

LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR EN DROIT PÉNAL CANADIEN

Lubin Lilkoff

Volume 4, Number 1, 1973

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1059781ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1059781ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Éditions de l'Université d'Ottawa

ISSN

0035-3086 (print)

2292-2512 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Lilkoff, L. (1973). LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR EN DROIT PÉNAL
CANADIEN. *Revue générale de droit*, 4(1), 108–123.
<https://doi.org/10.7202/1059781ar>

Droits d'auteur © Faculté de droit, Section de droit civil, Université d'Ottawa,
1973

This document is protected by copyright law. Use of the services of Érudit
(including reproduction) is subject to its terms and conditions, which can be
viewed online.

<https://apropos.erudit.org/en/users/policy-on-use/>

Érudit

This article is disseminated and preserved by Érudit.

Érudit is a non-profit inter-university consortium of the Université de Montréal,
Université Laval, and the Université du Québec à Montréal. Its mission is to
promote and disseminate research.

<https://www.erudit.org/en/>

LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR EN DROIT PÉNAL CANADIEN *

Depuis quelques années des mesures énergiques ont été prises au Canada visant à protéger le consommateur. La diversité et l'abondance des lois dans ce domaine sont très remarquables. Ces interventions législatives se caractérisent surtout par leur aspect réglementaire et pénal.

En effet, au cours des années, le législateur a acquis la conviction que, même dans le domaine contractuel, les sanctions civiles — nullité du contrat, réduction des obligations pécuniaires de l'acheteur à crédit — sont, dans un grand nombre de situations, insuffisantes ou inadéquates pour protéger l'acheteur. Il faut, estime-t-on, réglementer, surveiller, sévir. Cela exige la création d'organismes autonomes de surveillance et de contrôle, ainsi que l'adoption d'une multiplicité de lois assorties de sanctions pénales.

En 1967, le Parlement a matérialisé ces idées en créant un ministère dont une des tâches essentielles est de surveiller l'application des lois existantes et, si nécessaire, de prendre les procédures pénales devant les tribunaux compétents¹. De plus, suivant les termes de l'article 6, « le Ministre doit instaurer, recommander ou entreprendre des programmes destinés à favoriser les intérêts du consommateur canadien ». Il est notable que ce ministre est chargé de l'application de 21 lois qui, à des degrés divers, concernent le consommateur. Suivant un fascicule publicitaire du ministère, les objectifs poursuivis sont les suivants: « protection contre la fraude et la tromperie; protection contre les risques d'accidents et les dangers pour la santé; assurance que le système du marché est concurrentiel; aide au consommateur afin qu'il puisse faire des choix valables et discerner les prix véritables; établissement d'un dispositif permettant de recevoir les plaintes, demandes de renseignements et recommandations des consommateurs et d'y répondre; représentation du consommateur aux conseils du gouvernement² ».

La même année l'Assemblée nationale de la province de Québec a voté une loi analogue créant un ministère chargé, entre autre, de la protection des intérêts du consommateur³. Cinq des neuf autres provinces ont aussi un ministère ou département similaire⁴. Cette tendance législative a été

* Rapport supplémentaire présenté au congrès canadien de l'Association Henri Capitant (27 août-1^{er} septembre 1973).

¹ Loi établissant un ministère de la Consommation et des Corporations, S.C. 1967-68, chap. 16.

² *Le ministère et ses fonctions*, Ministère de la Consommation et des Corporations, p. 6. Mentionnons aussi que le ministère a trois objectifs pour la protection de l'investisseur et qui visent les renseignements avant d'investir, la révélation de faits pertinents et la protection contre les pratiques frauduleuses sur le marché des valeurs.

³ *Loi du ministère des Institutions financières, compagnies et coopératives*, S.Q., 1966-67, chap. 72.

⁴ Alberta, *The Consumer Affairs Act*, R.S.A. 1970, c. 64; Saskatchewan, *The Department of Consumer Affairs Act*, 1972, S.S. 1972, c. 27; Ontario, *The Ministry of Consumer and Commercial Relations Act*, R.S.O. 1970, c. 113

largement influencée par le Comité mixte du Sénat et de la Chambre des communes chargé d'enquêter sur le problème du crédit au consommateur⁵, par le rapport du Conseil économique du Canada⁶, ainsi que par les multiples colloques qui ont sensibilisé l'opinion publique aux problèmes du consommateur⁷.

