

A close-up photograph of several coins, likely Canadian, featuring a maple leaf design. The top coin is gold and has "FINE GOLD" embossed on it. Below it is a silver coin with "FINE SILVER" embossed on it. The coins are set against a dark red background with a diagonal split.

Canada : aperçu du droit de la consommation

Canada : aperçu du droit de la consommation

Aperçu	2
Lois fédérales sur la protection du consommateur	2
Réglementation des produits vendus au Canada.....	2
Pratiques commerciales trompeuses et fixation des prix	3
Secteurs sous réglementation fédérale	4
Lois provinciales sur la protection du consommateur	5
Opérations de consommation — Conventions et pratiques	5
Entreprises réglementées.....	6
Langue française et publicité destinée aux enfants au Québec.....	6

Canada : aperçu du droit de la consommation

Aperçu

Au Canada, les gouvernements fédéral et provinciaux se partagent la responsabilité de la protection des consommateurs. En général, les lois fédérales visent à faire en sorte que les consommateurs aient accès à un marché sûr, juste et concurrentiel. En plus d'aborder les effets anticoncurrentiels des fusions et d'autres pratiques commerciales, les lois fédérales régissent la sécurité, l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation, ainsi que les pratiques commerciales trompeuses. Le gouvernement fédéral exerce également une fonction de surveillance des opérations des consommateurs dans certains secteurs sous réglementation fédérale, comme les institutions financières et les services sans fil.

Les lois provinciales et territoriales mettent l'accent sur les conditions auxquelles les entreprises font affaire avec les consommateurs. Les provinces réglementent aussi un éventail d'entreprises qui traitent avec les consommateurs, notamment en assujettissant ces entreprises à des régimes de permis, en particulier lorsque le crédit à la consommation est en cause.

La plupart des provinces disposent d'une loi précisément consacrée à la protection des consommateurs qui font des opérations et passent des contrats en ligne. De plus, le gouvernement fédéral et certaines provinces ont adopté des lois régissant l'utilisation et la divulgation de renseignements personnels par le secteur privé.

Lois fédérales sur la protection du consommateur

Réglementation des produits vendus au Canada

Sécurité

La principale loi fédérale régissant les produits de consommation au Canada est la *Loi canadienne sur la sécurité des produits de consommation* (LCSPC). Son but est de protéger le public en écartant ou prévenant le danger pour la santé ou la sécurité humaines que peuvent présenter les produits de consommation qui se trouvent au Canada. La LCSPC s'applique aux fabricants, aux importateurs, aux annonceurs et aux vendeurs de tout produit dont on pourrait raisonnablement s'attendre à ce qu'un individu l'obtienne en vue d'une utilisation à des fins non commerciales — y compris les jouets pour enfants, les produits ménagers, les articles de sport, ainsi que leurs composants, accessoires et emballages.

Tous les participants qui jouent un rôle dans l'offre de produits de consommation ont trois responsabilités principales en vertu de la LCSPC. Premièrement, leurs produits doivent satisfaire aux exigences réglementaires et ne peuvent constituer une menace pour la santé ou la sécurité, ni avoir été rappelés ou avoir été emballés,

étiquetés ou annoncés de manière trompeuse quant à leur sécurité. Deuxièmement, ils doivent se conformer aux exigences relatives à la tenue de documents, qui s'appliquent à l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement. Troisièmement, ils doivent signaler les incidents concernant tout produit de consommation qui pourrait entraîner ou qui a entraîné la mort, des effets néfastes graves sur la santé ou des blessures graves (y compris une défectuosité et un mauvais étiquetage ou des instructions inexactes), et les rappels faits par d'autres gouvernements ou organismes publics.

La LCSPC donne à Santé Canada le pouvoir d'ordonner des mises à l'essai et des mesures correctives, y compris des rappels, et un large pouvoir d'inspections des lieux où se déroulent des activités réglementées (fabrication, importation et vente). Les peines en cas de non-respect de la LCSPC peuvent dans certains cas être sévères, allant d'amendes substantielles à l'emprisonnement. Des sanctions administratives pécuniaires peuvent être imposées pour une contravention à un ordre de rappel ou de mise à l'essai.

