

# La communication du droit par des non-juristes : étude empirique de la formation des contrats d'arrangements préalables de services funéraires

Pierre Issalys, Mélanie Samson and Hélène Zimmermann

Volume 52, Number 2, 2022

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1098241ar>  
DOI: <https://doi.org/10.7202/1098241ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Éditions Wilson & Lafleur, inc.

ISSN

0035-3086 (print)  
2292-2512 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Issalys, P., Samson, M. & Zimmermann, H. (2022). La communication du droit par des non-juristes : étude empirique de la formation des contrats d'arrangements préalables de services funéraires. *Revue générale de droit*, 52(2), 345–390. <https://doi.org/10.7202/1098241ar>

Article abstract

*Are statutes and regulations, and indeed contracts, “readable” matter for those that may, in whatever capacity, seek to make use of such documents? What is required, in order that they be made so “readable”? And beyond being readable matter, how can statutes, regulations, and contracts contribute to efficient and meaningful interpersonal communication about legal norms? This paper reports on the findings of an empirical investigation into verbal exchanges between lay persons in contemplation of a contractual relationship: on the one hand prospective buyers of prearranged funeral services contracts, and on the other salespersons acting on behalf of cooperatives that offer such services. Under Québec law, the making of this type of contract comes under an elaborate statutory and regulatory scheme. The investigation produced qualitative data relating to the substance and form of verbal exchanges, to the posture assumed by the service provider’s sales representative, and to the use made of the physical contract document during and after the intercourse leading to agreement. The data offer insights into the respective functions of verbal and written communication when lay persons communicate about entering legally based relationships.*

---

# La communication du droit par des non-juristes : étude empirique de la formation des contrats d'arrangements préalables de services funéraires

---

PIERRE ISSALYS\*, MÉLANIE SAMSON\*\*  
ET HÉLÈNE ZIMMERMANN\*\*\*

## RÉSUMÉ

*Le citoyen entretient généralement peu de contacts directs avec les lois et même avec les contrats auxquels il est partie. Le plus souvent, le contenu de ces textes juridiques lui est communiqué par un intermédiaire, juriste ou non juriste. Le présent article expose les résultats d'une recherche empirique portant sur la manière dont des personnes non juristes, en l'occurrence des consommatrices et des représentantes de coopératives funéraires, communiquent entre elles à propos d'un rapport contractuel fortement encadré par la législation, soit la conclusion d'un contrat d'arrangements préalables de services funéraires. Les données recueillies sur les échanges menant à la conclusion d'un tel contrat, sur le rôle joué par la représentante du fournisseur de services funéraires et sur la place réservée au document contractuel lui-même suggèrent quelques conclusions quant à la fonction respective de l'écrit et de l'oral dans la communication à propos du droit.*

---

## MOTS-CLÉS :

*Communication juridique, services funéraires, contrat, recherche empirique.*

## ABSTRACT

*Are statutes and regulations, and indeed contracts, "readable" matter for those that may, in whatever capacity, seek to make use of such documents? What is required, in order that they be made so "readable?" And beyond being readable matter, how can*

---

\* Pierre Issalys est professeur émérite à la Faculté de droit de l'Université Laval.

\*\* Mélanie Samson est professeure titulaire à la Faculté de droit de l'Université Laval.

\*\*\* Hélène Zimmermann, M.A. sociologie, a contribué à cet article à titre de professionnelle de recherche rattachée à la Faculté de droit de l'Université Laval.

Les noms des auteurs apparaissent en ordre alphabétique, ceux-ci ayant contribué à parts égales à la rédaction du texte. Leur étude a été rendue possible grâce au soutien financier du Conseil de recherches en sciences humaines du Canada (CRSH).

*statutes, regulations, and contracts contribute to efficient and meaningful interpersonal communication about legal norms? This paper reports on the findings of an empirical investigation into verbal exchanges between lay persons in contemplation of a contractual relationship: on the one hand prospective buyers of prearranged funeral services contracts, and on the other salespersons acting on behalf of cooperatives that offer such services. Under Québec law, the making of this type of contract comes under an elaborate statutory and regulatory scheme. The investigation produced qualitative data relating to the substance and form of verbal exchanges, to the posture assumed by the service provider's sales representative, and to the use made of the physical contract document during and after the intercourse leading to agreement. The data offer insights into the respective functions of verbal and written communication when lay persons communicate about entering legally based relationships.*

---

**KEYWORDS:**

*Legal communication, prearranged funeral services, contract, empirical investigation.*

---

**SOMMAIRE**

Introduction . . . . .	347
I. Le cadre méthodologique de l'étude . . . . .	351
II. Le rôle ambigu des représentantes en matière d'arrangements préalables de services funéraires . . . . .	357
A. Le cadre juridique des contrats d'arrangements préalables de services funéraires . . . . .	358
B. La conception du rôle des représentantes et de la spécificité coopérative . . . . .	366
1. Le point de vue des représentantes . . . . .	366
2. Le point de vue des consommatrices . . . . .	369
III. La communication d'informations juridiques par les représentantes en matière d'arrangements préalables de services funéraires . . . . .	372
A. Les préoccupations juridiques et non juridiques des consommatrices . . . . .	373
B. Le rapport des représentantes au contrat . . . . .	379
C. La prépondérance de l'oral sur l'écrit . . . . .	382
Conclusion . . . . .	388

---

## INTRODUCTION

Pourquoi est-ce que notre langage commun, si aisé à tout autre usage, devient obscur et non intelligible en un contrat et testament, et que celui qui s'exprime si clairement, quoi qu'il dise et écrive, ne trouve en cela aucune manière de se déclarer qui ne tombe en doute et contradiction ? Si ce n'est que les princes de cet art, s'appliquant d'une péculière attention à trier des mots solennels et former des clauses artistes ont tant pesé chaque syllabe, épluché si primement chaque espèce de couture, que les voilà enfrasqués et embrouillés en l'infinité des figures et si menues partitions, qu'elles ne peuvent plus tomber sous aucun règlement et prescription ni aucune certaine intelligence.

Michel de Montaigne, *Essais*, Livre III, c XIII (1588)

Le droit est beaucoup plus souvent « agi » que lu. Au moment de poser sur le comptoir d'une épicerie de quartier le litre de lait que nous venons de choisir dans l'armoire frigorifique, nous n'éprouvons nul besoin de consulter le *Code civil du Québec*, la *Loi sur la protection du consommateur*<sup>1</sup> ou le dernier état du *Règlement sur les prix du lait de consommation*<sup>2</sup>. Notre conscience juridique, en tant que citoyen d'un État de droit démocratique, a depuis l'enfance intégré un *habitus* qui nous dispense de recourir au texte juridique pour comprendre le sens et la portée de notre agir. Si cet acheteur de lait n'est pas juriste de métier, il lui faudra un léger effort de pensée pour s'aviser que la facture laissée négligemment sur le comptoir témoigne bien, pourtant, qu'est survenu ce que les textes juridiques disent être un contrat. Mû par la confiance spontanée bien plus que par la conscience délibérée, il aura, comme en des milliers d'autres occasions, à peine senti le droit affleurer ainsi au cœur de son existence quotidienne. Tout comme l'épicier, il aura à peine entrevu l'univers de mots dans lequel le droit plongeait leur échange. Leur entente implicite le montre : dans cet univers, bien des choses se passent à demi-mot. Pourtant, il est souvent nécessaire, ou à tout le moins souhaitable, pour l'effectivité du droit que la conscience juridique des acteurs puisse accéder à une plus forte intensité : alors se pose la question de l'accès de ces acteurs aux textes à partir desquels on produit le droit.

---

1. RLRQ c P-40.1 [Lpc].

2. RLRQ c M-35.

La vaste programmation de recherche lancée en 2016 sur le thème « Accès au droit, Accès à la justice » (ADAJ) ne pouvait faire l'économie d'une réflexion et de propositions concernant le texte juridique<sup>3</sup>. Le « droit » qui caractérise le type de structure sociale désigné par l'expression « État de droit » est en substance le processus de production d'un « continuum de textes »<sup>4</sup>. Le chantier consacré à la « lisibilité »<sup>5</sup> des lois et des contrats, au sein de cette programmation de recherche, aborde cette textualité intrinsèque du droit à partir de la liaison entre deux éléments de ce *continuum* : la législation de l'État (avec son habituel complément, la réglementation) et la pratique contractuelle de particuliers visés par cette législation. Dans cette vision des choses, loi et contrat apparaissent comme deux moments d'un processus continu d'actes normateurs. Ce processus utilise la communication au moyen du langage. Le texte juridique — loi, règlement, contrat, jugement, décision administrative, testament, convention collective, traité inter-étatique, sentence arbitrale, ouvrage de doctrine, etc. — constitue à la fois l'objet et le produit de cette communication. L'enjeu de la lisibilité des textes juridiques est donc, en définitive, la qualité de la communication à propos du droit.

Pour éclairer cet enjeu, l'équipe du Chantier 4 d'ADAJ, « Lisibilité des lois et des contrats », a d'abord jugé indispensable de faire le point sur l'état de la doctrine juridique, au Canada et particulièrement au Québec, quant à la rédaction des lois. C'était là l'objet principal d'une première contribution<sup>6</sup>. Il en ressortait qu'aux yeux des juristes québécois, le souci de lisibilité commande, dans le cas des textes destinés

---

3. Pierre Noreau, « L'accès au droit et à la justice : perspectives nouvelles et recherche empirique » dans Pierre Noreau et al, dir, *22 chantiers sur l'accès au droit et à la justice*, Cowansville (QC), Yvon Blais, 2020, 13 aux pp 15–17.

4. Friedrich Müller et Olivier Jouanian, *Discours de la méthode juridique*, Paris, Presses universitaires de France, 1996, aux pp 177–186 ; Pierre Moor, *Dynamique du système juridique*, Bruxelles/Paris, Bruylant/LGDJ, 2010 aux pp 61–81 ; Pierre Moor, *Le travail du droit : essais sur le droit de l'État de droit II*, Sainte-Foy (QC), Presses de l'Université Laval, 2021 à la p 34.

5. Nous retenons ici la définition du jurilinguiste Jean-Claude Gémar, selon qui un texte lisible est un texte « [d]ont on peut saisir aisément la signification, que l'on peut comprendre sans difficulté » : « Analyse jurilinguistique des concepts de "lisibilité" et d'"intelligibilité" de la loi » (2018) 48:2 RGD 299 à la p 307.

6. Pierre Issalys, Florence Méthot et Amélie Quoibion, avec la collaboration de Michelle Cumyn et Mélanie Samson, « Chantier 4. Lisibilité des lois et des contrats » dans Noreau et al, dir, *supra* note 3 aux pp 72-80.

à la production de normes juridiques de portée générale, de les rédiger dans un triple objectif de clarté, de concision et de simplicité<sup>7</sup>. Il est également ressorti de cette revue de la doctrine contemporaine qu'une dizaine de préconisations quant à divers aspects formels de ces textes font assez largement consensus<sup>8</sup>. Remettre en lumière cet idéal de lisibilité, tel que le conçoivent et le souhaitent les juristes à propos d'un certain type de textes juridiques, laisse toutefois subsister les interrogations de départ : ces lois et règlements, de même que les contrats, sont-ils « lisibles » pour l'ensemble des personnes qui, à un titre ou à un autre, peuvent chercher à les utiliser ? À quelles conditions peuvent-ils l'être ? Et par-delà sa lisibilité, comment le texte des lois, règlements et contrats peut-il contribuer à la qualité de la communication entre ces personnes à propos du droit ?

Les pages qui suivent relèvent d'une première approche de ces questions plus larges. Elles exposent, à partir d'une étude empirique, la manière dont des non-juristes communiquent entre eux, à propos d'un rapport juridique contractuel fortement imprégné par son encadrement législatif, au moment où ils s'apprêtent à le nouer<sup>9</sup>. Cette étude empirique aura marqué, dans le développement du Chantier 4 d'ADAJ, une seconde étape, destinée à illustrer par un exemple les conditions concrètes d'utilisation, dans la vie des personnes, d'un cadre légiféré et d'un écrit contractuel. À une troisième étape, en cours de réalisation, l'équipe de recherche s'efforcera d'intégrer à son approche de la lisibilité des lois et des contrats certains enseignements de la

---

7. Ces principes sont exposés dans Jean-Claude Gémar, *Traduire ou l'art d'interpréter*, t 2, *Langue, droit et société : éléments de jurilinguistique : application*, Sainte-Foy (QC), Presses de l'Université Laval, 1995 aux pp 60–65 ; Gémar, *supra* note 5 à la p 320.

8. Ces préconisations concernent l'unité de chacun des articles, l'économie dans l'expression, le niveau optimal d'abstraction, la distinction entre l'essentiel et l'accessoire, l'uniformité d'expression, la forme verbale, l'expression du genre, l'emploi du langage technique, l'emploi de définitions et la structure logique des textes.

9. Cette démarche empirique a été approuvée par le Comité d'éthique de la recherche avec des êtres humains de l'Université Laval (projet n° 2017-210).

linguistique<sup>10</sup>, de la sociolinguistique<sup>11</sup> et de la psycholinguistique<sup>12</sup>. Enfin, à la dernière étape de ses travaux, l'équipe de recherche tentera de faire converger les constats et les réflexions issus des étapes précédentes vers des propositions tendant à une lisibilité optimale du texte des lois et des contrats.

Le travail dont il est rendu compte ici aborde donc la lisibilité des lois et des contrats en observant la communication orale et écrite à propos du droit sur un terrain précis où lois et contrats se trouvent en étroite liaison. Le pari implicite est alors que ces observations pourraient donner des indications utiles sur la qualité de cette communication à propos et au moyen des textes juridiques en général. Dans quelle mesure ces textes peuvent-ils être lus et compris par le lecteur, quel qu'il soit ? Pour réaliser ces observations, l'équipe de recherche, aidée des conseils de ses partenaires<sup>13</sup>, a choisi le terrain des rapports juridiques relatifs aux services funéraires au Québec<sup>14</sup>. Ce domaine

---

10. Notamment les travaux de Clémence Préfontaine et Jacques Lecavalier, « La mesure de l'intelligibilité des textes non littéraires » (1992) 14:1 *Revue de l'Association canadienne de linguistique appliquée* 95; Clémence Préfontaine et Claire Gélina-Chebat, « Présentation du thème [Lisibilité et intelligibilité] » (1996) 25:1 *Revue québécoise de linguistique* 7; Clémence Préfontaine et Jacques Lecavalier, « Analyse de l'intelligibilité des textes prescriptifs » (1996) 25:1 *Revue québécoise de linguistique* 99; Céline Beaudet, « Clarté, lisibilité, intelligibilité des textes: un état de la question et une proposition pédagogique » (2001) 1:1 *Recherches en rédaction professionnelle* 1; Céline Beaudet, « Lisibilité textuelle et configuration des énumérations dans un texte procédural » (2002) 5:1 *Revue canadienne de linguistique appliquée* 7; André Bélanger, Viorel Dragos-Moraru et Andy Van Drom, « Les apports de la linguistique à la théorie des contrats: prolégomènes à une interprétation dialogique et polyphonique des contrats » (2010) 51:1 *C de D* 51; André Bélanger et Andy Van Drom, « Les apports de la linguistique à la théorie des contrats: la polyphonie du contrat, trace discursive d'une recontextualisation sociale » (2012) 53:3 *C de D* 623.

