les modalités du service prépayé, accédez à [kodomobile.com/infoprepaye](http://kodomobile.com/infoprepaye). »

L'accès à ce lien dirige vers une liste d'éléments qui invitent à leur tour, selon le sujet, à utiliser d'autres hyperliens pour avoir accès à l'information. Parmi ceux-ci, vers le milieu de la page Web, un hyperlien mène aux Modalités de service<sup>72</sup> sous un texte qui annonce : « En utilisant nos services, vous acceptez les modalités énoncées ci-dessous. »

À la toute première étape de l'activation en ligne de la carte SIM, on nous indique que : « Les Modalités de service s'appliquent à l'utilisation des services Koodo. En cochant la boîte à gauche et en activant votre service, vous acceptez que les modalités de service de Koodo et la politique en matière de confidentialité s'appliquent à votre utilisation du service. » Lorsque nous accédons à la page vers laquelle mène le lien portant sur les modalités de service, l'information n'est pas plus présente, ni plus claire, le consommateur devant accéder à d'autres pages indiquées par voie d'hyperliens qui en indiquent le sujet<sup>73</sup>. Les modalités sont écrites sous forme de questions-réponses, ce qui peut faciliter la recherche d'information. Cependant, ce qui s'applique aux SSF prépayés n'est pas toujours clairement indiqué.

Quant à l'information que le FSSF doit fournir au consommateur pour se conformer au Code (les références en gras au début des sections se rapportent aux articles du Code):

**A.2** : Le FSSF doit « s'assurer que les prix sont présentés clairement dans le contrat et doit indiquer si ces prix comprennent les taxes » : lors du choix du forfait, on nous indique le montant total à payer avec la mention « avant les taxes ».

**B.2 i)** : Le fournisseur doit informer le client des conditions et frais s'appliquant au solde des SSF prépayés : on trouve dans les modalités de service du FSSF de l'information à ce sujet.

**B.2 ii)** : Le fournisseur doit expliquer au client comment vérifier son solde, communiquer avec le service à la clientèle et porter plainte au CPRST : lorsque le consommateur complète le processus d'activation et d'achat en ligne, on l'informe qu'il pourra vérifier son solde à partir de son compte en ligne ou en appelant un numéro de téléphone.

Aucune information n'est fournie pendant l'achat ou dans les modalités de service sur les moyens de communiquer avec le service à la clientèle ou porter plainte au CPRST.

---

<sup>72</sup> **KODOO**. « Koodo Modalités de service » Koodo Mobile, Montréal, Québec, Canada, sans date. [En ligne] <https://www.kodomobile.com/fr/service-terms> (page consultée le 15 mai 2015).

<sup>73</sup> En date du 22 mai 2015, lorsque nous sommes allés de nouveau vérifier cette information et voir si des changements ont pu être apportés depuis, mais nous avons été dans l'impossibilité d'accéder ce lien, la réponse que le site nous fournissait (tant dans la version en français qu'en anglais) étant : « Oh zut! Cette page n'existe pas. » <https://www.kodomobile.com/fr/fr/legal>.

**f) PC Mobile**

L'emballage de la carte SIM de PC Mobile indique ce qui suit :

*Visitez [pcmobil.ca/simtermfr](http://pcmobil.ca/simtermfr) pour connaître les modalités de service de la carte SIM. [...] L'utilisation de cette carte SIM, ainsi que de tout service et tout appareil sur le réseau sont sujets à l'entente de service à laquelle vous avez adhéré lors de l'activation de cette carte SIM, incluant les modalités de service que vous pouvez consulter au [pcmobil.ca/simtermsfr](http://pcmobil.ca/simtermsfr).*

L'hyperlien nous mène aux « FAQ prépayés », qui, après une section sur les changements apportés au réseau EVDO, expliquent en gros ce qu'est le service Texto 911 et abordent la question de la couverture étendue du service.

Sur la carte SIM on retrouve également la mention suivante, en caractères minuscules :

*Toute utilisation de cette carte SIM confirme votre accord avec les modalités de service de PC mobile, lesquelles peuvent être modifiées de temps à autre. Rendez-vous au [pcmobil.ca/modaliteservice](http://pcmobil.ca/modaliteservice) et cliquez sur l'onglet « Prépayés » pour consulter les modalités de service en vigueur.*

Pendant la première étape d'activation, on nous demande de lire et d'accepter les Modalités de service de PC Mobile ; pour en prendre connaissance, on doit y accéder par un hyperlien qui mène à une fenêtre déroulante. Les Modalités sont très lisibles, écrites en caractères très gros, mais le document, quoique rédigé sous forme de questions-réponses, contient une très grande quantité de renseignements, applicables autant aux SSF prépayés qu'aux postpayés, et inclut un lot de questions qui peuvent porter sur le service, sur son utilisation ou sur tout autre type de politique que le consommateur est tenu de respecter ou de connaître. Le document indique clairement qu'il constitue un contrat qui lie le consommateur. Une case confirmant l'acceptation des modalités doit être cochée afin de pouvoir continuer le processus d'activation en ligne. Notons que nous n'avons pas pu compléter cet achat, puisque notre appareil cellulaire ne faisait pas partie des appareils que le site Internet de ce FSSF acceptait pour activation.

Pour ce qui est de l'information que le FSSF doit fournir au consommateur pour se conformer au Code (les références en gras au début des sections se rapportent aux articles du Code) :

**A.2** : Le FSSF doit « s'assurer que les prix sont présentés clairement dans le contrat et doit indiquer si ces prix comprennent les taxes » : dans le document qui doit être lu et accepté au début de l'activation en ligne, intitulé « Modalités de service », on indique que, lors du ravitaillement du compte, les frais seront en sus. Cependant, le site internet du FSSF, lorsqu'il présente les forfaits existants, indique leur prix sans spécifier si des taxes s'appliqueront en sus lors de l'achat.

**B.2 i)** : Le fournisseur doit informer le client des conditions et frais s'appliquant au solde des SSF prépayés : dans les Modalités de service, toujours à la section « Frais et paiements », le FSSF aborde également le sujet des conditions et des frais s'appliquant au solde.

**B.2 ii)** : Le fournisseur doit expliquer au client comment vérifier son solde, communiquer avec le service à la clientèle et porter plainte au CPRST : l'information sur les moyens de vérifier son solde ne se retrouve nulle part pendant le processus d'achat. Les coordonnées du service à la clientèle et celles du CPRST apparaissent vers la fin des modalités de service.

**g) Petro-Canada Mobilité**

La carte SIM de **Petro-Canada Mobilité** indique « Plans sans contrat pour le sans-fil », une précision qui est répétée à plusieurs reprises sur le site Internet sous cette forme ou une autre (« plans prépayés **sans contrat** »).

Cette affirmation semble contradictoire avec ce qu'on retrouve sur le site internet du FSSF lors de l'activation du service. Lorsque nous avons tenté d'activer la carte SIM en ligne, on nous demandait de lire, puis d'accepter les « Conditions – Petro-Canada Mobilité » en cochant une déclaration qui confirmait que nous les avons lues et comprises. Ces conditions indiquent, au tout début :

*Le présent Accord régit la vente et la prestation de services sans fil (« Service » ou « Services ») par Petro-Canada, Ztar Mobile et par toute société mère et filiale (« nous », « on », « notre » ou « PetroCanada MobilitéMC ») envers vous. Cet Accord est une entente entre vous (l'acheteur ou l'utilisateur des Services) et nous. D'autres lois peuvent également régir la prestation de nos Services envers vous. Ces lois sont incorporées dans leur intégralité par la présente référence, contenue dans cet Accord, comme si elles étaient décrites dans le présent Accord. Veuillez lire attentivement les présentes modalités. Les présentes modalités constituent un accord exécutoire entre vous et nous. Ces modalités contiennent des renseignements importants au sujet de vos droits, et demandent à ce que certains litiges éventuels soient résolus en arbitrage, et non par un tribunal. Nous nous réservons le droit de modifier ces modalités à tout moment, à notre entière discrétion. Vous serez lié à toute modification des modalités relatives au Service une fois que celle-ci sera affichée sur notre site Web à l'adresse [mobility.petro-canada.ca/fr](http://mobility.petro-canada.ca/fr)<sup>74</sup>.*

Le texte des Conditions porte la seule mention de l'existence du contrat ; cela ne sera plus mentionné ni lors de l'ouverture d'un compte en ligne ou de l'achat d'un forfait / de services payables à l'utilisation, ni lors du réapprovisionnement.

Les modalités de service contiennent le même type d'information que celles des autres FSSF étudiés, toujours en aussi grande quantité et toujours pas très claire. Pour avoir accès à certains renseignements sur le service, il faut de plus accéder à des hyperliens supplémentaires indiqués dans le document. Le document qui énonce les modalités de service propose de l'information pour plusieurs sujets, souvent ramassée dans un unique et long paragraphe (dont un impressionnant bloc d'environ 70 lignes), ce qui rend la lecture difficile.

---

<sup>74</sup> **PETRO-CANADA MOBILITÉ.** « Modalités » [Mobility.petro-canada.ca](http://mobility.petro-canada.ca), Calgary, Alberta, Canada, sans date. [En ligne] [http://mobility.petro-canada.ca/fr/independent/221.aspx?\\_utma=128820109.1108915054.1432119308.1432119308.1432119308.1&\\_utmb=128820109.15.8.1432119458310&\\_utmc=128820109&\\_utmz=-&\\_utmv=-&\\_utmk=129442828](http://mobility.petro-canada.ca/fr/independent/221.aspx?_utma=128820109.1108915054.1432119308.1432119308.1432119308.1&_utmb=128820109.15.8.1432119458310&_utmc=128820109&_utmz=-&_utmv=-&_utmk=129442828) (page consultée le 26 février 2015).

Nous devons souligner que l'information que nous avons reçue de la part de ce FSSF en ce qui a trait au service choisi est défailante : nous avons dû procéder au choix et à l'approvisionnement du service sans jamais être informés du coût d'une minute ou de celui d'un message texte envoyé/reçu (puisque nous avons choisi ce que Petro-Canada Mobilité appelle le « Plan n'importe quand »). Nous avons dû faire une recherche par nous-mêmes – hors du processus d'achat – sur le site internet du FSSF pour trouver cette information.

Quant à l'information que le FSSF doit fournir au consommateur pour se conformer au Code (les références en gras au début des sections se rapportent aux articles du Code):

**A.2** : Le FSSF doit « s'assurer que les prix sont présentés clairement dans le contrat et doit indiquer si ces prix comprennent les taxes » : lors du processus d'approvisionnement en ligne, au tout début, lorsqu'on choisit ce que l'on souhaite acheter (soit le montant de recharge que nous souhaitons ajouter à notre compte – « Plan n'importe quand »), on nous indique le prix de cette recharge, sans nous indiquer s'il inclut les taxes ou non (et sans indiquer les prix de l'utilisation à la minute). Lors du paiement, on nous indique cependant que les taxes sont en sus, ainsi que leur montant de façon séparée et le total à payer.

**B.2 i)** : Le fournisseur doit informer le client des conditions et frais s'appliquant au solde des SSF prépayés : on trouve de l'information reliée au solde dans différentes parties des Modalités de service : « Enregistrement, activation et utilisation de nos téléphones et services », « Recharge de votre compte Petro-Canada Mobilité », etc. L'information existe donc, mais n'est pas facile à rassembler, puisqu'elle n'est pas clairement identifiée et qu'elle se trouve éparpillée dans plusieurs sections.

**B.2 ii)** : Le fournisseur doit expliquer au client comment vérifier son solde, communiquer avec le service à la clientèle et porter plainte au CPRST : aucune information ne peut être trouvée au sujet de ces trois éléments dans les modalités de service.

L'information reliée à la vérification du solde pourra être trouvée dans le compte client en ligne. Quant à la manière de communiquer avec le service à la clientèle, on nous fournit lors de l'activation en ligne le numéro de téléphone pour contacter ce service au cas où l'on aurait besoin d'aide avec l'activation. Pour ce qui est de la référence au CPRST, nous n'en retrouvons aucune mention dans les modalités de Petro-Canada Mobilité.

## **h) Chatr**

**Chatr** se distingue en remettant au consommateur, à l'achat de la carte SIM, un kit qui inclut une brochure qui contient certains renseignements essentiels (ex. : comment activer la carte SIM, payer, réapprovisionner son compte, vérifier le solde, etc.) présentés en langage clair, ainsi qu'un mini livre intitulé « Modalités de service, politique d'utilisation acceptable et politique de confidentialité », qui comprend l'ensemble des documents qui lient le consommateur. Ce document est très lisible, écrit en gros caractères, mais n'est pas toujours très clair ; malgré la très grande quantité d'information qu'il contient, il ne comporte pas de table des matières qui en rendrait la consultation moins ardue.

Lors de l'activation en ligne, on retrouve aussi une case à cocher pour confirmer que les modalités de service du fournisseur ont été lues, comprises et acceptées. Une mention semblable se retrouve en page 5 du livret remis au consommateur lors de l'achat de la carte SIM, qui indique que le client reconnaît avoir eu l'occasion de prendre connaissance de **tous** les documents et accepter toutes leurs dispositions :

*Les présentes modalités de service (les « Modalités ») régissent l'utilisation des Services. Votre entente de service (en sa version modifiée), tous les dépliants ou documents en ligne de chatr décrivant les forfaits, les caractéristiques, les services ou les produits auxquelles vous vous êtes abonné ou que vous avez achetés, ainsi que tous les autres documents intégrés aux présentes par renvoi explicite (collectivement, les « Documents »), constituent avec les présentes Modalités l'entente conclue avec vous<sup>75</sup>.*

Quant à l'information que le FSSF doit fournir au consommateur pour se conformer au Code (les références en gras au début des sections se rapportent aux articles du Code):

**A.2** : Le FSSF doit « s'assurer que les prix sont présentés clairement dans le contrat et doit indiquer si ces prix comprennent les taxes » : lors du paiement en ligne, on nous indique que le prix du forfait n'inclut pas les taxes.

**B.2 i)** : Le fournisseur doit informer le client des conditions et frais s'appliquant au solde des SSF prépayés : dans le livret, on trouve dès la page 5, dans une section intitulée « Frais ; renseignements sur les comptes et les paiements », des renseignements sur les conditions et les frais s'appliquant au solde. L'information se relève toutefois assez complexe.

**B.2 ii)** : Le fournisseur doit expliquer au client comment vérifier son solde, communiquer avec le service à la clientèle et porter plainte au CPRST : ces renseignements se retrouvent à plusieurs endroits dans le livret qui contient les modalités de service, ainsi que, pour les deux premiers, dans la brochure.

---

<sup>75</sup> Les modalités de services de Chatr peuvent aussi être lues [En ligne] à l'adresse suivante : [https://www.chatrwireless.com/web/chatr.portal;jsessionid=Pzh9VJ1hGJRJ6tRxSFCK2GRrJ15HDCwp1jR01LQtqNf5K1RpyqyH!-41530798!806384919?\\_nfpb=true&\\_pageLabel=GCT&\\_nfls=true&setLanguage=fr&template=termsofservice](https://www.chatrwireless.com/web/chatr.portal;jsessionid=Pzh9VJ1hGJRJ6tRxSFCK2GRrJ15HDCwp1jR01LQtqNf5K1RpyqyH!-41530798!806384919?_nfpb=true&_pageLabel=GCT&_nfls=true&setLanguage=fr&template=termsofservice) (page consultée le 26 février 2015).



**i) En bref**

La plupart des compagnies indiquent qu'aucun contrat n'existe dans le cadre des SSF prépayés. Cependant, toutes ces compagnies exigent du consommateur, lors de l'activation en ligne du service, qu'il affirme avoir lu, compris et accepté les modalités de service qui constituent un contrat entre les parties.

Il va sans dire que ces documents sont loin d'être aisément compréhensibles, et sont souvent même quasi illisibles : les phrases et les paragraphes sont inutilement longs, les formulations souvent complexes, voire tarabiscotées – le langage juridique continue d'être la norme. Ce constat contredit les déclarations des FSSF, qui estimaient en 2014 que leurs contrats étaient clairs et qu'ils ne requéraient aucune modification.