Les produits comme les cosmétiques, les aliments, les drogues, les instruments médicaux, les produits antiparasitaires, les engrais, les végétaux et semences, les armes à feu, les munitions et les véhicules à moteur ne sont pas assujettis à la LCSPC, mais sont plutôt régis par d'autres lois fédérales comme la *Loi sur les aliments et drogues* et le *Code criminel*.

Étiquetage et emballage

Deux lois fédérales principales régissent l'étiquetage et l'emballage des produits de consommation. La *Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation* s'applique à l'emballage, l'étiquetage, la vente, l'importation et la publicité des produits alimentaires et non alimentaires préemballés; la *Loi sur l'étiquetage des textiles* s'applique aux articles textiles de consommation vendus, importés ou annoncés au Canada. Ces lois et leurs règlements connexes énoncent les exigences relatives au contenu, à la forme et au mode d'apposition des étiquettes sur les produits de consommation et les textiles (y compris, sous réserve d'exceptions limitées, le fait que les renseignements doivent figurer en anglais et en français). (Des exigences supplémentaires en matière d'étiquetage en français peuvent s'appliquer au Québec, comme il est indiqué ci-dessous.)

Pratiques commerciales trompeuses et fixation des prix

Outre son application aux fusions d'entreprises, la *Loi sur la concurrence* fédérale contient un certain nombre de dispositions civiles et pénales dont l'objet est d'empêcher les pratiques commerciales anticoncurrentielles, y compris les pratiques commerciales trompeuses. En vertu de la *Loi sur la concurrence*, des sanctions civiles peuvent être imposées pour les pratiques commerciales trompeuses, notamment des indications données au public qui sont fausses ou trompeuses sur des points importants, des indications de rendement qui ne sont pas

fondées sur des épreuves suffisantes et appropriées, des garanties trompeuses d'une façon importante ou peu susceptibles d'être respectées et des fausses indications concernant le prix de vente habituel d'un produit.

Des sanctions civiles peuvent également être imposées pour les pratiques commerciales que sont la vente à prix d'appel, la vente au-dessus du prix annoncé et les concours publicitaires qui ne satisfont pas aux conditions concernant la divulgation et la distribution des prix. Des sanctions pénales peuvent être imposées pour des indications fausses ou trompeuses et pour le double étiquetage, le télémarketing trompeur et la vente pyramidale. La *Loi sur la concurrence* interdit également l'envoi d'avis qui donnent l'impression générale que le destinataire a gagné ou gagnera un prix tout en demandant au destinataire de payer une somme d'argent ou d'engager des frais, sauf si certaines conditions sont satisfaites, notamment que le destinataire gagne réellement un prix. Les sanctions administratives pécuniaires imposées en vertu de la *Loi sur la concurrence* peuvent être considérables et les peines pour les infractions criminelles peuvent inclure à la fois des amendes et l'emprisonnement.

Secteurs sous réglementation fédérale

Les institutions financières sous réglementation fédérale, y compris les banques, les sociétés d'assurances et les sociétés de fiducie et de prêt, sont assujetties aux dispositions concernant les consommateurs dans les lois qui les régissent et qui traitent de questions comme la divulgation du coût d'emprunt et les procédures de plainte.

Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) a publié un *Code sur les services sans fil* (le *Code*) applicable à tous les services sans fil et à tous les fournisseurs de services sans fil. Le *Code* exige que les contrats de services sans fil soient rédigés dans un langage simple qui permet au consommateur de mieux comprendre ses droits et obligations au titre du contrat (y compris les conditions concernant le prix, l'annulation, la prolongation, le débranchement et les autres conditions clés du contrat). Certaines provinces, y compris l'Ontario et le Québec, ont promulgué leur propre législation (dans certains cas, dans le cadre d'une loi générale sur la protection du consommateur) visant les contrats de services sans fil, qui peut donner des droits supplémentaires aux consommateurs dans ces provinces. Le CRTC a établi des Règles sur les télécommunications non sollicitées que les télévendeurs et ceux qui les embauchent doivent respecter. Ces règles comprennent une « liste nationale de numéros de télécommunication exclus », des règles relatives au télémarketing et des règles sur les composeurs-messagers automatiques.