Les lois adoptées dans chaque province ainsi que par le Parlement, sont nombreuses et variées. Il est difficile de les classer suivant un critère acceptable. De plus, les juristes des provinces anglophones semblent peu enclins à classer dans des catégories juridiques et adoptent plutôt une attitude fonctionnelle: pour eux les lois protégeant le consommateur seraient celles qui concernent l'acheteur, ou même, le contractant qui ne serait pas commerçant. Il ne faut donc pas s'étonner que, par exemple, pour la province de l'Alberta, un guide spécialisé en protection du consommateur, énumère quinze lois du genre dont la loi sur la vente en bloc ou celle du privilège du constructeur⁸; pour l'Ontario on y dénombre 24 lois dont celles sur les commissionnaires ou les débiteurs fugitifs⁹. Dans cet ensemble apparemment incohérent des lois il faut donc faire un choix en précisant, d'abord, ce qu'on entend par droit du consommateur et indiquer, ensuite, quelle acception est attribuée à l'expression droit pénal.

De prime abord nous serions portés à considérer le droit du consommateur comme étant un droit d'exception qui comporte des règles particulières qui diffèrent de celles du droit civil. En ce sens la loi de la protection du consommateur du Québec constitue une législation d'exception par sa raison d'être ainsi que par ses dispositions exorbitantes du droit commun; ainsi suivant l'article 6, « le contrat conclu entre un vendeur itinérant et un consommateur est réputé assorti d'une condition résolutoire en vertu de laquelle le consommateur peut résoudre le contrat à sa seule discrétion . . . » jusqu'au cinquième jour après que le contrat est devenu exécutoire. Ce texte déroge au droit commun qui prohibe la résolution unilatérale d'un contrat.

Une telle conception du droit du consommateur est cependant inapplicable pour les lois fédérales ainsi que pour la législation des provinces anglophones. On a vu que pour les juristes de Common Law le droit du consom-

as amended; Nouveau-Brunswick, *Consumer Bureau Act*, S.N.B. 1967, c. 5; Nouvelle-Ecosse, *Consumer Services Act*, S.N.S. 1968, c. 5.

⁵ *Rapport sur le crédit au consommateur du Comité mixte spécial du Sénat et de la Chambre des communes sur le crédit au consommateur et le coût de la vie*, 1967, Ottawa, Imprimeur de la Reine.

⁶ *Conseil économique du Canada, Rapport provisoire sur les affaires du consommateur et le Ministère du Régistrateur Général*, 1967, Ottawa, Imprimeur de la Reine.

⁷ *Consumer Credit in Canada*, Proceedings of a Conference on Consumer Credit, Saskatoon, May 2-3, 1966. Edited by J. ZIEGEL et R. OLLEY, University of Saskatchewan; *Consumer and The Law in Canada*, edited by W. NEILSON, Business Law Program, Osgoode Hall Law School, York University, Toronto.

⁸ *The Bulk. Sales Act*, R.S.A. 1970, c. 37; *The Builders' Lien Act*, R.S.A. 1970, c. 35, as amended. Voir CCH, *Canadian Sales and Credit Law Guide*, t. 2.

⁹ *The Factors Act*, R.S.O. 1970, c. 156; *The Absconding Debtors Act*, R.S.O. 1970, c. 2.

mateur est celui qui concerne l'acheteur ou l'emprunteur qui contracte avec un commerçant, individu ou société. Ainsi la loi de la protection du consommateur de l'Ontario, dans son article interprétatif, définit-elle les termes emprunteur, vendeur ou acheteur mais on n'y trouve nulle part la définition du consommateur¹⁰. La loi du Québec définit le terme « consommateur » mais, tout en étant plus synthétique, la disposition a le même contenu que celle de la loi de la province voisine: dans les deux cas le consommateur est défini en regard du commerçant¹¹. Ces définitions paraissent étroites en regard de la définition adoptée par le Conseil économique¹². Nous concluons donc que le droit du consommateur se caractérise par son fondement qui est la protection d'un contractant non commerçant dans un contrat conclu avec un commerçant.