11. Notamment, les travaux de François Ribordy, Simon Laflamme et Benoît Cazabon, *L'éducation et l'information juridiques: étude exploratoire*, Ottawa, Ministère de la Justice du Canada, 1986; François Ribordy, Simon Laflamme et Benoît Cazabon, « Les textes de loi sont-ils lisibles et compréhensibles ? » (1986-1987) 1:2 *Revue de l'Institut de sociologie* 223; François Ribordy et Simon Laflamme, « La compréhension populaire des textes de loi » (1989) 4 *RCDS* 139; cette recherche portait sur la législation fédérale et sur la compréhension de ses versions anglaise et française par des lecteurs ontariens, anglophones et francophones.

12. Jeanne S Chall, « Varying Approaches to Readability Measurement » (1996) 25:1 *Revue québécoise de linguistique* 23; Rudolf Franz Flesch, *How to Test Readability*, New York (NY), Harper & Brothers, 1951; Gilbert de Landsheere, « Pour une application des tests de lisibilité de Flesch à la langue française » (1963) 26 *Le Travail humain* 141.

13. Ces partenaires sont le ministère de la Justice du Québec, l'Office de la protection du consommateur, le Barreau du Québec, la Chambre des notaires, Éducaloi, Option Consommateurs, l'entreprise En Clair, le cabinet d'avocats Therrien Couture Joli-Cœur et la Chaire de rédaction juridique Louis-Philippe Pigeon.

14. La législation québécoise utilise l'expression « services funéraires » dans deux acceptions légèrement différentes. L'une concerne la protection des consommateurs de ces services; c'est celle qui sera retenue ici. Elle englobe les:

présente en effet toutes les caractéristiques jugées souhaitables pour qu'il fasse l'objet de ces observations : un ancrage dans le concret, une liaison étroite entre loi et contrats, une relative uniformité des pratiques contractuelles, une large portée sociale et un niveau moyen de complexité. Plus précisément et dans un premier temps, la recherche a ciblé la question de la lisibilité à partir des pratiques contractuelles de certains fournisseurs, les coopératives funéraires, en matière d'arrangements préalables de services funéraires<sup>15</sup>.

Le compte rendu de cette recherche de terrain, après avoir rappelé les conditions méthodologiques dans lesquelles elle a été réalisée (I), s'organise autour de la figure de l'un des interlocuteurs, dont le rôle consiste à représenter le fournisseur des services, qui est l'une des parties à l'éventuel rapport contractuel. Mettant d'abord en lumière l'ambiguïté de ce rôle, telle qu'elle ressort de l'enquête (II), l'article décrit ensuite la manière dont s'établit et s'effectue la communication d'informations juridiques entre ce représentant et l'acheteur éventuel de services à propos du contrat en voie de formation (III). L'observation de la communication entre non-juristes sur un objet juridique largement prédéterminé par la loi suggère quelques conclusions quant à la fonction respective de l'écrit et de l'oral dans la communication à propos du droit.

## I. LE CADRE MÉTHODOLOGIQUE DE L'ÉTUDE

La conclusion d'un contrat d'arrangements préalables de services funéraires (APSF) met en présence, d'une part, la personne qui souhaite obtenir ces services pour elle-même ou pour un autre bénéficiaire et, d'autre part, un opérateur économique — entreprise ou coopérative — qui offre ces

---

[...] biens et services fournis avant l'inhumation ou la crémation d'une personne décédée, ainsi que l'inhumation ou la crémation et les autres biens et services fournis en conséquence [de l'inhumation ou de la crémation] ou en rapport avec le décès, à l'exception d'une sépulture et de son entretien.

*Loi sur les arrangements de services funéraires et de sépulture*, RLRQ c A-23.001, art 2(3) [LASF].

L'autre acception, plus étroite, concerne l'encadrement sanitaire des entreprises qui fournissent ces services. Elle ne recouvre que trois services : la thanatopraxie, l'exposition de cadavres ou de cendres humaines et la crémation (*Loi sur les activités funéraires*, RLRQ c A-5.02, art 2(1), al 5).

15. L'article 2(2) LASF définit le contrat d'arrangements préalables de services funéraires comme un contrat conclu du vivant d'une personne et ayant pour objet des services funéraires à fournir à cette personne au moment de son décès ou en rapport avec ce décès, moyennant un paiement partiel ou total à effectuer avant le décès. La focalisation de la recherche sur les pratiques contractuelles d'une catégorie de fournisseurs a conduit à ajouter la Fédération des coopératives funéraires du Québec (FCFQ) au nombre des partenaires du Chantier 4.



services au public et qui, en l'occurrence, agira par l'intermédiaire d'un « représentant » salarié ou rétribué par commission<sup>16</sup>. La volonté d'observer la communication juridique entre ces protagonistes nous a conduits à entreprendre une démarche empirique<sup>17</sup>, plus spécifiquement selon l'approche de l'étude de cas<sup>18</sup>. Dans cette perspective, nous avons opté pour une méthode qualitative, qui vise à comprendre un phénomène social à travers la perception des personnes concernées et la signification qu'il revêt pour celles-ci<sup>19</sup>. Plus précisément, notre choix s'est porté sur la technique de l'entrevue<sup>20</sup>. Deux stratégies de collecte de données

---

16. Le rôle de ce représentant justifie de le ranger dans la catégorie sociologique des « intermédiaires du droit » décrite par Jérôme Pélisse, « Varieties of Legal Intermediaries. When Non-Legal Professionals Act as Legal Intermediaries » (2019) 81 *Law, Policy and Society* 101, et utilisée dans un certain nombre de travaux au Québec : Caroline Gendreau, « "Légitimation" et "délégitimation" du droit de l'État : les pratiques professionnelles des intermédiaires du droit dans le contexte du divorce » dans Michel Coutu et Guy Rocher, dir, *La légitimité de l'État et du droit. Autour de Max Weber*, Sainte-Foy (QC), Presses de l'Université Laval, 2005, 187 aux pp 192–193 ; Raymonde Crête et Cinthia Duclos, « Le portrait des prestataires de services de placement » dans Raymonde Crête, Mario Naccarato et al, dir, *Courtiers et conseillers financiers. Encadrement des services de placement*, vol 1, Cowansville (QC), Yvon Blais, 2011, 45 aux pp 55–68 ; Maya Cachecho et Pierre Noreau, avec la collaboration de Priscylla Joca, « Chantier 22. Protection des consommateurs de produits et services financiers » dans Noreau et al, dir, *supra* note 3 aux pp 410–417. Outre les métiers visés par ces travaux, pourraient être rattachés à cette catégorie ceux que la législation québécoise décrit en termes d'intermédiation : consultants en immigration, intermédiaires en services de transport, courtiers en immeubles, traducteurs et interprètes, préparateurs et transmetteurs de documents administratifs et fiscaux, courtiers en crédit.

17. Peu courant dans les recherches juridiques, le recours à la démarche empirique permet d'étudier le droit en contexte et d'ajouter à l'étude du « droit des livres » celle du « droit en action », selon l'expression célèbre de Roscoe Pound. Voir Emmanuelle Bernheim et al, « L'approche empirique en droit : prolégomènes » dans Dalia Gesualdi-Fecteau et Emmanuelle Bernheim, dir, *La recherche empirique en droit : méthodes et pratiques*, Montréal (QC), Thémis, 2022, 1 à la p 5. Dans une optique de diversification des méthodes de recherche au sein d'un même projet, cette démarche empirique s'ajoute à une analyse de type documentaire, portant sur la loi et le contrat, ainsi que sur les écrits concernant la lisibilité des textes, en droit et dans d'autres disciplines (linguistique et psychologie). Comme nous l'avons mentionné, le présent article est centré sur la restitution des résultats du volet empirique de la recherche.

18. Cette dernière consiste à « enquêter sur un phénomène, un événement, une organisation ou un groupe d'individus bien délimité, afin d'en tirer une description précise et une interprétation qui dépasse ses bornes. Le cas étudié est donc un sous-système dont l'analyse permet de mieux comprendre un système ou une réalité plus large.

Simon Roy, « L'étude de cas » dans Isabelle Bourgeois, dir, *Recherche sociale : de la problématique à la collecte de données*, 7<sup>e</sup> éd, Sainte-Foy (QC), Presses de l'Université du Québec, 2021, 157 à la p 160.

19. Marie-Fabienne Fortin et Johanne Gagnon, *Fondements et étapes du processus de recherche : méthodes quantitatives et qualitatives*, 3<sup>e</sup> éd, Montréal (QC), Chenelière Éducation, 2015 à la p 31 ; Norman K Denzin et Yvonna S Lincoln, « Introduction : The Discipline and Practice of Qualitative Research » dans Norman K Denzin et Yvonna S Lincoln, dir, *Handbook of Qualitative Research*, 3<sup>e</sup> éd, Thousand Oaks (CA), Sage, 2005, 1 à la p 3.

20. L'entrevue permet, entre autres, de « documenter le rapport qu'entretiennent différents groupes [de non-juristes] avec le droit » : Dalia Gesualdi-Fecteau et Laurence Guénette, « Le

complémentaires ont été mises en œuvre, afin de recueillir le point de vue et l'expérience des deux parties participant<sup>21</sup> à la communication lors de la signature d'un contrat d'APSF : les représentantes<sup>22</sup> des coopératives funéraires, d'une part, et les consommatrices<sup>23</sup>, d'autre part. La plupart des représentantes de coopératives funéraires ont été interrogées dans le cadre de groupes de discussion, réunissant plusieurs employées d'une même coopérative<sup>24</sup>. Quant à elles, les consommatrices ont été interrogées dans le cadre d'entrevues individuelles, afin de tenir compte du caractère intime et parfois émotif de l'expérience d'une démarche d'APSF<sup>25</sup>.

Au total, 12 représentantes d'une coopérative funéraires et 8 consommatrices ont été rencontrées en entrevue. La taille de cet échantillon est

---

recours à l'entretien de recherche en droit » dans Dalia Gesualdi-Fecteau et Emmanuelle Bernheim, *supra* note 17 à la p 85.

21. Ainsi, en cohérence avec l'approche de l'étude de cas, notre étude repose sur une triangulation des méthodes et des sources qui « peuvent se recouvrir et s'éclairer réciproquement » : Jacques Hamel, *Étude de cas et sciences sociales*, Paris, L'Harmattan, 1997 à la p 96. Cette triangulation contribue à augmenter la validité des données recueillies.

22. L'emploi dans le texte des féminins « représentante » et « consommatrice » reflète la réalité sociologique. Les fournisseurs de services funéraires se font semble-t-il représenter par une femme, dans la majorité des cas, et ce sont en majorité des femmes qui concluent des contrats d'APSF pour elles-mêmes ou au bénéfice d'une autre personne. Cette tendance est d'ailleurs reflétée dans nos échantillons de participantes, tant parmi les représentantes que parmi les consommatrices. Voir ci-dessous.

23. Notre stratégie de recherche initiale incluait, de façon distincte, une troisième catégorie de personnes participant à la démarche d'APSF, celle des « tiers désignés ». Par cette expression, on entend une personne que la consommatrice peut, si elle le souhaite, identifier dans le contrat comme étant chargée de l'exécution de ce dernier ; par ailleurs, cette personne peut ou non être présente lors de la rencontre avec la représentante et de la conclusion du contrat. Toutefois, il s'est rapidement avéré qu'en pratique, ces catégories, prévues par la LASF, de « consommatrice » et de « tiers désigné » n'étaient ni exclusives ni conformes à la diversité des statuts des participantes rencontrées (voir ci-dessous la description de l'échantillon). C'est pourquoi nous avons finalement décidé d'intégrer les « tiers désignés » dans la catégorie « consommatrices ».

24. Ces rencontres ont été rendues possibles grâce à la collaboration de la FCFQ. Pour des raisons circonstanciées, dans l'une des coopératives étudiées, une seule représentante a finalement pu participer à la recherche. La rencontre a donc pris la forme d'une entrevue individuelle.

25. À une exception près, les entrevues individuelles ont été menées en face à face. Pour participer, les personnes devaient avoir conclu un contrat d'APSF depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2017, avec l'une des coopératives membres de la FCFQ. Cette date a été retenue pour privilégier le recrutement de personnes ayant encore en mémoire le déroulement de leur rencontre avec une représentante d'une coopérative funéraire. Le recrutement de consommatrices s'est avéré plus long et complexe que prévu. Plusieurs modes de sollicitation ont donc été retenus : appels à participation diffusés en ligne (sites Web, réseaux sociaux, listes d'envoi) au sein de la communauté universitaire et par les partenaires du projet, bouche-à-oreille, affiches. Avec la collaboration d'une des coopératives participantes, des personnes répondant aux critères de recrutement ont également été sollicitées par téléphone.

limitée, mais conforme aux pratiques de recherche qualitative par entretien dans le domaine des sciences humaines<sup>26</sup>. Les données recueillies lors de ces entrevues individuelles et de groupe ont permis d'atteindre le niveau de saturation : en ce sens, elles donnent une image globale et fidèle du phénomène étudié<sup>27</sup>. Les 12 représentantes qui ont participé à l'étude œuvrent dans quatre coopératives funéraires distinctes. L'une d'elles occupe un poste de gestionnaire. Si l'on excepte la forte majorité de femmes (9/12), leur profil est diversifié tant du point de vue sociodémographique que de celui de leur parcours scolaire et professionnel. Ainsi, concernant l'âge, la moitié des participantes a moins de 45 ans ; dans l'autre moitié, la plupart sont âgées de 55 ans et plus. Relativement au niveau d'éducation, cinq représentantes ont une formation de niveau secondaire, quatre, une formation collégiale (dont trois avec une spécialisation dans le domaine funéraire) et trois autres, un diplôme universitaire. Seules les titulaires d'un diplôme collégial spécialisé ont été initiées au droit qui encadre le domaine funéraire. Par ailleurs, l'ancienneté dans la profession de représentante est très variable d'une participante à l'autre, allant d'une journée à dix ans. Dans la plupart des cas, il s'agit d'une seconde carrière (10/12), le plus souvent après une expérience antérieure dans le domaine de la vente (7/10). Les contextes de pratique sont également divers puisque huit représentantes œuvrent en milieu urbain et quatre, en milieu rural, le tout dans deux régions distinctes du Québec. Finalement, certaines représentantes rencontrent uniquement leurs clientes sur les lieux de la coopérative, alors que d'autres peuvent, selon les besoins des consommatrices, se déplacer au domicile de ces dernières.

Parallèlement, huit consommatrices ont été interrogées<sup>28</sup>, dont sept avaient fait affaire avec une coopérative funéraire conformément au terrain retenu ; à titre informatif et complémentaire, une entrevue avec

---

26. Colette Baribeau et Chantal Royer, « L'entretien individuel en recherche qualitative : usages et modes de présentation » (2012) 38:1 *Revue des sciences de l'éducation* 23. Dans cet article, les autrices présentent les résultats d'une étude portant sur l'usage de l'entretien individuel en recherche qualitative. Dans les 19 études empiriques dont les résultats ont été publiés de 2006 à 2009 dans la *Revue des sciences de l'éducation*, 5 échantillons comptent moins de 10 participants et 72 % des échantillons se composent de moins de 40 participants.

27. On entend par saturation ce moment de la collecte de données où mener des entrevues supplémentaires n'apporte plus de valeur ajoutée à la compréhension du phénomène. Comme l'écrivent Dalia Gesualdi-Fecteau et Laurence Guénette, *supra* note 17 à la p 92 : « Le concept de "saturation" constitue un signal de la représentativité des données », en plus d'aider à déterminer la taille pertinente de l'échantillon.