Lois provinciales sur la protection du consommateur

Opérations de consommation — Conventions et pratiques

Les lois sur la protection du consommateur dans la plupart des provinces canadiennes — y compris l'Alberta, la Colombie-Britannique, l'Ontario et le Québec — établissent des exigences pour des types précis de contrats de consommation et interdisent un éventail de pratiques « déloyales » dans toute opération de consommation.

Bien que les catégories et la terminologie varient légèrement entre ces provinces, en règle générale les lois sur la protection du consommateur s'appliquent aux conventions à distance, aux conventions sur Internet, aux conventions de multipropriété, aux contrats de « vente directe » (vendeurs itinérants), aux conventions de crédit, aux contrats de fourniture de services à distance (comme les contrats de téléphones cellulaires), aux baux ou contrats de louage pour la fourniture de biens et, dans certains cas, aux contrats à exécution différée. Ces contrats sont assujettis à des exigences particulières en matière de contenu et de divulgation et, dans certains cas, prévoient des droits d'annulation et un délai de « réflexion ». Les conventions de crédit et les baux sont également assujettis à des exigences détaillées en matière de divulgation du coût de crédit.

Les lois sur la protection du consommateur interdisent également les pratiques commerciales « déloyales » dans toute opération de consommation. Les pratiques commerciales déloyales comprennent des indications trompeuses et lésionnaires (par exemple, lorsqu'un vendeur profite d'un consommateur qui ne peut pas protéger ses propres intérêts, exerce sur le consommateur une pression induite ou sait qu'une opération est excessivement déséquilibrée ou défavorable au consommateur). Lorsqu'une personne s'est engagée dans une pratique commerciale déloyale, le consommateur a des droits de résolution et de recouvrement; le fait de s'engager dans une pratique déloyale constitue aussi une infraction, qui peut conduire à des ordonnances de conformité, à des sanctions pécuniaires et à l'emprisonnement pour le contrevenant.

Toutes les provinces ont une législation qui traite des cartes-cadeaux (en général, ces lois interdisent les dates d'expiration, bien que des exceptions s'appliquent à certains types de cartes) et la plupart traitent des produits non sollicités ou des abonnements par défaut (en règle générale, les consommateurs ne sont pas tenus de payer pour des biens ou des services non sollicités). La législation provinciale assortit généralement les ventes aux consommateurs de garanties minimales (en ce qui concerne des questions comme le titre et la qualité) et, dans certaines provinces — notamment l'Ontario et le Québec — les clauses d'arbitrage obligatoire prélitige ne sont pas exécutoires dans un contrat de consommation.

L'Ontario et le Québec ont récemment adopté une législation qui éliminera les dates d'expiration des programmes de points de récompense qui reposent uniquement

sur l'écoulement du temps. Selon les directives de l'organisme de protection du consommateur de l'Ontario, les contrats de consommation au titre desquels le consommateur obtient des points de récompense peuvent toujours prévoir l'expiration de ces points pour des raisons autres que le seul écoulement du temps — par exemple, les points de récompense peuvent expirer après un certain temps s'il existe un deuxième motif, comme l'inactivité (le fait de ne pas gagner ou échanger des points) dans le compte d'un consommateur, au cours de cette période. La législation ontarienne a été adoptée, mais elle n'est pas encore en vigueur. Sa promulgation est prévue en 2017, à la suite d'une consultation auprès des consommateurs et des entreprises, et elle s'appliquera aux points qui devaient expirer à compter du 1^{er} octobre 2016. Le projet de loi du Québec a été présenté à l'Assemblée nationale en mai 2017 et pourrait être adopté dès décembre 2017.

Entreprises réglementées

Comme il a été mentionné ci-dessus, toutes les provinces réglementent certaines entreprises qui traitent avec les consommateurs, ou assujettissent ces entreprises à des régimes de permis. Bien qu'il y ait des différences d'une province à une autre, sauf pour des exceptions limitées, les provinces réglementent les entreprises qui offrent du crédit et de la dette à la consommation, comme les agences d'évaluation du crédit et les agences de recouvrement, et assujettissent ces entreprises à des régimes de permis. Certaines provinces, mais non l'ensemble de celles-ci, réglementent également les sociétés de prêt de dépannage. On retrouve aussi, parmi les autres entreprises qui sont assujetties à la réglementation et aux exigences provinciales en matière de permis dans l'ensemble des provinces ou plusieurs d'entre elles, les concessionnaires de véhicules automobiles, les agents immobiliers, les vendeurs à domicile et les agences de voyages.

