

PARCE
QUE
LES
CONSOMMATEURS
SONT
AUSSI
DES ÉLECTEURS.

Plateforme de revendications
politiques des associations de
consommateurs |
CAMPAGNE ÉLECTORALE 2018



La Coalition des associations de consommateurs du Québec (CACQ) œuvre à la promotion et à la défense des intérêts des consommateurs. Regroupant 21 associations de consommateurs membres, elle agit à titre de représentante de ses membres. C'est en s'appuyant sur l'expertise développée depuis plus d'une cinquantaine d'années par les associations de consommateurs que la Coalition mène ses interventions et ses représentations, en favorisant une meilleure cohésion du mouvement des consommateurs québécois.

Coalition des associations de consommateurs du Québec | CACQ

1600 boulevard de Lorimier, bureau 393,
Montréal, QC H2K 3W5
cacq.ca

info@cacq.ca

Plateforme de revendications politiques
des associations de consommateurs |

CONCEPT ET RÉDACTION
JACQUES ST-AMANT
RÉBECCA BLEAU

PRODUCTION
CACQ
août 2018

**LA SANTÉ DE L'ÉCONOMIE
PASSE PAR LA
PROTECTION DES
CONSOMMATEURS**



LA PLATEFORME DE REVENDICATIONS

LE CONTEXTE

La consommation représente 59% du produit intérieur brut du Québec selon les dépenses (2016). Il s'agit de l'élément le plus important de l'économie québécoise.

Le budget de l'Office de la protection du consommateur représente environ un dix-millième du budget total de l'État québécois. La Loi sur la protection du consommateur, qui constitue le pilier central de notre régime de protection des consommateurs, date de 40 ans et, malgré quelques révisions, elle ne correspond plus aux besoins des consommateurs du 21^e siècle. Les premiers ministres qui se sont succédé depuis 40 ans ont trop souvent fait de la protection des consommateurs un portefeuille secondaire pour des ministres débordés par d'autres dossiers. Pour nos gouvernements, la consommation semble ne pas compter beaucoup. C'est une erreur.

LA SANTÉ DE L'ÉCONOMIE PASSE PAR LA CONSOMMATION.

La santé de l'économie québécoise passe notamment par la consommation, et donc par la protection des consommateurs. Les consommateurs doivent avoir confiance. Mais, dans des marchés de plus en plus complexes et changeants, on ne peut maintenir cette confiance qu'en renforçant nos mécanismes de protection.

Les consommateurs québécois comptent d'autre part depuis un demi-siècle sur le soutien d'associations qui les aident, qui les informent et qui les représentent. Le soutien financier de l'État québécois à ces associations, comme à toutes celles qui défendent les droits citoyens, est toutefois de plus en plus évidemment insuffisant, ce qui menace leur survie à court terme.

S'ENGAGER POUR LES CONSOMMATEURS

ENGAGEMENTS CONCRETS

Nous invitons par conséquent toutes les formations politiques québécoises à inclure dans leur plateforme 2018 les éléments suivants ou, sinon, à expliquer à la population pourquoi ils refusent d'y souscrire:

1

Le renouvellement en profondeur du cadre réglementaire d'application générale en matière de protection des consommateurs, dont la Loi sur la protection du consommateur;

2

Le renouvellement en profondeur du cadre réglementaire protégeant les consommateurs en matière de services financiers, y compris les services en ligne et l'accessibilité des services de base;

3

La création d'un ministère de la Consommation, doté d'un ou d'une titulaire dont ce sera le portefeuille principal et de ressources suffisantes pour s'acquitter de sa mission;

4

Le rehaussement significatif du soutien financier de l'État aux associations de consommateurs et aux autres organismes d'action communautaire autonome.

Sur le terrain, les associations de consommateurs constatent aussi l'existence de nombreux autres enjeux, d'envergure nationale, régionale ou locale. Elles ne manqueront pas de les relever.

Dans les prochaines semaines, nous inviterons régulièrement celles et ceux qui souhaitent nous gouverner à faire part à la population québécoise de leurs orientations en matière de protection des consommateurs.

PARCE
QUE
LES
CONSOMMATEURS SONT
AUSSI
DES ÉLECTEURS.

