

**Appel aux observations 2015-239 :  
Examen du mandat et de la structure  
du Commissaire aux plaintes relatives  
aux services de télécommunications inc.**

Observations initiales déposées  
au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes



11 septembre 2015

Mémoire 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)

### Rédaction

- Sophy Lambert-Racine

### Direction

- Me Marcel Boucher

### Membres d'Union des consommateurs

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



Union des consommateurs est membre de l'Organisation internationale des consommateurs (OI), une fédération regroupant 240 membres en provenance de 120 pays.

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

## **Table des matières**

---

<b>UNION DES CONSOMMATEURS, LA FORCE D'UN RÉSEAU</b>	<b>4</b>
<b>INTRODUCTION</b>	<b>5</b>
<b>1. BAISSÉ DES PLAINTES : ATTENTION AUX CONCLUSIONS HÂTIVES</b>	<b>5</b>
<b>2. MEMBERSHIP : METTRE FIN AUX DÉLAIS NUISIBLES</b>	<b>6</b>
<b>3. FINANCEMENT : ASSURER LA PÉRENNITÉ DU COMMISSAIRE</b>	<b>7</b>
<b>4. PROMOTION : DES BESOINS TOUJOURS CRIANTS</b>	<b>8</b>
<b>5. TRAITEMENT DES PLAINTES : LE CPRST SUR LA BONNE VOIE</b>	<b>10</b>
<b>6. ÉLARGISSEMENT DU MANDAT DU CPRST</b>	<b>11</b>
<b>CONCLUSION</b>	<b>12</b>

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

---

Union des consommateurs (UC) est un organisme à but non lucratif qui regroupe dix Associations coopératives d'économie familiale (ACEF), l'Association des consommateurs pour la qualité dans la construction (ACQC) ainsi que des membres individuels. La mission d'UC est de représenter et défendre les consommateurs, en prenant en compte de façon particulière les intérêts des ménages à revenu modeste. Les interventions d'UC 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'UC 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.

Union des consommateurs agit principalement sur la scène nationale, en représentant les intérêts des consommateurs auprès de diverses instances politiques ou réglementaires, sur la place publique ou encore par des recours collectifs. Parmi ses 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'agroalimentaire et les biotechnologies, les produits et services financiers ainsi que les politiques sociales et fiscales.

Finalement, dans le contexte de la mondialisation des marchés, UC 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.

Depuis plus de 40 ans, les ACEF travaillent sans relâche au Québec auprès des personnes à faible revenu. Tout en revendiquant des améliorations aux politiques sociales et fiscales, les ACEF ont, depuis le début de leur existence, offert des services directs aux familles, dont des services de consultation budgétaire personnalisés.

## Introduction

---

1. Union des consommateurs souhaite, par la présente, présenter ses réactions aux mémoires initiaux que certains intervenants ont déposés dans le cadre de l'appel aux observations 2015-239.
2. Nos commentaires seront regroupés par sujets. Nous nous pencherons sur certains constats portant sur la baisse du nombre de plaintes reçues par le Commissaire au cours du dernier exercice et sur certains commentaires à ce sujet qui nous apparaissent injustifiés. Nous commenterons ensuite sur le *membership* du CPRST, qui devrait à notre avis, être imposé à l'ensemble des fournisseurs de services de télécommunications et de télévision. Nous mettrons ensuite en garde le Conseil contre tout changement au financement du CPRST qui serait susceptible d'affecter l'efficacité de cet organisme. Nous insisterons une fois de plus sur la nécessité d'améliorer les mesures visant à augmenter la notoriété du Commissaire, qui continue d'être méconnu des consommateurs. Finalement, nous tenons à souligner que la manière dont le Commissaire a modifié son traitement des plaintes pour s'ajuster à l'entrée en vigueur des codes de conduite qui lui ont été confiés nous semble tout à fait appropriée et il n'y a, à notre avis, aucune raison de changer cette structure gagnante.

