



LAPOINTE ROSENSTEIN  
MARCHAND MELANÇON

S.E.N.C.R.L. Avocats

# Bulletin

## Droit commercial

Juillet 2018



M<sup>re</sup> Marissa Carnevale

Le présent bulletin d'information a été rédigé en collaboration avec Julien Dubois, étudiant en droit.

### Mise à jour juridique : nouvelles règles relativement aux programmes de fidélisation en Ontario et au Québec

L'utilisation de programmes de fidélisation par des entreprises est une pratique répandue dans de nombreuses industries. Cet outil permet aux consommateurs qui demeurent fidèles à un commerçant de recevoir gratuitement, ou à prix réduit, des biens ou des services. En retour, le commerçant a la possibilité de compiler de précieuses informations sur les habitudes d'achat des consommateurs. Ces programmes permettent aussi aux entreprises de consolider leur clientèle.

L'accroissement dans l'utilisation des programmes de fidélisation a conduit les législateurs de l'Ontario et du Québec à adopter de nouvelles règles servant à encadrer les pratiques des entreprises à l'égard de ces incitations. Comme c'est généralement le cas dans la législation sur la protection du consommateur, ces mesures visent principalement à redresser le déséquilibre des pouvoirs entre commerçants et consommateurs.

#### Ontario

La *Loi de 2002 sur la protection du consommateur de l'Ontario*<sup>1</sup> (la « **LPC de l'Ontario** ») a été modifiée par la *Loi de 2016 sur la préservation des points de récompense*<sup>2</sup> le 8 décembre 2016 ainsi que par le règlement<sup>3</sup> (le « **Règlement de l'Ontario** ») promulgué le 20 octobre 2017. Par suite de ces modifications à la LPC de l'Ontario, les contrats aux termes desquels un commerçant convient d'offrir des points de récompense à un consommateur sont désormais inclus dans la définition d'une « convention de consommation »<sup>4</sup>.

Ces récentes modifications interdisent l'expiration des points de récompense en raison du seul passage du temps<sup>5</sup>. Cependant, le Règlement de l'Ontario prévoit une exception à cette règle en permettant que les points de récompense expirent en cas d'inactivité d'un compte ou si le consommateur n'effectue aucune opération pendant un délai précisé<sup>6</sup>. L'interdiction de l'expiration des points de récompense ne s'applique que si la valeur d'un service ou d'une marchandise pouvant être reçu en échange de points dépasse 50 \$<sup>7</sup>.

D'autres exceptions sont prévues; par exemple, les points de récompense accumulés peuvent expirer en cas de résiliation de la convention de consommation, si celle-ci le stipule expressément. Le Règlement de l'Ontario permet également l'expiration d'une offre proposant de fournir à un consommateur un bien une fois que le consommateur a atteint une certaine mesure de progression<sup>8</sup>. En conséquence, les nouvelles règles d'interdiction de l'expiration ne couvriront ni les timbres ni les cartes à perforer incitatives souvent offerts par les commerçants.

Les modifications à la LPC de l'Ontario sont entrées en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2018 avec effet rétroactif au 1<sup>er</sup> octobre 2016.

#### Québec

Le projet de *Loi visant principalement à moderniser des règles relatives au crédit à la consommation et à encadrer les contrats de service de règlement de dettes, les contrats de crédit à coût élevé et les programmes de fidélisation* de 2017<sup>9</sup> (le « **Projet de loi 134** ») ainsi que le projet de règlement<sup>10</sup> accessoire (le « **Règlement du**

Québec ») ont été présentés à l'Assemblée nationale du Québec le 18 avril 2018. Ces textes législatifs doivent, à leur entrée en vigueur, modifier la *Loi sur la protection du consommateur*<sup>11</sup> du Québec (la « **LPC du Québec** »), bien qu'aucune date n'ait été fixée pour leur mise en œuvre.

Conformément aux modifications proposées, en leur version actuelle, les contrats relatifs à un programme de fidélisation seront réglementés au Québec et les avantages accumulés seront appelés « unités d'échange » (notion semblable aux « points de récompense » prévus dans la LPC de l'Ontario), lesquelles unités d'échange ne pourront expirer à une date donnée.