Les *modalités de service* sont souvent accompagnées de plusieurs autres documents (incluant par exemple les politiques de confidentialité). Les renseignements qui s'y trouvent sont, pour plusieurs, importants. La somme de ces textes, renseignements et dispositions, rédigés en outre dans un langage plutôt inaccessible au consommateur moyen, fait en sorte qu'il est illusoire de croire que le consommateur en prendra connaissance en entier et comprendra le tout. Comme nous l'avons noté, cette somme pourrait déjà être considérablement réduite si les documents à lire ne comprenaient que les renseignements pertinents au service que le consommateur acquiert.

En effet, les modalités de service qui sont proposées aux consommateurs régissent habituellement (sauf pour les entreprises qui n'offrent qu'un seul service) l'ensemble des services mobiles : prépayés et postpayés, messages textes, services de données, administration des comptes. L'information qui concerne tous les types de SSF se retrouve alors à la même place, dans le même contrat, éparpillée et parfois mélangée, ce qui rend parfois impossible de savoir quelles sont exactement les dispositions qui s'appliquent aux prépayés. Même si le FSSF arrive dans certains cas à préciser que certains renseignements s'appliquent spécifiquement aux prépayés, d'autres renseignements qui se retrouvent noyés dans le document pourraient aussi trouver application.

En plus de ne pas être claire, cette information est aussi, souvent, défailtante en regard des exigences du Code sur les services sans fil. La majorité des FSSF étudiés fournissent aux consommateurs de prépayés, par l'entremise des modalités de service, lors des transactions en ligne, l'information reliée aux frais et conditions qui peuvent s'appliquer au solde. La manière de vérifier le solde, de communiquer avec le service à la clientèle ou avec le CPRST est généralement communiquée. Cependant, certains de ces FSSF, au moment de notre enquête, ne donnaient à aucun moment aux consommateurs l'information concernant le CPRST<sup>76</sup>.

---

<sup>76</sup> Parmi ces compagnies, notons que Rogers avait mentionné dans son rapport de conformité, en janvier 2014, que Fido n'avait pas encore inclus cette information dans son contrat. Cependant, notre enquête a révélé qu'en date du 15 mai 2015, l'ajout n'a toujours pas été effectué.

Voir : **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TELECOMMUNICATIONS CANADIENNES (CRTC)**. « Rapports de conformité », *DM#2054759 – 2012-557 – Compliance Report – Rogers – RogersCRTC26Nov13-1 Abridged*, CRTC, Ottawa, Ontario, Canada, 15 janvier 2014, 21 pages. Voir p. 1. [En ligne] <https://services.crtc.gc.ca/pub/instances-proceedings/Default-Default.aspx?Lang=fra&YA=2012&S=C&PA=t&PT=nc&PST=a#2012-557> (document consulté le 15 mai 2015).

### **3.4.4 Présence et teneur de documents fournis après la conclusion du contrat**

Suite à la conclusion des contrats de SSF postpayés, les FSSF ont l'obligation de faire parvenir aux consommateurs un résumé du contrat qui comprend les renseignements prescrits par le CRTC. Comme nous l'avons vu, cette obligation n'a pas été imposée aux fournisseurs dans le cas des prépayés, mais le CRTC leur suggérait fortement l'adoption de cette pratique. Cette suggestion n'a malheureusement pas été retenue par les fournisseurs.

Cinq des huit fournisseurs nous ont quand même contacté suite à la conclusion du contrat. Des quatre courriels reçus, l'un comprenait la facture (Petro-Canada); un second confirmait la réception de notre demande d'activation (PC Mobile), un autre confirmait le forfait acheté (Koodo), et le quatrième (Bell) nous donnait à nouveau le lien vers notre « entente de service » (c'est-à-dire les Modalités auxquelles nous avons accédé à partir du lien inscrit sur la carte SIM) et nous invitait à ouvrir un compte client en ligne à partir duquel il est possible de :

- Consulter votre solde et faire des paiements
- Voir l'explication détaillée des frais
- Consulter et changer votre forfait ou vos options
- Vérifier votre utilisation de données
- Gérer votre Forfait partageable

Telus, de son côté, nous a envoyé deux messages textes, nous informant de moyens pour vérifier notre solde par téléphone ou pour contacter le service à la clientèle.

Les trois autres (Fido, Virgin, Chatr) ne nous ont envoyé ni message texte, ni courriel avec information résumée ou personnalisée.

### **3.4.5 Paiement**

Afin de respecter la méthodologie de notre recherche, nos achats de minutes/forfaits prépayés ont été effectués en ligne, sur le site internet de chaque fournisseur. Il est arrivé souvent que nous choissions un forfait lors de l'activation de la carte SIM, et que nous ne soyons pas obligés de payer sur-le-champ. Dans ces cas, nous avons dû procéder plutôt à un approvisionnement.

Nous avons cependant observé ceci : lorsque nous devons approvisionner notre compte pour avoir accès à un certain forfait (qui coûtait par exemple 15,75 \$), nous devrions ajouter plus d'argent que le prix de ce forfait (puisque les cartes ou les blocs de prépayé sont souvent vendus pour 10 \$, 15 \$, 20 \$, etc.). Pour ce qui est de notre exemple – le forfait de 15,74 \$ -, nous devrions acheter une « carte » de 20 \$ afin de couvrir le prix, puisqu'il n'est pas possible d'acheter simplement la somme exacte du forfait. Cette « carte » de 20 \$ acquittait alors le prix du forfait et l'excédent de 3,75 \$ pouvait être utilisé pour des « utilisations à la minute », et ce, malgré que le consommateur ait choisi d'avoir un forfait. Par exemple, il peut choisir un forfait de 15\$ plus taxes pour lequel il a droit d'envoyer et recevoir des messages textes illimités, mais aucune minute d'appel. L'excédent pourrait alors lui servir pour effectuer des appels, qui seront facturés à la minute, selon le prix qu'impose le FSSF (prix qui n'est pas toujours connu lors de

la conclusion du contrat – surtout lors de la conclusion d'un contrat à forfait. Le consommateur peut également acheter des options avec l'excédent, lorsque le montant le lui permet (s'il suffit pour payer l'option), soit, lorsque par ex. l'excédent est de 5 \$, parfois les FSSF lui offrent d'acheter à ce prix l'accès à 200 minutes, à la place qu'il paye environ 0,50 \$ la minute.

### **3.4.6 Facturation de frais additionnels**

Notre enquête sur les achats de SSF prépayés effectués en ligne a révélé que, dans le cas de SSF prépayés, l'utilisation des minutes ou autres services qui pourraient être excédentaires est impossible ; le consommateur ne pourra utiliser le service que si un crédit suffisant a été déposé sur son compte. Pour que le service puisse continuer à être utilisé, le compte, une fois épuisé, devra être réapprovisionné.

Cette information n'est cependant pas si claire dans les modalités de service des FSSF, qui prévoient des dispositions au cas où le client dépasserait la limite, sans toutefois préciser si ces dispositions s'appliquent uniquement aux SSF postpayés<sup>77</sup>.

Le consommateur ne pourra donc utiliser plus que le montant porté à l'avance à son compte, mais il pourra quand même voir son compte débité de montants imprévus : on rappellera notre expérience avec Telus, chez qui nous avons acheté des minutes à l'utilisation (plutôt qu'un forfait), et qui a débité notre compte pour couvrir des frais mystérieux, qui ne nous ont jamais été expliqués.

Certains fournisseurs offrent la possibilité de payer par débit préautorisé automatique sur carte de crédit le réapprovisionnement du compte – à date fixe, ou aussitôt que le contenu du compte frôle un certain seuil. Sans que cela puisse se qualifier de frais additionnels, ce mode de paiement nous éloigne considérablement d'une conception du service qui permet au consommateur le plein contrôle de ses dépenses de sans fil.

---

<sup>77</sup> Voir par exemple : **VIRGIN MOBILE**. « Modalités de service », Virgin Mobile, Ottawa, Ontario, Canada, section 9 [En ligne] <http://www.virginmobile.ca/fr/support/legal-terms.html?province=ON&geoResult=failed> (page consultée en date du 25 mai 2015). « Qu'arrive-t-il si je dépasse les limites d'utilisation de mon Forfait ou d'une Option? Vous devrez payer des frais supplémentaires. L'Utilisation excédentaire vous sera facturée aux tarifs à l'utilisation publiés à l'adresse [virginmobile.ca/tarifs](http://www.virginmobile.ca/tarifs), à moins que votre Forfait ou les Options que vous avez choisies ne prévoient un tarif différent ». Le même type de formulation peut être retrouvé chez Bell. Voir : **BELL CANADA**. « Modalités de service de Bell Mobilité », Bell, Ottawa, Ontario, Canada, 2015, section 9 [En ligne] [http://www.bell.ca/Modalites\\_de\\_service\\_de\\_Bell\\_Mobilite#Agreement](http://www.bell.ca/Modalites_de_service_de_Bell_Mobilite#Agreement) (page consultée le 15 mai 2015).

### **3.4.7 Copie du contrat**

Aucun des huit fournisseurs ne nous a envoyé de copie personnalisée du contrat ou de résumé après la conclusion des ententes de SSF prépayés en ligne.

Les modalités de service présentées en cours d'achat sont souvent impossibles à imprimer aisément telles que présentées (lorsqu'elles se trouvent dans une fenêtre déroulante, par exemple) – Koodo facilite la tâche en mettant à disposition un bouton pour imprimer. Chez certains autres fournisseurs, les modalités de service étaient imprimables, mais seulement à partir des fonctions du navigateur et seulement, pour ce qui est de la copie affichée à ce moment, avant l'acceptation du contrat.

Il est généralement possible de trouver ailleurs sur le site, en cherchant un peu, les modalités des différents fournisseurs ; on peut tout de même estimer, dans ces cas, que le contrat n'a été à proprement dire « fourni » par le commerçant. Et ces documents ne présentent quand même pas toujours de bouton d'impression.

## **3.5 Résultats de l'enquête menée par téléphone**

Suite à l'enquête menée en ligne, qui s'est avérée plus longue et complexe que nous l'avions prévu, nous avons mené l'enquête par téléphone. Nous avons donc procédé par téléphone à l'activation des cartes SIM achetées en vue de cette étape ainsi qu'à l'achat de forfaits/minutes à l'utilisation de services prépayés.

Les compagnies qui ont fait l'objet de cette partie de l'enquête sont : Koodo, Virgin Mobile, Rogers, Petro-Canada Mobilité, Bell, Chatr, PC Mobile et Fido.

Pour présenter nos résultats d'une manière qui facilite également la lecture du présent rapport, et puisque nous avons utilisé les mêmes questions pour tous les modes d'achat, nous allons utiliser ici les mêmes sous-titres que ceux que nous avons employés à la section précédente (5.1). Cependant, lorsque les réponses qui s'appliquaient à l'achat par Internet s'appliquent ici aussi, nous renverrons à la section pertinente de la section précédente.

### **3.5.1 Frais d'activation**

Parmi les huit FSSF étudiés, Koodo et Fido ont été les seuls à nous avoir imposé des frais d'activation de 15 \$ et 1 \$, respectivement. Dans les deux cas, les préposés qui nous ont assisté par téléphone pour conclure l'achat nous ont informé des coûts avant la conclusion du contrat.

### **3.5.2 Activation de la carte SIM possible sans l'achat des SSF prépayés?**

Comme pour les achats effectués par Internet, il était possible dans tous les cas étudiés d'activer la carte SIM sans être obligé d'acheter immédiatement des forfaits/minutes.

### 3.5.3 Communication du contrat

Comme nous l'avons indiqué plus haut, certains FSSF mentionnent déjà sur leurs cartes SIM qu'en utilisant le service, le consommateur accepte les *Modalités de service* de la compagnie (Bell, Virgin, Koodo et PC Mobile), qui constituent un contrat entre le FSSF et le consommateur. La carte SIM de Rogers (qui n'a pas été étudiée dans la section précédente) ne porte pas de telle mention.

Ayant constaté auparavant que les FSSF possèdent tous des documents similaires qui présentent, sous des titres comme « modalités de service » ou « conditions de service », l'essentiel de l'entente entre le fournisseur et son client – et Rogers ne déroge pas à la règle –, nous nous attarderons ici sur la question de leur divulgation.

Lors des transactions conclues par téléphone, les FSSF divulgent-ils au consommateur l'existence et la portée de ce document? Si oui, à quel moment? Sinon, quelle est l'information qui est offerte au consommateur lors de l'achat par téléphone, et qui est surtout en lien avec les éléments essentiels et les droits et obligations qui se retrouvent énoncés dans ces documents?

Dans six des huit cas (Koodo, Virgin, Rogers, Petro-Canada Mobilité, Bell, PC Mobile, Fido), les préposés auprès desquels nous avons effectué nos achats nous ont clairement dit qu'il n'existe tout simplement pas de contrat dans le cas des SSF prépayés. Dans le cas de quatre de ces FSSF (Koodo, Rogers, Petro-Canada Mobilité et Fido), aucun document ou aucune indication même de l'existence d'un document qui constaterait les conditions de l'entente ne nous ont été donnés, et aucun des préposés ne nous a demandé si nous avons pris connaissance des modalités de service (auxquelles, rappelons-le, font référence la plupart des cartes SIM) ou si nous les acceptions.

Malgré que son préposé nous ait affirmé que nous n'allions pas avoir de contrat avec Virgin, ce FSSF s'est démarqué de ces quatre autres, puisqu'au début de l'appel, son système téléphonique automatique nous demandait d'appuyer sur la touche « 1 » de notre téléphone pour indiquer, avant de pouvoir continuer la transaction, que nous avons lu et que nous acceptions leurs « super modalités », nous indiquant une adresse Internet à laquelle nous pouvions nous rendre pour y avoir accès.

Chez Bell, c'est lors du réapprovisionnement que le système automatique téléphonique nous avisait que : « En réapprovisionnant votre compte, vous comprenez et acceptez les Modalités qui peuvent être consultées à l'adresse [bell.ca/modalitésmobilité](http://bell.ca/modalitésmobilité). », sans toutefois nous demander de confirmer cette acceptation. Lors de l'activation de la carte SIM et l'obtention du numéro de téléphone, aucune information semblable ne nous a été fournie.

La préposée de Chatr nous a pour sa part indiqué qu'il n'y a pas de contrat, mais plutôt une entente... Après que nous ayons choisi le forfait que nous voulions activer, la préposée nous a demandé si nous acceptions les termes et conditions de Chatr. Lorsque nous lui avons demandé de quoi s'agissait-il, elle a répondu en nous fournissant des renseignements qui en faisaient partie (ex. : la manière utilisée par Chatr pour calculer la date de paiement, le fait que les achats de minutes ne sont pas remboursables, le maximum de temps pendant lequel Chatr réserve le numéro de téléphone si le compte n'est pas réapprovisionné, etc.). Après plusieurs

minutes, elle nous a dit ne pas pouvoir tout lire, car sinon « on y passerait la soirée ». La liste semblait en effet inépuisable et cette longue énumération, au téléphone, devenait lassante.

Comme nous le mentionnions, la carte SIM de Rogers ne fait mention de l'existence d'aucun document ou conditions de service que le consommateur devrait consulter avant d'activer et d'utiliser le service. Lors de l'achat par téléphone, le préposé ne nous a rien indiqué à cet effet non plus. Cependant, lorsque nous sommes allé consulter son site Internet, Rogers y spécifiait qu'il n'y avait pas de contrat à durée déterminée dans le cas des SSF prépayés. Lorsque nous nous sommes inscrit au compte en ligne, nous avons remarqué que, contrairement aux autres FSSF, on ne nous demandait à aucun moment de lire et d'accepter quelques modalités ou conditions d'utilisation. Au bas des pages du site Internet de Rogers se trouve pourtant un lien vers des Modalités de service qui ressemblaient de très près à celles des autres FSSF étudiés jusqu'à présent :

*Les présentes modalités de service (les « Modalités ») régissent l'utilisation des Services. Votre entente de service (en sa version modifiée), tous les dépliants ou documents en ligne de Rogers décrivant les forfaits, les caractéristiques, les services ou les produits auxquels vous vous êtes abonné ou que vous avez achetés, tous les guides d'utilisateur actuellement en vigueur, ainsi que tout autre document intégré aux présentes par renvoi explicite (collectivement, les « Documents »), constituent avec les présentes Modalités l'entente conclue avec vous (l'« Entente de service »). Vous pouvez conclure plus d'une Entente de service avec nous. En cas d'incohérence entre les Documents et les présentes Modalités, les présentes Modalités auront préséance<sup>78</sup>.*

Comme ceux des autres FSSF, ce document contient beaucoup trop d'information sur divers sujets non reliés et le langage dans lequel il est rédigé n'est ni clair, ni compréhensible.