### 1. Baisse des plaintes : attention aux conclusions hâtives

---

3. Certains fournisseurs insistent dans leur mémoire initial sur le lien qui existerait entre la baisse du nombre de plaintes constatée dans le dernier rapport annuel du Commissaire et le changement de philosophie des fournisseurs qui s'est manifesté par des engagements en vue d'améliorer le service à la clientèle et le traitement des plaintes<sup>1</sup>. Dans son rapport annuel 2013-2014, le message du Commissaire fait part d'un « optimisme prudent » (*cautiously optimistic*) envers les efforts de l'industrie<sup>2</sup>.
4. Nous croyons utile de rappeler que le Code sur les services sans fil avait pour objectif d'encadrer les contrats de services de téléphonie cellulaire et un ensemble de pratiques de commerce qui n'avaient jamais été réglementés auparavant par le CRTC, mettant fin de ce fait à certaines pratiques que nous qualifions volontiers d'abusives. Si l'entrée en vigueur de ce Code et son application par le CPRST ont pour effet d'amener les fournisseurs à améliorer leurs pratiques, il serait absurde de tirer comme conclusion de cette amélioration possible que le CPRST perd en pertinence ou qu'aucun effort sérieux ne doit être fait pour améliorer ses performances, son financement, les efforts promotionnels visant à augmenter sa notoriété, etc. Il importe de garder à l'esprit le caractère éclectique de la mission du Commissaire, qui dépasse dorénavant largement

---

<sup>1</sup> Voir notamment les mémoires de Bell et Telus.

<sup>2</sup> CPRST : Annual Report 2013-14, Commissioner's Message page 3

les simples services de médiation et d'arbitrage auprès des consommateurs auxquels son mandat initial aurait pu le confiner.

5. Bien qu'il soit tout à fait possible que le Code sur les services sans fil ait pu donner un tel coup de fouet à l'industrie et que les efforts du CPRST visant à produire des changements positifs au sein de l'industrie portent fruits<sup>3</sup>, il n'en demeure pas moins qu'il serait à notre avis prématuré de conclure à une diminution structurelle du nombre de plaintes auprès du Commissaire ou à une tendance en ce sens, ou d'insinuer que les entreprises sont dorénavant suffisamment sages pour régler elle-même leurs plaintes avec les consommateurs à l'avantage de ces derniers.

## **2. Membership : mettre fin aux délais nuisibles**

6. Les points de vue au sujet du *membership* peuvent diverger selon les intervenants. Nous en retiendrons que les intérêts des consommateurs seraient sans conteste mieux servis si tous les fournisseurs de services de télécommunications et services de télévision étaient d'emblée membres du CPRST, même s'ils n'ont pas fait l'objet de plainte auprès de l'organisme... quitte à ce que le montant des contributions pour les membres qui n'ont fait l'objet d'aucune plainte soient symboliques. En fait, nous sommes en total désaccord avec les intervenants qui prétendent, par exemple, qu'un tel changement dans le processus risquerait d'être nuisible pour les consommateurs<sup>4</sup>.
7. Tel que mentionné dans nos observations initiales, il nous semble que le processus actuel de *membership* puisse entraîner des délais importants dans le traitement des plaintes de certains consommateurs, qui se retrouvent coincés dans ses rouages. En effet, ceux qui auront le fardeau de déposer la première plainte au sujet d'un fournisseur de services risquent de subir de très longs délais avant que leur plainte puisse véritablement être réglée. Le CPRST confirme d'ailleurs cet état de fait dans ses observations et fait à ce sujet une suggestion fort pertinente : le *membership* au CPRST devrait être assujéti à une condition de services pour chaque fournisseur. Procéder à un travail de recrutement des membres en amont, plutôt que l'inverse, aurait certainement d'avoir un impact positif sur le traitement des premières plaintes reçues envers un fournisseur donné, en plus de faciliter le travail du Commissaire dans ces cas particuliers, ainsi que l'accès au CPRST par les consommateurs, qui n'auraient plus besoin de vérifier au préalable si leur fournisseur est ou pas membre du CPRST et si ce dernier est compétent pour traiter leur plainte.
8. Une autre question épineuse qui nous a été donnée de remarquer est celle de savoir si le CPRST devrait recevoir les plaintes visant des entreprises non réglementés en vertu de l'Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de médias numériques. À notre avis, le Conseil, plutôt que de s'abstenir, devrait confier le mandat au CPRST de recevoir les plaintes au sujet, également, des services de télévision offerts par Internet.