RENDRE AU SECTEUR
DE LA CONSOMMATION
LA PLACE QUI LUI REVIENT
DANS L'ARÈNE POLITIQUE

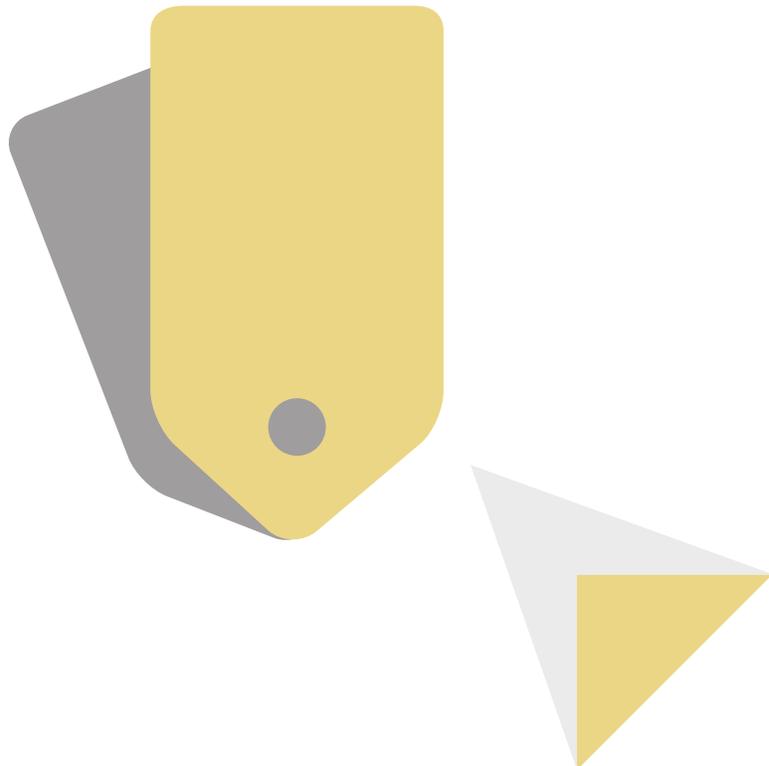


NOTES CONTEXTUELLES DES REVENDICATIONS

LA DIMENSION ÉCONOMIQUE ET BUDGÉTAIRE

La portion du budget accordée au secteur de la consommation sur le montant total du porte feuille de l'État est insuffisante, considérant l'importance qu'occupe la consommation au sein de l'économie québécoise.

La consommation doit cesser d'être le parent pauvre des politiques gouvernementales québécoises. Il faut pour cela qu'on confie systématiquement ce secteur à un ministre en titre, appuyé d'une équipe administrative disposant des ressources requises.



LA CONSOMMATION DANS L'ÉCONOMIE QUÉBÉCOISE

les dépenses des ménages au Québec/

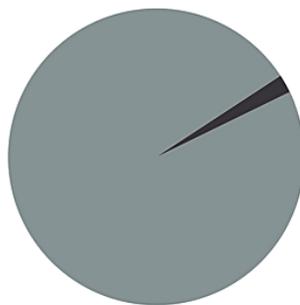
Selon les données de l'Institut de la statistique du Québec relatives aux comptes économiques, le produit intérieur brut du Québec selon les dépenses s'élevait en 2016 à 394,8 G\$; les dépenses des ménages s'élevaient quant à elles à 233,8 G\$, soit 59,2% du PIB.

**représentent
59 % du PIB**



source: Institut de la statistique du Québec. Produit intérieur brut selon les dépenses, Québec, 1981-2016

mais.../



**0,009%
du budget**

Les dépenses consolidées du gouvernement du Québec se sont élevées en 2017-2018 à 104 G\$. Le budget consacré à l'Office de la protection du consommateur est d'à peine 10 millions.

En 2016-2017, dernière année pour laquelle les données sont disponibles, les dépenses de l'Office de la protection du consommateur du Québec se sont plus précisément élevées à 9,5 M\$, ce qui équivaut à 0,009% des dépenses consolidées, ou un peu moins du dix millième de ces dépenses.

source : Gouvernement du Québec. Le plan économique du Québec. Document budgétaire. Mars 2018.

PREMIER ENGAGEMENT LA LOI SUR LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR



Le renouvellement en profondeur du cadre réglementaire d'application générale en matière de protection des consommateurs, dont la Loi sur la protection du consommateur;

La *Loi sur la protection du consommateur* a été adoptée en 1978. Elle régit principalement les **contrats** conclus entre un **commerçant** et un **consommateur**: ces trois notions sont de plus en plus problématiques. La notion de **commerçant** exclut en général les très petites entreprises et les pigistes. Or ces formes d'entreprises prennent de plus en plus de place dans notre économie. Elle exclut aussi les professionnels. La Loi n'est pas non plus adaptée à des structures d'affaires complexes, comme celle d'Uber, qui affirme ne pas offrir de services de transport, tandis que les chauffeurs ne sont pour leur part pas non plus des commerçants.