Quant aux renseignements que les FSSF doivent obligatoirement donner au consommateur pour se conformer au Code (Les références en gras au début des sections se rapportent aux articles du Code) :

**A.2** : Le FSSF doit « s'assurer que les prix sont présentés clairement dans le contrat et doit indiquer si ces prix comprennent les taxes » : le prix du forfait choisi nous a toujours été dit par le préposé au téléphone. Quant à l'information qui concerne les taxes, dans la majorité des cas, les préposés ne nous ont pas fourni spontanément ce renseignement. Nous l'avons eu à quelques reprises lorsque nous avons posé la question aux préposés (Koodo – après le paiement, Rogers, Petro-Canada Mobilité, Bell et Fido).

Les préposés de Chatr et Pc Mobile sont les seuls qui nous aient indiqué clairement le montant avant et après taxes.

Quant à Virgin, nous avons procédé à l'activation de la carte SIM et du compte, sans pouvoir procéder au réapprovisionnement par téléphone<sup>79</sup> ; lors de ces étapes, on ne nous a fourni aucune information quant aux taxes.

---

<sup>78</sup> **ROGERS COMMUNICATIONS**. « Modalités de service Rogers », Rogers, Toronto, Ontario, 2015, 11 pages, p. 1. [En ligne] [http://www.rogers.com/cms/pdf/fr/About/TOS\\_Fr.pdf](http://www.rogers.com/cms/pdf/fr/About/TOS_Fr.pdf), (document consulté le 20 mai 2015).

<sup>79</sup> L'achat de minutes exigeait que le paiement soit fait à partir d'une carte de crédit émise au nom de détenteur du compte, que nous avons activé sous un nom fictif.

**B.2 i) :** Le fournisseur doit informer le client des conditions et frais s'appliquant au solde des SSF prépayés : comme pour les contrats conclus en ligne, l'information relative aux conditions et aux frais s'appliquant au solde des SSF prépayés se retrouve, le cas échéant, en ligne, dans les Modalités de services. Pour Bell, Virgin, Koodo et PC Mobile, les réponses seront donc les mêmes que celles qui apparaissent à la section précédente du présent rapport.

Précisons que, lors de l'achat par téléphone auprès de Koodo, Rogers<sup>80</sup>, Petro-Canada Mobilité, PC Mobile et Fido, on ne nous a donné aucune information relativement aux conditions et frais s'appliquant au solde. La préposée de Bell nous a indiqué uniquement le moment où le solde expire, mais seulement après que nous ayons posé la question à ce sujet. Dans le cas de Fido, nous avons posé la question et la préposée nous a informé que le solde expire après 30 jours si on ne réapprovisionne pas le compte, mais que nous avons 7 jours de plus en tant que délai de grâce pour le faire.

La préposée de Chatr qui a effectué la transaction nous a informé du moment exact dans la journée où expire notre solde, ainsi que du fait que le réapprovisionnement ne peut se faire pour moins d'un mois complet, même s'il peut arriver que nous n'ayons besoin du service que pour une journée. Elle nous a aussi informé que notre numéro de téléphone sera réassigné si nous ne faisons aucun paiement pendant 6 mois consécutifs.

Comme nous n'avons pu conclure la transaction chez Virgin, nous n'avons pas eu l'occasion de vérifier si ces renseignements étaient fournis.

**B.2 ii) :** Le fournisseur doit expliquer au client comment vérifier son solde, communiquer avec le service à la clientèle et porter plainte au CPRST : les réponses sont ici les mêmes que celles qui apparaissent à la section précédente dans les cas de Bell, Virgin, Koodo et PC Mobile.

Ajoutons que Koodo, lors de l'achat par téléphone, nous a indiqué un numéro à composer pour contacter le service à la clientèle et/ou pour vérifier notre solde. En aucun temps on ne nous a cependant informé d'une quelconque possibilité de porter plainte au CPRST ou du moins de son existence.

Dans les cas de Rogers et Petro-Canada Mobilité, on ne nous a rien indiqué lors de l'activation et du choix du forfait effectués par téléphone au sujet de la vérification de son solde ou des moyens de communiquer avec le service à la clientèle ou de porter plainte au CPRST.

Lorsque nous avons demandé aux préposés de Rogers et Fido<sup>81</sup> de quelle manière on pouvait vérifier notre solde, ils nous en ont informé, et nous ont aussi indiqué comment communiquer avec le service à la clientèle. Chez PC Mobile, nous avons également obtenu l'information sur la manière de vérifier notre solde après l'avoir demandé.

Aucune allusion n'a été faite, à aucun moment, par les préposés de ces trois compagnies sur la manière de porter plainte au CPRST.

---

<sup>80</sup> *Op. Cit.*, Note 71, **ROGERS**. « Modalités de service Rogers ». Voir en p. 10, on trouve pourtant (au paragraphe 51) de l'information à ce sujet.

<sup>81</sup> Nous avons reçu un message texte de Fido après l'activation, dans lequel on nous indiquait comment vérifier notre solde.



Dans le cas de l'achat effectué auprès le Bell, lors du premier appel – lorsque nous avons activé la carte SIM et obtenu le numéro de téléphone – nous avons demandé au préposé comment vérifier notre solde, mais il nous a dit que cette information nous sera donnée lorsque nous appellerons pour approvisionner notre compte. Suite à l'activation, nous avons reçu un message texte qui nous indiquait que nous pouvions vérifier le solde de notre compte en accédant à une certaine adresse Internet. Malgré nos attentes, le préposé, lorsque nous avons procédé au réapprovisionnement par téléphone, ne nous a informé de manière claire et directe ni sur la façon de vérifier notre solde ni sur les moyens de contacter le service à la clientèle ou le CPRST. Tel que nous l'avons précisé plus haut, le système automatique nous a cependant indiqué qu'en réapprovisionnant le compte, nous acceptions les Modalités du FSSF, mais sans plus de détails<sup>82</sup>.

La préposée de Chatr nous a indiqué comment vérifier notre solde et comment communiquer avec le service à la clientèle. Aucune mention n'a été faite au sujet du CPRST. Cette information peut cependant être trouvée dans le livret qui nous a été fourni avec la carte SIM.

Comme nous n'avons pu conclure la transaction chez Virgin, nous n'avons pas eu l'occasion de vérifier si ces renseignements étaient fournis.

### 3.5.4 Présence et teneur de documents fournis après la conclusion du contrat

Après l'achat, quatre des FSSF nous ont envoyé des messages textes :

- Koodo – uniquement pour confirmer notre NIP<sup>83</sup> ;
- Virgin – pour nous aviser de la connexion, confirmer le numéro de téléphone qui nous a été attribué et notre forfait ; un autre message texte nous informait que notre solde était alors à zéro ;
- Bell – pour nous indiquer comment vérifier le solde ;
- Fido – pour confirmer notre numéro, nous indiquer comment consulter le solde et sa date d'expiration.

Aucun courriel n'a été reçu de la part de ces FSSF – la plupart d'entre eux ne nous avaient même pas demandé notre adresse courriel.

Chatr nous a envoyé un courriel, dans le but de nous donner le mot de passe temporaire à utiliser pour ouvrir une session en ligne.

Trois des FSSF qui ont fait l'objet de notre enquête par téléphone ne nous ont rien envoyé après la conclusion du contrat de prépayés, ni messages textes, ni courriels ou autres : Rogers, Petro-Canada Mobilité, PC Mobile.

---

<sup>82</sup> *Op. Cit.*, Note 66, **BELL CANADA**. « Modalités de service de Bell Mobilité ». L'information sur les moyens de communiquer avec le service à la clientèle et le CPRST se trouve aux paragraphes 63 et 65.

<sup>83</sup> Le code que le client doit donner aux préposés à la clientèle pour s'identifier.

### 3.5.5 Paiement

Lors de cette étape, nous avons acheté tous les forfaits/minutes à l'utilisation par téléphone.

Pour l'achat par téléphone, il était possible de procéder par carte de crédit. Cependant, dans la majorité des cas il était impératif que nous utilisions une carte de crédit émise au nom du détenteur du compte de SSF prépayés.

Dans certains cas, les préposés nous ont indiqué que la carte de crédit devait être absolument enregistrée dans le compte afin de pouvoir procéder au paiement. Elle pouvait ensuite être effacée (par exemple Rogers et Fido<sup>84</sup>).

Quant au moment du paiement des prépayés, les mêmes observations que celles faites à la section précédente du présent rapport s'appliquent.

### 3.5.6 Facturation des frais additionnels

Dans presque tous les cas étudiés (Fido constituant l'exception), les préposés, lorsque nous leur avons posé la question, nous ont affirmé qu'il était impossible de dépasser la limite et d'utiliser plus de minutes/messages textes que ce que ne nous le permettait le solde de notre compte. Si le solde était épuisé, il fallait absolument ajouter de l'argent dans le compte pour pouvoir procéder à des appels ou autres ; à défaut, il était impossible d'utiliser le service prépayé.

Nous n'avons pas pu obtenir l'information de la part du préposé de Fido. Nous avons donc tenté l'expérience. Nous avons épuisé les minutes que nous avons achetées, et avons pu constater qu'il était en effet impossible de dépasser la limite chez ce FSSF.

### 3.5.7 Copie du contrat

Dans tous les cas qui ont fait l'objet de l'enquête par téléphone, aucune copie d'aucun contrat ni aucun résumé n'a été reçue après la conclusion de l'achat par téléphone.

### En bref

Outre le fait que les FSSF ne respectent pas les exigences prévues au Code du sans-fil, l'information que le consommateur reçoit en utilisant le mode d'achat par téléphone est encore plus déficiente que celle à laquelle il a accès lorsqu'il achète par Internet. De plus, des frais d'activation sont parfois imposés au consommateur pour ce mode d'achat, alors que ce n'est pas le cas alors que le consommateur active la carte SIM autrement.

---

<sup>84</sup> Nous avons demandé au préposé de Fido, après avoir procédé au paiement du forfait, d'enlever la carte de crédit du compte, ce qu'il nous a confirmé avoir fait. Cependant, après avoir procédé à l'ouverture d'un compte en ligne pour faire des vérifications, nous avons été étonnés de voir que la carte de crédit se trouvait toujours reliée au compte.

## **3.6 Résultats de l'enquête menée en personne directement en magasin**

La dernière étape de l'enquête a été de procéder à l'achat de SSF prépayés en magasin. Pour ce faire, nous avons convenu de visiter les kiosques de quatre FSSF (Fido, Telus, Bell, Petro-Canada Mobile), ainsi que deux commerces de détail à Montréal (achat de Chatr chez Wave Wireless et de Rogers chez Future Shop). Nous avons prévu acheter les cartes SIM sur place, puis demander aux préposés de les activer, pour ensuite leur acheter des forfaits/minutes.

Cette étape n'a pas été plus simple que les achats effectués par Internet ou par téléphone, se révélant même parfois éprouvante.

Puisque nous n'avons pas remarqué de différence entre les achats faits dans les kiosques des FSSF mêmes et ceux faits auprès des commerces au détail, nous allons présenter ensemble les données de cette portion de l'enquête.

### **3.6.1 Frais d'activation**

Les FSSF ne nous ont pas imposé des frais d'activation lors des achats en magasin<sup>85</sup>.

### **3.6.2 Activation de la carte SIM possible sans l'achat des SSF prépayés?**

Dans tous les cas, tout comme pour les achats effectués en ligne et par téléphone, il était possible d'activer les cartes SIM sans avoir à acheter immédiatement de forfaits/minutes.

### **3.6.3 La communication du contrat**

Les préposés de Fido et de Telus nous ont affirmé que leurs SSF prépayés ne faisaient l'objet d'aucun contrat. Ils ne nous ont pas non plus mentionné l'existence des Modalités de service.

Les préposés des autres FSSF étudiés n'ont pas fait non plus mention des Modalités de services de leurs compagnies. Le préposé qui a procédé à la transaction de Bell nous a toutefois remis, à l'achat, un document d'une page intitulé « Résumé des renseignements essentiels », et fait signer un document d'une page, intitulé « Notre entente », au bas duquel on peut lire :

---

<sup>85</sup> Un des préposés de Bell auxquels nous avons parlé au kiosque nous a toutefois demandé de payer des frais d'activation de 20 \$, nous indiquant que c'était la norme lors d'une activation en personne. Nous nous sommes adressé à un autre préposé, qui ne nous a imposé aucuns frais.

Vous convenez **(a)** avoir lu et compris le résumé des renseignements essentiels, les modalités de service de Bell ci-jointes et toute déclaration et/ou autorisation de prélèvement automatique qui y sont jointes (collectivement appelées notre « entente ») ; **(b)** être lié par toutes les modalités figurant dans votre entente et **(c)** qu'il vous incombe de payer tous les frais engagés conformément aux dispositions de l'entente, y compris les frais engagés par des personnes utilisant vos services ou votre appareil. (*nos soulignés*)

Les « Modalités de services » ne nous ont toutefois jamais été remises.

Telus et Chatr ne nous fournissent aucun document lors de l'achat en kiosque, et ne font non plus aucune mention des Modalités de service. Les préposés ne nous ont pas remis non plus le support de la carte SIM ; nous n'avons ainsi pu voir aucune mention relative à quelque entente que ce soit.

### **3.6.4 Présence et teneur de documents fournis après la conclusion du contrat**

Contrairement à ce qui s'est passé lors des achats conclus par téléphone et par Internet, certains FSSF (trois) nous ont remis un document comportant les renseignements essentiels de la transaction.

Le préposé avec lequel nous avons conclu la transaction de Bell nous a remis – avant paiement – un document d'une page intitulé « Résumé des renseignements essentiels » (qu'il nous a aussi fait parvenir par courriel), accompagné d'une copie des Modalités de service et d'un document qui porte sur l'engagement de Bell en matière de protection des renseignements personnels.

Fido nous a remis après l'achat un document de deux pages intitulé « Entente de service sans fil – Renseignements essentiels » (malgré qu'il ait pris soin de nous dire qu'aucun contrat n'existait dans le cas des SSF prépayés). Aucun courriel n'a suivi.

Après l'achat de SSF Chatr effectué auprès d'un détaillant qui vendait les services de divers FSSF, ainsi que divers biens électroniques, le préposé nous a remis un document d'une page intitulé « your chatr order confirmation » sur lequel on retrouve de l'information sur le détenteur du service (nom, adresse, numéro), les détails reliés au service acheté, etc.

Suite à l'achat, le préposé de Telus nous a remis une carte de visite sur laquelle il a inscrit certains renseignements : les numéros où appeler pour vérifier le solde et communiquer avec le service à la clientèle. Telus nous a expédié un courriel pour nous inviter à ouvrir un compte en ligne.

Quant à l'information que le FSSF doit fournir au consommateur pour se conformer au Code (Les références en gras au début des sections se rapportent aux articles du Code) :

**A.2** : Le FSSF doit « s'assurer que les prix sont présentés clairement dans le contrat et doit indiquer si ces prix comprennent les taxes » : l'information quant au prix du service acheté nous a toujours été fournie lors de l'achat en personne.

Cependant, rien ne nous a été indiqué relativement à l'inclusion des taxes dans le prix lors de l'achat effectué directement en kiosque dans le cas de Fido, Telus, Bell et Chatr. Cependant, lorsque les préposés nous ont indiqué le prix final, nous avons déduit que les prix initialement indiqués ne les incluaient pas. On retrouve sur le document de Chatr « your chatr order confirmation », remis après la conclusion de la transaction, une mention à l'effet que le montant n'inclut pas les taxes.