On éprouve aussi quelques difficultés à définir le droit pénal; il semble que le critère traditionnel de ce droit n'est plus tout à fait adapté aux tendances législatives canadiennes.

Il paraît établi que la sanction pénale détermine la nature des lois; un texte serait de nature pénale s'il est assorti de sanctions pénales¹³; les auteurs semblent assimiler le droit criminel au droit pénal à cause du châtiement qualifié peine¹⁴. Cette caractéristique du droit pénal se retrouve chez les auteurs qui, afin de faire des classifications, ou pour des motifs de commodité, font des distinctions entre le droit pénal des affaires, le droit pénal financier, le droit pénal économique et le droit pénal commercial¹⁵.

Si, dans un pays unitaire, l'appellation alternative du droit criminel et droit pénal ne pose aucun problème pratique, au Canada, pays fédéral, la constitution nous oblige à en tenir compte. L'article 91(27) de l'*Acte de l'Amérique du Nord britannique* confère une compétence exclusive au Parlement d'édicter des peines à l'encontre des actes attentatoires à l'ordre social. Cependant les législatures provinciales peuvent aussi imposer des peines en vertu de l'article 92(15) de l'acte constitutionnel. L'Assemblée nationale du Québec peut donc prévoir l'imposition d'amendes ou des peines privatives de liberté. Mais, puisque le droit pénal est un droit public — puisque l'atteinte

¹⁰ « Buyer » means a person who purchases goods for consumption or services under an executory contract and includes his agent, but does not include a person who buys in the course of carrying on business or an association of individuals, a partnership or a corporation », *The Consumer Protection Act*, R.S.O. 1970, c. 82, sect. 1.

¹¹ « Consommateur »: toute personne physique qui est partie à un contrat en une qualité autre que celle de commerçant », *Loi de la Protection du Consommateur*, L.Q. 1971, c. 74, art. 1.

¹² « Le consommateur est l'utilisateur des biens et services finals que l'économie est en mesure de produire », CONSEIL ÉCONOMIQUE DU CANADA, *Rapport provisoire*, supra note 6, à la p. 6.

¹³ « Le crime, au sens le plus général du terme, est l'action ou l'omission d'un individu, qui, à raison du trouble qu'elle cause à l'ordre social, est frappée par la société d'une sanction pénale », G. STÉFANI et G. LEVASSEUR, *Droit pénal général*, t. 1, 6^e éd., DALLOZ, 1972, à la p. 3.

¹⁴ P. BOUZAT et J. PINATEL, *Traité de droit pénal et de criminologie*, t. 1, 2^e éd., 1970, à la p. 1.

¹⁵ J. LARGUIER, *Droit pénal des affaires*, Collection U., A. Colin, 1970, à la p. 10.

est faite à l'ordre public et la répression assurée par l'État¹⁶ — on peut se demander si une loi ayant pour objet de réglementer des rapports purement privés (contractuels) mais assortie de sanctions pénales peut être classée dans la catégorie des lois pénales.

Tel est le cas de la *Loi de la protection du consommateur* adoptée par le législateur québécois en vertu de sa juridiction exclusive sur la propriété et le droit civil (art. 92, par. 13 de l'A.A.N.B.). L'article 110 de cette loi prévoit cependant une amende ou un emprisonnement pour tout acte qui enfreint la loi ou le règlement. Nous ne croyons pas que l'imposition d'une peine change le caractère de la loi qui, par son objet, demeure du droit civil spécial assorti de pénalités. C'est là une caractéristique fondamentale des lois provinciales visant la protection du consommateur.

Une recherche rapide nous a permis de dénombrer 33 lois adoptées dans les différentes provinces qui visent la protection du consommateur et qui prévoient des sanctions pénales. Les plus intéressantes sont celles qui, par leur fondement et par la plupart de leurs dispositions, se rapprochent de la loi du Québec¹⁷. Chacune de ces lois ne s'applique que dans les limites de chaque province en vertu du principe de la territorialité des lois.