---

<sup>3</sup> *Idem*

<sup>4</sup> Voir mémoire de l'ITPA.

9. Si le Conseil et le CPRST devaient se buter à des entreprises récalcitrantes<sup>5</sup>, il pourrait s'avérer tout à fait pertinent pour le Commissaire de récolter les plaintes au sujet de ces entreprises et la nature des doléances des consommateurs, afin de déterminer si ceux qui refusent de se plier aux règles du jeu devraient être traités avec plus de fermeté par le CRTC. Dans le cas où le Conseil constaterait, le cas échéant, un nombre de plaintes important provenant de ce type d'entreprises, il pourrait utiliser les données récoltées par le Commissaire afin de justifier d'éventuels changements législatifs qui lui permettraient de rééquilibrer ses pouvoirs d'intervention en matière de télécommunication et de radiodiffusion, un problème qui persiste depuis plusieurs années et que nous continuons de décrier.
10. Le présent appel aux observations est d'ailleurs selon nous une nouvelle démonstration du fait qu'on ne peut plus traiter en vase clos les questions de télécommunications et de radiodiffusion. Des changements législatifs doivent être entrepris pour rééquilibrer les droits et les pouvoirs des consommateurs dans ces domaines, ainsi que les responsabilités des entreprises qui exercent dans ces deux secteurs qui sont aujourd'hui intimement liés.

### **3. Financement : assurer la pérennité du Commissaire**

---

11. Nous avons pu constater qu'un nombre important de fournisseurs a milité pour un changement à la structure de financement du Commissaire. Plutôt que de maintenir le modèle actuel, qui assure 60 % de financement stable, et 40 % proportionnels au nombre de plaintes reçu par un fournisseur, plusieurs suggèrent notamment de réduire le financement stable à 50 %<sup>6</sup>, voire à 40 %<sup>7</sup>. Il a également été suggéré de pouvoir exempter les revenus générés auprès moyennes et grandes entreprises, aux fins du calcul des contributions au CPRST<sup>8</sup>.
12. Tenant compte du fait que le nombre de plaintes reçu par le Commissaire a baissé de 17 % l'année dernière, mais que le rôle du CPRST se complexifie du fait de la multiplication des codes de conduite qu'il a à administrer, il nous apparaîtrait potentiellement problématique de réduire la proportion de financement récurrent de l'organisme. En effet, tel que nous le mentionnions plus tôt, les tâches du CPRST sont de plus en plus complexes. Outre le traitement des plaintes proprement dit, le CPRST se doit également de rapporter les problèmes systémiques en vue de mettre en branle de promptes interventions par les instances concernées. Serait-il judicieux dans ce contexte de faire varier de manière plus importante le budget du Commissaire en fonction des aléas des nombres de plaintes des consommateurs? Nous ne le croyons pas. Nous sommes plutôt d'avis qu'il serait risqué d'apporter un tel changement. Comme

---

<sup>5</sup> Nous pensons notamment, à des entreprises étrangères exemptées et qui ont déjà démontré dans le cadre d'instances de radiodiffusion le peu de collaboration dont elles entendent faire preuve.

<sup>6</sup> Notamment Rogers, Vidéotron, Shaw...