28. Deux des participantes, parmi les consommatrices, forment un couple et ont été rencontrées ensemble.

une consommatrice dont le contrat avait été signé avec une entreprise privée a également été réalisée. Les personnes rencontrées ont toutes l'expérience d'une démarche d'APSF, mais selon des statuts divers. Certaines sont des consommatrices qui ont contracté pour leur propre compte (C1, C3, C4)<sup>29</sup>, d'autres ont agi à titre de mandataires ou tutrices légales d'une proche inapte et ne sont donc pas, dans ce cas, les bénéficiaires du contrat d'APSF (T2, CT2). D'autres encore (T1, T3) ont agi à titre de tierces personnes accompagnant leurs proches dans leurs démarches d'APSF. Par ailleurs, considérant que plus de la moitié des participantes ont participé à au moins deux démarches d'APSF, elles peuvent l'avoir été à plus d'un titre, telle cette participante qui a successivement signé un contrat pour elle-même, puis pour le parent dont elle est la représentante légale (CT2). Plusieurs ont également mené ces démarches en couple, chaque membre contractant pour lui-même tout en étant accompagné de l'autre (C1, C3, C4)<sup>30</sup>.

Dans cet échantillon de consommatrices, cinq des participantes interrogées ont fait affaire avec une coopérative funéraire en milieu urbain, alors que deux ont sollicité les services d'une coopérative en milieu rural. Là encore, les femmes sont très nettement majoritaires (6/7). Leur âge dépend de leur statut dans la démarche d'APSF, les plus âgées étant celles qui l'ont fait pour leur propre bénéficiaire<sup>31</sup>. Concernant la scolarité, la quasi-totalité sont diplômées de l'université (6/7). Notre échantillon est donc caractérisé par une surreprésentation des personnes ayant fait des études supérieures, comparativement à la population du Québec. Or, le niveau d'éducation est un facteur important à considérer dans l'étude de la lisibilité, un plus haut niveau d'éducation étant généralement associé à de plus grandes compétences en lecture<sup>32</sup>. Cependant, cette distorsion a pu être atténuée grâce

---

29. Dans le texte, les codes alphanumériques indiqués entre parenthèses désignent les participantes dont les propos sont rapportés.

30. Dans ce cas, la personne accompagnatrice n'est pas la personne qui sera chargée de l'exécution du contrat; ce sera plutôt un enfant du couple, non présent à la rencontre.

31. Parmi les quatre participantes bénéficiaires du contrat d'APSF, toutes ont 65 ans ou plus. Les plus jeunes ont agi à titre de tiers ou de représentantes légales d'une personne majeure inapte.

32. Statistique Canada, *Les diplômés universitaires ayant des niveaux de compétence moindres en littératie et en numératie*, par Darcy Hango, dans *Regards sur la société canadienne*, n° de catalogue 75-006-X, Ottawa, Statistique Canada, 4 novembre 2014, en ligne : <[www150.statcan.gc.ca/n1/pub/75-006-x/2014001/article/14094-fra.htm](http://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/75-006-x/2014001/article/14094-fra.htm)>. Voir aussi Hyunjoon Park et Pearl Kyei, « Literacy Gaps by Educational Attainment: A Cross-National Analysis » (2011) 89:3 *Social Forces* 879; Statistique Canada, *Les compétences au Canada : premiers résultats du Programme pour l'évaluation internationale des compétences des adultes (PEICA)*, par Tanya Scerbina et al, n° de catalogue 89-555-X, Ottawa, Statistique Canada, 2013, en ligne : <[www150.statcan.gc.ca/n1/fr/pub/89-555-x/89-555-x2013001-fra.pdf?st=9kGMXqn4](http://www150.statcan.gc.ca/n1/fr/pub/89-555-x/89-555-x2013001-fra.pdf?st=9kGMXqn4)>.

aux récits des personnes interrogées : en effet, comme plusieurs participantes ont des proches (par ex, des parents bénéficiaires du contrat) peu scolarisés ou dont le français n'est pas la langue maternelle, il a été possible de documenter indirectement l'expérience de telles personnes lors de la conclusion de contrats d'APSF avec une coopérative. De plus, cette surreprésentation des diplômés universitaires suggère une forte présence des membres des classes moyennes ou supérieures dans notre échantillon<sup>33</sup>, alors que sur le marché des services funéraires, les coopératives pratiquent des prix plus bas que les entreprises du secteur privé et sont donc susceptibles d'attirer une clientèle plus modeste financièrement<sup>34</sup>. Il reste que, comme nous le verrons, les préoccupations financières sont bel et bien importantes pour les consommatrices interrogées et leurs proches.

L'essentiel des thèmes abordés dans les entrevues et les groupes de discussion était commun aux deux démarches afin de pouvoir comparer les perspectives, en particulier concernant le déroulement de la rencontre entre les protagonistes, ainsi que la présentation de l'entente et sa matérialisation écrite dans le contrat<sup>35</sup>. De façon plus particulière, les représentantes étaient également interrogées sur leur formation, ainsi que sur leur conception de leur rôle professionnel, incluant leurs obligations déontologiques sur le plan de la communication<sup>36</sup>. Pour leur part, les consommatrices étaient invitées à faire part de leur appréciation du document contractuel, ainsi que de leur compréhension de certaines de ses clauses<sup>37</sup>. Finalement, en préambule de chaque entrevue, les participantes ont été appelées à répondre à une dizaine de questions, dont certaines proposaient un choix de réponses. Outre des renseignements sociodémographiques, ce questionnaire concernait les sources d'information mobilisées tant par les consommatrices (pour éclairer leur décision de signer un contrat d'APSF) que par les

---

33. Il s'agit d'une tendance globale, revenu et niveau de scolarité n'étant pas toujours corrélés.

34. Au Québec, en 2017, le coût moyen des frais funéraires s'élevait à 5 700 \$ dans les entreprises privées et à 4 000 \$ dans les coopératives membres de la FCFQ. Voir Claudine Hébert, « Combien ça coûte mourir ? », (27 novembre 2017), en ligne : *Les Affaires* <[www.lesaffaires.com/mes-finances/consommation/combien-ca-coute-mourir/598992](http://www.lesaffaires.com/mes-finances/consommation/combien-ca-coute-mourir/598992)>.

35. La grille de discussion avec les consommatrices se trouve à l'annexe 1 de ce texte, alors que celle avec les représentantes de coopératives funéraires figure à l'annexe 2.

36. Elles devaient ainsi lire et commenter l'article 7 du *Décret concernant l'adoption de règles de conduite en matière de vente d'arrangements préalables de services funéraires et de sépulture par commerce itinérant*, RLRQ c P-40.1, r 1 [Décret].

37. Plus précisément, il s'agissait de la clause 10 relative à la façon de mettre fin au contrat, clause obligatoire en vertu de la *LASF*, *supra* note 14.

représentantes (pour accompagner leurs explications aux consommatrices). D'autres questions portaient sur les circonstances de la participation à une démarche d'APSF dans le cas des consommatrices, et sur la pratique professionnelle, dans le cas des représentantes.

Les propos recueillis dans le cadre des entrevues individuelles et des groupes de discussion ont été transcrits textuellement puis soumis à une analyse de contenu de type thématique<sup>38</sup>, avec l'assistance du logiciel d'analyse qualitative « NVivo 12 Pro ». Dans cette perspective, il s'est agi, pour chaque thème et chaque sous-thème retenus, de repérer les similitudes et les différences entre les participantes. Finalement, l'analyse a permis de dégager, à partir des entrevues menées avec les représentantes et les consommatrices, des données largement convergentes relativement au rôle de la représentante et à la communication d'informations juridiques par cette dernière à propos du contrat d'APSF. Plus précisément, deux grands thèmes communs ressortent de l'analyse : le rôle de la représentante à l'égard de la consommatrice (II) et la communication d'informations juridiques de la part de la représentante (III).

## II. LE RÔLE AMBIGU DES REPRÉSENTANTES EN MATIÈRE D'ARRANGEMENTS PRÉALABLES DE SERVICES FUNÉRAIRES

Dans la communication entre la représentante de la coopérative funéraire et la consommatrice à propos de l'encadrement juridique du contrat d'APSF, la première joue un rôle d'autant plus important qu'elle bénéficie ordinairement, au départ, d'une asymétrie d'information par rapport à son interlocutrice. Ce rôle peut cependant être modulé dès lors que le fournisseur représenté est une coopérative plutôt qu'une entreprise commerciale. Cette modulation est à son tour susceptible d'être perçue différemment par l'acheteuse des services et par la représentante elle-même.

Il convient donc, après avoir rappelé le cadre juridique qui fait l'objet de la communication entre ces interlocutrices et dans lequel celle-ci

---

38. L'analyse de contenu peut être définie ainsi : « C'est une méthode de classification ou de codification dans diverses catégories des éléments du document analysé pour en faire ressortir les différentes caractéristiques en vue d'en mieux comprendre le sens exact et précis » : Robert L'Écuyer, « L'analyse de contenu : notion et étapes » dans Jean-Pierre Deslauriers, dir, *Les méthodes de la recherche qualitative*, Sillery (QC), Presses de l'Université du Québec, 1987, 49 à la p 50.

s'inscrit (A), d'examiner, à la lumière des résultats de l'enquête, comment le rôle de la représentante est perçu (B) respectivement par les représentantes et par les acheteuses de services funéraires, qui se présentent comme consommatrices.

## A. Le cadre juridique des contrats d'arrangements préalables de services funéraires

L'appareillage normatif que met en mouvement la communication entre représentante et consommatrice à propos d'un contrat d'APSF est relativement complexe. Il est principalement constitué de normes juridiques de portée générale, étagées selon un double critère : matériel et formel. Sur le plan matériel, puisque l'activité en cause relève de la catégorie des contrats et concerne des personnes privées, des biens et des services, elle est assujettie au *Code civil du Québec*<sup>39</sup>. Puisque ce contrat est qualifié de contrat de consommation, il est en outre visé par la Lpc<sup>40</sup>. Enfin, le contrat d'APSF est soumis à un régime qui lui est propre, institué en 1987 par la *Loi sur les arrangements préalables de services funéraires et de sépulture* (LAPSF)<sup>41</sup>.

Sur le plan de la hiérarchie formelle des sources de droit, les deux derniers de ces textes législatifs se superposent à un ensemble de textes réglementaires qui en complètent le contenu<sup>42</sup>. Cette réglementation a elle aussi une incidence directe sur la teneur même des

---

39. Par exemple, quant au droit de chacun de régler ses funérailles (art 42 CcQ), au régime de la fiducie, applicable au vendeur d'un contrat d'APSF (arts 1260 et s CcQ), ou à l'obligation de bonne foi tout au long d'un rapport contractuel (art 1375 CcQ).

40. Voir notamment les articles 2, 3 et 5.1 (applicabilité aux contrats d'APSF) et 17 (interprétation du contrat en faveur du consommateur) Lpc; pour un regard critique sur cette loi sous l'angle de la lisibilité, voir Michelle Cumyn, « Visibilité et intelligibilité de la Lpc et du contrat de consommation. Bilan et perspective d'avenir » dans Laurence Bich-Carrière et Geneviève Saumier, dir, *Les 50 ans de la Loi sur la protection du consommateur et l'évolution du droit de la consommation*, Cowansville (QC), Yvon Blais, 2022.

41. LQ 1987, c 65; le titre initial de cette loi a été modifié en 2020 et est devenu *Loi sur les arrangements de services funéraires et de sépulture*. De nouvelles dispositions rendent en effet applicables aux contrats de services funéraires conclus après décès la plupart des exigences de forme que comportait la loi pour les contrats d'arrangements préalables. Sur ces modifications, voir l'analyse d'impact réglementaire du projet de loi 178, *Loi modifiant diverses dispositions législatives concernant la protection du consommateur* (2018), en ligne : *Office de protection du consommateur* <[www.opc.gouv.qc.ca](http://www.opc.gouv.qc.ca)>.

42. Notamment, le *Règlement d'application de la Loi sur la protection du consommateur*, RLRQ c P-40.1, r 1, art 43 [Règlement d'application Lpc] et le *Règlement d'application de la Loi sur les arrangements de services funéraires et de sépulture*, RLRQ, c A-23.001, r 1 [Règlement d'application LASF].

contrats d'APSF, notamment parce qu'elle oblige à y inscrire certaines clauses et, pour quelques-unes de celles-ci, en prescrit le libellé exact et exige que le caractère obligatoire de leur présence soit signalé au lecteur du contrat<sup>43</sup>. Ainsi, les articles 4 et 5 du Règlement d'application LASF prévoient des clauses à reproduire littéralement dans tout contrat d'arrangements préalables<sup>44</sup>. Qu'il nous soit permis de les citer ici intégralement pour montrer leur volume, leur complexité et, de ce fait, leur incidence potentielle sur la lisibilité du contrat d'APSF :

**4. Le contrat d'arrangements préalables de services funéraires doit contenir la mention obligatoire suivante :**

« Mention exigée par la Loi sur les arrangements de services funéraires et de sépulture ».

Contrat d'arrangements préalables de services funéraires

1° Dans les 10 jours de la conclusion du contrat, le vendeur doit, sauf s'il en est exempté par écrit par l'acheteur, transmettre une copie du contrat à une personne désignée par l'acheteur afin que cette dernière soit informée de l'existence du contrat.

2° On peut mettre fin au contrat de la façon suivante :

**Si le contrat a été sollicité, négocié ou conclu ailleurs qu'à l'établissement du vendeur :**

A) On peut y mettre fin sans frais ni pénalité dans les 30 jours à compter du moment où l'acheteur reçoit sa copie du contrat. La résolution se fait de l'une des 2 façons suivantes :

i. en retournant au vendeur ou à son représentant, après l'avoir remplie et signée, la formule intitulée « formule de résolution » qui doit être jointe à la copie du contrat ;

ii. en faisant parvenir au vendeur ou à son représentant un avis écrit indiquant son intention de mettre fin au contrat.

43. Sur ces mentions obligatoires, voir Michelle Cumyn, « Les mentions exigées par la loi protègent-elles les consommateurs ? Le cas du contrat d'arrangements préalables de services funéraires » (2022) 63:3 C de D 595.

44. Règlement d'application LASF, *supra* note 42, arts 4 et 5.



B) Après le délai de 30 jours, on peut aussi mettre fin au contrat moyennant une pénalité. Dans ce cas, l'acheteur recevra le capital indexé au coût de la vie, moins 10 % du prix des biens et des services non fournis. La résolution se fait en transmettant un avis écrit au vendeur ou à son représentant de son intention de mettre fin au contrat.

**OU**

**Si le contrat a été sollicité, négocié et conclu à l'établissement du vendeur :**

On peut y mettre fin en tout temps moyennant une pénalité. Dans ce cas, l'acheteur recevra le capital indexé au coût de la vie, moins 10 % du prix des biens et des services non fournis. La résolution se fait en transmettant au vendeur ou à son représentant un avis écrit de son intention de mettre fin au contrat.

3° La perception d'un paiement ainsi que la fourniture d'un bien ou d'un service par le vendeur sont soumises aux règles suivantes :

**Si le contrat a été sollicité, négocié ou conclu ailleurs qu'à l'établissement du vendeur :**

A) Le vendeur ne peut percevoir de paiement partiel ou total avant l'expiration d'un délai de 30 jours à compter du moment où l'acheteur reçoit sa copie du contrat. De plus, il ne peut fournir de biens ou de services avant l'expiration de ce délai.

B) Après ce délai de 30 jours, le vendeur peut percevoir des paiements et fournir des biens et des services.