CONCRÈTEMENT ...

Stéphanie a trouvé en ligne un graphiste qu'elle a chargé de concevoir les invitations pour un événement marquant dans sa vie personnelle. Elle lui a versé un acompte de 200\$, payé avec sa carte de crédit. Le graphiste, qui n'effectue ce travail qu'à temps partiel, de son domicile et seul, n'a jamais livré les invitations. Stéphanie n'a aucun recours envers le graphiste en vertu de la Loi sur la protection du consommateur, parce qu'il n'est pas un commerçant au sens de la Loi.

D'autre part, la Loi repose sur l'hypothèse que le **consommateur bien renseigné** fera les **bons choix**. Elle exige par conséquent la divulgation de très nombreuses informations, dans les contrats notamment. Résultat: les contrats sont si longs que personne (ou presque) ne les lit, et ils contiennent trop souvent des clauses d'une légalité discutable, que les consommateurs ne peuvent identifier. D'autre part, les tribunaux ont qualifié les consommateurs de «**crédules et inexpérimentés**»³, ce qui explique assez mal pourquoi ils sont parfois vulnérables. Ce sont plutôt **des facteurs comme l'inégalité des ressources entre commerçants et consommateurs** ou nos modes d'analyse des situations, mis en lumière par les recherches en économie et en psychologie au cours des dernières décennies, qui permettent de comprendre les causes des difficultés qu'éprouvent les consommateurs.

² La Loi s'applique aussi à la publicité effectuée par des commerçants.

³ C'est notamment le cas de la Cour suprême du Canada dans l'arrêt *Richard c. Time inc.*, 2012 CSC 8,, par. 69-72.

LA LOI SUR LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR

CONCRÈTEMENT ...

Les modalités de service de Bell Mobilité, en vigueur le 30 novembre 2017, font environ 34 pages ; celles de Rogers font 20 pages, mais elles renvoient toutes deux à de nombreux autres documents.⁴ Elles contiennent également, entre autres, des clauses par lesquelles les commerçants excluent totalement leur responsabilité, alors que l'article 10 de la Loi sur la protection du consommateur interdit en principe de telles clauses. D'autre part, la Loi sur la protection du consommateur exige, dans les contrats de téléphonie mobile, la divulgation de 17 types de renseignements (Article 214.1.).

Il faut enfin qu'un **contrat** soit intervenu entre un commerçant et un consommateur pour que ce dernier puisse invoquer la Loi. Les personnes autres que celle qui a conclu le contrat ne sont donc généralement pas protégées par la Loi. Or les consommateurs sont constamment en contact avec des biens de consommation ou des services, même s'ils n'ont pas eux-mêmes conclu un contrat avec le fournisseur.

CONCRÈTEMENT ...

Claude a acheté un grille-pain dans un magasin à grande surface. Quelques jours plus tard, son colocataire Raphaël se brûle en touchant le grille-pain, qui a surchauffé en raison d'un défaut de fabrication. Raphaël n'a toutefois aucun recours contre le vendeur ou le fabricant du grille-pain en vertu de la Loi sur la protection du consommateur, puisque ce n'est pas lui qui a conclu le contrat.

La *Loi sur la protection du consommateur* comporte d'autres difficultés. Avec les modifications effectuées récemment, elle comptera, en plus de règles d'application générale, une bonne vingtaine de régimes particuliers, adaptés à des types de contrats spécifiques, avec des règles distinctes et parfois peu cohérentes. Il est par conséquent presque impossible de s'y retrouver pour les consommateurs. Les résultats du sondage mis en ligne le 19 juin 2018 par la revue Protégez-vous, et qui montrent que les consommateurs connaissent assez mal leurs droits, s'expliquent en partie par l'incohérence et la complexité de la Loi.⁵

⁴ Selon les modalités des services de Bell et de Rogers, via leur page web respective. Consultées le 19 juin 2018 au https://www.bell.ca/Modalites_de_service_de_Bell_Mobilite. Consultées le 19 juin 2018 au <https://www.rogers.com/cms/pdf/fr/Rogers-Terms-of-Service-Acceptable-Use-Policy-and-Privacy-Policy-fr.pdf>.

⁵ On trouvera en ligne le Bulletin des consommateurs québécois 2018 au <https://www.protegez-vous.ca/Argent/bulletin-consommateurs>. On verra également les résultats dans le numéro de juillet 2018 du magazine Protégez-vous en format papier.

le problème avec

LA LOI SUR LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR

PHILIPPE S'ACHÈTE UN NOUVEAU FRIGO!