<sup>7</sup> Suggestion de Telus

<sup>8</sup> Suggestion de Bell

l'indique le CPRST dans ses observations, parmi les priorités à privilégier dans le choix d'un modèle adéquat de financement, on devrait retrouver les suivantes :

- Sécuriser les besoins budgétaires et administratifs du Commissaire
- Être le plus simple à administrer possible<sup>9</sup>

13. Il semble évident que le fait de réduire le pourcentage de financement stable irait à l'encontre de cet objectif qui viserait à sécuriser les besoins budgétaires de l'organisme. Réduire la proportion de financement récurrent pourrait au contraire, à notre avis, créer l'incertitude sur le plan budgétaire pour le Commissaire. Afin d'éviter de mettre en péril l'accomplissement de sa mission par le CPRST dans l'éventualité où la diminution du nombre de plaintes devait se poursuivre ou se répéter au fil des ans, il pourrait s'avérer judicieux de plutôt considérer l'inverse : soit un pourcentage plus élevé de financement stable.

14. Parallèlement, les changements au modèle de financement qui excluraient par exemple les revenus générés auprès des moyennes et grandes entreprises<sup>10</sup> sont à notre avis injustifiés. Néanmoins, si le Conseil jugeait pertinente une telle proposition, un tel changement devrait être associés à des hausses aux cotisations versées par l'industrie, afin d'assurer que le financement récurrent du Commissaire ne soit pas affecté de manière importante.

#### **4. Promotion : des besoins toujours criants**

---

15. Répétons-le une fois de plus : conclure que la diminution actuelle du nombre de plaintes est, en soi, une preuve que le nombre de problèmes rencontrés par les consommateurs dans l'ensemble du marché est en baisse serait grandement prématuré. Le degré de connaissance des consommateurs quant à la l'existence du CPRST continue d'être bas, tel que nous l'indiquions dans nos observations initiales. Peu importe l'état du nombre de plaintes, nous devons remédier à cette situation.

16. Davantage de promotion au sujet du Commissaire ne devrait pas être vue en soi comme un problème par les fournisseurs ou une entrave à leur capacité de régler les différends avec leurs clients<sup>11</sup>. Le CPRST doit être connu des consommateurs non seulement pour inciter les fournisseurs de services à régler autant que possible les problèmes que rencontrent leurs clients, mais aussi pour les inciter à les régler de façon équitable, le client étant au fait qu'un recours ultérieur est possible si les propositions de règlement de l'entreprise lui semblent inacceptables. Les fournisseurs seraient d'après nous mal venus d'y voir une menace ou une entrave.

---

<sup>9</sup> Traduction libre provenant de l'extrait suivant du mémoire initial du Commissaire : « CCTS management is responsible for the sound financial management of the organization, and in this regard feels that any funding formula must meet two important objectives. First, it should adequately provide for the security of CCTS' funding needs, including its ongoing cash flow requirements. In addition, it should be as simple as possible to administer. »

<sup>10</sup> Tel que suggéré notamment par Bell

<sup>11</sup> Comme semble l'indiquer Telus.