Les lois fédérales s'appliquent, au contraire, sur l'ensemble du territoire canadien et leur nature pénale est indiscutable. Pour ces motifs les lois fédérales seules feront l'objet du présent exposé¹⁸.

Dans son rapport le Conseil économique présente une liste comprenant 47 « Lois du Parlement intéressant les consommateurs ». On peut grouper les plus intéressantes d'entre elles sous les cinq chefs suivants: le droit du consommateur à la libre concurrence, les normes des produits et les mesures de sécurité, le dévoilement du taux d'intérêt, la fraude et la protection contre la publicité trompeuse.

LE DROIT DU CONSOMMATEUR À LA LIBRE CONCURRENCE.

Le système économique du Canada est celui du capitalisme évolué qui se caractérise par le souci d'augmenter le niveau de la consommation et du bien-être par le développement continu des moyens et des méthodes de production. Ce régime est fondé sur la liberté du commerce et sur la concurrence. Dans ce système, contrairement au dirigisme ou au collectivisme, l'État laisse les forces économiques régler elles-mêmes la production, la circulation, la consommation des richesses et les prix.

Comme dans la plupart des pays du monde occidental, la concurrence est le régulateur de la vie économique. Au Canada, elle est la base de l'ordre public économique canadien. Cependant, suivant une conception commune

¹⁶ Voir à ce sujet l'introduction générale de l'ouvrage excessivement intéressant de J. FORTIN, *Droit pénal général*, La Librairie des Presses de l'Université de Montréal, 1971.

¹⁷ Manitoba, *The Consumer Protection Act*, R.S.M. 1970, c. C200; Colombie-Britannique, *Consumer Protection Act*, S.B.C. 1967, c. 14; Ontario, *The Consumer Protection Act*, R.S.O. 1970, c. 82.

¹⁸ Suivant l'usage au Canada, l'expression loi canadienne est réservée aux lois fédérales adoptées par le Parlement à Ottawa.

aux juristes et économistes, le principal objet de la politique de concurrence est « la protection de l'intérêt du public dans la libre concurrence¹⁹ ». Si, dans d'autres pays, on discute sur l'abus de position dominante, au Canada on se plaît à insister sur les besoins des consommateurs et sur leurs applications. La loi relative à la tenue d'enquêtes sur les coalitions, monopoles, trusts et fusions²⁰ est considérée comme la loi canadienne fondamentale visant la protection du consommateur. C'est du droit criminel qui tombe sous la juridiction exclusive du Parlement.

La jurisprudence, d'une manière constante, rappelle que le fondement de la loi est la protection du public. « Le public a droit aux avantages que procure la liberté de la concurrence, et nul ne peut se soustraire aux interdictions de la loi pour des motifs valables », déclare le juge Taschereau du plus haut tribunal du pays²¹. La loi elle-même, dans son article 2, stipule qu'une fusion ou un monopole sont illégaux si la diminution de la concurrence ou l'exploitation de l'entreprise sont « au détriment ou à l'encontre de l'intérêt du public, qu'il s'agisse de consommateurs, de producteurs ou d'autres personnes ». L'intérêt du consommateur est pris encore plus en considération relativement aux pratiques commerciales illégales (articles 34 et 35), la publicité trompeuse quant au prix de comparaison et les annonces comportant des déclarations de fait fausses et trompeuses (articles 36 et 37).

Mais, malgré son fondement que nous avons fait ressortir, la *Loi des enquêtes sur les coalitions* a comme objet fondamental la réglementation de pratiques de nature commerciale. Nous indiquerons d'autres lois pénales qui concernent le consommateur d'une manière plus immédiate et tangible.

NORMES DES PRODUITS ET MESURES DE SÉCURITÉ.