**999,99\$
C'EST BEAUCOUP.**

Il hésite entre acheter son réfrigérateur en le payer comptant, au coût de 999,99\$, ou le payer en

**60 MENSUALITÉS DE 22\$.
C'EST PEU.**

L'ESCOMPTE HYPERBOLIQUE

Les spécialistes de l'économie comportementale parlent alors d'«escompte hyperbolique»: on préfère l'avantage à court terme (le paiement immédiat moins élevé), même si le coût total à long terme sera plus élevé.



320\$ DE PLUS, À TERME.

Il opte pour la seconde solution, qui paraît nettement plus abordable, même si elle lui coûtera 320\$ de plus.



HAUTE RENTABILITÉ POUR LES COMMERÇANTS

De nombreux fournisseurs de crédit comptent sur ce phénomène psychologique dans la conception de leur offre, et en tirent une haute rentabilité.

ET C'EST PARFAITEMENT LÉGAL.

MAIS PHILIPPE NE COMPREND PAS TOUT À FAIT À QUEL POINT SON CHOIX SERA COÛTEUX.

Achetez maintenant, payer plus tard!

Les stratégies de ventes mises de l'avant ne permettent pas à ce consommateur d'effectuer un choix éclairé. Une divulgation incomplète de l'information aura également une influence sur le choix du consommateur, comme par exemple s'il y a :

- Omission d'informer sur les conséquences d'un retard dans les versements;
- Non-divulgation d'un rabais lors de l'achat en argent comptant,
- Présentation du prix de la mensualité plutôt que de la valeur totale de l'engagement que prendra le consommateur.

CE QU'IL FAUT?

Il faut adapter la loi, vieille de 40 ans, au développement des techniques de marketing et à la compréhension plus réaliste que nous avons maintenant de la manière dont les consommateurs prennent réellement leurs décisions.

UNE RÉFORME EN PROFONDEUR DE NOTRE DROIT DE LA CONSOMMATION.

le problème avec

LA LOI SUR LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR

AUJOURD'HUI, BRIGITTE S'EST ACHETÉ UN LIVRE EN LIGNE



AUJOURD'HUI ÉGALEMENT,
Elle a obtenu sa nouvelle
CARTE DE CRÉDIT!



3 CONTRATS DIFFÉRENTS!

En une journée, trois contrats tout simples en apparence mais, en fait, des droits très différents pour Brigitte, et donc un risque de confusion.



AUJOURD'HUI ÉGALEMENT,

Elle s'inscrit à un centre de conditionnement physique en signant un contrat d'un an.



QUELS SONT SES DROITS?



ET SI ELLE CHANGEAIT D'AVIS ?

Si elle change d'idée à l'égard de l'un ou l'autre de ces trois contrats, comment y voir clair?

Elle aura dans certains cas 7 jours pour annuler l'achat du livre, elle a 2 jours pour annuler le contrat de crédit et elle pourra annuler le contrat conclu avec le centre de conditionnement physique jusqu'au 36e jour où elle a droit aux services.

LA LOI FIXE 8 CATÉGORIES DE CONTRATS

Ces 8 catégories comportent des **délais de rétractation** qui comportent elles-mêmes parfois **des sous-catégories**, et ces délais sont différents, pour des raisons qui ne paraissent pas toujours évidentes. La conclusion d'un contrat avec un commerçant situé dans un autre pays, comme cela se produit souvent **EN LIGNE** pose aussi des difficultés puisque, dans de nombreux cas, la loi québécoise ne s'appliquera pas au contrat. Le consommateur pourrait donc se trouver peu protégé, ou pas du tout.

Plutôt que d'ajouter sans cesse de nouvelles règles différentes, il faut procéder à une réforme globale de la Loi afin de mettre en place un régime plus simple, plus souple et plus moderne.