17. Il faudrait idéalement s'assurer que tous les utilisateurs de services de télécommunications et de télévision connaissent l'existence du CPRST et, idéalement, de son mandat ; il faut éviter que, par manque de connaissance de l'existence de ce recours ou des problèmes sur lesquels le Commissaire peut intervenir, certains clients insatisfaits de leurs services s'abstiennent de contacter l'organisme.
18. Il serait d'après nous illusoire d'assumer qu'un consommateur qui rencontre un problème avec son fournisseur aura spontanément le réflexe ou les aptitudes de faire une recherche en ligne et qu'il sera ainsi en mesure de découvrir par lui-même l'existence d'un recours qu'il ne connaissait pas. De même, il est fort improbable que le cheminement de sa plainte avec le fournisseur donnera au consommateur des renseignements complets au sujet de l'existence et des fonctions du CPRST, ou que des mentions sur sa facture, fussent-elles répétées quatre fois par année, seront remarquées, comprises ou assimilées.
19. Les renseignements doivent être aisément accessibles aux consommateurs, et ce, même avant qu'ils en aient réellement besoin. À cet effet, outre l'idée judicieuse de faire des campagnes publicitaires télévisuelles (ou même radiophoniques – rappelons que plusieurs fournisseurs de télécommunications sont également propriétaires de stations de radio), nous croyons qu'il pourrait être pertinent, par exemple, que le consommateur soit systématiquement informé de l'existence du CPRST, dès sa première tentative de règlement de différend avec son fournisseur (que la plainte soit déposée en personne, par téléphone ou en ligne), qu'il soit informé de son existence au moyen d'un message automatisé lorsqu'il est mis en attente par son fournisseur, que des brochures qui décrivent la mission du CPRST avec ses coordonnées soient disponibles à tous les points de vente des fournisseurs, etc. Les fournisseurs ne manquent ni d'imagination ni de ressources lorsqu'il s'agit de faire la promotion de leurs produits, et ils sont bien conscients des retombées de telles promotions. Des principes identiques devraient s'appliquer à la promotion du CPRST.
20. Rappelons que, depuis quelques années, le CPRST accepte les plaintes des consommateurs même s'ils n'ont tenté de régler leur problème avec leur fournisseur qu'une seule fois ; cette approche évite de rejeter un nombre outrancier de plaintes de clients qui ont déjà fait des démarches pour régler leur problème. Le Commissaire offre une méthode gratuite de règlement de litige entre le consommateur et son fournisseur. Nous ne voyons pas pourquoi ce mode de règlement de différends devrait être caché aux consommateurs, être gardé secret à quelque niveau que soient rendue la plainte du consommateur, ou pourquoi on devrait réduire au minimum sa promotion. Force est de constater dans nos communications quotidiennes avec les consommateurs que le CPRST continue d'être méconnu d'une partie importante des usagers québécois. Peut-être le temps est-il venu de songer à entreprendre des campagnes de sensibilisation vigoureuses pour enfin mettre un terme à ce problème persistant.

## 5. Traitement des plaintes : le CPRST sur la bonne voie

---

21. Bien que le CPRST ne traite que depuis peu les plaintes en lien avec les services de téléphonie cellulaire au moyen du Code sur les services sans fil, rien n'indique que son travail en la matière est inadéquat. Bien au contraire! Le dossier public semble en effet indiquer que, plutôt que de traiter du Code sur les services sans fil uniquement lorsque le consommateur en fait mention dans sa plainte, le CPRST reçoit la plainte du consommateur en fonction de son service, et administrera ensuite de plein droit la plainte en fonction des articles qui pourraient potentiellement ne pas être respectés intégralement par le fournisseur de services. Plusieurs d'entre eux ont présenté des doléances dans leur mémoire et dénoncé cet état de fait, considérant que cette approche est nocive et soutenant que le Commissaire ne devrait disposer d'aucun pouvoir d'interprétation du Code. Certains vont même plus loin et prétendent que le CPRST, quand il interprète le Code, usurpe un rôle qui devrait appartenir exclusivement au CRTC.
22. Soulignons premièrement qu'il est totalement irréaliste d'envisager que les plaintes des consommateurs ne devraient être traitées en tenant compte du Code sur les services sans fil que si le consommateur en fait explicitement mention. Cela équivaldrait à exiger de tous les clients de services sans fil qu'ils connaissent le Code, le comprennent dans son entièreté et aient identifié avant même de demander l'intervention du CPRST un possible manquement audit Code. De s'attendre à ce que l'ensemble des consommateurs puisse comprendre et utiliser le Code de conduite, un texte aux allures quasi juridiques, nous semble un tantinet loufoque. Rappelons que selon certaines études, au moins 1,3 million de Québécois auraient de sérieuses difficultés avec la lecture et qu'un peu moins de la moitié des Québécois de 16 ans et plus atteint ou dépasse le niveau acceptable en compréhension de textes suivis<sup>12</sup>.
23. En somme, le Code sur les services sans fil est trop technique pour être adéquatement compris par tous les consommateurs. Si le CPRST a des raisons de croire qu'une infraction au Code pourrait avoir été commise, il est tout à fait pertinent qu'il élargisse par lui-même la portée de certaines investigations et qu'il rapporte avec diligence les cas de non-conformité. On ajoutera que le fournisseur lui-même devrait être au fait que l'application du Code peut être en cause dans la plainte transmise au CPRST par le consommateur ; il serait absolument inique que le Code ne reçoive pas application pour la seule raison que le consommateur, et lui seul, ne sache pas comment il doit s'appliquer, alors que c'est lui que le Code a pour but de protéger.
24. Contrairement à certaines assertions que l'on retrouve au dossier public, rappelons qu'il est de la compétence du Commissaire d'administrer le Code. De plus, en cas d'ambiguïté, la décision 2013-271 indique noir sur blanc que le Code doit être interprété à l'avantage du consommateur. Le fait que le CRTC ait récemment donné raison à l'interprétation du Commissaire dans un dossier ouvert par Rogers sur les