Dans l'intérêt du public, le législateur fédéral a édicté des lois visant la sécurité du consommateur par la réglementation des normes des produits. Il n'y a aucun doute que ces lois sont du droit criminel et tombent dans le champ de compétence exclusif du Parlement. La seule question qui fut débattue fut celle de l'intention coupable, la mens rea, comme élément essentiel de l'infraction. Car, en droit canadien, « en règle générale, on doit interpréter un statut qui crée une infraction comme n'excluant pas la mens rea, sauf si le Parlement révèle l'intention contraire en termes formels ou par implication nécessaire²² ». Ainsi il y a responsabilité stricte si « le statut a pour objet de protéger le bien-être ou l'intérêt public²³ . . . »

¹⁹ CONSEIL ÉCONOMIQUE DU CANADA, *Rapport provisoire sur la politique de concurrence*, 1969, Ottawa, Imprimeur de la Reine, à la p. 8.

²⁰ S.R.C. 1970, c. C-23. Le préambule du projet de loi, présenté le 29 juin 1971, et qui visait le rajeunissement de la loi actuelle contenait dans son préambule l'attendu suivant: « Et attendu qu'il est nécessaire et souhaitable, pour atteindre l'efficacité en matière de production et de distribution et pour réaliser la transmission des avantages qui en découlent au public, de favoriser l'honnêteté et la loyauté sur le marché. »

²¹ *Howard Smith Paper Mills Ltd. et al. c. R.*, 1957 R.C.S. 403, à la p. 407.

²² *Watts et Ganut c. The Queen*, (1946) 175 L.J.R. 306.

²³ J. LAGARDE, *La doctrine de la stricte responsabilité et la responsabilité pénale des « corporations »*, 1964 R. du B. 181, à la p. 193.

Remarquons immédiatement que de multiples lois provinciales ont un objet et une finalité similaires; assorties des sanctions pénales, elles constituent des infractions « contre le bien-être public » et sont de responsabilité stricte: ainsi le procureur de la couronne, pour pouvoir obtenir une condamnation contre le prévenu, n'est pas obligé de faire la preuve de la mens rea hors de tout doute raisonnable. Il y a donc dans ce domaine un champ de compétence parallèle des législatures provinciales et du Parlement ²⁴.

Nous donnerons une brève description des lois fédérales les plus importantes concernant les normes des produits et la protection du public.

La *Loi concernant l'emballage, l'étiquetage, la vente, l'importation et la publicité des produits préemballés et de certains autres* ²⁵ est une loi récente qui protège le consommateur moderne qui achète des produits préemballés et étiquetés. Ainsi, dans sa publicité, le fournisseur doit renseigner sur la quantité nette du produit (art. 5) et l'étiquette ne doit pas contenir des renseignements faux ou trompeurs se rapportant à ce produit (art. 7). Lorsqu'il y a prolifération indue de formats ou formes des emballages d'une catégorie d'un produit préemballé « et qu'une telle prolifération des formats ou des formes a pour effet de tromper les consommateurs ou de les induire en erreur ou risque de les tromper » quant au poids, le Ministre par règlement peut limiter les formats et les formes des emballages (art. 11). Les sanctions prévues sont la saisie (art. 15), la confiscation (art. 17) et l'amende ou l'emprisonnement (art. 20). Aux termes de la loi, le ministre de la Consommation et des corporations doit promouvoir des recherches afin d'établir des prix unitaires. En mai 1971 s'est tenue une conférence fédérale-provinciale sur la consommation et les ministres fédéral et provinciaux ont endossé le principe de recommander aux supermarchés de viser la fixation des prix unitaires. Le 29 mai 1973, le Comité sur l'étiquetage des denrées alimentaires de la Commission du Code alimentaire (Codex) s'est réuni pour la troisième fois et des représentants de 23 nations y ont assisté ²⁶.

Cette loi a déjà porté des résultats heureux dans la normalisation des produits. Le 3 août 1971, le ministre a informé le public que la pâte dentifrice se vendra en tubes de six formats au lieu des trente formats utilisés antérieurement. Des efforts sont faits pour que les fabricants n'utilisent plus les expressions « format géant » ou « format familial » qui prêtent à confusion. A la demande du ministre, l'Association des consommateurs du Canada

²⁴ Mentionnons à titre d'exemple la *Loi des succédanés de produits laitiers*, S.R.Q. 1964, c. 123, qui prévoit une amende ou un emprisonnement pour toute transgression de la loi ou des règlements (art. 13). L'article 5 se lit comme suit: « Tout succédané mis en vente doit répondre aux normes de composition, de qualité, de forme et de présentation fixées par les règlements et porter sur le récipient, l'emballage ou l'enveloppe, l'indication, en français et en anglais, du nom, de l'origine, de la quantité et de la composition du produit. » La loi des produits laitiers établit aussi des normes (art. 3 et 4) assorties de sanctions pénales (art. 29 à 35), S.R.Q. 1964, c. 121.