**OU**

**Si le contrat a été sollicité, négocié et conclu à l'établissement du vendeur :**

Le vendeur peut percevoir des paiements dès la signature du contrat et il peut également fournir des biens et des services.

4° Le vendeur doit, dans les 45 jours de la perception, déposer en fidéicommiss auprès d'un dépositaire (une banque, une caisse populaire, une société de fiducie ou une autre institution financière) toute somme qu'il perçoit en paiement total ou partiel d'un contrat, sauf une somme représentant au plus 10% du prix des biens et des services qui n'ont pas été fournis. Le vendeur n'est pas tenu de déposer une somme payée par l'acheteur pour des biens ou des services fournis avant l'expiration du délai de 45 jours.

5° Le dépositaire doit informer l'acheteur par écrit du montant et de la date du premier dépôt en fidéicommiss effectué pour lui par le vendeur. Cet avis doit être transmis à l'acheteur dans les 30 jours de ce premier dépôt.

6° Il est interdit au vendeur de stipuler dans un contrat une clause d'indexation ou une autre clause ayant pour objet de lui permettre d'augmenter le prix des biens ou des services prévu au contrat.

7° Le vendeur doit mettre à la disposition du public, en tout temps et à chacun de ses établissements, une liste à jour du prix de chaque bien et de chaque service qu'il offre.

Le présent contrat est régi par la Loi sur les arrangements de services funéraires et de sépulture (chapitre A-23.001).

**5.** Le contrat d'achat préalable de sépulture doit contenir la mention obligatoire suivante :

« Mention exigée par la Loi sur les arrangements de services funéraires et de sépulture ».

Contrat d'achat préalable de sépulture

1° Dans les 10 jours de la conclusion du contrat, le vendeur doit, sauf s'il en est exempté par écrit par l'acheteur, transmettre une copie du contrat à une personne désignée par l'acheteur afin que cette dernière soit informée de l'existence du contrat.

2° On peut mettre fin au contrat de la façon suivante :

**Si le contrat a été sollicité, négocié ou conclu ailleurs qu'à l'établissement du vendeur :**

A) L'acheteur peut mettre fin au contrat sans frais ni pénalité dans les 30 jours à compter du moment où l'acheteur reçoit sa copie du contrat. La résolution se fait de l'une des 2 façons suivantes:

i. en retournant au vendeur ou à son représentant, après l'avoir remplie et signée, la formule intitulée « formule de résolution » qui doit être jointe à la copie du contrat; ou

ii. en faisant parvenir au vendeur ou à son représentant un avis écrit indiquant son intention de mettre fin au contrat.

B) Après le délai de 30 jours, on ne peut mettre fin au contrat que du consentement des parties, après discussion et entente avec le vendeur.

**OU**

**Si le contrat a été sollicité, négocié et conclu à l'établissement du vendeur :**

On ne peut mettre fin au contrat que du consentement des parties, après discussion et entente avec le vendeur.

3° La perception d'un paiement par le vendeur est soumise aux règles suivantes :

**Si le contrat a été sollicité, négocié ou conclu ailleurs qu'à l'établissement du vendeur :**

A) Le vendeur ne peut percevoir de paiement partiel ou total avant l'expiration d'un délai de 30 jours à compter du moment où l'acheteur reçoit sa copie du contrat. De plus, il ne peut fournir de biens ou de services avant l'expiration de ce délai.

B) Après ce délai de 30 jours, le vendeur peut percevoir des paiements et fournir des biens et des services.

**OU**

**Si le contrat a été sollicité, négocié et conclu à l'établissement du vendeur :**

Le vendeur peut percevoir des paiements dès la signature du contrat et il peut également fournir des biens et des services.

4° Si les coordonnées permettant de distinguer la sépulture ne sont pas précisées au contrat ou si cette sépulture n'est pas disponible lors du contrat, le vendeur doit, dans les 45 jours de la perception de sommes d'argent, déposer ces sommes dans un compte en fidéicommiss auprès d'un dépositaire (une banque, une caisse populaire, une société de fiducie ou une autre institution financière). Le dépositaire doit informer l'acheteur par écrit du montant et de la date du premier dépôt en fidéicommiss effectué pour lui par le vendeur. Cet avis doit être transmis à l'acheteur dans les 30 jours de ce premier dépôt.

5° Lorsque les coordonnées permettant de distinguer la sépulture ne sont déterminées qu'après le premier dépôt d'argent en fidéicommiss ou que cette sépulture n'est devenue disponible qu'après ce dépôt, le vendeur doit expédier à l'acheteur un avis l'informant des coordonnées permettant de distinguer la sépulture et de la disponibilité de celle-ci. Cet avis doit également indiquer le numéro du contrat et le prix de la sépulture.

6° Il est interdit au vendeur de stipuler dans un contrat une clause d'indexation ou une autre clause ayant pour objet de lui permettre d'augmenter le prix des biens et des services prévu au contrat.

7° Le vendeur doit mettre à la disposition du public, en tout temps et à chacun de ses établissements, une liste à jour du prix de chaque bien et de chaque service qu'il offre.

Le présent contrat est régi par la *Loi sur les arrangements de services funéraires et de sépulture* (chapitre A-23.001).

Il en est de même de l'article 43 du Règlement d'application Lpc, qui exige, dans tout contrat d'APSF, la présence d'une clause à peine moins complexe que celle reproduite ci-dessus, dont il prescrit lui aussi le libellé et la présentation exacts<sup>45</sup>. La présence obligatoire de ces clauses soulève d'emblée la question de leur intégration à l'ensemble du contrat et de leur effet sur la lisibilité de celui-ci.

---

45. Règlement d'application Lpc, *supra* note 42, art 43; la présence de cette clause est obligatoire dans tout « contrat autre qu'un contrat de crédit qui contient une clause de déchéance du terme, mais qui ne contient pas une clause de réserve de propriété », ce qui est le cas du contrat type d'APSF proposé par la FCFQ.

La formulation des autres clauses du contrat d'APSF est laissée à la libre volonté des parties, sous réserve, bien entendu, de leur compatibilité avec le contenu impératif du *Code civil du Québec* et des deux lois précitées<sup>46</sup>. Toutefois l'usage, par les fournisseurs, de formulaires types, établis par chacun d'eux, éventuellement à partir d'un modèle proposé par un regroupement de fournisseurs, tend à réduire encore la part véritablement négociée de ce rapport contractuel<sup>47</sup>. Même la nature et le prix des prestations envisageables font l'objet d'un catalogue que le fournisseur est tenu de mettre à la disposition du public<sup>48</sup>.

Dans une visée de protection du consommateur, jugé particulièrement vulnérable puisque l'objet du contrat d'APSF a trait à la mort et rejoint donc l'émotif, l'intime et les rapports familiaux, ce cadre juridique exerce une contrainte très poussée sur la liberté contractuelle. La Lpc, la LASF et les textes réglementaires qui en découlent ne détaillent pas moins de 61 exigences, applicables à la conclusion des contrats d'APSF (17), à leur forme (14) et à leur contenu (30).

À ce cadre juridique immédiat s'ajoutent d'autres normes de portée générale, juridiques ou extrajuridiques, qui influent de plus loin sur ces contrats. Il s'agit d'abord de la *Loi sur les activités funéraires*<sup>49</sup>, qui régit depuis 2019, principalement sous l'angle de la santé et de la salubrité publiques et au moyen d'un régime de permis, la fourniture de services funéraires et les installations funéraires<sup>50</sup>. En second lieu interviennent des normes déontologiques, sous la forme de codes de conduite et

---

46. Art 9 CcQ (réserve de l'ordre public); arts 8 à 22.1 Lpc (stipulations interdites); art 46 LASF (interdiction de conventions dérogeant à la loi).

47. Par exemple, le modèle de « Convention d'arrangements préalables de services funéraires » proposé à ses membres par la FCFQ; pour un premier regard sur ce formulaire de contrat, voir Pierre Issalys et Pierre Noreau, « Comprendre et consentir : une question de forme et de sens » dans *Actes du Colloque Clarity 2018. La communication dans l'ère moderne*, Montréal (QC), Éducaloi, 2019, 53. Par ailleurs, l'équipe de recherche a effectué, avec la collaboration de juristes de ses organismes partenaires, une analyse critique détaillée de ce formulaire, visant à y repérer des obstacles à sa lisibilité; l'enquête auprès des représentantes et consommatrices aura permis, dans une certaine mesure, de vérifier la réalité pour ces personnes d'obstacles perçus comme tels par des juristes. Les groupements d'entreprises de services funéraires sont également susceptibles d'adopter de tels formulaires types. Sur ces groupements, voir la décision *Syndicat des travailleuses et travailleurs de Urgel Bourgje — CSN c Athos Services commémoratifs*, 2020 QCTAT 2909.

48. Art 39 LASF.

49. *Supra* note 14.

50. Notamment les articles 1 à 31 Lpc et le *Règlement d'application de la Loi sur les activités funéraires*, RLRQ c A-5.02, r 1, notamment les articles 1 à 28. L'article 24 de la LASF prévoit que le fournisseur de services funéraires s'expose à perdre son permis s'il enfreint cette loi.

d'éthique convenus entre les professionnels du secteur<sup>51</sup>. Certaines de ces normes, visant l'offre itinérante de contrats d'APSF, ont été transformées en normes juridiques par le dispositif d'« extension d'un engagement volontaire » prévu à la Lpc<sup>52</sup>. Enfin, les produits et procédés qui font l'objet des contrats d'APSF sont visés par des normes techniques, élaborées par des professionnels du secteur sous l'égide du Bureau de normalisation du Québec<sup>53</sup>.

La communication entre la représentante d'une coopérative funéraire et une consommatrice, à propos d'un éventuel contrat d'APSF, ne porte évidemment pas sur l'ensemble de ce cadre normatif. Seuls certains éléments de celui-ci sont habituellement évoqués. En revanche, elle déborde parfois sur des éléments de la situation juridique de la consommatrice, extérieurs au rapport contractuel en voie de formation. La communication de renseignements par la représentante est alors plus susceptible d'induire la consommatrice à faire des choix qui se révéleront préjudiciables<sup>54</sup>.

La communication est centrée sur l'objet du contrat à intervenir, que la LASF décrit comme une vente de services par un « vendeur » à un « acheteur » et encadrée dans un souci manifeste de protéger ce dernier<sup>55</sup>. Dès l'amorce de cette discussion entre la consommatrice et la représentante du « vendeur » et jusqu'au moment où l'engagement mutuel s'exprime par la signature, le processus de conclusion du contrat fait l'objet d'une série de contraintes, les unes plus matérielles

---

51. Par exemple, le *Règlement sur le Code d'éthique* de la Corporation des thanatologues du Québec, de 2014, en ligne : <[www.domainefuneraire.com/corporation/code-dethique](http://www.domainefuneraire.com/corporation/code-dethique)>.

52. Décret, *supra* note 35. Ce décret se fonde sur l'article 315.1 Lpc; l'article 277 Lpc prévoit qu'une contravention à ces règles de conduite rend passible de sanction pénale.

53. Norme BNQ 9700-699/2009 *Prestation de services professionnels à la clientèle — Entreprises de services funéraires*; sur l'élaboration de cette norme, voir les décisions dans *Fédération des coopératives funéraires du Québec c Bureau de normalisation du Québec*, 2009 QCCA 2445, et *Fédération des coopératives funéraires du Québec c Bourassa*, 2011 QCCA 73.

54. Par exemple, *Magnus Poirier c François*, 2017 QCCQ 13777 (allégation d'affirmations selon lesquelles le coût du contrat serait couvert par l'assurance vie du défunt), et *Services commémoratifs Celebris c Noël*, 2008 QCCQ 9852 (assurances données quant au droit de la consommatrice à la prestation de décès prévue au Régime de rentes du Québec).

55. Sur les objectifs de cette loi, voir Québec, Assemblée nationale, *Journal des Débats*, 33-1, n° 147 (12 mars 1987) aux pp 6055–6056 et Québec, Assemblée nationale, *Journal des Débats*, 33-1, n° 102 (30 avril 1987) aux pp 1986–1987. Le souci de protéger l'« acheteur » et les contraintes qui en découlent pour l'exercice de la liberté contractuelle englobent non seulement le rapport de l'« acheteur » avec le « vendeur », mais également le rapport de celui-ci avec le dépositaire des sommes versées par l'« acheteur » à titre de paiement des services : arts 20, 23, 25 à 27 et 30 à 36 LASF.

ou objectives<sup>56</sup>, les autres, plus qualitatives<sup>57</sup>. À travers ces dernières se laisse déjà discerner une certaine conception du rôle de la représentante, conception que va préciser, dans le cadre de cette enquête, le fait que le fournisseur est une coopérative.

## B. La conception du rôle des représentantes et de la spécificité coopérative

Les entrevues réalisées avec des consommatrices et des représentantes de coopératives funéraires ont permis de recueillir un éventail de données sur la façon dont elles conçoivent les coopératives funéraires et le rôle assumé par la représentante dans le contexte de la conclusion d'un contrat d'APSF. Les données sur ce thème ont été analysées en fonction de trois principaux sous-thèmes, à savoir le rôle de conseil des représentantes et l'importance des qualités humaines dans le domaine des services funéraires, le positionnement des représentantes à l'égard du rôle de vendeuse, et finalement, la perception des consommatrices à l'égard des coopératives funéraires comparativement aux entreprises privées. Dans l'ensemble, la façon dont les représentantes des coopératives funéraires voient leur rôle dans le contexte de la conclusion d'un contrat d'APSF (1) trouve largement écho dans la description qu'en font les consommatrices interrogées (2).

### 1. Le point de vue des représentantes

Au-delà de la façon dont les entreprises funéraires et leurs employées sont désignées dans la LASF<sup>58</sup>, les représentantes

---

56. Ainsi, il ressort de la Lpc, de la LASF ou des règles de conduite instituées par le Décret (*supra* note 36) que la représentante doit obtenir de la consommatrice l'autorisation expresse de se rendre au domicile de celle-ci, qu'une liste des prix de chaque bien et service proposé doit être disponible, qu'une offre ne lie la consommatrice que si elle est reproduite dans le contrat, que la formule de résiliation doit être expliquée à la consommatrice, que celle-ci doit être incitée à désigner dans le contrat un tiers chargé de veiller à la bonne exécution de ce dernier, que la consommatrice ne peut renoncer aux droits que lui confère cette qualité, qu'elle doit pouvoir examiner tout le contrat avant de le signer, que le contrat ne se forme que par la signature des deux parties, que celle de la représentante engage le fournisseur, que le contrat doit être remis à la consommatrice et que, si le contrat désigne un tiers, celui-ci doit en recevoir copie.

57. Ainsi, les règles de conduite exigent la remise à la consommatrice de « toute l'information pertinente », l'emploi d'un « langage compréhensible » pour elle et le recours à des arguments économiques « vérifiables et raisonnables ».

58. Art 1 LASF : « acheteur », « représentant », « vendeur ».

rencontrées se définissent d'emblée comme des « conseillères », terme qui est d'ailleurs utilisé dans leur titre (conseillères aux familles). Parallèlement, elles s'inscrivent en faux contre le terme de « vendeuse » qui leur est assigné, y compris par certaines consommatrices<sup>59</sup>. Plusieurs ont rapporté devoir parfois combattre l'image négative du terme (R3, R4, R6), soit celle du « *peddler* qui tente de nous pousser un produit » (R6).