Les unités d'échange pourront toutefois expirer si toutes les conditions suivantes sont remplies :

- une stipulation dans le contrat prévoit la péremption en cas d'inactivité du consommateur;
- la période d'inactivité précisée n'est pas inférieure à un an;
- le commerçant fait parvenir un avis au consommateur l'informant de son inactivité, de la péremption de ses unités d'échange en raison de cette inactivité et de la date prévue de la péremption; et
- l'avis préalable à l'expiration en raison de l'inactivité est transmis au consommateur au moins 30 jours (mais au plus 60 jours) avant la date prévue de la péremption des unités d'échange<sup>12</sup>.

Ces conditions d'expiration des points de récompense obtenus dans le cadre d'un programme de fidélisation sont plus restrictives que celles prévues dans les modifications à la LPC de l'Ontario.

Le Règlement du Québec prévoit qu'un commerçant peut unilatéralement modifier une stipulation essentielle d'un contrat relatif à un programme de fidélisation si le consommateur en est avisé et obtient certaines précisions dans un délai de 60 à 90 jours précédant l'entrée en vigueur de la modification<sup>13</sup>. Toutefois, le commerçant ne peut modifier un contrat relatif à un programme de fidélisation pour modifier le nombre d'unités déjà reçues par le consommateur ou le *facteur de conversion* utilisé pour convertir les unités d'échange déjà gagnées par le consommateur<sup>14</sup>.

Ces nouvelles règles ne sont pas encore en vigueur au Québec. De l'incertitude demeure à l'heure actuelle à savoir si les modifications proposées à la LPC du Québec seront approuvées intégralement ou revues avant leur adoption.

## Conclusion

Les entreprises exerçant des activités et offrant des programmes de fidélisation en Ontario ainsi qu'au Québec se réjouiront de l'harmonisation à venir des règles encadrant ces programmes dans ces provinces. Ces changements législatifs semblables permettront aux entreprises d'uniformiser leurs pratiques et de simplifier les procédures de conformité aux règles encadrant les programmes de fidélisation de chacune des provinces. La symétrie des modifications pourrait inciter d'autres provinces à emboîter le pas.

Les commerçants touchés par ces modifications à la LPC de l'Ontario et à la LPC du Québec devraient revoir leurs pratiques et procédures actuelles afin d'en assurer la conformité et solliciter au besoin l'avis de conseillers juridiques spécialisés en la matière.

1. *Loi de 2002 sur la protection du consommateur*, L.O. 2002, c. 30.
2. *Loi de 2016 sur la préservation des points de récompense (modification de Loi sur la protection du consommateur)*, L.O. 2016, c. 34.
3. *Règlement de l'Ontario 17/05 pris en application de la Loi de 2002 sur la protection du consommateur*, L.O. 2002, c. 30.
4. *Supra* note 1, par. 1.
5. *Id.*, par. 47.1.
6. *Supra* note 3, par. 43.6 (2).
7. *Id.*, par. 43.3 (1).
8. *Id.*, par. 43.1 (2).
9. *Loi visant principalement à moderniser des règles relatives au crédit à la consommation et à encadrer les contrats de service de règlement de dettes, les contrats de crédit à coût élevé et les programmes de fidélisation*, projet de loi n° 134, adopté le 15 novembre 2017, 1<sup>re</sup> session, 41<sup>e</sup> législation. (Québec).
10. *Règlement modifiant le règlement d'application de la Loi sur la protection du consommateur* (projet), (2018) n° 16 G.O. II, 2651.
11. *Loi sur la protection du consommateur*, RLRQ, c. P-40.1.
12. *Supra* note 10, par. 46.
13. *Id.*
14. *Id.*

**Le contenu de ce bulletin est de nature informative seulement et ne devrait pas être considéré comme un avis juridique.**

**Pour obtenir de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec :**

**Marissa Carnevale**  
514 925-6324  
marissa.carnevale@lrm.com