²⁵ S.C. 1970-71-72, c. 41.

²⁶ Cette commission fut établie en 1962 par l'Organisation pour l'alimentation et l'agriculture et l'Organisation mondiale de la santé, organismes spécialisés des Nations-Unies; l'objectif de ces organismes est de veiller à ce que les produits alimentaires étiquetés le soient de manière à prévenir la fraude.

a présenté une liste de produits requérant une normalisation. Ces produits sont: détergents en poudre, céréales de table, produits en papier à usage domestique, boissons gazeuses, shampooings, ketchup et beurre d'arachide.

Une autre loi, ayant une finalité similaire, est celle qui oblige de donner aux consommateurs des renseignements suffisants sur les produits textiles à l'usage domestique au Canada²⁷. L'objet de la loi est d'interdire l'importation, la vente ou la publicité d'un article textile de consommation sans qu'on lui ait apposé une étiquette renseignant sur le contenu de fibres textiles (art. 3); les renseignements trompeurs se rapportant à l'article textile vendu ou annoncé sont prohibés (art. 5) et chaque étiquette contenant des renseignements doit indiquer un certain nombre de renseignements pertinents dont le nom générique de chaque fibre, le pourcentage du poids de chaque fibre par rapport au poids total de l'article, l'identité du fabricant et, enfin, autres renseignements exigés par les règlements (art. 6). L'emploi de l'anglais et du français est obligatoire. M. Ron Basford, ministre de la Consommation et des corporations, lors de la proclamation de la loi a déclaré: « Lorsque le présent règlement prendra effet et que les consommateurs auront eu l'occasion de se familiariser davantage avec les noms génériques, ils pourront faire des achats plus judicieux, en fonction de la qualité, des caractéristiques de durabilité et du prix du produit textile²⁸. » Dans une livraison récente de la brochure publiée par le ministère de la Consommation et des corporations à l'intention des consommateurs, le public est informé des nouveaux modes d'étiquetage et des symboles fondés sur un code de couleurs indiquant si les produits peuvent être lavés, blanchis et repassés ou seulement nettoyés à sec; les informations sont données aussi en fonction de la solidité des couleurs, du rétrécissement et de la déformation des tissus²⁹. Les marchands de vêtements ont reçu du ministère la brochure intitulée *Examinez bien cette étiquette* et sont invités à la distribuer à leurs clients.

La législation canadienne sur les aliments et drogues remonte au 1^{er} janvier 1875, mais ce n'est que depuis 1968 que le ministère de la Santé a voulu adopter un rôle plus ouvert pour la protection du consommateur³⁰. Cette loi est destinée à protéger le consommateur contre les produits dangereux pour la santé et contre la publicité trompeuse et la fraude dans l'emploi et la vente d'aliments, drogues, cosmétiques et d'instruments thérapeutiques. La vente d'aliments contenant une substance toxique et délétère est interdite, de même que la fraude dans l'étiquetage, l'emballage ou la publicité quant à la nature, la valeur, la composition et la qualité des produits (art. 4). La vente des drogues est étroitement réglementée quant aux normes de qualité et la présentation des produits (art. 8 à 15). De même les cosmétiques et les instruments thérapeutiques ne doivent pas être susceptibles de nuire à la santé de l'utilisateur de ces produits. L'annexe G de la loi donne la liste des drogues contrôlées et l'annexe H donne celle des drogues d'usage restreint.

²⁷ Loi concernant l'étiquetage, la vente, l'importation et la publicité des articles textiles de consommation, S.R.C. 1970 (1^{er} suppl.) c. 46.