---

<sup>12</sup><http://www.rgpaq.qc.ca/dossiers.php?id=1> , <http://bv.cdeacf.ca/documents/PDF/rayonalpha/94264.pdf> (pages consultées le 10 septembre 2015)

débranchements de service sans fil<sup>13</sup> est une preuve éloquente de la compétence du CPRST en la matière.

25. Nous sommes toutefois d'accord avec le fait que, lorsque le CPRST se trouve dans une situation où il devra offrir une interprétation du Code sur les services sans fil, il serait dans l'intérêt de nombreuses parties prenantes que ces interprétations soient rendues publiques, et ce, afin que les clarifications du Code qu'apportera le Commissaire au cours de son exercice soient connues des fournisseurs et des groupes de consommateurs, et non seulement par le fournisseur concerné par la plainte ayant été déposée et ayant entraîné cette interprétation ou application du Code.
26. En somme, nous constatons que le CPRST semble exercer avec rigueur et diligence son rôle d'administrateur du Code sur les services sans fil. Bien que l'autorité ultime en matière d'application du Code appartienne au CRTC, c'est le Commissaire qui recevra logiquement, un plus grand nombre de plaintes en lien avec celui-ci. Il est à notre avis normal que le CPRST participe à la tâche d'assurer la conformité des membres du marché au Code sur les services sans fil.
27. Les doléances de certains d'entre eux semblent malheureusement être une réaction à la constatation que le rôle du Commissaire a de multiples facettes et est évolutif. Alors qu'on lui demandait originellement une impartialité parfaite en matière de règlement de différend, il doit maintenant favoriser les intérêts des consommateurs lorsqu'il y a ambiguïté aux obligations en vigueur en matière de service sans fil.
28. Il va sans dire que cette évolution n'est pas du tout nuisible aux consommateurs, et que cette approche est la norme en matière de protection du consommateur, les législateurs l'imposant aux tribunaux dont l'impartialité n'est pas pour autant remise en cause. Nous osons espérer que l'industrie devra faire preuve de bonne foi et que les fournisseurs n'abuseront pas de leur droit d'exiger des clarifications au Conseil lorsque les interprétations ne servent pas en tout point leurs intérêts. Le Code permet aux fournisseurs, sur plusieurs points, une certaine souplesse, en vue justement de ne pas entraver outre mesure le jeu du libre marché. Certaines règles doivent toutefois être respectées. En ce sens, tous les aspects du Code ne peuvent pas être assouplis pour servir les intérêts de l'industrie. L'interprétation du CPRST et du CRTC en lien avec les politiques de «suspension» de Rogers dans les cas de mauvaise créance en est une démonstration claire. Les fournisseurs, qui se vantent par ailleurs des efforts concertés en vue d'améliorer le service à la clientèle, doivent en prendre acte et poursuivre leurs efforts, conjointement avec le CPRST et dans l'esprit du Code, afin d'assurer une meilleure protection du consommateur.