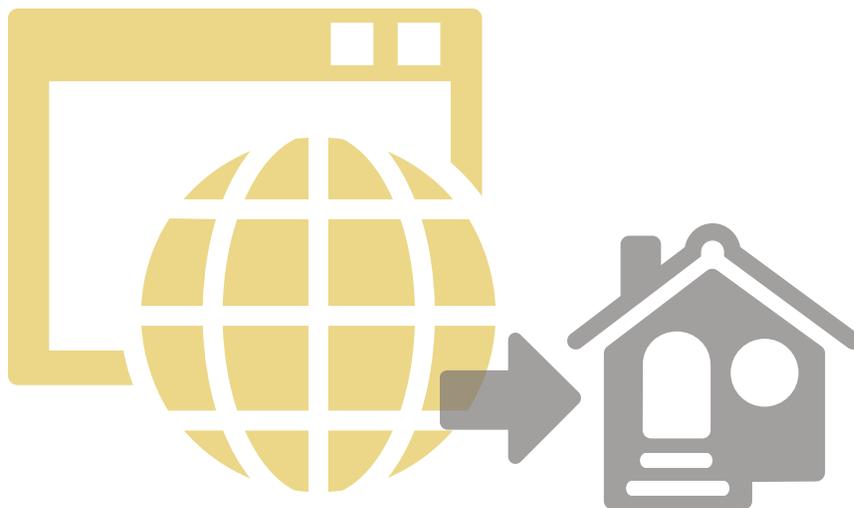
UNE RÉFORME EN PROFONDEUR DE NOTRE DROIT DE LA CONSOMMATION.

LA LOI SUR LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR

La conclusion d'un contrat avec un commerçant situé dans un autre pays, comme cela se produit souvent en ligne, pose aussi des difficultés puisque, dans de nombreux cas, la loi québécoise ne s'appliquera pas au contrat. Le consommateur pourrait donc se trouver peu protégé, ou pas du tout.

CONCRÈTEMENT ...

David a acheté en ligne un ordinateur offert par un commerçant situé aux États-Unis. Il n'avait reçu au préalable aucune publicité de ce commerçant. Comme l'ordinateur est beaucoup moins performant que ce qui avait été promis, David veut poursuivre le commerçant au Québec et recourir aux dispositions avantageuses de la Loi sur la protection du consommateur, mais une clause dans le contrat l'oblige plutôt à s'en remettre à un tribunal d'arbitrage situé en Idaho, qui appliquera le droit des États-Unis. Faute de moyens, David renonce à exercer ses recours.



LE SECTEUR FINANCIER DEUXIÈME ENGAGEMENT

2

Le renouvellement en profondeur du cadre réglementaire protégeant les consommateurs en matière de services financiers, y compris les services en ligne et l'accessibilité des services de base;

Le secteur financier joue un rôle vital dans l'économie. Il permet aux consommateurs d'épargner, d'obtenir du crédit, d'effectuer des paiements et de s'assurer. Au Québec, il demeure toutefois mal encadré.

On ne trouve rien dans le régime québécois assurant l'accès aux services financiers de base. Au niveau fédéral, les banques sont assujetties à une obligation d'ouvrir un compte à toute personne en mesure de s'identifier⁶. Rien ne régit non plus la décision d'une coopérative de services financiers de réduire les services offerts à ses membres ou de fermer boutique, contrairement là aussi à l'existence d'obligations imposées aux banques en droit canadien, ou d'incitatifs importants imposés aux États-Unis par la législation fédérale⁷. On a constaté les effets de ce laxisme dans plusieurs régions du Québec au cours des derniers mois, qui ont vu disparaître points de service et guichets automatiques sans qu'on tienne compte des impacts de ces réductions de l'offre sur les économies locales.

Le cadre réglementaire québécois demeure d'autre part pratiquement muet à l'égard de l'obtention de services financiers en ligne. L'adoption récente du projet de loi connu sous le numéro 141 n'a, dans ce domaine, rien fait de plus que de permettre l'offre de services en ligne, mais sans adapter les règles visant les droits des consommateurs aux risques particuliers qui découlent de cette innovation. La comparaison avec le droit européen permet de mesurer l'ampleur de notre retard à cet égard⁸. Les consommateurs québécois sont donc mal protégés, tandis que les fournisseurs doivent composer avec une incertitude réglementaire constante.

⁶ Sous réserve d'exceptions très limitées: *Règlement sur l'accès aux services bancaires de base*, DORS/2003-184. L'Union européenne a aussi établi un droit au compte et on verra à cet égard la *Directive 2014/92/UE du Parlement européen et du Conseil du 23 juillet 2014 sur la comparabilité des frais liés aux comptes de paiement, le changement de compte de paiement et l'accès à un compte de paiement assorti de prestations de base*. JO L257/214, 28.8.2014.

⁷ On pense notamment au Community Reinvestment Act, 12 U.S.C. § 2901 ss.