²⁸ *Les Affaires*, 20 déc. 1971, p. 9.

²⁹ *Contact*, publication autorisée par l'honorable Herb Gray, ministre de la Consommation et des Corporations, mars-avril 1973, p. 1 et 4.

³⁰ Loi concernant les aliments, drogues, cosmétiques et instruments thérapeutiques, S.R.C. 1970, c. F-27.

En 1968, la Division des consommateurs de la Direction générale des aliments et drogues, auprès du ministère de la Santé nationale, a publié un *Manuel du consommateur* qui permet à tout lecteur d'être bien renseigné et averti. On y lit, par exemple, que les aliments traités par irradiation ne sont pas dangereux pour la santé; que l'utilisation sans discernement des édulcorants artificiels à la place du sucre dans la diète quotidienne n'est pas recommandée; que les vitamines ne sont pas nécessaires pour les consommateurs, à moins d'être prescrites par un médecin, et qu'une personne saine retire toutes les substances nutritives des aliments à meilleur marché. Dernièrement, le Département a pris des mesures énergiques contre la publicité trompeuse et la fraude dans les produits chimiques et mécaniques qui sont censés faire maigrir. Le D^r A. B. Morrison, assistant sous-ministre, remarque, relativement aux revues féminines canadiennes que « si vous enlevez toutes les réclames concernant le développement des seins, il ne reste plus que quatre ou cinq pages ». Depuis le mois de mai 1973 les manufacturiers ont la charge de la preuve que leurs produits sont sans danger; ce renversement du fardeau de la preuve facilite et active de beaucoup le travail du ministère. En cela on a suivi la pratique de la Commission fédérale sur les pratiques commerciales aux États-Unis. Dorénavant le manufacturier devra prouver, par exemple, comment les pastilles antiseptiques « Listerine » peuvent-elles soulager un mal de gorge « en quelques minutes » ou comment les pilules « Dristan » peuvent éliminer les douleurs musculaires qui accompagnent parfois le rhume ³¹.

Nous ne ferons que mentionner les lois qui visent la sécurité du public, d'une manière large, et que nos collègues de Common Law classent dans la catégorie de statuts protégeant le consommateur.

Le public est protégé contre l'annonce, la vente ou l'importation de produits dangereux énumérés dans la loi; tels les meubles et jouets destinés aux enfants enduits d'un revêtement de plomb, les revêtements liquides et décapants pour peintures à vernis, à usage domestique ayant un point d'inflammation déterminé par l'Office des normes du gouvernement canadien, les agents de blanchiment d'usage domestique contenant du chlore, les explosifs, les produits antiparasitaires et autres ³². Il existe actuellement un Comité consultatif de la sécurité des jouets. En novembre 1971, avec son concours, les services du ministère de la Consommation et des corporations ont saisi un jouet formé de graines de l'arbre à chapelet (bois de bedeau) dont les graines sont susceptibles de causer la mort; en mai 1972, furent retirés du commerce des services de vaisselle ayant un émail contenant une certaine teneur de plomb soluble; en août 1972, le ministre a défendu l'usage

³¹ La direction générale de la protection de la santé publie un rapport trimestriel des condamnations en vertu de la loi et des règlements des aliments et drogues et de la loi et des règlements sur les stupéfiants, ministère de la Santé et du Bien-être social du Canada, Ottawa. Signalons que dans la province de l'Alberta une législation adoptée en 1962 permet aux pharmaciens de donner un médicament équivalant à celui qui est prescrit par le médecin; cette législation a pour but de réduire le coût aux consommateurs. D'autres provinces ont manifesté leur vif désir de s'inspirer de cette législation.

³² *Loi interdisant la vente, l'annonce et l'importation de produits dangereux*, S.R.C. 1970, c. H-3.

de 26 modèles de sièges d'enfants pour autos qui n'ont pas répondu aux normes techniques lors d'essais de laboratoire; en septembre 1972, un nouveau règlement a défendu les allumettes qui ont des tiges faibles, qui laissent tomber des particules rougeoyantes ou qui éclatent au visage³³.