**B.2 i)** : Le fournisseur doit informer le client des conditions et frais s'appliquant au solde des SSF prépayés : rien ne nous a été indiqué à propos de conditions ou de frais s'appliquant au solde des SSF prépayés lors de l'achat en kiosque chez Fido. Par contre, le résumé-entente qui nous a été remis indique que : si le solde du compte n'est pas suffisant pour payer le forfait, nous allons être facturés à l'utilisation. Aucune information supplémentaire n'apparaît pas à ce sujet.

Bell inscrit l'information relative aux conditions et aux frais s'appliquant au solde des SSF prépayés sur le « voucher » remis après la conclusion de l'achat, qui permet de réapprovisionner le compte : « Les fonds inutilisés expirent après cette période. Votre nouveau solde et la date d'expiration seront ajoutés à votre compte dans les 48 heures de l'ajout de fonds. » Ce type d'information ne se trouve pourtant pas sur le « Résumé des renseignements essentiels ». Ce document mentionne cependant : « Si vous dépassez l'utilisation comprise dans votre forfait ou changez de forfait, des frais d'utilisation excédentaire peuvent s'appliquer. Les frais d'utilisation excédentaires peuvent varier avec le temps. Consultez [bell.ca/mobilite](http://bell.ca/mobilite) pour connaître les frais en vigueur. »

Le document de Chatr, « your chatr order confirmation », donne un peu d'information qui semble porter indirectement sur certains frais ou conditions s'appliquant au solde, mais dont la clarté laisse à désirer :

*Pay-per-use services (including long distance calling not included with your plan) are made available to you on a per-usage basis with sufficient funds in your account and may be changed by chatr at any time without notice. For more information on pay-per-use services and charges not listed above, visit [chatrwireless.com](http://chatrwireless.com).*

Telus ne fournit aucun renseignement sur les conditions et frais s'appliquant au solde des SSF prépayés.

**B.2 ii)** : Le fournisseur doit expliquer au client comment vérifier son solde, communiquer avec le service à la clientèle et porter plainte au CPRST : le préposé de Fido ne nous a pas informé spontanément sur les façons de vérifier son solde, de communiquer avec le service à la clientèle ou de porter plainte au CPRST. Il nous a indiqué comment vérifier le solde lorsque nous lui avons posé directement la question. L'information relative au service à la clientèle et au CPRST se retrouve sur la deuxième page du document fourni par Fido.

Les préposés de Bell et Chatr ne mentionnent rien non plus sur les façons de vérifier son solde, de communiquer avec le service à la clientèle ou de porter plainte au CPRST. Cependant, l'information se trouve au « Résumé des renseignements essentiels » fourni par Bell, et, à l'exception de l'information sur les façons de vérifier son solde, à celui qui est remis par Chatr.

Le préposé du kiosque de Telus nous a indiqué comment vérifier notre solde et communiquer avec le service à la clientèle en inscrivant des numéros de téléphone sur une carte de visite...

### **3.6.5 Paiement**

Tous les achats ont été effectués à l'aide d'une carte de crédit. Contrairement à ce qui s'est produit lors des achats effectués par Internet et par téléphone, jamais on ne nous a imposé d'utiliser une carte de crédit au nom du détenteur du compte de SSF.

### **3.6.6 Facturation des frais additionnels possible?**

Lors des achats en personne, les préposés des FSSF enquêtés ne nous ont rien indiqué à propos de frais additionnels possibles.

### **3.6.7 Copie du contrat?**

Bell, Fido et Chatr semblent suivre la suggestion du CRTC et remettre aux consommateurs un résumé du contrat de SSF prépayés lorsque l'achat est fait directement en personne.

Aucune copie ne nous est fournie ou envoyée par Telus suite à l'achat.

Aucune copie des Modalités de services de ces FSSF ne nous est non plus fournie par trois de ces FSSF, Bell étant le seul qui en envoie une copie par courriel après l'achat.

## **En bref**

Il existe une très grande disparité dans les pratiques adoptées par les différents FSSF lors de la vente de services prépayés en magasin. Bien que trois des FSSF auprès de qui nous avons mené l'enquête suivent les recommandations du CRTC en remettant un résumé des renseignements essentiels suite à la conclusion du contrat, il demeure que l'ensemble des FSSF ne fait aucune mention des contrats ou des modalités de service lors de l'achat. Les FSSF ne se soumettent pas toujours aux exigences du Code quant à l'indication du prix et des taxes et fournissent une information incomplète quant aux conditions et frais applicables au solde des SSF prépayés. Notons également qu'il n'y a eu aucune mention du CPRST et des frais additionnels possibles lors de cette enquête en magasin.

## **3.7 Remarques générales au sujet des contrats de SSF prépayés**

Pendant notre enquête terrain, nous avons remarqué qu'il existe un problème de définition lorsqu'il s'agit de distinguer les SSF prépayés et les postpayés. Nous avons aussi relevé dans les contrats (ou modalités de services) des clauses douteuses. Nous aborderons ces questions dans les sous-sections qui suivent.

### **3.7.1 Les joies de l'achat de SSF prépayés**

#### **a) Achat de SSF prépayés de Bell par Internet**

Lorsque nous sommes allé sur le site Internet de Bell Canada pour activer la carte SIM, nous n'avons pas trouvé de plateforme d'achat par Internet. Nous avons alors tenté d'ouvrir un compte sur le site, ce qui n'a pas été possible, étant donné que nous ne possédions pas encore les renseignements nécessaires à l'ouverture d'un compte (numéro de compte, numéro de téléphone, etc.). Par contre, Bell propose aux consommateurs, sur son site, de clavarder avec un membre de leur équipe, ce que nous avons fini par faire.

Nous avons alors informé la préposée qui était en ligne à ce moment-là de notre désir d'activer la carte SIM directement en ligne et de procéder par la suite, toujours en ligne, à l'achat d'un forfait mensuel prépayé, et, dans les cas où, pour faire tout cela, nous devions avoir un compte ouvert, de nous indiquer comment l'ouvrir. Nous avons été transféré deux fois à des préposés différents, toujours dans la même session de clavardage. À chaque fois que nous demandions s'il existe une plateforme intégrée dans le site de Bell qui nous permette d'acheter en ligne leurs produits de services prépayés, les préposés insistaient pour activer eux-mêmes notre carte SIM, sans pourtant répondre à cette question. Nous avons fini par accepter de procéder ainsi.

#### **b) Achat de SSF prépayés de Bell directement en magasin**

En mars 2015, nous sommes allés au Centre Eaton à Montréal pour procéder à l'achat de SSF de Bell. Les préposés du premier kiosque que nous avons visité nous ont dit plutôt, sans plus d'explications, d'aller au Best Buy voisin pour procéder à l'achat. Best Buy nous a indiqué qu'il vendait les cartes SIM de ce FSSF, mais qu'il ne faisait pas d'activation de service sur place. De retour au kiosque initial, on nous prévient du fait que les prépayés chez Bell sont très chers... Le préposé semblant un rien réticent, nous avons décidé d'aller dans un autre kiosque, dans le même centre. Un préposé a alors commencé l'activation d'une carte SIM, mais a exigé une pièce d'identité, nous expliquant que tous les fournisseurs (sauf Chatr) requièrent une pièce d'identité pour une activation (ce qui est faux, comme nous le savions d'expérience du fait des achats précédents). Le préposé a ensuite entrepris de tenter de nous dissuader d'activer sur place, nous expliquant que l'activation sur Internet était préférable, car ce mode d'achat nous épargnerait les frais d'activation de 20 \$ qu'il se préparait à imposer.

Nous avons déclaré forfait... mais sommes retournés le lendemain à ce même kiosque, où officiait un préposé différent. Ce dernier ne nous à aucun moment demandé de fournir de pièce d'identité, ni de payer des frais d'activation. Il nous a de plus présenté un rabais applicable au forfait que nous désirions acquérir.



Cet achat auprès de Bell nous a laissé perplexe. Le fait d'avoir des renseignements (et des frais) aussi différents de la part du même FSSF, mais surtout dans un même kiosque, est très étonnant. S'il s'agit là du type d'expérience que vit le consommateur moyen, il y a lieu de se questionner sur le degré de protection qui doit être consenti aux consommateurs lors de l'achat de prépayé.

### 3.7.2 Clauses contractuelles douteuses

Comme nous l'avons vu, malgré que plusieurs compagnies insistent sur le fait qu'il n'y a pas de contrat entre le FSSF et le consommateur en matière de SSF prépayés, les documents intitulés « Modalités de service » (que les consommateurs doivent souvent accepter avant de pouvoir poursuivre la transaction) démontrent le contraire. Ce document représente justement l'entente que le consommateur conclut avec son fournisseur lorsqu'il achète un quelconque service de sa part.

Un contrat est un accord de volonté entre des parties qui s'engagent à une prestation. Si deux parties s'entendent, l'une pour fournir un service et l'autre pour le payer, il y a contrat. Le fait de nommer autrement cette rencontre de volontés n'y change rien. Le fait que l'exécution des prestations soit instantanée ou étendue dans le temps, de manière définie ou indéfinie, n'y change rien non plus. Un contrat à durée mensuelle ou à durée indéterminée n'est pas une absence de contrat. Prétendre le contraire pourrait bien être considéré comme une fausse représentation ou une assertion trompeuse.

En quoi donc cela importe-t-il? Il faut bien réaliser que le droit de la consommation est basé essentiellement sur le contrat de consommation. On parle de contrats d'adhésion, des clauses externes des contrats, des clauses abusives ou interdites insérées dans les contrats, la *Loi sur la protection du consommateur*, au Québec, s'applique aux contrats conclus entre un consommateur et un commerçant. Dans ce contexte : quels sont exactement, dans son esprit, les droits du consommateur à qui l'on répète que l'entente qu'il est sur le point de ou qu'il vient de conclure n'est justement pas un contrat?

Il faut se méfier de ces détournements de sens qui, sous des airs anodins, font en sorte que les consommateurs sont amenés à croire qu'ils disposent peut-être de moins de droits que ceux dont ils disposent en réalité. Virgin se vante gentiment « Nos avocats sont très bons pour tout expliquer<sup>86</sup>. » Il est peut-être temps d'intervenir, dans l'intérêt collectif et individuel des consommateurs, pour s'assurer que ces habiletés ne servent pas à dérouter les consommateurs et à faire dérailler les protections que le droit de la consommation tente de leur garantir.

Ce sont ces documents présentés sous les titres de « Modalités de service » ou autres dont plusieurs clauses nous laissent perplexes.

---

<sup>86</sup> VIRGIN MOBILE CANADA. « Avis légaux », Virgin Mobile, Ottawa, Ontario, Canada, sans date. [En ligne] <http://www.virginmobile.ca/fr/support/legal.html?itcid=FOT:24> (document consulté le 20 mai 2015).

Le Code sur les services sans fil mentionne à quelques reprises les documents connexes au contrat (incluant nommément les *politiques sur la protection des renseignements personnels* et les *politiques d'utilisation équitable*), qui doivent, au même titre que le contrat, être clairs, faciles à lire et comprendre, dont, dans le cadre d'un contrat de postpayé, le contenu doit être décrit au contrat et dont une copie permanente doit être remise au client. Le Code insiste donc sur la prise de connaissance par le consommateur de ces politiques qui pourront être invoquées par le commerçant qui veut en inclure les dispositions dans celles qui lient le consommateur.

Jusqu'où vont les FSSF dans leurs tentatives d'inclusion au contrat de *documents connexes*? Nous avons relevé à ce sujet la clause suivante extraite des Modalités de service de Rogers :

*Les présentes modalités de service (les « Modalités ») régissent l'utilisation des Services. Votre entente de service (en sa version modifiée), tous les dépliants ou documents en ligne de Rogers décrivant les forfaits, les caractéristiques, les services ou les produits auxquels vous vous êtes abonné ou que vous avez achetés, tous les guides d'utilisateur actuellement en vigueur, ainsi que tout autre document intégré aux présentes par renvoi explicite (collectivement, les « Documents »), constituent avec les présentes Modalités l'entente conclue avec vous (l'« Entente de service »). Vous pouvez conclure plus d'une Entente de service avec nous. En cas d'incohérence entre les Documents et les présentes Modalités, les présentes Modalités auront préséance<sup>87</sup>. (nos soulignés)*

Il semble évident que Rogers va trop loin en incluant par exemple au contrat tous les documents en ligne qui pourraient être en lien avec le service, qui s'ajouteraient à des modalités de services qui s'étaient déjà sur 15 pages et traitent de plusieurs sujets différents. On retiendra que le CRTC n'a pas jugé bon d'étendre aux prépayés cette obligation du fournisseur de décrire au contrat le contenu de ses documents connexes et d'en fournir copie. Cette disposition des Modalités de Rogers contrevient donc au Code lorsqu'il est question de postpayés, mais serait acceptable dans le cadre d'un contrat prépayé. Cela semble difficilement acceptable. Nous avons détecté une clause semblable dans les conditions de service de Chatr<sup>88</sup>.

Soulignons toutefois que le Code civil du Québec traite en ces termes des clauses externes :

**1435. La clause externe à laquelle renvoie le contrat lie les parties.**

*Toutefois, dans un contrat de consommation ou d'adhésion, cette clause est nulle si, au moment de la formation du contrat, elle n'a pas été expressément portée à la connaissance du consommateur ou de la partie qui y adhère, à moins que l'autre partie ne prouve que le consommateur ou l'adhérent en avait par ailleurs connaissance<sup>89</sup>.*

---

<sup>87</sup> *Op. Cit.*, Note 78, **ROGERS COMMUNICATIONS**, *Modalités de service Rogers*. Voir p. 1.

<sup>88</sup> **CHATR**. «*Modalités de service chatr*» Chatr, Toronto, Ontario, Canada, sans date. [En ligne] [https://www.chatrwireless.com/web/chatr.portal;jsessionid=Pzh9VJ1hGJRJ6tRxSFCK2GRrJ15HDCwp1jR01LQtqNf5K1RpyqyH!-41530798!806384919?\\_nfpb=true&\\_pageLabel=GCT&\\_nfls=true&setLanguage=fr&template=termsofservice](https://www.chatrwireless.com/web/chatr.portal;jsessionid=Pzh9VJ1hGJRJ6tRxSFCK2GRrJ15HDCwp1jR01LQtqNf5K1RpyqyH!-41530798!806384919?_nfpb=true&_pageLabel=GCT&_nfls=true&setLanguage=fr&template=termsofservice) (page consultée le 20 mai 2015).

<sup>89</sup> *Code civil du Québec*, Québec, mise à jour 1<sup>er</sup> juin 2015. [En ligne] [http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=2&file=/CCQ\\_1991/CCQ1991.html](http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=2&file=/CCQ_1991/CCQ1991.html) (page consultée le 23 juin 2015).

Toutes les dispositions de ces documents externes seraient donc, malgré le renvoi dans le contrat et à moins d'être expressément portées à la connaissance du consommateur, sans effet autre que celui d'induire le consommateur en erreur.

D'autres clauses qui nous ont semblé problématiques ont été également repérées :

**a) Des clauses relatives aux représentations :**

Des clauses par l'entremise desquelles l'entreprise exclut sa responsabilité pour les représentations/promesses que pourraient faire ses vendeurs ou qui pourraient apparaître, par exemple, dans des documents promotionnels, ainsi que pour les garanties:

*Toutes les représentations, garanties et conditions de quelque type que ce soit, expresses ou implicites, sont exclues dans les limites maximales permises par la loi applicable. Dans les limites maximales permises par la loi applicable, aucun conseil ou renseignement, qu'il soit fait verbalement ou par écrit, reçu par vous de la part de toute Partie de Rogers, n'aura pour effet de créer une modalité, une condition, une représentation ou une garantie qui n'est pas expressément énoncée dans une Entente de service<sup>90</sup>.*

La clause de Rogers prévoit bien entendu que ces exclusions n'ont effet que « dans les limites maximales permises par la loi applicable ». La loi québécoise étant claire au sujet des exclusions et exigeant une mention d'inapplicabilité plus explicite que les déclarations vagues qui sont d'usage, cette clause est précédée d'une note qui indique qu'elle n'est pas applicable au Québec. Il faut espérer que les consommateurs des autres provinces sont suffisamment au fait des lois applicables pour être en mesure de déterminer par eux-mêmes les représentations, garanties et conditions que le FSSF peut ou ne peut pas exclure, et qu'ils ne se laisseront pas impressionner outre mesure par ces exclusions à l'emporte-pièce prévues au document qui devrait constituer la loi entre les parties et que le fournisseur pourrait tenter d'invoquer contre eux en s'appuyant sur le texte de l'entente.