⁸ On verra notamment la *Directive 2002/65/CE du Parlement européen et du Conseil du 23 septembre 2002 concernant la commercialisation à distance de services financiers auprès des consommateurs, et modifiant les directives 90/619/CEE du Conseil, 97/7/CE et 98/27/CE*, J.O. L. 271, 9. 10.2002, p. 16; ont aussi une incidence sur ces questions la *Directive (UE) 2015/2366 du Parlement européen et du Conseil du 25 novembre 2015 concernant les services de paiement dans le marché intérieur, modifiant les directives 2002/65/CE, 2009/110/CE et 2013/36/UE et le règlement (UE) no 1092/2010 et abrogeant la directive 2007/64/CE*, J.O. L. 337, 23.12.2015, p. 35, ainsi que la *Directive (UE) 2016/97 du Parlement européen et du Conseil du 20 janvier 2016 sur la distribution d'assurances (refonte)*, J.O. L. 26/19, 2 février 2016.

LE SECTEUR FINANCIER

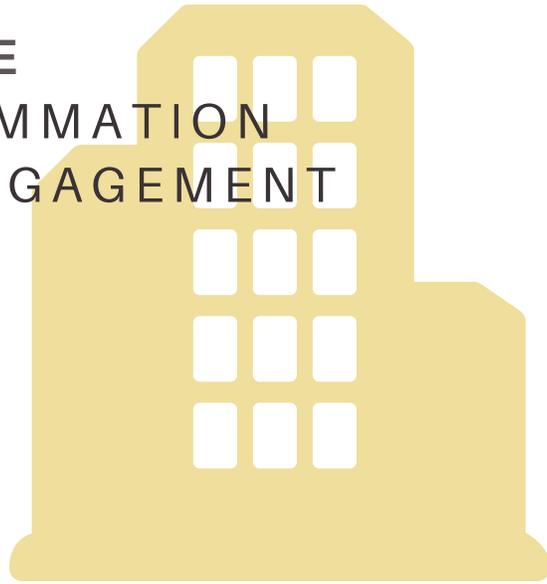
CONCRÈTEMENT ...

Éric, qui a décidé de former sa propre micro-entreprise, a visité le site web de l'assureur ABC pour obtenir une assurance-invalidité. Il a répondu exactement et de bonne foi à toutes les questions posées sur le site; ABC a accepté de l'assurer. Dix-huit mois plus tard, Éric est blessé alors qu'il était passager d'une montgolfière, comme cela lui arrive occasionnellement, et l'assureur refuse de l'indemniser. Éric avait coché «non» lorsque le formulaire en ligne lui demandait s'il entendait participer à l'avenir à des activités jugées dangereuses, comme le pilotage de montgolfière, ce qu'il n'a jamais songé à faire. S'il avait obtenu son assurance auprès d'un conseiller humain, ce dernier aurait pu lui expliquer que, pour cet assureur, le pilotage de montgolfière inclut toute présence à bord, et lui aurait donc évité de faire ce que l'assureur considère comme une fausse déclaration.

L'encadrement des individus offrant des services financiers demeure pour sa part inadéquat et la situation a été aggravée par le projet de loi 141, qui a réduit certaines obligations d'information imposées aux commerçants proposant des produits financiers accessoires, comme les concessionnaires automobiles, en plus d'ouvrir la porte à la prestation d'activités de conseil par des individus échappant à tout encadrement et de laisser presque entière la problématique des conflits d'intérêts découlant des incitatifs offerts aux représentants en assurance afin qu'ils offrent des produits plus rémunérateurs pour eux, mais parfois moins avantageux pour leurs clients.

On n'a tout simplement pas formulé, au Québec, une stratégie globale de développement du secteur financier qui serait adaptée au vingt-et-unième siècle et qui serait véritablement axée sur l'intérêt public. Pour y parvenir, il faudrait établir un dialogue entre tous les acteurs. On n'a vu jusqu'à maintenant que quelques consultations fragmentaires, et orientées surtout vers les intérêts des institutions financières. On doit faire plus et mieux si on veut que l'encadrement de ce secteur vital reflète mieux les besoins réels, soutienne le potentiel des technologies émergentes et rassure les consommateurs à l'égard des risques qui accompagnent ces technologies.

UN MINISTÈRE DE LA CONSOMMATION TROISIÈME ENGAGEMENT



3

La création d'un ministère de la Consommation, doté d'un ou d'une titulaire dont ce sera le portefeuille principal et de ressources suffisantes pour s'acquitter de sa mission;⁹

La consommation touche tout le monde et elle joue un rôle économique fondamental. Son encadrement soulève des problèmes complexes et nombreux, qui touchent notamment à l'économie, à la sociologie, à la psychologie, au marketing et au droit. Ce domaine requiert une expertise, et il mérite un portefeuille.