Ce rôle de conseillère est présenté comme indissociable des spécificités du domaine funéraire<sup>60</sup>. À ce propos, l'une des représentantes interrogées mentionne : « C'est un service qu'on rend, ce n'est pas comme essayer de vendre un frigidaire » (R1); plus précisément, il s'agit d'un « service humain » (R2), considérant le sujet de la mort et l'émotivité qu'il suscite souvent (R4, R6, R9, R10, R11), et ce, même si cette émotivité tend à être moins élevée dans un contexte d'arrangements préalables que dans le cas d'un décès. Le fait d'être confrontées à des personnes vulnérables, telles que des personnes âgées dont les capacités cognitives sont parfois diminuées, ou encore à des personnes malades suppose aussi de pouvoir faire preuve de « finesse » (R7) et de tact (R4, R6, R7)<sup>61</sup>. Comme cette représentante le résume : « La mort, le funéraire, [c']est un domaine de gens, en fait » (R9)<sup>62</sup>.

Dans ce contexte, conseiller suppose essentiellement d'informer les consommatrices tout en étant attentives à leurs différents besoins. Les propos de cette représentante sont ici révélateurs :

Je n'aime pas ça quand on dit qu'on est des vendeurs. Parce que je considère qu'on n'est pas des vendeurs, on est plus des conseillers. Oui, on vend un produit. Par contre, ce n'est pas comme vendre une auto ou vendre un divan, on vend un

59. Dans la même lignée, durant les entrevues, le pendant du terme de « vendeur », soit celui de « client », est rarement utilisé, les participantes préférant parler de « personne », de « bénéficiaire » ou de « famille ».

60. Rappelons qu'une part importante des représentantes interrogées (7 parmi les 10 qui ont une expérience professionnelle antérieure à celle de représentante, soit R1, R2, R4, R5, R6, R8, R11) travaillait précédemment dans le secteur de la vente. La profession de représentante en matière de services funéraires n'est donc pas présentée ici comme s'inscrivant dans la continuité de cette expérience antérieure.

61. Par exemple, *Services commémoratifs Celebris (Urgel Bourgie) c Levasseur*, 2009 QCCQ 2826; *Raymond c Alfred Dallaire Inc*, 2001 CanLII 15600 (QC CQ).

62. Cette spécificité suppose un intérêt personnel pour autrui, une éthique et des prédispositions psychologiques, tel un « goût d'aider le monde » (R6). On observe d'ailleurs que plusieurs des représentantes interrogées (R3, R7, R10) avaient acquis leurs premières expériences professionnelles dans le domaine du travail social.



produit qu'on achète techniquement une fois dans sa vie, puis ça va être le dernier, en fait. Donc, je nous vois plus comme un conseiller. Le côté écoute et empathie est très important, comparativement à d'autres choses. Il faut vraiment aller cerner les besoins de la personne, comparativement à d'autres domaines où un contrat est un contrat, mais ça reste quand même qu'on vient jouer sur un côté qui est très émotif (R10).

Le rôle d'information semble d'autant plus important que les représentantes estiment que, bien que davantage publicisé, le domaine des services funéraires, et celui des arrangements préalables en particulier, demeurent peu connus (R3, R6, R10)<sup>63</sup>. Dans cette perspective, certaines participantes mentionnent l'importance d'« éduquer » les consommatrices quant aux vertus de la démarche d'APSF (R6) et de « vulgariser » les différentes questions sous-jacentes au contrat (R7, R8). C'est ce que résume cette représentante : « On veille à ce que tout soit bien compris puis expliqué » (R3).

Dans les propos recueillis auprès des représentantes, l'insistance sur le rôle de conseillère plutôt que sur celui de vendeuse est associée non seulement au domaine funéraire, mais également au fait d'œuvrer au sein de coopératives. Les arguments invoqués ici ont trait au fait que les coopératives ne visent pas à réaliser des profits et que les représentantes y sont généralement salariées plutôt que payées à la commission (R3), autant d'éléments qui, selon les participantes, nourrissent la confiance des consommatrices à l'endroit des coopératives comme de leurs employées. Corrélativement, les représentantes considèrent que leur rôle diffère grandement de celui de leurs homologues qui œuvrent pour une entreprise privée (R1, R2, R3 R4, R5, R6, R7, R9) : en effet, ces dernières seraient soumises à des objectifs de rentabilité les plaçant de fait en position de vendeuses et pouvant mener à des ventes sous pression. De même, les particularités des besoins de chaque consommatrice seraient moins prises en compte, tant dans l'interaction que dans les services proposés (R1, R2, R4)<sup>64</sup>.

Cependant, les propos de plusieurs représentantes amènent à nuancer ce rejet du rôle de vendeuse (R1, R2, R3, R4, R8). En effet, la dimension marchande de la relation représentantes-consommatrices et les enjeux liés à la vente ne sont pas complètement absents de la façon dont les participantes décrivent leur travail au sein des

63. Nous référons le lecteur à la page 374 du présent texte.

64. En particulier, les services seraient davantage proposés sous forme de forfaits standardisés.

coopératives. Par exemple, plusieurs dévoilent des techniques pour bien vendre (R1, R2, R3, R6)<sup>65</sup>. Dans ce cadre, rappeler aux consommatrices qu'on n'a pas d'intérêt personnel à la signature du contrat et qu'il ne s'agit pas de « signer un contrat à tout prix » (R6) peut même servir cet objectif, comme le suggère cette représentante :

Une technique que j'ai souvent, c'est que, quand je vois que la résistance ne tombe pas, je rappelle aux gens que je ne suis pas à commission, que je suis ici comme travailleur puis que mon but, c'est de les éclairer puis les aider à faire le meilleur choix (R3).

La présence de personnes accompagnatrices pendant la rencontre, et en particulier des enfants soucieux de protéger les intérêts des bénéficiaires, peut aussi être perçue comme une source d'obstacles à une signature rapide du contrat (R2). Par ailleurs, certaines représentantes, même au sein des coopératives, peuvent être rémunérées à la commission (R4)<sup>66</sup>. En somme, le rôle des représentantes, tel qu'elles le définissent elles-mêmes, est ambigu : elles sont conseillères, mais aussi vendeuses.

## 2. *Le point de vue des consommatrices*

Les propos recueillis auprès des consommatrices reflètent une opinion favorable à l'égard des représentantes et des coopératives auxquelles elles se sont adressées. Toutefois, les arguments qui soutiennent une telle opinion sont de plusieurs ordres et révèlent là aussi une conception ambiguë du rôle de ces professionnelles et de la spécificité des coopératives comparativement aux entreprises privées.

D'abord, puisque le contrat d'APSF est un contrat de vente, les consommatrices interrogées ont logiquement témoigné de l'importance à leurs yeux de trouver le fournisseur de services funéraires qui répondra le mieux à leurs besoins — ou à ceux du bénéficiaire qu'elles assistent —, quant aux services souhaités et aux coûts correspondants. Dans cette perspective, elles valorisent chez les représentantes une aptitude à personnaliser leur offre de services plutôt que de proposer un produit formaté. Certaines consommatrices louent aussi le fait

---

65. On pourrait ici évoquer également les prix plus modestes pratiqués par les coopératives ou encore les rabais sur certains services connexes qu'il est possible d'obtenir en étant membres d'une coopérative.

66. Selon les données recueillies, ce mode de rémunération semble concerner plus particulièrement les représentantes qui sont dédiées aux rencontres à domicile.

qu'elles n'ont pas ressenti de pression à l'achat (C1, C3), comme cette participante qui décrit ainsi l'attitude de la représentante rencontrée : « C'était fait très professionnellement, correctement. [...] Elle était à l'écoute. [...] Elle a présenté, c'était très correct. [...] Moi, j'ai jamais senti une pression qui m'obligeait à faire des choses » (C3).

Ensuite, la satisfaction exprimée par toutes les consommatrices à l'endroit des représentantes tient aussi à leur impression que ces dernières sortaient en quelque sorte du cadre strict d'une relation de vente, même « correcte » et « professionnelle ». En effet, dans le contexte particulier d'une démarche d'APSF, peu courante (comparativement à l'achat de biens de consommation, même durables)<sup>67</sup> et souvent empreinte d'émotivité, les consommatrices sont particulièrement sensibles à la tonalité bienveillante des interactions. À cet égard, les qualificatifs qu'elles attribuent aux représentantes sont évocateurs : une personne « très, très attentive » (C1), « gentil[le] » et « délicat[e] » (CT2), « très patiente » et « très généreuse » (T2), « humain[e] » (T1, T3), « à l'écoute » (C3, C4). Ainsi, cette participante raconte à propos de la représentante qui s'est occupée des démarches de son père, gravement malade : « On avait affaire avec quelqu'un de grande qualité sur cet aspect humain. Puis je pense que pour mon père, en fin de vie, c'est de ça qu'il avait besoin » (T3). Dans le même ordre d'idées, d'autres consommatrices ont souligné la capacité d'adaptation des représentantes en présence d'une bénéficiaire non francophone de naissance (T2, C1).

Ces qualités relationnelles des représentantes contribuent certes à faciliter l'échange entre les deux parties<sup>68</sup>, mais elles renvoient aussi à l'importance aux yeux des consommatrices du rôle de conseillère qu'elles attribuent à ces professionnelles, lequel correspond à la propre conception de ces dernières<sup>69</sup>. Le témoignage de cette consommatrice va dans ce sens : « Je me suis sentie vraiment accompagnée. J'ai senti quelqu'un, tu sais, l'image de quelqu'un qui prend tes épaules, qui est en arrière de toi » (T1). En somme, pour les consommatrices, les représentantes sont des professionnelles dignes de confiance, sur lesquelles

---

67. La formulation d'une consommatrice (T1) est à cet égard révélatrice : « C'est des choses qu'on ne magasine pas souvent. Ce n'est pas comme acheter une paire de souliers ». Le choix s'avère difficile, comme l'atteste également la participante CT2.

68. Une consommatrice (C1) estime même que la rencontre a été « très agréable ». Cette impression peut être renforcée par des traits d'humour manifestés par certaines représentantes (T2, C3 et C4), ce qui fait d'ailleurs écho au témoignage de l'une d'elles (R3).

69. Nous référons le lecteur à la section plus haut : 1. Le point de vue des représentantes.

il est possible de se reposer pour choisir le service le plus approprié à leurs besoins, à leurs souhaits et à leur budget.

Dans la même optique, les consommatrices expriment également leur confiance à l'égard des fournisseurs de services funéraires avec lesquels elles ont fait affaire, en l'occurrence les coopératives. Toutefois, d'après les propos recueillis, cette confiance ne semble pas nécessairement liée au statut de coopérative. Une seule consommatrice qui s'est occupée du contrat d'APSF de ses parents (T3) a fait explicitement référence à l'importance des valeurs coopératives pour ces derniers, en particulier à une « éthique » dans le rapport aux familles et à leurs volontés (T3). Plus prosaïquement, une autre consommatrice a mentionné que sa démarche s'inscrivait dans la continuité de celle de ses parents, qui étaient tous deux membres d'une coopérative (C4). Par ailleurs, alors que les représentantes se définissent en soulignant la particularité de l'exercice de leur profession au sein d'une coopérative par opposition à celui dans une entreprise privée, certains propos recueillis auprès des consommatrices reflètent une réalité plus nuancée : ainsi, l'une d'elles (C3) a rapporté une expérience négative avec une représentante d'une coopérative ; *a contrario*, la participante qui a fait affaire avec une entreprise privée a témoigné de sa satisfaction à l'égard du service reçu de la part de la représentante qu'elle a rencontrée, pour des motifs similaires à ceux mentionnés par les clientes des coopératives. Ainsi, elle souligne : « Elle a été gentille, elle m'a expliqué les choses, puis ça s'est très bien passé [...]. Ils insistent pas à vendre des choses. Elle m'a laissée libre de choisir ce que je voulais » (C5).

En fait, le choix du fournisseur de services funéraires paraît fortement lié à sa bonne réputation, que cette dernière repose sur sa longévité (C4), sur une expérience personnelle antérieure positive (CT2, T3, C1), ou encore sur la recommandation d'un proche (C3, C4, T1). Là encore, le témoignage de la consommatrice qui a fait des démarches auprès d'une entreprise privée suggère que cette bonne réputation n'est pas l'apanage des coopératives. Dans tous les cas, c'est un facteur qui contribue à expliquer que les consommatrices n'ont pas nécessairement « magasiné »<sup>70</sup> leur fournisseur de services funéraires : dans notre échantillon, dans cinq cas sur sept, les personnes se sont

---

70. Selon l'expression de T1 : « Moi, je magasinais carrément, comme une auto ».

tournées d'emblée vers la coopérative de leur choix sans davantage explorer le marché<sup>71</sup>.

Sur un autre plan, des éléments financiers et matériels semblent également avoir joué dans le choix du fournisseur de services funéraires par les consommatrices. En l'occurrence, les propos recueillis évoquent les prix moins élevés fixés par les coopératives comparativement aux entreprises privées (T2)<sup>72</sup>, ainsi que la possibilité d'avoir accès à une formule « tout inclus »<sup>73</sup>, c'est-à-dire de pouvoir régler simultanément les services funéraires et les services de sépulture.

Finalement, tant du point de vue des représentantes que de celui des consommatrices, la conception des services en matière d'APSF et du rôle professionnel qui est valorisée semble ambiguë : en effet, elle est caractérisée par des valeurs d'humanité et de conseil, mais aussi par des considérations économiques liées à la vente de services et à leurs coûts. Cette ambiguïté contribue par ailleurs à complexifier la détermination d'une spécificité des coopératives comparativement aux entreprises privées. Il reste que représentantes et consommatrices insistent sur l'importance de la relation de confiance mutuelle dans le contexte d'une démarche d'APSF, et que les secondes s'en remettent aux premières pour les guider.

### III. LA COMMUNICATION D'INFORMATIONS JURIDIQUES PAR LES REPRÉSENTANTES EN MATIÈRE D'ARRANGEMENTS PRÉALABLES DE SERVICES FUNÉRAIRES

Quelle que soit la façon dont l'on conçoit son rôle, la représentante d'une coopérative funéraire est appelée à communiquer une multitude d'informations à la consommatrice et, souvent, à ses proches qui l'accompagnent dans ses démarches menant à la conclusion d'un contrat d'APSF<sup>74</sup>. En entrevue, tant les représentantes que les consommatrices

---

71. À titre comparatif, la consommatrice C5 qui a fait affaire avec une entreprise privée n'a pas hésité non plus.

72. Il est à noter que si les données disponibles attestent les prix plus bas pratiqués par les coopératives, certaines consommatrices (C3, C4, C1) considèrent plutôt que les prix sont comparables d'un fournisseur à l'autre.

73. Selon l'expression de T1. Cette option a également séduit CT2.

74. Selon les données recueillies auprès des représentantes, la grande majorité des personnes (au moins trois personnes sur quatre) sont accompagnées par un proche dans leurs démarches

ont été questionnées sur le déroulement des rencontres menant à la conclusion d'un contrat d'APSF, sur la teneur des informations recherchées par les consommatrices ou transmises par les représentantes, et sur la façon dont le contrat type d'APSF est présenté, perçu et compris dans le cadre de ces échanges. L'analyse des données recueillies sur ce thème de la communication entre les parties concernées s'articule ici en fonction de trois sous-thèmes. Le premier se rapporte aux différentes préoccupations des consommatrices (A). Plusieurs des informations recherchées par les personnes qui envisagent de conclure un contrat d'APSF ont trait à la nature des biens acquis et des services qui seront fournis au moment de leur décès. D'autres portent sur les modalités contractuelles de l'entente à intervenir. L'analyse se centre ensuite sur deux autres sous-thèmes qui touchent spécifiquement le contrat d'APSF, soit sa perception par les représentantes et la place qu'il occupe dans les échanges avec les consommatrices. En répondant aux interrogations de la consommatrice à propos des obligations de chacune des parties au contrat, la représentante devient un agent de transmission d'informations à caractère juridique. Il convient dès lors d'examiner le niveau de compréhension que la représentante a du contrat d'APSF, en tant que texte juridique dont elle doit communiquer le contenu (B), pour ensuite étudier dans quelle mesure il est fait référence à ce texte — ou pas — lorsque la représentante explique le contenu du contrat à la consommatrice (C).