Ce type de clauses est inconciliable par exemple avec la *Loi sur la protection du consommateur*<sup>91</sup> du Québec qui à son article 41 indique qu'« Un bien ou un service fourni doit être conforme à une déclaration ou à un message publicitaire faits à son sujet par le commerçant ou le fabricant. Une déclaration ou un message publicitaire lie ce commerçant ou ce fabricant. » L'article 42 ajoute qu'« Une déclaration écrite ou verbale faite par le représentant d'un commerçant ou d'un fabricant à propos d'un bien ou d'un service lie ce commerçant ou ce fabricant. »

---

<sup>90</sup> *Op. Cit.*, Note 78, **ROGERS**, *Modalités de service Rogers*. Voir p. 5.

<sup>91</sup> *Règlement d'application de la Loi sur la protection du consommateur*, Québec, mise à jour 1<sup>er</sup> juin 2015. Voir chapitre P-40.1 [En ligne] [http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=2&file=/P\\_40\\_1/P40\\_1.html](http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=2&file=/P_40_1/P40_1.html) (page consultée le 4 juin 2015).

**b) Des clauses qui prévoient que des sommes pourront être exigées, sans en préciser le montant**

Certains FSSF étudiés<sup>92</sup> indiquent dans leurs Modalités de service que des frais pourront s'appliquer et être exigés, tels des frais administratifs ou autres, sans en préciser ni le montant ni la manière de les calculer. L'imposition de tels frais est interdite au Québec, où la *Loi sur la protection du consommateur* impose au commerçant de mentionner de façon précise le montant des frais additionnels (LPC, art. 12).

### 3.8 Conclusion

Lors de notre enquête terrain, nous avons d'abord remarqué que la plupart des FSSF ont l'habitude d'indiquer sur les cartes de support de leurs cartes SIM un lien vers les documents qui lient les consommateurs une fois qu'ils commencent à utiliser leur service. Ces mentions, en tout petits caractères, risquent toutefois de passer inaperçues. En outre, lors des achats effectués en personne, le consommateur pourra ne pas avoir l'occasion de voir cette mention, puisque les préposés qui procèdent à l'activation de la carte ne donnent souvent pas la carte SIM avec sa carte de support, mais uniquement la SIM qui s'insère dans l'appareil mobile.

On constate des différences marquées relativement à la communication de renseignements selon le mode d'achat des SSF prépayés : les FSSF fournissent beaucoup plus d'information aux consommateurs lors des achats en ligne (allant parfois même jusqu'à en fournir une quantité difficilement assimilable). Le consommateur est-il malgré tout, peu importe le mode d'achat, informé sur les caractéristiques essentielles du service? Et, accessoirement, est-il en mesure de distinguer l'essentiel du reste?

Pour ce qui est des achats effectués en ligne, le consommateur devra le plus souvent signifier son acceptation des Modalités de services du fournisseur avant de pouvoir procéder à l'achat. Ces documents, quoi qu'en disent les fournisseurs, constituent le contrat conclu entre le FSSF et le consommateur. Cependant, vu les représentations des fournisseurs, les consommateurs sont-ils enclins à lire ces documents? Sont-ils en mesure de le faire? Les documents sont-ils conçus de façon à assurer que le consommateur prenne connaissance et soit au fait des éléments essentiels du contrat auquel il s'apprête à consentir?

Comme nous l'avons vu, les Modalités de services sont des documents à portée générale, qui portent sur l'ensemble des services mobiles du fournisseur, notamment sur les services prépayés, mais aussi sur les postpayés, ainsi que sur un éventail d'autres sujets, comme les garanties, la vie privée, la politique d'utilisation acceptable, etc. ; il s'agit le plus souvent de documents qui comptent des dizaines de pages (pouvant en fait aller jusqu'à une quarantaine de pages). La réponse aux questions précédentes est évidemment : non.

---

<sup>92</sup> *Op. Cit.*, Note 78, **ROGERS COMMUNICATIONS**, *Modalités de service Rogers*. Voir p. 2, articles 5 et 6.

Malgré que les FSSF que nous avons étudiés aient unanimement déclaré dans les rapports de conformité soumis au CRTC en janvier 2014 que l'information et les documents soumis aux consommateurs dans le cas de la vente de prépayés était clairs et que tous les éléments requis par le Code canadien étaient divulgués aux consommateurs, notre enquête a démontré que cela n'était pas tout à fait exact. L'information dans les modalités de services n'est pas claire : la longueur et la complexité des textes risquent fort de décourager le lecteur, et le fait que l'information pertinente soit noyée dans une foule de dispositions qui peuvent ne pas être applicables affecte naturellement la clarté de l'information sur l'essentiel. De plus, pour la moitié des compagnies, nous avons trouvé que des éléments d'information obligatoire manquaient ; ce fut surtout le cas pour l'obligation d'expliquer au consommateur comment il peut contacter le CPRST<sup>93</sup>.

La situation est bien entendu pire encore lorsque, pour les achats effectués en magasin ou par téléphone : aucune indication n'est donnée ne serait-ce que sur l'existence des modalités de service par lesquelles le consommateur sera tout de même lié du simple fait de son utilisation du service.

Nous avons souligné quelques problèmes que soulève le contenu de certaines modalités de service face aux lois de protection du consommateur. Qu'en est-il de la diffusion par les FSSF des renseignements essentiels en regard de l'application de ces mêmes lois?

Comme nous l'avons mentionné précédemment, le Code sur les services sans fil impose aux fournisseurs qui concluent des contrats de postpayé de fournir à leur client une copie d'un contrat écrit ainsi qu'un résumé des éléments essentiels de ce contrat. Si le Code n'impose pas cette obligation lors de la vente de prépayé, les lois provinciales n'ont-elles pas pour effet d'étendre ces obligations de divulgation à tous les types de contrats?

Notons aussi que pour ce qui est des contrats que nous avons conclus à distance, la grande majorité ne respecte pas les LPC provinciales en matière de divulgation précontractuelle.

---

<sup>93</sup> Cette information de se trouvait nulle part, même pas dans leurs *Modalités de service*.

## 4. Survol des lois étrangères

---

Qu'en est-il à l'étranger? Les mesures adoptées par les législateurs d'autres pays protègent-elles plus également les consommateurs qui choisissent les services prépayés ou les services postpayés? Des mesures plus protectrices ont-elles été adoptées dans d'autres juridictions?

Nous avons effectué un bref survol des encadrements applicables en matière de SSF prépayé aux États-Unis, en Australie, au Royaume-Uni et en France, pour vérifier si ces pays ont adopté des règles spécifiques dans le domaine et en relever, le cas échéant, les éléments distinctifs.

### 4.1 États-Unis

Chaque année, la Commission fédérale des communications (Federal Communication Commission – FCC) rapporte une augmentation significative d'abonnés aux services de téléphonie sans fil. En juin 2013, le pays comptait près de 306 millions d'abonnés à de tels services, contre à peine plus de 265 millions en 2009<sup>94</sup>.

Qui a compétence sur les questions contractuelles aux États-Unis en matière de téléphonie mobile?

*Le système juridique américain est lui aussi issu de la common law; les défenses de common law pour contrer les injustices contractuelles y trouvent donc application, et ce, dans tous les types de contrats.*

*Bien que le droit privé relève principalement de la compétence des États fédérés (ci-après les États) et non de l'État fédéral (ci-après le Fédéral), la Constitution américaine permet au Fédéral de légiférer afin de réglementer les relations économiques entre les différents États.*

*[...]*

*Le Fédéral a reconnu, dès le début du XXe siècle, que la common law ne protégeait pas adéquatement les consommateurs contre certaines pratiques commerciales déloyales. Pour tenter de remédier à ces lacunes, il adopta, en 1914, la **Federal Trade Commission Act (F.T.C.A.)**<sup>95</sup>. (références omises)*

---

<sup>94</sup> **WIRESLINE COMPETITION BUREAU**, *Local Telephone Competition: Status as of June 30, 2013*, U.S. Federal Communication Commission, Washington CD, États-Unis, juin 2014, 36 pages. Voir p. 29, tableau 18. [En ligne] [https://apps.fcc.gov/edocs\\_public/attachmatch/DOC-327830A1.pdf](https://apps.fcc.gov/edocs_public/attachmatch/DOC-327830A1.pdf) (document consulté le 16 décembre 2014).

<sup>95</sup> **UNION DES CONSOMMATEURS**, *Mettre un frein aux clauses abusives dans les contrats de consommation*, Montréal, Québec, Canada, septembre 2011, 113 pages. Voir p. 56. [En ligne] [http://uniondesconsommateurs.ca/docu/protec\\_conso/FreinClausesAbusives.pdf](http://uniondesconsommateurs.ca/docu/protec_conso/FreinClausesAbusives.pdf)

Cette loi crée la Federal Trade Commission (FTC), dont les pouvoirs sont les suivants:

*Under this Act, the Commission is empowered, among other things, to (a) prevent unfair methods of competition, and unfair or deceptive acts or practices in or affecting commerce; (b) seek monetary redress and other relief for conduct injurious to consumers; (c) prescribe trade regulation rules defining with specificity acts or practices that are unfair or deceptive, and establishing requirements designed to prevent such acts or practices; (d) conduct investigations relating to the organization, business, practices, and management of entities engaged in commerce; and (e) make reports and legislative recommendations to Congress<sup>96</sup>.*

L'autorité de réglementation en matière de télécommunications aux États-Unis est la FCC. Cette Commission ne traite toutefois pas les plaintes contractuelles en matière de communications, attendu qu'elle ne réglemente pas ces aspects en matière de téléphonie cellulaire. Elle peut cependant aider les consommateurs à trouver l'organisme responsable et les y référer, selon le problème rencontré :

- *The FCC handles complaints regarding services provided from one state to another (interstate services), as well as foreign communications (international calls).*
- *The FCC handles complaints about wireless service, but does not regulate contractual arrangements with cellular providers. If you have a complaint about a wireless contract or billing you may still file a complaint with the FCC, who will help to resolve the issue with your carrier and forward the complaint to the appropriate regulatory agency when necessary<sup>97</sup>.*

## Code de conduite volontaire de l'industrie

En matière de services sans fil, l'industrie, aux États-Unis, a plutôt adopté un code de conduite volontaire, sous la gouverne de la CTIA – The Wireless Association (anciennement Cellular Telephone Industries Association) :

*Originally developed in 2003, CTIA periodically reviews the Code to ensure it reflects the industry's innovations and consumers' needs and expectations. The Code's signatories have adopted the principles, disclosures and practices for wireless service, including voice, messaging and data services for postpaid or prepaid consumers. In July 2010, the Code was updated to reflect new and increasingly popular offerings by carriers for consumers<sup>98</sup>.*

En ce qui a trait à l'obligation de divulgation précontractuelle de l'information, le Code de la CTIA (Consumer Code for Wireless Service – CCWS) prévoit que les compagnies de télécommunications qui offrent des services sans fil aux consommateurs doivent divulguer les renseignements liés à : la zone de couverture du service, les frais d'activation, les frais mensuels d'accès, la quantité et la nature des services offerts et inclus dans un plan (minutes, data, etc.), les frais pour les minutes utilisées en excès ou à l'extérieur de la zone de

---

<sup>96</sup> **FEDERAL TRADE COMMISSION.** *Statutes Enforced or Administered by the Commission*, Federal Trade Commission, Washington DC, États-Unis, sans date. [En ligne] <https://www.ftc.gov/enforcement/statutes> (page consultée le 8 janvier 2014).

<sup>97</sup> **CIVIC AGENCY.** *FAQs, Complaints : Phone Companies*, États-Unis, 30 décembre 2011. [En ligne] <http://usa-faq.civicagency.org/answers/10295> (page consultée le 11 mai 2015).

<sup>98</sup> **CTIA.** *Consumer code for Wireless Service*, CTIA, Washington, États-Unis, sans date. [En ligne] <http://www.ctia.org/policy-initiatives/voluntary-guidelines/consumer-code-for-wireless-service>, (page consultée le 8 janvier 2014).



couverture, si des frais additionnels peuvent s'appliquer, leur montant, les frais de retard, frais de résiliation, durée du contrat et la période d'essai, pendant laquelle le consommateur peut annuler son contrat sans encourir des frais. Le CCWS prévoit que l'information doit être communiquée au point de vente et sur les sites Web, mais sans plus de détail sur les modes de communication acceptables. Ces éléments s'appliquent tant aux services sans fil postpayés, qu'aux prépayés<sup>99</sup>.

On trouve également à l'article 8 du CCWS une mention qui reprend vaguement, en plus lacunaire, l'une des obligations prévues au Code canadien : le fournisseur doit fournir au consommateur, en ligne et sur les factures, un numéro gratuit (toll-free) pour le service à la clientèle. Les FSSF doivent également informer leurs clients de la manière de les contacter par la poste, par téléphone (toll-free), par Internet ou autrement, pour toute demande d'information ou plainte, et ce, sur toutes les factures, sur les réponses écrites envoyées aux consommateurs et sur les sites Internet des fournisseurs. Cette information doit aussi être fournie aux consommateurs qui font la demande par téléphone au service à la clientèle, s'il y a lieu.

Le CCWS de la CTIA est cependant critiqué par le régulateur américain :

*Néanmoins, le régulateur américain a dénoncé le fait que le code de la CTIA ne prévoit aucune obligation d'offrir des avis d'utilisation ou de services permettant le contrôle de l'usage par le consommateur. Elle indique également que ce code volontaire, qui ne prévoit aucune mesure contraignante ou sanction, est insuffisant pour régler les problèmes relatifs aux frais imprévus<sup>100</sup>.*

Le Code canadien a veillé de son côté à combler ces lacunes.

## 4.2 Australie

Le système australien en matière de télécommunications est un peu particulier et assez complexe. Il est principalement axé sur un engagement en faveur de la déréglementation : il revient à l'industrie d'adopter des codes et lignes directrices dans ce domaine, le régulateur australien conservant certains pouvoirs qui lui permettent d'assurer le respect des règles adoptées :

*The current regulatory landscape for telecommunications is complex, with responsibility for various sections of the industry shared between a government department, two regulatory bodies, an industry ombudsman and an industry peak body.*

*Consistent with the policy commitment to self-regulation, programs tend to be the responsibility of industry with oversight from regulators. One regulator, the Australian Competition and Consumer Commission (ACCC), is an independent statutory authority which, under the Competition and Consumer Act 2010 (previously Trade Practices Act 1974) has some powers relevant to telecommunications and general responsibility for competition issues. The other regulator is the Australian Communications and Media Authority (ACMA), whose scope and purpose is laid out in the Telecommunications Act 1997 and Telecommunications (Consumer Protection and Service*

---

<sup>99</sup> Ibid.

<sup>100</sup> LAMBERT-RACINE, **Sophy**. *Limites d'usage des services d'accès à Internet mobile: informer et protéger les consommateurs*, Union des consommateurs, Montréal, Québec, Canada, juin 2013, 202 pages. Voir p.105. [En ligne] <http://uniondesconsommateurs.ca/docu/telecom/18-donnees-mobiles-rapport-F-complet-Fr-revise.pdf>

*Standards) Act 1999. The ACMA is responsible for overseeing technical and consumer issues, often taking a “co-regulatory” approach through approving and overseeing industry codes. Within the self-regulatory scheme the industry peak body, the Communications Alliance, uses working groups to develop industry codes and guidelines. The ACMA is able to register codes but also has the power to create an industry standard if codes are lacking; compliance with an industry standard is mandatory<sup>101</sup>. (citations omises)*

Dans le cas des contrats de téléphonie cellulaire sans fil, le *Telecommunications Consumer Protections Code*<sup>102</sup> (TCP) trouve application tant dans le cas des services postpayés que des prépayés, sauf mention spécifique. Ce code a remplacé celui qui avait été publié par la Communications Alliance en 2007<sup>103</sup>.