Au Québec, présentement, la Famille a son ministre, et son ministère. Les Forêts, la Faune et les Parcs ont leur ministre, et un ministère. Le Tourisme a sa ministre, et son ministère. Mais la consommation n'a pas de ministère.

Depuis une quarantaine d'années, le domaine a successivement relevé d'un ministre des consommateurs, coopératives et institutions financières (1971-1979), d'un ministre délégué à l'Habitation et à la Protection du consommateur (1978-1985), du ministre de la Justice (1985-1995), du ministre délégué aux Relations avec les citoyens (1995-1996), du ministre des Relations avec les citoyens et de l'Immigration (1996-2004), à nouveau du ministre de la Justice (2004-2017) et, depuis le 11 octobre 2017, de la ministre de la Protection des consommateurs et de l'Habitation⁹. Le dossier de la consommation a donc le plus souvent été confié à un ministre délégué, ou à un ministre pour qui ce ne pouvait être qu'un élément parmi d'autres. L'encadrement de la consommation en a souffert.

⁹ On trouvera l'essentiel de cet historique au <https://www.opc.gouv.qc.ca/a-propos/office/historique/>, et on a ajouté quelques détails grâce aux notes biographiques relatives aux membres et ex-membres de l'Assemblée nationale, sur le site web de cette dernière. Journal des débats, Commission des relations avec les citoyens, 10 mai 2018, après 17:10; consulté au <http://www.assnat.qc.ca/fr/travaux-parlementaires/commissions/crc-41-1/journal-debats/CRC-180510.html#16h>.

UN MINISTÈRE DE LA CONSOMMATION

On l'a constaté depuis l'automne dernier, puisque la ministre de la Protection des consommateurs, non contente de boucler le processus menant à l'adoption du projet de loi 134, a présenté et fait adopter le projet de loi 178, tout en intervenant avec une collègue auprès du ministre des Finances afin qu'il retire du projet de loi 141 des mesures instaurant un régime d'assurance de frais funéraires qui aurait été néfaste pour les consommateurs québécois¹⁰. La ministre notait elle-même que lorsque la problématique de la consommation ne constitue qu'une partie du portefeuille d'un ministre, «il y a trop de travail à faire», compte tenu notamment que le marché évolue et qu'il «faut être capable de réagir rapidement»¹¹, et elle concluait «que ça prend vraiment une ministre à temps plein». Nous sommes d'accord.

On notera incidemment qu'on observe la même difficulté au niveau fédéral. Alors qu'on a pu compter de 1967 à 1993 sur l'existence d'un ministère de la Consommation et des Affaires commerciales¹², il a été englouti par un immense ministère de l'Industrie, devenu depuis le ministère de l'Innovation, des Sciences et du Développement économique. Là encore, la structure gouvernementale ne tient aucun compte de l'importance économique et sociale du domaine de la consommation.

La consommation doit cesser d'être le parent pauvre des politiques gouvernementales québécoises. Il faut pour cela qu'on confie systématiquement ce secteur à un ministre en titre, appuyé d'une équipe administrative disposant des ressources requises.

10 Journal des débats, Commission des relations avec les citoyens, 10 mai 2018, après 17:10; consulté au <http://www.assnat.qc.ca/fr/travaux-parlementaires/commissions/crc-41-1/journal-debats/CRC-180510.html#16h>.

11 Journal des débats, Commission des relations avec les citoyens, 10 mai 2018, 16:50; consulté au <http://www.assnat.qc.ca/fr/travaux-parlementaires/commissions/crc-41-1/journal-debats/CRC-180510.html#16h>.

Encyclopédie canadienne, au <https://encyclopediecanadienne.ca/fr/article/consommation-et-affaires-commerciales/>.

12 Encyclopédie canadienne, au <https://encyclopediecanadienne.ca/fr/article/consommation-et-affaires-commerciales/>.



LE SOUTIEN FINANCIER DE L'ÉTAT QUATRIÈME ENGAGEMENT



Le rehaussement significatif du soutien financier de l'État aux associations de consommateurs et aux autres organismes d'action communautaire autonome.

Une ministre ne suffit pas. On dénombre au moins 37 organismes à but non lucratif au Québec qui informent, aident ou représentent les consommateurs. Ils fournissent chaque année des services directs à des milliers d'entre eux, qui se trouvent souvent dans des situations extrêmement précaires; on dénombre notamment plus de 20 000 consultations budgétaires par année. Mais ils crient famine.