## A. Les préoccupations juridiques et non juridiques des consommatrices

Un contrat d'APSF a pour particularité d'exiger un paiement immédiat pour des biens et des services qui seront fournis alors que la bénéficiaire ne sera plus de ce monde. Lorsque cette bénéficiaire et la consommatrice qui signe le contrat sont une seule et même personne, ce qui est le plus souvent le cas, cette dernière se trouve à déboursier une somme importante<sup>75</sup> pour un contrat dont elle ne pourra pas voir elle-même à la bonne exécution. Le laps de temps prévisible entre la conclusion du contrat et le moment où il sera

---

menant à la conclusion d'un contrat d'APSF. En ce qui concerne l'identité de la personne accompagnatrice, l'une des participantes (R5) résume ainsi : « La plupart du temps, c'est les enfants ou le conjoint ou un ami proche ».

75. Voir Hébert, *supra* note 34.

exécuté<sup>76</sup>, l'absence anticipée de l'une des parties au contrat au moment où l'autre s'exécutera, les motivations pour lesquelles ce type de contrat est conclu, ainsi que le caractère largement méconnu et, sous certains aspects, tabou des services funéraires contribuent à ce que la conclusion d'un contrat d'APSF génère de multiples questionnements, particulièrement pour les personnes qui n'ont jamais participé à des démarches funéraires auparavant.

Selon les représentantes interrogées, les personnes intéressées à conclure un contrat d'APSF sont de mieux en mieux informées à propos des services funéraires. Certaines consommatrices rencontrées en entrevue ont d'ailleurs témoigné avoir cherché des informations sur le site *Web d'Éducaloi* ou dans le magazine *Protégez-vous* avant de rencontrer une représentante en matière funéraire (T2, C3 et C4). Il n'empêche que de façon générale, les représentantes observent que leurs clientes sont, somme toute, peu au courant des questions relevant du domaine des services funéraires et plus particulièrement des arrangements préalables. Comme le résume bien la participante R10 :

C'est un domaine qui n'est pas très connu. Les gens arrivent puis ils ne connaissent pas le domaine funéraire. Ils savent un peu c'est quoi un préarrangement parce que leur frère, leur beau-frère, un ami en a fait puis lui a dit : « Va voir, c'est intéressant ». Mais ils arrivent puis ils ne savent rien. Sauf des fois, ils ont vécu un deuil, donc ils savent : « Ah, je me rappelle, on avait fait ça », mais ce n'est pas comme au deuil, un préarrangement ce n'est pas pareil, donc ils ne connaissent pas les lois, ils ne connaissent pas les contrats. Ils ne savent pas ce qu'ils peuvent faire, ce que nous, on peut leur proposer.

Les préoccupations que les consommatrices expriment aux représentantes des coopératives funéraires et les questions qu'elles leur posent portent essentiellement sur deux choses : d'une part, les aspects financiers du contrat et, d'autre part, dans une perspective très pragmatique, les formalités à accomplir lors d'un décès, la planification des funérailles et leur déroulement. Souvent, les questions des consommatrices ont un lien direct avec les raisons pour lesquelles elles ont décidé de conclure un contrat d'APSF.

---

76. La participante C4 relève que les biens et services sont très brièvement décrits dans le contrat, considérant, précisément, cet intervalle de temps entre la conclusion du contrat et son exécution : « Parce [que], dans ce qui semble la description des biens et des services pour lesquels on paie là, plusieurs années à l'avance [...], c'est pas très élaboré. C'est juste une demi-ligne, même pas ».

Les propos recueillis en entrevue montrent que la principale motivation à l'origine de la conclusion d'un contrat d'APSF est de diminuer le fardeau que constitue la gestion du décès d'une personne<sup>77</sup>. L'une des consommatrices rencontrées le résume en ces termes : « Le but, c'est de se préparer pour laisser le moins de désagréments possible et de soucis à ceux qui nous suivent » (C1).

Dans cette optique, l'aspect financier du contrat d'APSF occupe une place de choix dans les préoccupations exprimées par les participantes. « Combien ça coûte ? » est une question que les représentantes qualifient de récurrente (R7 et R8). Cela fait écho aux données recueillies auprès de consommatrices pour qui la conclusion d'un contrat d'APSF est une façon de « mettre [de] l'argent de côté pour ça » (C1) et d'être « certaine[s] [qu'elles] ne laisse[nt] pas de dettes à personne » (T2). Dans le même sens, les consommatrices se montrent soucieuses des coûts qui pourraient s'ajouter à ce qui est prévu dans le contrat : « ça comprend quoi ? », « qu'est-ce que ça ne comprend pas ? », « y a-tu des frais cachés ? » (T3), « est-ce qu'il y a d'autres frais qui n'auraient pas été inclus ? » (C4) sont autant de questions posées aux représentantes. Comme le relève par ailleurs une participante qui a accompagné sa mère dans ses démarches menant à la conclusion d'un contrat d'APSF, connaître « les prix exacts » peut être nécessaire pour choisir des services funéraires en fonction de ses moyens : « C'est plate à dire, mais c'est ça. À un moment donné, c'est une question de finances aussi » (T1). Pour certaines, le prix était d'ailleurs la considération première : « Ma mère voulait quelque chose de simple, puis que ça ne coûte pas cher ». Elle « a fait son choix surtout en fonction des prix » (T2).

Les préoccupations financières des consommatrices concernent également la façon dont les sommes versées en vertu du contrat d'APSF seront conservées par la coopérative funéraire. La LASF impose au vendeur de déposer en fidéicommiss, dans les 45 jours de sa perception, toute somme qu'il perçoit en vertu d'un contrat d'APSF<sup>78</sup>.

---

77. La FCFQ met d'ailleurs de l'avant dans ses publications l'idée que la conclusion d'un contrat d'APSF est une façon d'épargner des soucis à ses proches : « L'arrangement préalable funéraire procure une tranquillité d'esprit autant pour vous que pour vos proches, et leur épargne le poids de certaines démarches difficiles dans des circonstances parfois éprouvantes », en ligne : *FCFQ* <[www.fcfq.coop/chroniques/dossier-special-les-arrangements-prealables-funeraires-2332/](http://www.fcfq.coop/chroniques/dossier-special-les-arrangements-prealables-funeraires-2332/)> ; « En planifiant vos arrangements préalables avec la Coopérative [...] vous épargnez des soucis à ceux que vous aimez. [...] Vous avez l'esprit tranquille », en ligne : *Coopérative funéraire des Deux Rives* <[www.coopfuneraire2rives.com/arrangements-prealables/](http://www.coopfuneraire2rives.com/arrangements-prealables/)>.

78. Art 21 LASF.



Ces sommes sont transférées en fiducie<sup>79</sup>, sauf un montant représentant 10 % que la coopérative conserve à titre de frais administratifs. Les consommatrices se préoccupent de savoir si les sommes en fiducie sont en sécurité en cas de faillite<sup>80</sup> et à l'abri des fraudes<sup>81</sup>. Les représentantes ont aussi l'habitude de répondre à des questions sur la raison d'être des frais administratifs de 10 % : « Pour certaines personnes, c'est une incompréhension. Elles se demandent : "Qu'est-ce que vous faites avec le dix pour cent ? Vous faites quoi ? Vous l'avez dépensé dans quoi ?" » (R2).

La faculté de mettre fin à un contrat d'APSF est source d'obligations précises pour le vendeur, tenu d'inclure dans le contrat une formule de résolution dont les termes sont dictés par la LASF<sup>82</sup>. Par contre, la possibilité d'annuler le contrat ne figure pas parmi les préoccupations premières des consommatrices. Les données recueillies montrent que la signature d'un tel contrat est souvent l'aboutissement d'une longue réflexion<sup>83</sup>, d'où possiblement le caractère définitif qu'il semble revêtir dans l'esprit des consommatrices : « Quand, à un moment donné tu signes, tu ne commences pas à signer ailleurs » (T3). La possibilité de modifier le contenu du contrat et ce qu'il advient des sommes versées pour des services finalement non requis sont toutefois des préoccupations plus fréquentes, comme en témoigne cette consommatrice : « La question qui pouvait être un peu tracassante — parce que je pense que ce n'était pas indiqué clairement dans les papiers —, c'est que si on n'utilise pas tout le montant qui est alloué parce qu'on a mis plus que moins, que ce montant-là allait nous être remis » (C1). Cette question est aussi rapportée par une représentante, pour qui il s'agit de l'un des points sur lesquels le contrat manque de clarté :

Puis qu'est-ce qui n'est pas clair, sur le contrat, donc ? Ah oui, je sais. S'il y a un item qu'ils ne désirent plus, qui doit être remboursé, au décès, ça, je crois que ce n'est pas écrit. Exemple, ils

---

79. Art 19 LASF.

80. Comme le résume la participante R1 : « Ils vont nous poser des questions, si c'est sécuritaire, il y en a qui sont — bien ils le savent déjà que si on place, qu'on doit placer en fiducie puis s'il arrivait que la coopérative fait faillite, ils vont recevoir cet argent-là, oui, ça, c'est souvent posé comme question ».

81. Cette préoccupation est évoquée par les participantes R1, R2 et R10.

82. Art 5 et annexe 1 LASF.

83. Par exemple, la participante CT2 affirme : « Moi, personnellement, ça faisait longtemps que je voulais le faire ». De même, la participante C1 se dit informée de la possibilité d'annuler le contrat, mais ajoute : « Oui, oui, mais ce n'est pas dans nos intentions. Avant de signer ça, on y réfléchit suffisamment ».

ont pris une salle de réception puis lorsqu'arrive le décès, ils ne veulent plus de la salle de réception. Ça, ce n'est pas clair, ça. Ça, ce n'est pas clair. Qu'on peut rembourser. Au même titre que si la personne, elle décède en Floride, puis elle décide de se faire incinérer en Floride, à ce moment-là on va rembourser certains items. Ça, ce n'est pas clair, sur le contrat. Ce n'est pas assez expliqué. On leur dit que oui, oui, oui... mais ce n'est pas écrit (R1).

Outre les considérations financières, les personnes qui envisagent la signature d'un contrat d'APSF se questionnent sur la façon dont il sera disposé du corps de la personne décédée<sup>84</sup> et sur le déroulement des funérailles. Le transport de la dépouille, l'exposition au salon funéraire, la publication d'un avis de décès, les démarches administratives à accomplir auprès de l'État et la disposition des cendres sont autant de sujets sur lesquels les consommatrices questionnent les représentantes (C4).

Des participantes qui accompagnaient un proche en fin de vie ont aussi interrogé la représentante sur les actions à poser au moment même du décès. L'une d'elles exprime ainsi sa principale préoccupation : « Ce qui me stressait bien gros, c'était vraiment quand elle allait mourir, qu'est-ce qui arrivait ? Je faisais quoi, j'appelais où, j'appelle qui, qu'est-ce que je fais, c'est quoi les étapes ? » (T1). Une autre participante témoigne du même questionnement : « Qu'est-ce qu'on fait après le décès, qui s'occupe du corps, est-ce que... comment ça fonctionne pour que... » (T3).

Il convient de préciser que les interrogations des consommatrices ne sont pas toujours verbalisées. Selon les données recueillies, certaines représentantes débutent leur rencontre avec une cliente en fournissant un ensemble d'informations sur les biens et services offerts par la coopérative et sur les aspects essentiels du contrat d'APSF (T2, CT2, C3 et C4). À travers ce tour d'horizon, qu'une participante décrit comme un « *wrap up* global » (C3), la représentante répond par anticipation à plusieurs des questions que les personnes envisageant la signature d'un contrat d'APSF sont susceptibles de se poser. Des personnes qui avaient dressé une liste de questions en prévision de leur

---

84. Par exemple, la participante T1 rapporte : « J'avais beaucoup de questions aussi par rapport à la crémation. Qu'est-ce qui arrive, comment ça marche. C'est quand même ma mère, fait que c'était un peu : qu'est-ce que vous faites avec ma mère, vous faites quoi, elle est-tu habillée... ». De son côté, la participante C4 explique : « On voulait savoir aussi "qu'est-ce que vous faites l'hiver avec l'enterrement ?" ».

rencontre avec une représentante rapportent d'ailleurs n'avoir eu à en poser aucune, tant les explications fournies étaient complètes. D'autres représentantes ont pour pratique de débiter la rencontre par une question générale qui amène la consommatrice à exprimer d'emblée ses attentes et ses questionnements (R9). La représentante introduit ensuite dans la discussion les considérations auxquelles la consommatrice n'avait pas elle-même pensé (T2).

Selon les données recueillies, le contrat est généralement considéré comme étant « simple » par les consommatrices (T1, C1, C3, C4 et C5). Le libellé de ses clauses ne suscite pas particulièrement de questions. L'on observe qu'il n'en est pas moins critiqué. Des clauses dont l'insertion dans le contrat est imposée par la Lpc ou la LASF sont jugées « rassurantes » (C1, C3-C4, T1, T2), mais font l'objet de commentaires négatifs sur le plan du style, tels que : « ça prend une place énorme » (C4); « c'est lourd » (T1); « c'est beaucoup de blabla » (T1). Fait à noter, ces critiques sont parfois tempérées par l'expression d'une forme de fatalisme, comme quoi il irait de soi qu'un contrat soit (trop) long à lire : « C'est un peu long, mais je veux dire, c'est ça des contrats légaux. Il y a toujours beaucoup de termes. Ils en mettent plus que moins » (C1); « Tous les contrats sont comme ça. [...]. [C]est écrit gros de même puis c'est long comme ça. Tu n'as pas le temps de tout lire ça » (T1).

Deux autres éléments invitent par ailleurs à relativiser la perception des participantes selon laquelle le contrat est un document dont la teneur est aisément accessible.

D'une part, les personnes qui composent l'échantillon de notre étude sont nettement surdiplômées par rapport à la population québécoise d'âge comparable. Bien qu'elles ne relèvent pas de sources de difficulté pour elles-mêmes, plusieurs ont identifié, parmi leurs proches, des personnes pour qui le contrat type d'APSF est ou serait moins clair. Par exemple, l'une des participantes témoigne avoir été en mesure de composer avec la « lourdeur » du document en surlignant les mots importants et en posant des questions à la représentante lorsque nécessaire, tandis que pour ses parents ayant un niveau d'instruction inférieur, les obstacles à la lisibilité étaient plus importants :

Q : Est-ce que vous diriez que ce n'est pas quelque chose qui est accessible pour vos parents ?

T1 : C'est sûr que non. Mon père, non. Mon père, il ne comprend rien. Ça, c'est sûr. Je lui explique. Il va le lire, il va comprendre, mais c'est très long. Il est capable de lire, mais

c'est très long pour lui de saisir toutes ces phrases-là, les belles phrases. C'est très, très formel. Ce n'est pas vulgarisé pour lui, mettons. Fait que non, lui, c'est sûr qu'il ne l'a pas lu. Ou il l'a probablement... Oui, peut-être une fois, mais peut-être pas [de manière] approfondie.