Après une première révision, le TCP, qui vise à promouvoir l'efficacité et la croissance du secteur des télécommunications tout en garantissant des protections « appropriées » aux consommateurs, porte sur :

- *L'information aux consommateurs sur les prix et sur les conditions de services;*
- *Les contrats de consommation;*
- *La facturation;*
- *La gestion du crédit;*
- *Le transfert de clientèle*
- *Le traitement des plaintes;*
- *L'administration du code et la conformité*<sup>104</sup>.

---

<sup>101</sup> TURNER, Erin, *Pre-paid calling cards: advertising, use and complaints processes in Australia*, 2013, ACCAN, Sydney, Australia, 29 pages. Voir p. 5. <https://accan.org.au/files/Reports/REPORT%20Pre-paid%20calling%20cards%20-%20advertising%20use%20and%20complaints%20processes%20in%20Australia.pdf> (document consulté le 26 janvier 2015).

<sup>102</sup> COMMUNICATIONS ALLIANCE LTD. *Telecommunications Consumer Protections Code C628:2012*, Industry Code, Communications Alliance, North Sydney, Australia, 2012, 102 pages. [En ligne] [http://www.commsalliance.com.au/\\_data/assets/pdf\\_file/0017/33128/TCP-C628\\_2012\\_May2012-Corrected-July12.pdf](http://www.commsalliance.com.au/_data/assets/pdf_file/0017/33128/TCP-C628_2012_May2012-Corrected-July12.pdf) (document consulté le 26 janvier 2015).

<sup>103</sup> *Telecommunications consumer protections code (C628:2012) - Explanatory statement*, Australie, septembre 2007, 5 pages. Voir p. 1. [En ligne] [http://www.commsalliance.com.au/\\_data/assets/pdf\\_file/0018/33129/C628\\_2012-TCP-Code-Explanatory-Statement.pdf](http://www.commsalliance.com.au/_data/assets/pdf_file/0018/33129/C628_2012-TCP-Code-Explanatory-Statement.pdf) (document consulté le 14 mai 2015).

<sup>104</sup> *Idem*, p. 2.

L'engagement envers le consommateur australien s'articule en sept principes clés :

1. Consumers will enjoy open, honest and fair dealings with their Supplier, and have their privacy protected.
2. Consumers will receive clear, accurate and relevant information on products and services from their Supplier; before, during and, where appropriate, after the point of sale.
3. Consumers will have disputes resolved quickly and fairly by their Supplier.
4. Promotion of products and services by Suppliers will be clear, accurate and not misleading.
5. Disadvantaged and vulnerable consumers will be assisted and protected by appropriate Supplier policies and practices.
6. Consumers will receive an effective remedy from any Supplier who breaches the Code.
7. Suppliers will use monitoring and reporting tools to ensure successful implementation of the Code.

Voici certaines des obligations générales que le code crée pour les fournisseurs de SSF :

***Communiquer avec les consommateurs en langage clair (3.1.1);***

- *Communiquer une information exacte, pertinente et à jour aux consommateurs, et ce, en temps utile (3.2.1);*
- *Utiliser les modes de communication appropriés aux besoins des consommateurs, en tenant compte des besoins particuliers (3.3.1);*
- *S'assurer que les consommateurs peuvent consulter et télécharger toutes les conditions de service pertinentes à son service, à partir d'un site Web accessible (3.3.3);*
- *Se conformer à toutes les lois applicables (3.4.1);*
- *S'assurer que les préposés fassent preuve de courtoisie avec les consommateurs (3.5.1)<sup>105</sup>.*

Les offres elles-mêmes sont également réglementées (art. 4.1) : elles doivent être exactes, claires, non-exagérées et ne doivent pas induire les consommateurs en erreur, ni omettre des renseignements clés. Le langage utilisé dans les offres (qu'elles soient écrites ou orales) doit être adapté au public qu'elles visent.

---

<sup>105</sup> *Op. Cit.*, Note 78, **COMMUNICATIONS ALLIANCE LTD.** *Telecommunications Consumer Protections Code C628:2012*, Industry Code.

Les fournisseurs de SSF doivent, tant pour les postpayés que pour les prépayés, mettre à la disposition des consommateurs des résumés de chaque offre disponible afin de permettre d'effectuer une comparaison entre les différentes offres sur le marché. Ce résumé doit être intitulé « Critical Information Summary ». Le TCP impose aussi les renseignements qui doivent s'y retrouver, ainsi que l'ordre dans lequel ils doivent apparaître (art. 4.2.1 a). Parmi les éléments qui doivent faire partie du résumé, on retrouve :

- Une rubrique intitulée « Information sur le service » contenant la description du service, la période du contrat, les inclusions/exclusions et toute autre condition, limitation ou restriction importantes, etc.
- Une rubrique intitulée « Information sur les prix » contenant, lorsqu'il est possible de le calculer, le paiement mensuel minimal/maximal, etc. Lorsque le service offert est illimité, le fournisseur doit aussi inclure dans cette section l'information sur les appels/SMS standards, ainsi que le prix d'utilisation d'un MB à travers le pays, etc.
- Une rubrique intitulée « Autres renseignements » sous laquelle on doit retrouver, ce qui suit, lorsqu'applicable :
  - un lien vers l'endroit sur le site Internet du fournisseur où le consommateur peut obtenir l'information sur son usage ou des instructions sur l'endroit où trouver de tels renseignements;
  - des avis sur les frais d'itinérance;
  - des détails sur les coordonnées du service à la clientèle;
  - de l'information sur l'accès au service de traitement des plaintes interne; et
  - les coordonnées de l'Ombudsman de l'industrie des télécommunications.

Le résumé doit faire l'objet d'un document à part, afin d'éviter toute confusion. Il peut également contenir toute autre information que le fournisseur estime être pertinente (art. 4.1.2b). De plus il doit être facilement accessible sur son site Internet, ainsi que dans ses magasins, écrit dans un langage compréhensible sur un document d'un maximum de deux pages de type A4 et ne contenir que de l'information à jour (4.1.2 d) à h)).

Le TCP prévoit également une obligation pour le fournisseur de poster certains éléments d'information sur son site Internet, tels que la description du service et ses principales caractéristiques techniques, ou la manière de les trouver, l'information relative à la facturation (format de la facture, options, période), à la couverture du service, etc. (art. 4.1.3).

Le TCP va encore plus loin : si le consommateur indique au fournisseur un besoin particulier, ce dernier a l'obligation de lui indiquer le service qui comblerait le mieux ce besoin, de lui fournir une information complète sur ce service et de lui donner l'occasion de vérifier si le service convient à ce besoin particulier (4.1.4). Le fournisseur a en outre, entre autres, l'obligation de former son personnel afin qu'il soit en mesure de comprendre les besoins des consommateurs et de les orienter en tenant compte de ces besoins.

Le TCP encadre de plus la publicité des FSSF (4.2) et leurs pratiques de vente (4.3). Le FSSF doit donner de ses produits une description complète et honnête, sans exagérer ni passer sous silence des renseignements clés qui sont susceptibles d'importer dans la prise de décision du consommateur.

Le fournisseur est tenu d'obtenir le consentement exprès du consommateur à la conclusion du contrat et conserver des preuves de ce consentement (art. 4.3.4).

La section 4.5 du TCP impose aux fournisseurs de mettre à la disposition des consommateurs, à un endroit facile à trouver sur son site Web, un contrat type (a Supplier's Standard Form Customer Contract), et d'en fournir sans frais une copie sur demande. Le contrat type doit être rédigé en langage aussi simple que possible, être clair et cohérent, et contenir toutes les conditions de l'entente présentées dans un ordre logique. Le contrat type ne doit bien sûr contenir aucune clause abusive (« unfair »).

Malgré qu'il ne précise pas la manière, ni le moment exact, le TCP exige aussi, de la part des fournisseurs - comme le fait le Code canadien - d'informer le consommateur sur les façons de contacter le service à la clientèle, mais ajoute aussi que les réponses aux demandes des consommateurs doivent être rapides et efficaces. Les fournisseurs doivent conserver des dossiers sur leurs interactions avec les consommateurs et utiliser un système qui permette au personnel chargé du service à la clientèle d'utiliser l'historique des données pour mieux aider les consommateurs.

Si les fournisseurs ne respectent pas les obligations d'information prévues au TCP, et surtout si ce non-respect est systémique, l'ACMA peut enquêter et leur imposer de s'y conformer. En cas de refus, les fournisseurs s'exposent au risque de faire l'objet d'un avis d'infraction.

L'Australie va ainsi plus loin que le Canada en matière d'encadrement de vente de services sans fil, imposant des obligations pour les relations avec les consommateurs (et non seulement avec les clients des FSSF, comme le fait malheureusement le Code du CRTC), et imposant aux fournisseurs de rendre disponibles ses contrats types et un résumé du service offert, et ce, avant la vente.

## 4.3 France

En France, la responsabilité de réglementer en matière de services sans fil a été confiée à l'Autorité de régulations des communications électroniques et des postes (ARCEP).

L'ARCEP, dans des résultats publiés au début de 2015, note que l'utilisation des services prépayés est en baisse depuis 2012 :

*Le nombre de cartes SIM en service atteint 79,9 millions au 31 décembre 2014, dont 15 % sont des cartes " non-voix " (cartes SIM internet exclusives et cartes " MtoM " [Machine to Machine]). La croissance du marché (+ 3,1 millions en un an au quatrième trimestre 2014) reste portée par les forfaits classiques, en hausse de 2,9 millions en un an, et les cartes " MtoM ", en croissance de 1,4 million. A l'inverse, le nombre de cartes prépayées baisse depuis le milieu de l'année 2012 (- 1,1 million au quatrième trimestre 2014).*

[...]

*Le nombre de cartes prépayées se réduit depuis le milieu de l'année 2012 (-7,2 % en rythme annuel au quatrième trimestre 2014 soit -1,1 million), de même que le nombre de cartes prépayées actives (en recul de 1,3 million par rapport au quatrième trimestre 2013)<sup>106</sup>.*

Le Code des postes et des communications électroniques (CPCE) prévoit que la fourniture au public de services de communications électroniques est soumise au respect des règles portant sur l'information, « notamment sur les conditions contractuelles de fourniture du service, et la protection des utilisateurs », qui imposent entre autres aux fournisseurs de « mettre à disposition des utilisateurs les informations mentionnées à l'article L. 121-83-1 du code de la consommation »<sup>107</sup>.

*L. 121-83 Tout contrat souscrit par un consommateur avec un fournisseur de services de communications électroniques [...] doit comporter au moins les informations suivantes sous une forme claire, détaillée et aisément accessible :*

*L'identité et l'adresse du fournisseur ;*

- a) Les services offerts, leur niveau de qualité et le délai nécessaire pour en assurer la prestation;*
- b) Le détail des tarifs pratiqués, notamment les frais de résiliation et les frais de portabilité des numéros et autres identifiants, les moyens par lesquels des informations actualisées sur l'ensemble des tarifs applicables et des frais de maintenance peuvent être obtenues et les modes de paiement proposés ainsi que leurs conditions ;*
- c) Les compensations et formules de remboursement applicables si le niveau de qualité des services prévus dans le contrat n'est pas atteint ;*
- d) La durée du contrat, les conditions de renouvellement et d'interruption des services et du contrat ;*

---

<sup>106</sup> **AUTORITÉ DE RÉGULATIONS DES COMMUNICATIONS ÉLECTRONIQUES ET DES POSTES.** *Observatoire des marchés des communications électroniques en France – Observatoire des investissements et de l'emploi – 4<sup>e</sup> trimestre 2014 – résultats définitifs (2 avril 2015)*, Paris, France, avril 2015. [En ligne] <http://www.arcep.fr/index.php?id=12773> (page consultée le 15 mai 2015).

<sup>107</sup> **AUTORITÉ DE RÉGULATIONS DES COMMUNICATIONS ÉLECTRONIQUES ET DES POSTES.** *Code des postes et des communications électroniques*, art. L 33-1, Paris, France, 26 juillet 2013, 122 pages. Voir p. 35, art. L32, 1) et 6) pour les définitions. [En ligne] <http://www.arcep.fr/fileadmin/reprise/textes/lois/cpce-legis.pdf> (document consulté le 15 mai 2015).

- e) *Les modes de règlement amiable des différends notamment la possibilité de recourir à un médiateur ;*
- f) *Les procédures mises en place par le fournisseur pour mesurer et orienter le trafic de manière à éviter de saturer ou sursaturer une ligne du réseau et sur leurs conséquences en matière de qualité du service ;*
- g) *Les services après-vente fournis, ainsi que les modalités permettant de contacter ces services ;*
- h) *Les restrictions à l'accès à des services et à leur utilisation, ainsi qu'à celle des équipements terminaux fournis ;*

*[...]*

*L. 121-83-1 Tout fournisseur de services de communications électroniques au sens du 6° de l'article L. 32 du code des postes et des communications électroniques met à la disposition des consommateurs, sous une forme claire, comparable, actualisée et facilement accessible, et tient à jour dans ses points de vente et par un moyen téléphonique ou électronique accessible en temps réel à un tarif raisonnable les informations suivantes :*

- les informations visées aux articles L. 111-1, L. 121-83 et, le cas échéant, L. 121-18 du présent code ;*
- les produits et services destinés aux consommateurs handicapés ;*
- les conséquences juridiques de l'utilisation des services de communications électroniques pour se livrer à des activités illicites ou diffuser des contenus préjudiciables, en particulier lorsqu'ils peuvent porter atteinte au respect des droits et des libertés d'autrui, y compris les atteintes aux droits d'auteur et aux droits voisins<sup>108</sup> ;*

L'article 121-18 porte sur les contrats conclus hors établissement. L'article 111-1, quant à lui, porte sur l'obligation générale d'information précontractuelle :

*Avant que le consommateur ne soit lié par un contrat de vente de biens ou de fourniture de services, le professionnel communique au consommateur, de manière lisible et compréhensible, les informations suivantes :*

- 1° Les caractéristiques essentielles du bien ou du service, compte tenu du support de communication utilisé et du bien ou service concerné ;*
- 2° Le prix du bien ou du service, en application des articles L. 113-3 et L. 113-3-1 ;*
- 3° En l'absence d'exécution immédiate du contrat, la date ou le délai auquel le professionnel s'engage à livrer le bien ou à exécuter le service ;*
- 4° Les informations relatives à son identité, à ses coordonnées postales, téléphoniques et électroniques et à ses activités, pour autant qu'elles ne ressortent pas du contexte, ainsi que, s'il y a lieu, celles relatives aux garanties légales, aux fonctionnalités du contenu numérique et, le cas échéant, à son interopérabilité, à l'existence et aux modalités de mise en œuvre des garanties et aux autres conditions contractuelles.*

*[...]*

---

<sup>108</sup> Code de la consommation, Droit.org, Paris, France, 8 mai 2015. [En ligne] <http://codes.droit.org/cod/consommation.pdf> (document consulté le 15 mai 2015).



Le code de la consommation prévoit à son article L. 121-85-1 que « *Tout manquement aux articles L. 121-83 à L. 121-84-11 est passible d'une amende administrative dont le montant ne peut excéder 3000 € pour une personne physique et 15 000 € pour une personne morale.* » La même peine se retrouve à l'article L. 111-6 et s'applique dans les cas où il y a manquement à l'article L. 111-1.

La France n'a donc pas adopté de dispositions spécifiques en matière de divulgation d'information dans le cadre des contrats de FSSF prépayés. On constate toutefois que les dispositions d'application générale en matière de droit de la consommation couvrent déjà assez précisément les problématiques qui se posent en matière de SSF. On retiendra de plus que ces dispositions, comme elles se retrouvent à la loi de protection du consommateur, ouvrent la porte, en cas de violation par le commerçant, tant à des recours civils par les consommateurs qu'à des recours administratifs ou pénaux.