On compte plus de cinq mille organismes d'action communautaire autonome intervenant au Québec¹³, qui emploient plus de 50 000 personnes et comptent sur plus de 400 000 bénévoles. Leur budget total serait d'environ 1,4 G\$. On ne s'étonne donc pas que beaucoup d'employées du secteur communautaire autonome travaillent à temps partiel, et ne bénéficient que d'une rémunération horaire moyenne très inférieure à la moyenne québécoise.

Les organismes d'action communautaire autonome comptent notamment sur le soutien financier de l'État pour équilibrer leur budget. Ce soutien est particulièrement important pour les associations de consommateurs qui, en raison de leur mission, ne peuvent guère recevoir de contribution financière du secteur privé sans remettre en cause leur indépendance à l'égard des entreprises.

Le gouvernement du Québec verse plus de 500 M \$ par an aux organismes d'action communautaire autonome, entendus au sens strict, au titre du financement de leur mission¹⁴. En 2016, le Réseau québécois de l'action communautaire autonome estimait qu'il faudrait ajouter 345 M\$ au financement annuel de la mission des organismes d'action communautaire autonome pour qu'ils puissent assumer pleinement leur mission, telle qu'elle est établie par la politique gouvernementale d'action communautaire autonome¹⁵.

¹³ On n'entrera pas ici dans les débats relatifs aux critères permettant de circonscrire le champ de ces organismes et on recourt à l'estimation utilisée dans une note de recherche de 2014 préparée pour le ministère de l'Emploi et de la Solidarité sociale en avril 2014: L'importance économique de l'action communautaire et bénévole au Québec. Consulté au https://rqge.qc.ca/wp-content/uploads/2015/02/NoteMESS2014_ImportanceCommunautaireQC.pdf.

¹⁴ Le budget total du soutien aux organismes communautaires frôle le milliard de dollars. Pour la contribution au financement de la mission l'action communautaire autonome, on verra Réseau québécois de l'action communautaire autonome. Pour un État soutenant la justice sociale ET la justice fiscale. Février 2016. P. 15. Consulté au http://www.rq-aca.org/wp-content/uploads/memoire-budget_2016-2017-deposefevrier2016.pdf. Le financement prend aussi d'autres formes, plus aléatoires, comme le financement par projet et la conclusion d'ententes de service, qui contribuent peu ou pas à la stabilité financière et à l'autonomie des organismes.

¹⁵ Ibid., p. 18.

LE SOUTIEN FINANCIER DE L'ÉTAT

Le ministre des Finances annonçait dans le Budget 2018 qu'il augmentait le financement accordé aux organismes communautaires de 46 M\$ - mais sur cinq ans: on ajoutera donc de 5,5 M\$ à 10,6 M\$ par année.¹⁶ C'est bien - mais c'est peu et, avec un taux annuel de croissance moyen dépassant à peine 1%, cette hausse des revenus ne compense même pas les effets de l'inflation.¹⁷

Dans le domaine de la consommation, les montants alloués en vertu du Programme de soutien financier aux projets d'éducation, d'information et de partenariat de l'Office de protection du consommateur (ou les programmes qui l'ont précédé) s'élevaient à plus de 188 000\$ en 2009-10, ont diminué jusqu'à 78 000\$ en 2013-2014, puis ont ré-augmenté et se sont stabilisés depuis 2015-2016 à environ 100 000\$¹⁸. C'est bien - mais c'est très peu, compte également tenu qu'il ne s'agit pas d'une source de financement stable et permettant de soutenir la mission de base.

Le 21 juin dernier, la ministre responsable de la Protection des consommateurs et de l'Habitation annonçait la mise en place d'un nouveau programme de soutien financier aux activités d'éducation financière et de consultation budgétaire, qui permettra de distribuer environ 2 M \$ en cinq ans, soit environ 400 000\$ par an, ou 10 000\$ par an par organisme. Nous lui en sommes assurément reconnaissants : c'est bien - mais c'est peu.



16 Le plan économique du Québec. Mars 2018. P. C.84. Consulté au http://www.budget.finances.gouv.qc.ca/budget/2018-2019/fr/documents/PlanEconomie_18-19.pdf.

17 Le taux d'inflation au Québec s'élevait à 1,7% en mai 2018 : Institut de la statistique du Québec. Consulté au <http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/economie/comparaisons-economiques/interprovinciales/chap11.pdf>.

18 On verra les listes annuelles des demandes de financement acceptées au <https://www.opc.gouv.qc.ca/a-propos/office/projet-organisme/>.



Coalition des associations de
consommateurs du Québec

cacq.ca