D'autre part, il semble que la simplicité ou la clarté apparentes du contrat soient associées à la façon dont la représentante en présente le contenu pendant sa rencontre avec la consommatrice. Les propos de la représentante contribuent à donner « une contextualisation » et « une signification » au contrat (T3). D'où l'importance d'analyser la façon dont ce contrat est perçu par les représentantes et la compréhension qu'elles en ont.

## B. Le rapport des représentantes au contrat

Le regard que porte la représentante sur le contrat d'APSF n'est pas celui d'une juriste. Néanmoins, les représentantes estiment avoir une bonne compréhension de ce contrat qu'elles qualifient de « clair ».

Tel que mentionné précédemment, seulement 3 des 12 représentantes interrogées en entrevue ont suivi une formation collégiale spécialisée dans le domaine des services funéraires (R6, R9 et R12) et ont reçu, dans ce contexte, des enseignements sur l'encadrement juridique des services funéraires<sup>85</sup>. Les autres participantes ont appris à exercer leur profession exclusivement « sur le terrain »<sup>86</sup>. En début d'emploi, la représentante observe le travail d'une collègue plus expérimentée, puis commence à rencontrer des clientes sous la supervision de celle-ci. Au cours de cette « formation maison »<sup>87</sup>, la représentante se familiarise avec les services offerts par la coopérative funéraire (R6), développe des habiletés pour interagir avec les personnes venues conclure un contrat d'APSF et apprend à utiliser les logiciels (R2 et R11).

Le contrat d'APSF fait partie des documents que la représentante doit lire pendant ses premières semaines de travail, alors qu'elle est en apprentissage<sup>88</sup>. Les aspects généraux du contrat et ceux sur lesquels

---

85. Deux autres représentantes (R1 et R7) ont été initiées au droit dans le contexte d'une formation dans un autre domaine.

86. Cette expression est employée par la participante R6.

87. Cette expression est employée par la participante R10.

88. Des représentantes font mention d'un « guide de l'employé » contenant, entre autres, les contrats (R10, R11).

portent la plupart des questions des clientes lui sont expliqués de vive voix par une collègue d'expérience. Comme l'explique une participante : « On n'ira pas dans chaque spécificité du contrat, mais on va voir le survol puis c'est presque toujours les mêmes questions qui reviennent » (R5)<sup>89</sup>.

Plusieurs représentantes ont expliqué avoir ensuite acquis une meilleure connaissance du contrat au fil de leurs rencontres avec des clientes (R5, R8 et R11). Les questions soulevées par ces dernières amènent la représentante à aller chercher de l'information additionnelle auprès de ses collègues<sup>90</sup> ou de sa supérieure hiérarchique (R5, R7 et R9). Qu'il s'agisse d'une question d'ordre technique ou d'ordre juridique, l'approche demeure la même selon la représentante R8 : « Si les gens, ils ont une question à me poser puis je ne sais pas la réponse, bien ce n'est pas plus grave que ça, je vais m'informer puis je vais leur répondre, tout simplement. Une question juridique ou une autre question, si je ne sais pas la réponse, c'est la même chose. Il ne faut pas voir ça différemment ».

Questionnées sur la clarté du contrat, les représentantes le qualifient de « clair » (R9), « assez simple » (R1), « transparent » (R1), « explicite » (R9) et « compréhensible » (R9). À propos de sa forme actuelle, qui a évolué au fil du temps, l'une des participantes va jusqu'à dire : « Je ne vois pas comment l'améliorer plus. Il a déjà été amélioré. On est vraiment comme à l'apogée » (R5). D'autres représentantes recensent néanmoins des points sur lesquels le contrat pourrait être plus clair, notamment à propos de la somme placée en fiducie (R1), de la possibilité pour une personne de modifier ses arrangements préalables (R1 et R2) et des éléments qui, par définition, sont exclus du contrat d'arrangements préalables (par ex, les fleurs et le traiteur) (R3, R4 et R6).

---

89. De même, la participante R10 rapporte avoir formé sa collègue, la participante R11, au sujet des contrats : « On s'assoit ensemble, puis [on] expliqu[e] le contrat, les réglementations parce que des fois, quand tu lis ça, ce n'est pas tout clair. Ça porte beaucoup à interprétation parfois. Fait qu'on s'était assis avec R11, on avait tout lu les papiers, les contrats pour être sûr qu'on se comprenne ».

90. Par exemple, la participante R11 explique se référer à sa collègue, la participante R10, lorsque lui est posée une question d'ordre juridique à laquelle elle ne connaît pas la réponse : « Mais des fois, ça peut arriver, oui, je suis obligée de l'appeler, dire : "C'était quoi ça ? Qu'est-ce que je fais avec ça ?" Puis ça, souvent, si elle n'a pas la réponse, bien là, elle va faire une recherche puis elle va me le dire [...]. Ça peut arriver, c'est ça, une petite question plus côté loi ». De même, la participante R5 témoigne : « Si je ne la connais pas, la réponse, bien le téléphone est là, je m'informe, j'appelle une conseillère à domicile parce qu'elles en font plus que nous autres. "Je peux-tu faire ça ? C'est quoi les pénalités ?" ».

Certaines représentantes reconnaissent avoir ressenti le besoin d'obtenir des explications additionnelles après avoir lu le contrat pour la première fois. C'est le cas de la représentante R2, qui raconte :

La première fois, c'est [prénom omis] une de mes collègues qui m'a initiée, puis quand elle est partie, quand je me suis mise à lire tout ça, je suis allée voir [prénom omis] pour dire : « Peux-tu me verbaliser un peu parce que moi, je veux être en mesure de tout bien, bien comprendre » (R2).

De même, une autre représentante mentionne, à propos des contrats, que « des fois, quand tu lis ça, ce n'est pas tout clair. Ça porte beaucoup à interprétation parfois » (R10). Il n'empêche que la quasi-totalité des représentantes considèrent que leur niveau de compréhension du contrat d'APSF est élevé (de 8 à 10 sur une échelle de 1 à 10)<sup>91</sup>. Près de la moitié d'entre elles (5/12) estiment même en avoir une compréhension totale. Que le contrat ou la loi qui le régit soient susceptibles de multiples interprétations n'apparaît pas nécessairement comme une source de difficulté. L'une des représentantes y voit plutôt une marge de manœuvre pour les coopératives :

Il y a un avocat aussi qui était venu pour répondre à nos questions par rapport aux lois du préarrangement parce que justement, chaque coop l'interprétait un peu à sa façon : « Bien nous, on faisait comme ça — nous, on fait ça comme ça, c'est-tu correct... » ; puis même celui à l'Office de la protection du consommateur puis le notaire disaient que peu importe la façon qu'on fonctionnait, on n'était pas... On était correct... (R11)

Au-delà du contrat d'APSF et de la législation qui y est relative, certaines des représentantes interrogées mentionnent avoir une bonne connaissance du droit des successions. L'une d'elles, qui a appris sa profession sur le terrain, se sent sûre d'elle au point de déclarer : « On pourrait quasiment devenir notaire demain matin. Mais c'est vrai. Ça fait 15 ans que j'entends des conférences sur les testaments, les mandats d'inaptitude, alors, on sait guider les gens » (R1). À l'inverse, certaines représentantes font montre d'une plus grande retenue dès lors qu'il est question du droit, comme en témoignent ces propos d'une participante ayant une formation collégiale dans le domaine funéraire :

---

91. On peut relever que parmi les représentantes s'étant attribué les scores les plus faibles, tout étant relatif (5/10 et 8/10), on trouve celles récemment entrées dans la profession (R8, R9, R11, R12), deux d'entre elles ayant par ailleurs reçu une formation collégiale spécialisée (R9, R12).

Je ne donne pas de conseil juridique. Ça, il faut que ce soit explicite au niveau du contrat. Je n'aime pas le terme, mais c'est moi le vendeur en tant que tel, alors, oui, dans cette optique-là oui, je l'explique. Des fois, les gens aussi dévient en lien avec la succession. On veut aider, fait que des fois on donne des informations, mais c'est très... je ne suis pas notaire, je ne donne pas de conseil juridique (R9).

### C. La prépondérance de l'oral sur l'écrit

L'ambiance de confiance dans laquelle s'effectue la communication d'informations juridiques lors de la conclusion d'un contrat d'APSF ressort donc assez clairement des entrevues. Elle naît, d'une part, chez les représentantes, du souci d'informer et conseiller les consommatrices avec empathie, et de leur assurance, très professionnelle, quant à l'exactitude et à l'ampleur de leur connaissance du contrat, de ses termes et de ses implications. Elle naît, d'autre part, chez les consommatrices, de leur réaction de confiance à l'égard du comportement à la fois empathique et professionnel des représentantes, et de leur sentiment que ce contrat, une fois clarifiés certains de ses aspects d'ordre financier, se révèle plutôt simple. Le contrat est donc conclu dans un climat de confiance. À la confiance des représentantes, persuadées de proposer de manière convenable et avec une sécurité suffisante un produit adapté, répond celle des consommatrices, rassurées par le caractère transparent de leur rapport immédiat avec la représentante et de leur rapport plus éloigné et indirect avec la coopérative. Que le législateur ait choisi pour désigner ces rapports le mot « arrangements », évoquant un accord amiable et plutôt informel, se révèle tout à fait approprié en regard des pratiques.

L'enquête a cherché à savoir si et dans quelle mesure le texte même qui donne corps et effet à cet arrangement contribuait à créer ce climat de confiance et quel rôle il jouait dans la communication d'informations juridiques à la faveur de ce climat.

La conclusion d'un contrat d'APSF ne peut, selon ce que révèlent les entrevues, être conçue comme le résultat d'un accord négocié à partir d'un texte préexistant. Même dans un contexte où la représentante peut avoir à l'esprit la teneur du contrat type proposé par la FCFQ, le texte du contrat n'existe pas encore au début de la rencontre entre consommatrice et représentante. Il n'apparaît qu'assez tardivement, dans une dynamique enclenchée à partir des deux pôles initiaux de l'échange : l'expression de

ses souhaits et attentes par la consommatrice, et l'explication par la représentante des biens et services proposés par la coopérative.

Le choix des biens et services occupe une part importante dans l'échange (R5, R6). Ceux qui auront été choisis par la consommatrice figureront d'ailleurs en évidence au début du contrat : l'une des personnes interrogées dira même que le contrat « ressemble à une facture » (C3). Certains consommateurs pressés s'en tiendront à cela et concluront le contrat sans s'intéresser davantage à son contenu (R4)<sup>92</sup>.

L'établissement de cette liste de biens et services, qui doit être incluse dans la « soumission » présentée par la représentante à la consommatrice, peut exiger un effort de vulgarisation : le vocabulaire technique utilisé pour décrire les biens et services funéraires n'est pas nécessairement familier à la consommatrice (R6, R8, R9, R11, R12)<sup>93</sup>. Dès ce stade, la compréhension mutuelle s'obtient par l'emploi d'un langage non technique et spontané, qui ne se retrouvera pas forcément dans la lettre du contrat<sup>94</sup>. C'est cette compréhension à travers l'oralité, plutôt globale que littérale, qui imprègne l'ensemble de la communication et détermine, de part et d'autre, le sentiment d'être au clair quant aux engagements qu'exprime le texte du contrat.

La suite de la rencontre donnera lieu à une lecture parfois systématique, par la représentante, des autres clauses du contrat type, assortie d'explications (R9, C1, T2, T3). Le plus souvent, cependant, ces explications et cette lecture ne s'attarderont qu'aux « points importants » du contrat et du dispositif législatif et réglementaire sur lequel il repose (R1, R2, R7). Ces points importants sont ceux qui, on l'a vu plus haut, préoccupent généralement les consommatrices, une fois déterminés quels seront les biens et services éventuellement fournis : le dépôt en fidéicomis des sommes versées (et les questions connexes de la sécurisation de celles-ci et de leur disponibilité continue, y compris en cas de faillite ou de cessation d'activités de la coopérative) ; le sort et l'emploi de la tranche de 10 % de ces sommes qui reste entre les mains de la coopérative ; la possibilité de modifier le contrat ou d'y mettre fin ;

---

92. L'énumération des biens et services à fournir a un caractère limitatif quant à l'obligation du fournisseur : *Beaudoin c Lépine Cloutier*, 2006 QCCQ 13189.

93. *Résidence funéraire du Saguenay c Bergeron*, 2021 QCCQ 4163 (diminution du prix pour compenser l'imprécision dans la description des biens et services, cause d'incompréhension de la part du consommateur).

94. « Je parle comme moi je le comprends, fait que c'est sûr qu'ils me comprennent » (R11). Un écart entre la soumission et le contrat peut justifier une éventuelle réduction du prix : *Groupe Yves Légaré inc c Prysizlak*, 2006 QCCQ 3472.



l'escompte offert aux adhérents de la coopérative (R2, R3, R4, R6, R7, R8). Sur tous ces points — de même que sur d'autres parfois évoqués, comme le sort d'un éventuel excédent des sommes versées sur le coût des biens et services effectivement fournis<sup>95</sup> —, les représentantes estiment que c'est verbalement qu'elles communiquent le mieux l'information, aussi bien en qualité qu'en quantité (R4, R6, R9)<sup>96</sup>. Lorsque la rencontre débouche sur la remise d'une soumission plutôt que sur la signature du contrat, elles invitent la consommatrice à prendre connaissance, à domicile, des clauses du contrat type (R4, R6)<sup>97</sup>. Dans l'ensemble, toutefois, les représentantes aussi bien que les consommatrices semblent considérer que l'explication orale est plus déterminante pour la compréhension du contrat que la lecture même de celui-ci (R3, R7, R11, CT2, T3). Cette lecture n'est jugée utile que dans la mesure où elle consolide l'effet produit par l'explication orale (C1, T2, C3, C4). Une représentante, après avoir signalé l'importance d'une rédaction soigneuse du contrat, étant donné que celui-ci peut n'être exécuté que plusieurs années après sa conclusion, constate : « Par contre, dans l'explication, c'est énormément du verbal. [...]. Étrangement, [le contrat] est comme un outil secondaire, mais c'est sur ça que ça porte, mais la plupart des explications se font dans le verbal » (R9).

Pour les représentantes, cette prépondérance de la communication verbale reflète un souci d'être comprises de toutes leurs interlocutrices, notamment de celles dont le niveau de scolarité est plus faible ou dont la vivacité de jugement peut être affaiblie par la maladie ou par l'émotivité, et qui pour ces raisons sont en général accompagnées lors de la rencontre par une tierce personne, celle-ci participant activement à la communication d'informations (R3, R6, R7, R9, R11, R12). Ce souci les amène non seulement à simplifier ou à expliquer leur vocabulaire, mais aussi à ralentir leur débit ou à répéter leurs explications (R3). Les propos des consommatrices interrogées laissent penser qu'elles apprécient l'effort consenti par les représentantes : « Ils nous ont beaucoup clarifié ça » (T3). Les explications que les représentantes fournissent en réponse aux préoccupations financières — voire en anticipant l'expression de ces préoccupations — sont jugées rassurantes (T1, T3).

---

95. Préoccupation de la participante C1 après coup.

96. Toutes les représentantes interrogées, sauf une, ont estimé que leurs explications sont « très utiles » aux consommatrices.