#### 4.4 Royaume-Uni

L'organisme de réglementation en matière de télécommunications au Royaume-Uni, l'Office of Communications (Ofcom) est un organisme indépendant qui exerce aussi sa compétence en matière de concurrence dans le domaine des télécommunications.

Les achats de SSF prépayés par les consommateurs ne sont pas spécifiquement réglementés au Royaume-Uni. Cependant, on trouve dans les Conditions générales (CG)<sup>109</sup> qui régissent les fournisseurs de téléphonie mobile, certaines obligations qui s'appliquent tant aux prépayés<sup>110</sup> qu'aux postpayés.

En matière de vente et de publicité de SSF, les CG interdisent aux fournisseurs les conduites trompeuses ou malhonnêtes, agressives ou inappropriées (art. 23.2<sup>111</sup>).

---

<sup>109</sup> **Ofcom**, *Consolidated version of general conditions as at 26 February 2016 (including annotations)*. Ofcom, Londres, Royaume-Uni, 26 février 2015, 100 pages. [En ligne]

[http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/telecoms/ga/CONSOLIDATED\\_VERSION\\_OF\\_GENERAL\\_CONDITIONS\\_AS\\_AT\\_26\\_FEBRUARY\\_2015\\_.pdf](http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/telecoms/ga/CONSOLIDATED_VERSION_OF_GENERAL_CONDITIONS_AS_AT_26_FEBRUARY_2015_.pdf) (document consulté le 11 mai 2015).

<sup>110</sup> *Ibid.*, « Prepaid Mobile Telephony Service" means a Mobile Telephony Service for which the Customer pays charges in advance of the service being provided; », CG, art. 23.22e).

<sup>111</sup> *Op. Cit.*, Note 102, **Ofcom**, *Consolidated version of general conditions as at 26 February 2016 (including annotations)*.

Les CG imposent aussi aux fournisseurs de bien faire connaître aux consommateurs les obligations qui sont celles des fournisseurs en vertu des CG, en rendant accessible un sommaire de ces obligations et, sur demande, une copie de CG :

**23.3      *The Mobile Service Provider must :***

- a) *publish a comprehensive summary of its obligations under this General Condition 23 in an easily accessible and reasonably prominent manner on its website or, where there is no such website, by making it available in its registered office during normal office hours for inspection free of charge by members of the general public; and*
- b) *provide a copy of this General Condition to a Customer free of charge upon reasonable request<sup>112</sup>.*

Les Conditions générales prévoient aussi toute une série d'obligations relativement à l'information qui doit être fournie au consommateur avant la conclusion du contrat. Malheureusement, le texte prévoit que ces obligations ne sont pas applicables lors de la vente de prépayés. Comme au Canada, les encadrements pour ces deux types de service, prépayés et postpayés, sont donc asymétriques, une meilleure protection étant consentie aux consommateurs qui achètent des SSF postpayés.

Les contrats de prépayés restent, heureusement, visés par les dispositions qui se retrouvent à la section 9 des CG, qui prévoient l'information qui doit se retrouver dans les contrats conclus entre un consommateur et un fournisseur, dont : nom et adresse du fournisseur, service fourni, détails sur les prix et tarifs, durée du contrat, conditions de renouvellement et de résiliation, ainsi que la manière d'initier des procédures pour régler les différends liés aux contrats.

---

<sup>112</sup> *Ibid.*

## 5. Conclusion

*The lack of take-up of prepaid plans in Canada is primarily a problem of supply not demand (OECD, 2013, pp. 21-22). As we saw above, prepaid, no-commitment plans are becoming standard in many countries, notably the UK, France, Israel and, most significant in light of cultural, market and geographical proximity, the US, especially since TMUS doubled down on its 'challenger brand' image after the DOJ foiled its bid to merge with AT&T. The rapid growth of MVNOs and prepaid subscriptions in the United States is moving that country closer to the rest of the world, while leaving Canada further on its own and laying bare the dubious assertion [...] that prepaid plans are somehow foreign to the North American mentality. Indeed, on the measures of penetration and the FCC's range of price measures, the U.S. now ranks in the top ten and well-ahead of Canada.*

### CANADIAN MEDIA CONCENTRATION RESEARCH PROJECT

*Mobile Wireless in Canada: Recognizing the problems and approaching solutions*<sup>113</sup>.

Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes a adopté en 2013 un Code sur la téléphonie sans fil qui regroupe des dispositions portant sur les services sans fil (SSF) postpayés et prépayés ; si le Code confère certaines protections intéressantes aux consommateurs de postpayés, il en confère par contre beaucoup moins aux consommateurs de prépayés. De plus, la manière dont il le fait, soit en mentionnant uniquement que, pour les prépayés, certains articles ne trouvent pas application, fait en sorte que la portée des protections qui demeurent n'est pas tout à fait claire ; la lecture des articles qui sont applicables et leur interprétation a contrario à partir des articles qui ne sont pas applicables soulève par exemple des doutes sur l'obligation de conclure un contrat écrit en matière de prépayé.

Les consommateurs qui choisissent le prépayé sont moins informés et moins protégés. Une des avancées du Code, par exemple, est d'imposer aux fournisseurs de services sans fil (FSSF) de remettre à leurs clients un résumé des éléments importants du contrat, qui peuvent autrement se retrouver perdus dans les méandres des Modalités de service ; il aurait certes été préférable que le CRTC impose aux fournisseurs la remise de ce document avant la conclusion du contrat, ce qui aurait permis au consommateur de bien comprendre ce à quoi il allait s'engager et de comparer aisément avec les offres des autres fournisseurs – c'est d'ailleurs l'approche adoptée par l'Australie, qui précise par ailleurs le contenu et la forme de ces résumés. L'utilité de ce document tel qu'imposé par le CRTC n'est tout de même pas à négliger. Il confirme, brièvement et lisiblement, les obligations sur lesquelles les parties se sont entendues, et permet au consommateur de disposer d'une preuve claire en cas de différend. Il est alors difficile de comprendre en quoi l'utilité serait moindre pour les consommateurs de prépayés – le CRTC a pourtant jugé bon de ne pas imposer cette obligation lors de la vente de prépayés. Notre enquête terrain nous a permis de constater que cette obligation ne serait certes pas exorbitante : certains des SSF enquêtés ont en effet suivi la recommandation du CRTC et fournissent spontanément un tel résumé à leurs clients lors d'achats de prépayés conclus en

<sup>113</sup> CANADIAN MEDIA CONCENTRATION RESEARCH PROJECT. *Mobile Wireless in Canada: Recognizing the problems and approaching solutions*, mars 2014, 73 pages. Voir p. 38. [En ligne] <http://www.cmcrp.org/wp-content/uploads/2014/03/Mobile-Wireless-in-Canada-Final-Report.pdf> (document consulté le 18 décembre 2014).

personne. Cependant, trop peu l'ont fait à ce jour – le CRTC devra vraisemblablement l'imposer s'il désire réellement voir cette pratique adoptée par l'ensemble des fournisseurs.

De même, le Code impose au fournisseur, dans le cas de vente de services postpayés, de remettre à ses clients copie du contrat et des documents connexes, ce qu'il n'impose pas dans le cas des prépayés. Pourquoi les clients de ces services, qui sont souvent des consommateurs plus vulnérables, ne méritent-ils pas des protections équivalentes?

Les utilisateurs de prépayés sont donc largement laissés pour compte : les obligations d'information asymétriques entre le postpayé et le prépayé font en sorte qu'ils sont moins adéquatement informés, et ce, d'autant plus que les FSSF semblent, comme nous a permis de le constater notre enquête, peiner à respecter le peu d'obligations que le Code sur les services sans fil leur impose – la clarté des renseignements fournis laisse souvent à désirer, et tous les renseignements que le Code leur impose de fournir ne sont pas toujours communiqués.

En effet, malgré que les fournisseurs, dans les rapports de conformité présentés en janvier 2014 au CRTC suite à l'entrée en vigueur du Code indiquent qu'ils respectent intégralement leurs nouvelles obligations lors de la vente des prépayés, notre enquête nous a permis de constater que, par exemple, les fournisseurs, une fois sur deux, ne font aucune mention du CPRST au moment de la conclusion du contrat de prépayé. Aucune information à cet effet ne se retrouve non plus dans leurs modalités de service, un document qui n'est même pas fourni au moment de, ou après la conclusion du contrat.

Les lois provinciales imposent généralement elles aussi des obligations d'information et, dans certains cas, des obligations liées à la forme des contrats. Les lois provinciales, lorsqu'elles prévoient des protections pour les consommateurs de SSF, ne font pas de discrimination entre les consommateurs qui optent pour des services postpayés et ceux qui choisissent le prépayé. Au Québec, par exemple, le contrat à exécution successive de service fourni à distance, dont le contrat de services sans fil, qu'il soit à durée limitée ou illimitée, prépayé ou postpayé, doit être constaté par écrit. Il en va d'ailleurs de même, généralement, pour les contrats conclus à distance, l'absence de copie du contrat pouvant même constituer un motif suffisant d'annulation. Comment tolérer, alors, que, non seulement, aucun contrat écrit qui respecte la forme prescrite ne soit remis au consommateur, mais que les fournisseurs assurent même au consommateur qu'aucun contrat ne les lie?

Le Code sur les services sans fil a été mis en place par le CRTC afin d'assurer l'uniformité de certaines pratiques chez les fournisseurs afin que les consommateurs soient mieux protégés, et notamment, qu'ils puissent porter leurs différends devant le CPRST pour un traitement rapide. Le consommateur dispose bien sûr, lors de différends en matière de prépayés, des recours que lui garantissent les lois provinciales. Cela dit, le consommateur dispose aussi de ces recours civils lorsqu'il conclut un contrat de postpayé. Il semble alors inexplicable que le CRTC hésite à étendre aux services prépayés les obligations qu'il a imposées pour le postpayé, attendu que plusieurs de ces obligations sont déjà prévues aux lois provinciales et que les exclusions prévues au Code n'ont souvent pour seul effet que de priver les consommateurs de l'accès à un mode de règlement des conflits, le CPRST, auquel peuvent par ailleurs avoir recours les consommateurs de postpayé.

Il y a, entre les SSF prépayés et les postpayés, plus de similitudes que de différences notables. La distinction majeure tient probablement au fait que les services postpayés sont encore très souvent conclus en incluant le financement d'un appareil, ce qui n'est évidemment pas le cas pour le prépayé. Tant le CRTC que les législateurs provinciaux se sont penchés sur cette question, et cet aspect des contrats postpayés est maintenant largement traité, les abus qui étaient courants (c'est-à-dire ceux qui portaient sur les frais de résiliation) ayant été étroitement encadrés.

Il ne semble aujourd'hui y avoir aucune raison valable de discriminer les consommateurs en permettant que leur soit offerte moins d'information et reconnus moins de droits uniquement parce qu'ils optent pour des SSF prépayés. Ce type de services étant bien souvent choisi par des clientèles plus vulnérables, pour lesquelles des efforts d'information et de protection particuliers devraient être faits, le temps est venu de réviser le Code sur les services sans fil afin d'établir une meilleure symétrie entre les deux types de services.

Notre étude nous a encore une fois fait réaliser l'importance de la communication de renseignements avant la conclusion du contrat. Si les objectifs de l'intervention du CRTC lors de l'adoption du Code étaient à la fois de mieux protéger le consommateur, notamment en imposant une information plus claire et plus complète, et de faire jouer plus efficacement la concurrence, en abaissant certaines barrières à la mobilité, notamment, il nous semble que ces deux objectifs pourraient être atteints plus efficacement si le Code, plutôt que de ne s'intéresser qu'à l'information fournie une fois le contrat conclu, imposait des règles strictes concernant l'information précontractuelle – à commencer par le résumé des renseignements essentiels. À l'exemple de l'Australie, et à l'exemple des législations provinciales qui insistent, dans certains domaines, pour une information précontractuelle plus complète, en vue d'assurer que les consommateurs sont bien au fait de ce qu'ils s'approprient à acheter, des modalités qui les lieront et des obligations auxquelles s'engage le commerçant, le CRTC serait donc bien venu d'envisager d'imposer la remise avant la conclusion du contrat d'un résumé des éléments essentiels du contrat, et ce, tant pour les services prépayés que pour les postpayés.

## 6. Recommandations

---

- Attendu que les similitudes entre les services sans fil (SSF) postpayés et prépayés sont très grandes ;
- Attendu que les consommateurs qui optent pour des SSF prépayés se voient offrir des protections inférieures par le Code sur les services sans fil ;
- Attendu que les services prépayés sont souvent choisis par des clientèles plus vulnérables ;
- Attendu que les lois de protection du consommateur ne font normalement pas de distinction entre ces deux types de services lorsqu'elles encadrent les SSF ;
- Attendu que plusieurs des obligations auxquelles le Code soustrait les fournisseurs de services sans fil (FSSF) lorsqu'ils offrent des services prépayés leur sont de toute façon imposées par des lois provinciales ;
- Attendu que dans son rapport 2012-2013, le CPRST mentionnait que 21.5 % des problèmes rapportés reliés à la facturation en matière de SSF relevaient du secteur du prépayé ;
  1. **Union des consommateurs recommande** que le CRTC révisé le Code sur les services sans fil afin d'assurer qu'il offre des protections égales aux consommateurs qui optent pour des SSF prépayés et à ceux qui choisissent le postpayé, notamment sur le plan de l'information et de la communication de documents;
- Attendu que le Code canadien dispose que les contrats écrits du FSSF doivent être rédigés dans un langage clair que le consommateur puisse facilement lire et comprendre ;
- Attendu que dans leurs rapports de conformité soumis au CRTC en janvier 2014 les FSSF indiquent qu'ils remplissent cette obligation ;
- Attendu que les FSSF, dans leurs rapports de conformité, indiquent également que lorsqu'ils parlent de contrat ils réfèrent généralement, en matière de prépayé, à leurs Modalités de service ;
- Attendu que notre enquête terrain démontre que les Modalités de service des FSSF sont excessivement prolixes, ce qui est susceptible de dissuader les consommateurs de les lire ;
- Attendu que le langage utilisé dans ces documents est trop souvent inutilement complexe, embrouillé, voire incompréhensible ;
- Attendu que, dans ces Modalités de service, on retrouve de l'information qui porte principalement sur les SSF postpayés, mais aussi de l'information essentielle applicable aux SSF prépayés, et qu'il est souvent très difficile de déceler exactement les parties qui peuvent s'appliquer (ou ne pas s'appliquer) à ce dernier type de services ;
- Attendu que notre enquête terrain a démontré que le consommateur peut avoir beaucoup de difficulté à s'y retrouver dans le pêle-mêle des documents contractuels remplis de renseignements portant sur plusieurs sujets différents et non reliés entre eux ou avec son service (lorsque cette information lui est fournie non pas de manière séparée, mais plutôt pas un renvoi aux Modalités de service) ;
  2. **Union des consommateurs recommande** que le CRTC revienne le Code canadien afin de préciser ce que signifient les termes « langage clair » et « langage simple » dans le contexte de documents dont le but est d'informer honnêtement le consommateur;
  3. **Union des consommateurs recommande** que le CRTC évalue la pertinence de mettre sur pied un comité qui serait chargé d'étudier la manière de communiquer plus

clairement aux consommateurs le contenu, notamment, des contrats, des Modalités de service des fournisseurs et autres documents connexes afin d'assurer qu'ils soient lisibles pour un consommateur moyen et conformes aux encadrements existants ;

4. **Union des consommateurs recommande** au CRTC, s'il devait conclure à la pertinence de la mise sur pied de tel comité, de veiller à ce que des groupes de consommateurs fassent partie de ce comité, et que des ressources suffisantes leur soient allouées pour garantir une participation adéquate.