## **6. Élargissement du mandat du CPRST**

---

29. Certaines parties ont fait des suggestions diverses en vue d'un élargissement du mandat du Commissaire. Bien que, sur le plan théorique, nous comprenons les justifications qui

---

<sup>13</sup> Décision de télécom 2015-376 <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2015/2015-376.htm> (page consultée le 10 septembre 2015)

se trouvent derrière certaines de ces demandes (les recours au CPRST sont efficaces et les consommateurs pourraient en bénéficier pour un ensemble de problèmes particuliers), il demeure néanmoins qu'ultimement, des changements majeurs au mandat du CPRST ne serviraient peut-être pas les intérêts des consommateurs. Comme nous l'avons mentionnée dans nos observations initiales, nous ne croyons pas qu'il soit justifié que les plaintes relatives au contenu de radiodiffusion soient entendues par le Commissaire. Nous arrivons au même constat pour les plaintes relatives à la vie privée. Le Commissariat à la protection de la vie privée du Canada est déjà un ombudsman dans sa forme, qui traite des questions très délicates et très complexes qui sont visées par des lois particulières dont l'application exige une expertise pointue et des pouvoirs d'enquête étendus. Finalement, bien que les services de système d'alarme soient assujettis aux règles qui encadrent les services fournis à distance en vertu de la Loi sur la protection du consommateur au Québec, il ne s'agit pas ici de services de télécommunications au sens commun du terme et qui font l'objet du même type de problématique que les services pour lesquels le CPRST reçoit déjà des plaintes. L'encadrement de ce type de service devrait selon nous, pour toute question qui ne découle pas directement de l'usage des installations de télécommunications, être laissé aux instances provinciales compétentes.

30. Il nous semble cependant évident que le mandat du CPRST doit être modifié afin qu'il puisse recevoir les plaintes en matière de télédistribution. De plus, il pourrait s'avérer logique que le CPRST puisse, sur les questions qui relèvent des compétences qui lui ont été confiées, recevoir les plaintes de tous les consommateurs, et ce, même si le fournisseur concerné offre ses services dans une région toujours réglementée par le Conseil. Il nous semble important que, lorsque les plaintes sont de la nature que celles que le CPRST reçoit le plus souvent pour des services déréglés (notamment erreurs de facturation, différends contractuels ou problèmes avec la qualité du service), les consommateurs aient accès à cet ombudsman, abstraction faite des particularités liées à la réglementation des services auxquels ils sont abonnés.

## Conclusion

---

31. La présente consultation est l'occasion d'étudier les succès et les défis du Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications, afin de lui permettre de poursuivre sa croissance et de protéger les intérêts des consommateurs de services de communication. Le Conseil ne devrait pas se laisser distraire par des constats prématurés, alors que Le CPRST est encore historiquement jeune. Les plaintes qu'il reçoit feront l'objet de fluctuations, mais aucune tendance structurelle ne peut, en ce moment, être clairement constatée.
32. C'est l'occasion ou jamais pour le Conseil de cristalliser les solides assises du Commissaire et de confirmer son rôle d'ombudsman, qui pourra au besoin, trancher les litiges qu'il reçoit en vue de faire respecter les droits des consommateurs. Le CPRST a également besoin que sa renommée soit assurée : il est effectivement ironique de parler de déclin de l'usage du Commissaire par les consommateurs, alors que la plupart

d'entre eux ne le connaissent même pas. Cette situation doit être réglée une fois pour toutes.

33. L'autorité du CPRST et ses ressources doivent être sauvegardées : il a prouvé ses compétences en matière d'interprétation de codes de conduite, mais des demandes qui ont été faites pourraient avoir un impact négatif sur son financement récurrent. Vu l'élargissement de son mandat, son financement devrait plutôt être examiné en vue d'assurer que le CPRST ne manquera pas de ressources pour remplir sa mission. Nous considérons que les rapports annuels et semestriels sont intéressants, mais les parties intéressées gagneraient à encore plus d'exhaustivité ainsi que d'information au sujet des interprétations qui peuvent être livrées en lien avec le Code sur les services sans fil ou tout autre code de conduite.

\*\*\*fin de document\*\*\*