97. *Matte c Lépine Cloutier Itée*, 2014 QCCQ 3852 (imprudence reprochée au consommateur, soumis à des pressions « discutables », qui signe le contrat sur-le-champ plutôt que d'en différer la conclusion et de se donner le temps d'examiner le projet qui lui est soumis).

La perception qu'ont les consommatrices quant à la qualité et à la teneur de l'information qu'elles reçoivent des représentantes lors de la rencontre donne à leur lecture subséquente du contrat une valeur confirmative, plutôt que proprement informative (C1, C3, C4). Si la lecture peut contribuer à une meilleure compréhension de l'entente, c'est en soutien aux explications de la représentante. Le contrat, en fait, est jugé par les consommatrices interrogées peu informatif et certainement pas autosuffisant : sa teneur se comprend non seulement au cours de la rencontre précédant la conclusion, mais aussi lors de lectures ultérieures, à la lumière des explications reçues (T2). Dès lors, une lecture rapide, en survol, paraît suffisante (C1). Au fil des entrevues, plusieurs justifications ont été évoquées pour rendre compte de cette relative distance par rapport au texte du contrat, admise par certaines personnes interrogées (« Je vais être franche avec vous, je ne l'ai même pas lu » (CT2)) ou attribuée par elles à d'autres personnes :

- la clarté des explications reçues avant la signature<sup>98</sup> ;
- la banalité des clauses du contrat<sup>99</sup> ;
- le formalisme du langage<sup>100</sup> ;
- le manque de familiarité avec l'écrit<sup>101</sup> ;
- la pénibilité de la lecture, dans les circonstances de la rencontre<sup>102</sup> ;
- l'incapacité présumée de comprendre<sup>103</sup> ;
- la réticence à lire un texte évoquant sa propre mort ou celle d'un proche<sup>104</sup>.

98. « [O]n l'a regardé, [mais] pas dans les détails. [...] [C]'était clair puis précis ce qu'elle nous disait. Il n'y avait pas de problème » (CT2).

99. « [J]e ne l'avais pas lu en détail, je l'aurais lu rapidement, puis pour moi, ç'aurait été satisfaisant parce que c'est des clauses habituelles. Il y a beaucoup de clauses qui sont, je dirais, normées [...] » (C1).

100. Participante T1, passage précité aux pp 377 et 378 du présent texte.

101. *Ibid.*

102. « Je pense qu'on a pris le temps de le lire, quand même, mais pas en entier. Des fois, on a lu quelques paragraphes en diagonale. Ma mère était fatiguée aussi, fait que j'ai l'impression qu'on a fait ça un peu rapidement » (T1).

103. [C]'est quand même un langage assez facile à comprendre. Je veux dire, c'est juste de prendre le temps de comprendre ce type de formulation. C'est assez facile, je trouve, mais ça prend un certain temps. [...] Puis si les gens ne veulent pas lire parce qu'ils disent : « Je ne comprendrai rien », bien, OK!, tant pis, ce serait dommage (C1).

104. « Mais je ne fais pas de relecture approfondie. Ce n'est pas vraiment le *fun* à lire » (T1).

Quel que soit le motif invoqué pour justifier que la lecture du contrat est, au mieux, superficielle, les consommatrices et les personnes ayant pris part à une rencontre ne semblent pas trouver anormale ou préoccupante cette relative distance par rapport à l'écrit juridique (T1, C1, T3), laquelle relève apparemment pour elles d'un ordre normal des choses. Ainsi, l'une d'elles, graphiste de profession et par ailleurs très critique à l'endroit de la présentation matérielle du contrat type établi par la FCFQ, se résigne néanmoins : « Tous les contrats sont comme ça » (T1). Sur ce point, l'enquête laisse voir un écart entre le fatalisme de certaines consommatrices et l'opinion positive de plusieurs des représentantes (partagée par certaines des consommatrices) à l'égard du libellé du contrat. Les premières, en majorité, ne formulent pas de propositions pour améliorer le texte du contrat<sup>105</sup>. Les secondes, tout en souhaitant que certaines clauses soient ajoutées ou précisées, comparent favorablement, sur le plan de la convivialité et de la lisibilité, le contrat d'APSF à d'autres contrats très courants (R1, R9, C5).

À la limite, comme dans le cas de l'une des consommatrices interrogées, le contrat d'APSF sera conclu sans le bénéfice, au préalable ou par la suite, d'une autre lecture que celle, plus souvent synthétique qu'exhaustive, à laquelle procèdent les interlocutrices lors de la rencontre conduisant à la signature. Si le soulagement d'une pénible préoccupation est alors ressenti comme l'effet essentiel associé à la conclusion même du contrat, le détail des stipulations importe assez peu et le besoin de les lire ou relire est aisément dissipé par le malaise inhérent à leur objet (CT2).

Cette distance admise par les consommatrices par rapport à l'écrit ne suppose pas qu'il soit sans valeur pour elles. Au contraire, lors de l'enquête, certaines ont évoqué le sentiment de sécurité qu'il procure (« C'est ça l'attente, l'attente du contrat, que ce qui est écrit, c'est ce qui va se faire » (T3)) ou encore la valeur d'engagement moral que lui confère la signature (« Quand, à un moment donné, tu signes, tu ne commences pas à signer ailleurs » (T3) ; « Ça nous oblige à regarder qu'est-ce qu'on signe » (C1)<sup>106</sup>). Ces indices d'une foi en l'écrit, voire d'une certaine sacralisation du contrat, n'éclipsent cependant pas l'efficacité de la communication orale. Tout comme les clauses du contrat

---

105. En particulier, elles ne formulent pas d'objection à la présence ou à la rédaction des clauses imposées par une loi, dont elles apprécient la visée protectrice.

106. De même, la participante T1 mentionne : « C'est important. Tu signes quelque chose... il faut lire ».

ne sont comprises par les consommatrices qu'en fonction des explications données verbalement par la représentante lors de la rencontre, le contrat dans son ensemble et les signatures dont il est revêtu ne font sens que comme représentations physiques de ce qui s'est échangé de vive voix ce jour-là. Le sentiment de sécurité qu'éprouvent les consommatrices quant au contenu effectif du contrat paraît reposer avant tout, comme leur compréhension de ce contenu, sur les paroles de la représentante et la confiance qu'elles leur accordent. Si à la relecture du contrat (par ex, pour se préparer à l'entrevue avec l'équipe de recherche), une consommatrice croit déceler une incertitude sur la portée de l'une des clauses, la confiance envers la représentante l'incitera probablement à ne pas s'en inquiéter (T2). Pour certaines, la confiance envers le comportement attendu d'une coopérative renforcera ce réflexe (C1).

Le rapport au texte est forcément assez différent chez les représentantes. Leur perspective est celle de l'exécution, dans un avenir peut-être très éloigné, des obligations que comporte le contrat pour la coopérative. Cette exécution incombera le plus souvent à des personnes totalement ignorantes de la teneur des communications intervenues lors de la conclusion du contrat (R9)<sup>107</sup>, lesquelles ne pourront guider leur action qu'en recourant aux termes mêmes du contrat. Les représentantes sont donc plus soucieuses de la lettre du texte et de son intangibilité. C'est ce que suggère une discussion entre certaines des représentantes interrogées, lors d'une entrevue collective avec l'équipe de recherche. Cette discussion portait sur le caractère licite ou opportun des surlignements ou des indications manuscrites, ajoutés sur l'exemplaire du contrat remis à la consommatrice et destinés à lui rappeler des éléments mis en relief par les explications verbales données au préalable (R3, R4, R5, R6, R7). L'opinion dominante dans cette discussion, selon laquelle « il faut garder ça comme ça et ne pas s'en servir comme d'un vulgaire *pad* de notes » (R7), révèle une autre forme de déférence envers l'écrit, attachée cette fois à la mesure de l'engagement plutôt qu'à sa valeur contraignante.

En définitive, les propos recueillis lors de l'enquête, auprès de l'un et de l'autre groupe, laissent entrevoir que la communication à propos

---

107. Cette même participante relève qu'il est important que le contrat soit « clair, net et précis » pour ces personnes. On peut estimer que les proches de la personne décédée peuvent parfois, lorsqu'elles veillent à l'exécution du contrat, bénéficier d'une légère asymétrie d'information quant à la compréhension qu'avait du contrat cette personne, particulièrement si l'une d'elles était présente lors de la rencontre avec la représentante.

du rapport juridique en voie de formation passe principalement par l'échange verbal entre représentante et consommatrice. La référence au texte qui énonce et délimite ce rapport n'est en général que ponctuelle. Lorsqu'au terme de l'échange, le texte prend sa forme définitive, il est investi de la charge obligationnelle des paroles prononcées au cours de cet échange. La lettre du texte, à laquelle il n'est pratiquement pas fait allusion comme support des engagements mutuels (sauf pour la partie du texte qui décrit les biens et services à fournir), reçoit l'assentiment formel de la consommatrice par sa signature, mais celui-ci semble reposer moins sur la teneur du texte que sur le lien de confiance né de l'échange interpersonnel entre consommatrice et représentante — et dans une moindre mesure sur la confiance accordée spontanément à un fournisseur ayant la forme juridique d'une coopérative.

Tout semble se passer comme si la distance maintenue par rapport à l'écrit juridique ouvrait un espace à l'établissement d'un lien de confiance qui, en retour, justifiait ensuite qu'une certaine déférence soit accordée à cet écrit.

## CONCLUSION

La démarche de recherche empirique dont nous rendons compte ici s'inscrit dans le contexte plus vaste d'un projet visant à discerner des moyens pour que les citoyens deviennent des acteurs habituels de la vie juridique, plutôt que des usagers ou des objets d'un système qui leur échappe. Considérant la textualité intrinsèque au droit, l'équipe du Chantier 4 d'ADAJ entend plus précisément proposer des moyens d'améliorer la lisibilité des textes juridiques, particulièrement des lois et des contrats, de façon à ce qu'ils puissent être lus et compris par les personnes dont ils sont destinés à diriger les actes.

Il est bien vite apparu que notre étude sur la lisibilité des lois et des contrats devait, dans le contexte d'une programmation de recherche portant sur l'accès au droit et à la justice, avoir pour objet plus large la communication juridique écrite et non écrite. De fait, le plus souvent, le citoyen n'entre pas en contact direct avec la loi ou même le contrat auquel il est partie; le contenu de ceux-ci lui est communiqué verbalement par un intermédiaire, juriste ou non juriste.

À une recherche documentaire sur la rédaction des lois et des contrats s'est ainsi greffée une enquête de terrain visant à cerner comment s'effectue la communication à propos et au moyen de textes

juridiques, dans le contexte de la conclusion d'un contrat. Ayant fait le choix d'étudier le secteur des activités funéraires, notre équipe de recherche s'est focalisée sur la manière dont des non-juristes, consommatrices et représentantes de coopératives funéraires, communiquent entre elles à propos d'un rapport contractuel fortement encadré par la législation, tant en ce qui concerne les obligations respectives des parties au contrat que la forme de celui-ci.

Pour saisir l'objet et les moyens de la communication entre consommatrices et représentantes, il s'imposait d'interroger des interlocutrices appartenant à ces deux groupes, dans le cadre d'entretiens semi-dirigés, individuels ou collectifs. En effet, l'entretien est une technique de collecte de données de recherche visant à recueillir les perceptions de la personne participante<sup>108</sup>. Les données ainsi obtenues permettent, après analyse, de poser des constats qui semblent parfois relever de l'évidence. La démarche n'en est pas moins importante<sup>109</sup>. Notamment, elle peut, suivant le contexte, fournir des bases solides pour entreprendre de nouvelles recherches ou formuler des recommandations. Dans le contexte des travaux du Chantier 4 du projet ADAJ, elle était nécessaire pour saisir les véritables enjeux liés à la qualité de la communication à propos et au moyen des textes juridiques et pour asseoir nos prochaines démarches de recherche.

Les données recueillies montrent l'importance prépondérante de la communication verbale dans la transmission d'informations menant à la conclusion du contrat. Ce sont les explications données oralement par la représentante de la coopérative funéraire qui président à la décision de conclure un contrat d'APSF et qui, dans l'esprit de la consommatrice, font foi du contenu de l'entente. Alors que notre échantillon de consommatrices comporte une surreprésentation de diplômées universitaires, il est permis de penser que la communication orale revêt une importance au moins aussi grande lorsque la personne a un niveau d'éducation moins élevé.

---

108. Gesualdi et Guénette, *supra* note 17 à la p 84.

109. Cette démarche, comme toute démarche empirique, permet, d'une part, de soumettre ses intuitions ou ce qui relève du sens commun à l'épreuve de l'observation des faits; d'autre part, la restitution du travail de terrain, par l'entremise de la synthèse et de l'interprétation des propos recueillis ou les citations textuelles, « en garantit la validité et en permet la critique » propre au débat scientifique: Jean-Pierre Olivier de Sardan, *La rigueur du qualitatif. Les contraintes empiriques de l'interprétation socio-anthropologique*, Louvain-la-Neuve, Bruylant-Academia, 2008 à la p 101.

Ce constat ouvre de nouvelles avenues de recherche, notamment quant à l'aptitude réelle des représentantes à transmettre adéquatement des informations à caractère juridique à leurs clientes, considérant la nature de leur formation et l'ambiguïté de leur statut. Se désignant comme des conseillères, les représentantes n'en sont pas moins les employées d'un « vendeur » de services funéraires, comme l'exprime éloquemment la LASF. Même si les valeurs et le mode de fonctionnement des coopératives funéraires situent cette relation de vente dans un contexte particulier où la recherche de profit est absente, il demeure préoccupant que la consommatrice signe, le plus souvent, un contrat d'APSF sur la base d'informations « résumées » (R9, R11) par la représentante, dans ses propres mots (R9).

L'importance prépondérante accordée aux explications orales de la représentante au moment de la conclusion du contrat, par opposition au texte de celui-ci, jugé « secondaire »<sup>110</sup>, pourrait faire douter de la pertinence de travaux visant à améliorer la lisibilité des textes juridiques. Il n'en est rien, cependant. Selon les données recueillies, la distance observée entre le contrat d'APSF et les consommatrices, parmi lesquelles certaines reconnaissent ne pas avoir lu celui-ci en entier (T1), voire ne pas l'avoir lu du tout (CT2, T1), est précisément liée, en partie du moins, à sa faible lisibilité, réelle ou perçue. Les difficultés, réelles ou appréhendées, à lire et à comprendre le contrat figurent en effet parmi les motifs invoqués par les consommatrices pour s'en être tenues aux explications verbales de la représentante. À ce chapitre, des travaux paraissent nécessaires non seulement pour améliorer la façon dont le contrat est rédigé, y compris les clauses dont l'insertion et la formulation sont imposées par la loi<sup>111</sup>, mais aussi pour déconstruire l'idée qu'un contrat, par nature, comporte « beaucoup de blabla » et est donc « trop long à lire » (T1). Les fonctions juridiques du contrat, mais aussi sa dimension symbolique, dont l'importance est d'ailleurs reconnue par les participantes, justifient en outre amplement que l'on se préoccupe de la façon dont il est rédigé. Comme le souligne l'une d'entre elles à propos du déroulement d'une rencontre se concluant par la signature d'un contrat d'APSF : « L'écrit est à la fin, puis il est essentiel » (R1).

---

110. Ainsi, la participante R9 mentionne que « le contrat, pour [elle], il est très important », mais « dans l'explication, c'est énormément du verbal. [...]. Étrangement, [le contrat est] comme un outil secondaire ».

111. La réécriture du contrat type d'APSF fera l'objet d'un prochain article.