Langue française et publicité destinée aux enfants au Québec

La *Charte de la langue française* du Québec (la « Charte ») établit le français comme langue courante du commerce et des affaires au Québec. De plus, la *Loi sur la protection du consommateur* du Québec exige que les contrats de consommation soient rédigés en français, bien que le contrat puisse être rédigé dans une autre langue si les parties en conviennent expressément. La Charte contient une disposition similaire s'appliquant à tous les contrats types. Les inscriptions sur un produit (et les étiquettes et les documents qui sont fournis avec le produit) doivent avoir une version française aussi évidente que la version dans une autre langue. Des règles spéciales s'appliquent à la vente de versions non françaises de certains produits, notamment les logiciels, les jouets et les jeux.

La *Loi sur la protection du consommateur* du Québec interdit généralement la publicité commerciale destinée aux personnes de moins de treize ans, sauf dans certaines circonstances (publicités dans les magazines pour enfants, annonce d'un spectacle ou d'une émission pour enfants, ou dans une vitrine, un présentoir, sur un

contenant, un emballage ou une étiquette). La publicité qui relève à première vue de ces exceptions doit satisfaire à certains critères supplémentaires pour être légale au Québec.

À propos du cabinet

Quand Heward Stikeman et Fraser Elliott lancent le cabinet en 1952, ils sont unis par leur promesse de faire les choses autrement pour aider les clients à atteindre leurs objectifs d'affaires.

En fait, ils en font leur mission pour n'offrir que les conseils de la plus haute qualité ainsi que les services les plus efficaces et les plus innovants de façon à constamment aller au-devant des visées de nos clients.

Le leadership, la prédominance et la renommée de Stikeman Elliott n'ont cessé de croître au Canada comme partout au monde. Cependant, nous sommes restés fidèles à nos valeurs fondamentales.

Ces valeurs constituent ce qui nous guide chaque jour et comprennent :

- Faire équipe avec nos clients – nos objectifs communs assurent notre réussite mutuelle.
- Trouver des solutions originales là où d'autres ne peuvent en trouver – tout en étant aussi ancrées dans la réalité du monde des affaires.
- Procurer aux clients une vaste expertise juridique – pour des conseils clairs et proactifs.
- Demeurer passionnés par ce que nous faisons – nous adorons le processus et la performance que le travail d'équipe propulse.

Un engagement envers la poursuite de l'excellence – aujourd'hui, demain et pour les décennies à venir – c'est ce qui distingue Stikeman Elliott lorsqu'il s'agit d'élaborer un parcours réalisable pour traverser des problèmes complexes. Notre dévouement et notre dépassement sont inébranlables.

C'est ce qui fait de Stikeman Elliott le cabinet vers lequel le monde se tourne lorsque l'enjeu est de taille.

Montréal

1155 boul. René-Lévesque O.
41^e étage
Montréal, QC, Canada H3B 3V2
Tél : 514 397 3000

Toronto

5300 Commerce Court West
199 Bay Street
Toronto, ON, Canada M5L 1B9
Tél : 416 869 5500

Ottawa

Suite 1600
50 rue O'Connor
Ottawa, ON, Canada K1P 6L2
Tél : 613 234 4555

Calgary

4300 Bankers Hall West
888 - 3rd Street S.W.
Calgary, AB, Canada T2P 5C5
Tél : 403 266 9000

Vancouver

Suite 1700, Park Place
666 Burrard Street
Vancouver, BC, Canada V6C 2X8
Tél : 604 631 1300

New York

445 Park Avenue, 7th Floor
New York, NY USA 10022
Tél : 212 371 8855

Londres

Dauntsey House
4B Frederick's Place
London EC2R 8AB
Tél : 44 (0) 20 7367 0150

Sydney

Level 24
Three International Towers
Sydney, NSW 2000
Tél : +61 (2) 8067 8578

Suivez-nous



 [Abonnez-vous](#) aux publications sur des sujets juridiques clés provenant de la section Notre savoir de Stikeman Elliott.

Stikeman Elliott