- Attendu que le Code canadien oblige les FSSF à fournir aux consommateurs, après la conclusion d'un contrat de SSF postpayés, un résumé des conditions essentielles du contrat ;
  - Attendu que les utilisateurs de postpayés et de prépayés ont droit à des protections égales;
  - Attendu que le résumé des conditions essentielles du contrat devrait pouvoir servir au consommateur à savoir, avant de s'engager dans un contrat, les droits et les obligations auxquelles s'engagent les parties en vertu du contrat envisagé ;
  - Attendu que le résumé des conditions essentielles du contrat devrait pouvoir servir au consommateur à comparer les offres des différents fournisseurs, lui permettant ainsi de faire un choix plus éclairé et permettant à la concurrence de faire son œuvre ;
  - Attendu que les législateurs provinciaux ont, pour certains, adopté des dispositions qui imposent au commerçant en ligne de soumettre au consommateur, avant la conclusion du contrat, un résumé des conditions essentielles du contrat ;
  - Attendu le nombre de Canadiens qui concluent chaque année des contrats de téléphonie sans fil ou qui sont liés par de tels contrats ;
  - Attendu le nombre important de plaintes que soulèvent chaque année ces services ;
  - Attendu qu'une portion importante de ces plaintes porte sur l'inadéquation entre le contrat et ce qui aurait été annoncé au consommateur avant sa conclusion ;
5. **Union des consommateurs recommande** au CRTC d'étendre aux contrats prépayés l'obligation pour les FSSF de remettre au consommateur un résumé des dispositions essentielles du contrat ;
6. **Union des consommateurs recommande** au CRTC de modifier le Code afin de prévoir la communication au consommateur du résumé des dispositions essentielles du contrat avant sa conclusion ;
7. **Union des consommateurs recommande** aux législateurs provinciaux l'adoption d'une disposition qui, à l'image de celle qui visent dans plusieurs provinces les contrats à distance, impose aux fournisseurs de services sans fil et autres vendeurs de ce type de services de remettre au consommateur, avant la conclusion du contrat, un résumé de ses dispositions essentielles ;
8. **Union des consommateurs recommande** aux législateurs provinciaux de prévoir un droit de résiliation en faveur du consommateur, en cas de non-remise du résumé des conditions essentielles ou en cas de non-conformité du contrat avec les conditions essentielles qui avaient été divulguées au consommateur dans le résumé avant sa conclusion.



- Attendu que la vérification de la conformité des SSF aux obligations du Code canadien se fait actuellement sur la foi des rapports de conformité complétés par les fournisseurs eux-mêmes ;
- Attendu qu'un examen des documents communiqués aux consommateurs par les fournisseurs tend à démontrer que les rapports de conformité font preuve, sur certains points, d'une complaisance certaine et d'un sens critique minimal ;
- Attendu que cet examen révèle, par exemple, l'absence fréquente de toute mention du CPRST et de sa capacité de recevoir et de traiter les plaintes ;
- Attendu que seuls des rapports de conformité rigoureux sont susceptibles de permettre au CRTC de vérifier s'il est nécessaire d'apporter des ajustements aux pratiques des fournisseurs ou au Code lui-même ;

9. **Union des consommateurs recommande** au CRTC de prendre les mesures nécessaires pour obtenir des rapports de conformité rigoureux, qui lui permettront d'avoir un portrait objectif de la situation ;

10. **Union des consommateurs recommande** au CRTC de confier à cette fin à un organisme neutre indépendant l'analyse des pratiques et de la documentation des FSSF en regard de la conformité au Code ;

11. **Union des consommateurs recommande** au CRTC de veiller à assurer que les FSSF assument les frais de ces enquêtes de conformité.

- Attendu que, malgré l'existence du Code sur les services sans fil et la possibilité pour les consommateurs d'avoir recours au CPRST en vue de régler leurs différends en matière de téléphonie sans fil, les utilisateurs de services de télécommunication ont droit, peu importe le type de service qu'ils utilisent, à la pleine protection que sont censées leur reconnaître les lois de protection du consommateur provinciales ;
- Attendu que les lois provinciales n'offrent pas toutes des degrés de protection égaux, que ce soit en matière de contrats de téléphonie ou de contrats à distance ;
- Attendu que le Comité des mesures en matière de consommation a pour mandat de veiller à l'harmonisation des lois provinciales de protection du consommateur ;

12. **Union des consommateurs recommande** que les législateurs provinciaux travaillent, au sein du Comité des mesures en matière de consommation, à l'harmonisation des dispositions de leurs lois de la protection du consommateur qui s'appliquent aux SSF afin d'assurer que tous les consommateurs canadiens se voient offrir la meilleure protection possible en ce domaine.

## Médiagraphie

---

### **AUTORITÉ DE RÉGULATIONS DES COMMUNICATIONS ÉLECTRONIQUES ET DES POSTES.** Paris, France.

- *Observatoire des marchés des communications électroniques en France – Observatoire des investissements et de l'emploi - 4e trimestre 2014 – résultats définitifs (2 avril 2015)*, avril 2015. <http://www.arcep.fr/index.php?id=12773>
- *Code des postes et des communications électroniques*, art. L 33-1, 26 juillet 2013, 122 pages. <http://www.arcep.fr/fileadmin/reprise/textes/lois/cpce-legis.pdf>

**BELL CANADA.** « Modalités de service de Bell Mobilité », Bell, Ottawa, Canada, 2015, sans date. [http://www.bell.ca/Modalites\\_de\\_service\\_de\\_Bell\\_Mobilite#Agreement](http://www.bell.ca/Modalites_de_service_de_Bell_Mobilite#Agreement)

**CANADIAN MEDIA CONCENTRATION RESEARCH PROJECT.** *Mobile Wireless in Canada: Recognizing the problems and approaching solutions*, Canada, mars 2014, 73 pages. <http://www.cmcrp.org/wp-content/uploads/2014/03/Mobile-Wireless-in-Canada-Final-Report.pdf>

**CHATR.** « Modalités de service chatr » Chatr, Toronto, Ontario, Canada, sans date. [https://www.chatrwireless.com/web/chatr.portal;jsessionid=Pzh9VJ1hGJRJ6tRxSFCK2GRrJ15HDCwp1jR01LQtqNf5K1RpyqyH!-41530798!806384919?\\_nfpb=true&\\_pageLabel=GCT&\\_nfls=true&setLanguage=fr&template=rmsoservice](https://www.chatrwireless.com/web/chatr.portal;jsessionid=Pzh9VJ1hGJRJ6tRxSFCK2GRrJ15HDCwp1jR01LQtqNf5K1RpyqyH!-41530798!806384919?_nfpb=true&_pageLabel=GCT&_nfls=true&setLanguage=fr&template=rmsoservice)

**CIVIC AGENCY.** *FAQs, Complaints : Phone Companies*, États-Unis, 30 décembre 2011. <http://usa-faq.civicagency.org/answers/10295>

**COMITÉ DES MESURES EN MATIÈRE DE CONSOMMATION.** *Téléphones cellulaires*, in *Le Guide du consommateur canadien*, Bureau de la consommation, Industrie Canada, Ottawa, Ontario, Canada, sans date. <http://www.guideduconsommateur.ca/fr/topics/produits-et-services/telephones-cellulaires>

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

- *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>
- *Rapport annuel 2012-13*, 2013, 52 pages. <http://www.ccts-cprst.ca/wp-content/uploads/pdfs/fr/2012-2013/CPRST-Rapport-Annuel-2012-2013.pdf>

**COMMUNICATIONS ALLIANCE LTD.** *Telecommunications Consumer Protections Code C628:2012*, Industry Code, Communications Alliance, North Sydney, Australia, 2012, 102 pages. [http://www.commsalliance.com.au/data/assets/pdf\\_file/0017/33128/TCP-C628\\_2012\\_May2012-Corrected-July12.pdf](http://www.commsalliance.com.au/data/assets/pdf_file/0017/33128/TCP-C628_2012_May2012-Corrected-July12.pdf)

**CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES (CRTC).** Ottawa, Ontario, Canada.

- *Le Code sur les services sans fil*, CRTC, 2013. [http://www.crtc.gc.ca/fra/info\\_sht/t14.htm](http://www.crtc.gc.ca/fra/info_sht/t14.htm)
- *Code sur les services sans fil : Fiche de rendement de la mise en application*, septembre 2014. <http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/rp140918.htm>
- *Politique réglementaire de télécom CRTC 2013-271 - Le Code sur les services sans fil*, 3 juin 2013, 86 pages. <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2013/2013-271.pdf>
- *Rapports de conformité*, dans *Documents connexes*, numéro de dossier 2012-557, 2012. <https://services.crtc.gc.ca/pub/instances-proceedings/Default-Default.aspx?Lang=fra&YA=2012&S=C&PA=t&PT=nc&PST=a#2012-557>
- *Rapports de conformité*, DM#2054759 – 2012-557 – *Compliance Report – Rogers – RogersCRTC26Nov13-1 Abridged*, 15 janvier 2014, 21 pages. <https://services.crtc.gc.ca/pub/instances-proceedings/Default-Default.aspx?Lang=fra&YA=2012&S=C&PA=t&PT=nc&PST=a#2012-557>
- *Rapport de surveillance des communications 2012*, 5 septembre 2012, 188 pages. <http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/policymonitoring/2012/cmr2012.pdf>
- *Rapport de surveillance des communications 2013*, septembre 2013, 268 pages. <http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/policymonitoring/2013/cmr2013.pdf>
- *Rapport de surveillance des communications 2014*, octobre 2014, 326 pages. <http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/PolicyMonitoring/2014/cmr.pdf>

**COSTCO.CA.** *Appels en tout temps*, Costco.ca, Québec, Canada, 2014.

<http://mobility.costco.ca/fr/qc/forfaits-mobilite/rogers-mobilite-196-appels-en-tout-temps/>

**CRAIG, Pierre.** « Ces contrats qu'on ne lit pas », La facture, Radio-Canada, Montréal, Québec, Canada, 7 octobre 2014 <http://ici.radio-canada.ca/tele/la-facture/2014-2015/segments/reportage/247/contrat-clause-incomprehension-signature-test-etudiant?isAutoPlay=1>

**DANNENFELDT, Diane.** *How Prepaid Cell Phones Work*, HowStuffWorks?, Atlanta, Géorgie, États-Unis, 2013. <http://electronics.howstuffworks.com/prepaid-cell-phones2.htm>

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

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

**FEDERAL TRADE COMMISSION.** *Statutes Enforced or Administered by the Commission*, Federal Trade Commission, Washington DC, États-Unis, sans date.

<https://www.ftc.gov/enforcement/statutes>

**GRAMMOND, Stéphanie.** « Le cellulaire le moins cher en ville », La Presse, Montréal, Québec, Canada, 13 juin 2013. <http://affaires.lapresse.ca/opinions/chroniques/stephanie-grammond/201306/12/01-4660436-le-cellulaire-le-moins-cher-en-ville.php>

**KOODO.** « Koodo Modalités de service » Koodo Mobile, Montréal, Québec, Canada, sans date. <https://www.koodomobile.com/fr/service-terms>

**LAMBERT-RACINE, Sophy.** *Limites d'usage des services d'accès à Internet mobile: informer et protéger les consommateurs*, Union des consommateurs, Montréal, Canada, juin 2013, 202 pages. <http://uniondesconsommateurs.ca/docu/telecom/18-donnees-mobiles-rapport-F-complet-Fr-revise.pdf>

**LIFSHER, Marc.** *More cellphone users switch to prepaid plans*, Phys.org, Douglas, Royaume-Uni, 22 février 2013. <http://phys.org/news/2013-02-cellphone-users-prepaid.html>

**Ofcom.** *Consolidated version of general conditions as at 26 February 2016 (including annotations)*. Ofcom, Londres, Royaume-Uni, 26 février 2015, 100 pages. [http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/telecoms/ga/CONSOLIDATED\\_VERSION\\_OF\\_GENERAL\\_CONDITIONS\\_AS\\_AT\\_26\\_FEBRUARY\\_2015\\_.pdf](http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/telecoms/ga/CONSOLIDATED_VERSION_OF_GENERAL_CONDITIONS_AS_AT_26_FEBRUARY_2015_.pdf)

**PÉTRO-CANADA MOBILITÉ.** « Modalités » Mobility.petro-canada.ca, Calgary, Alberta, Canada, sans date. [http://mobility.petro-canada.ca/fr/independent/221.aspx?\\_utma=128820109.1108915054.1432119308.1432119308.1432119308.1&\\_utmb=128820109.15.8.1432119458310&\\_utmc=128820109&\\_utmz=128820109.1432119308.1.1.utmcsr=google|utmccn=\(organic\)|utmcmd=organic|utmctr=\(not%20provided\)&\\_utmv=-&\\_utmh=129442828](http://mobility.petro-canada.ca/fr/independent/221.aspx?_utma=128820109.1108915054.1432119308.1432119308.1432119308.1&_utmb=128820109.15.8.1432119458310&_utmc=128820109&_utmz=128820109.1432119308.1.1.utmcsr=google|utmccn=(organic)|utmcmd=organic|utmctr=(not%20provided)&_utmv=-&_utmh=129442828)

**PR NEWSWIRE.** *Experts: "Middle-Class Mainstreaming" Of Prepaid Wireless Could Push One Out Of Three U.S. Consumers To No-Contract Cell Phones In Next 12 Months*, PR Newswire, Washington, États-Unis, 19 juillet 2012. <http://www.prnewswire.com/news-releases/experts--middle-class-mainstreaming-of-prepaid-wireless-could-push-one-out-of-three-us-consumers-to-no-contract-cell-phones-in-next-12-months-163059036.html>

**ROGERS COMMUNICATIONS.** « Modalités de service Rogers », Rogers, Toronto, Ontario, Canada, 2015, 11 pages. [http://www.rogers.com/cms/pdf/fr/About/TOS\\_Fr.pdf](http://www.rogers.com/cms/pdf/fr/About/TOS_Fr.pdf)

**ROSSIGNOL, Agnès.** « Des étudiants en droit à la télé », Droit inc., Montréal, Québec, Canada, 17 octobre 2014. <http://www.droit-inc.com/article13823-Des-etudiants-en-droit-a-la-tele>

**STATISTIQUES CANADA.** *Enquête sur les dépenses des ménages*, Site de Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada, 2012, dernière mise à jour 29 janvier 2014. <http://www.statcan.gc.ca/daily-quotidien/140129/dq140129a-fra.htm>

**TÉLÉCOM-INFOCONSO.FR.** *Carte SIM, verrouillage et déverrouillage des terminaux : mode d'emploi*, Telecom-Infoconso.fr, Autorité de régulation des communications électroniques et des postes, Paris, France, 2 mai 2012. <http://www.telecom-infoconso.fr/carte-sim-verrouillage-et-deverrouillage-des-terminaux-mode-demploi>

**TELUS COMMUNICATIONS COMPANY.** Vancouver, Colombie-Britannique, Canada.

- « Fonctionnement du service prépayé », sans date. <http://www.telus.com/fr/qc/get-help/mobility/prepaid-plan/activation/telus-prepaid-account/support.do>
- « Modalités de service standard de la division Mobilité de TELUS », sans date. <http://www.telus.com/fr/qc/get-help/service-terms/support.doDocument1>

**UNION DES CONSOMMATEURS.** *Mettre un frein aux clauses abusives dans les contrats de consommation*, Union des consommateurs, Montréal, Québec, Canada, septembre 2011, 113 pages. [http://uniondesconsommateurs.ca/docu/protec\\_conso/FreinClausesAbusives.pdf](http://uniondesconsommateurs.ca/docu/protec_conso/FreinClausesAbusives.pdf)

**URNER, Erin.** *Pre-paid calling cards: advertising, use and complaints processes in Australia*, 2013, ACCAN, Sydney, Australia, 29 pages.

<https://accan.org.au/files/Reports/REPORT%20Pre-paid%20calling%20cards%20-%20advertising%20use%20and%20complaints%20processes%20in%20Australia.pdf>

**VIRGIN MOBILE CANADA.** Ottawa, Ontario, Canada.

- « Avis légaux », sans date. <http://www.virginmobile.ca/fr/support/legal.html?itcid=FOT:24>
- « Modalités de service », sans date. <http://www.virginmobile.ca/fr/support/legal-terms.html>

**WIRELINE COMPETITION BUREAU.** *Local Telephone Competition: Status as of June 30, 2013*, U.S. Federal Communication Commission, Washington CD, États-Unis, juin 2014, 36 pages. [https://apps.fcc.gov/edocs\\_public/attachmatch/DOC-327830A1.pdf](https://apps.fcc.gov/edocs_public/attachmatch/DOC-327830A1.pdf)