Faut-il mentionner aussi la loi qui prescrit les normes de sécurité concernant la construction et le fonctionnement des véhicules automobiles³⁴, la *Loi sur les poids et mesures* et celle sur la marque de commerce nationale et l'étiquetage exact³⁵. D'autres lois se réfèrent à l'étiquetage, aux normes, à l'emballage et à l'inspection des aliments³⁶. Mais, si nous ne sommes pas convaincus que les lois que nous venons de mentionner peuvent être classifiées dans la catégorie des lois du consommateur, par contre est-il indiscutable que certaines lois concernant le crédit ont un caractère plus spécifique.

LE CRÉDIT ET LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR.

En juin 1972 le montant des prêts de consommation au Canada s'élevait à 13.562 millions de dollars. Ainsi les Canadiens se classent, après les Américains, au second rang dans le monde pour l'endettement per capita. Environ 22,5% du revenu disponible est dépensé pour le paiement de dettes contractées à court ou à moyen terme. L'« industrie » de la finance est une grosse affaire au Canada et l'endettement continu de la masse ne cesse de continuer.

Contrairement à d'autres pays, au Canada, aucun organisme ne réglemente, suivant la situation économique et financière, le taux de crédit accordé au consommateur. La *Loi sur l'intérêt*, en effet, énonce le principe de la légalité du taux d'intérêt conventionnel illimité³⁷. La loi exige seulement qu'on indique le taux annuel si l'intérêt est payable à un taux ou pourcentage par jour, semaine ou mois pour une période de moins d'un an (art. 4); si le capital est garanti par hypothèque, l'article 6 exige que l'acte d'hypothèque indique le capital et l'intérêt exigible, « calculé annuellement ou semestriellement, mais non d'avance ». Les anciennes lois prohibant l'usure ont donc

³³ Pour compléter l'énumération des lois du genre, indiquons aussi la *Loi sur les stupéfiants*, S.R.C. 1970, c.N-1 et la *Loi sur les explosifs*, S.R.C. 1970, c. E-15.

³⁴ Loi concernant l'emploi de marques nationales de sécurité pour les véhicules automobiles et prévoyant l'établissement de normes de sécurité pour certains véhicules automobiles importés au Canada ou exportés ou transportés d'une province à une autre, S.R.C. 1970, (1^{er} suppl.) c. 26.

³⁵ Dans l'ordre du texte: 19-20 *Éliz. II* (1971), c. 36; S.R.C. 1970, c. N-16.

³⁶ *Loi sur les viandes et conserves alimentaires*, S.R.C. 1970; c. M-6; *Loi sur l'inspection des viandes*, S.R.C. 1970, c. M-7; *Loi sur les produits laitiers du Canada*, S.R.C. 1970, c. D-1; *Loi sur l'inspection du poisson*, S.R.C. 1970, c. F-12; *Loi sur les fruits, les légumes et le miel*, S.R.C. 1970, c. F-31; *Loi sur l'industrie des produits de l'érable*, S.R.C. 1970, c. M-2; *Loi sur les épizooties*, S.R.C. 1970, c. A-13.

³⁷ « Sauf disposition contraire de la présente loi ou de toute autre loi du Parlement du Canada, une personne peut stipuler, allouer et exiger, dans tout contrat ou convention quelconque, le taux d'intérêt ou d'escompte qui est arrêté d'un commun accord », *Loi concernant l'intérêt*, S.R.C. 1970, c. I-18, art. 2.

été abrogées au Canada et la seule protection du consommateur consiste à savoir le taux d'intérêt annuel qu'il est obligé de payer.

Ces dispositions de la *Loi sur l'intérêt* se sont avérées inefficaces. Pendant plusieurs années on a assisté à une controverse ayant comme objet de savoir s'il faut dévoiler l'intérêt en calculant le montant effectif de l'intérêt payé par le consommateur. Sous la pression de l'opinion publique, la *Loi sur les banques* fut amendée afin d'obliger ces institutions financières de calculer les frais d'emprunt en indiquant le taux annuel ainsi que le montant de l'intérêt exprimé en dollars et en cents³⁸. Cependant ces amendements n'ont pas changé le principe de la liberté conventionnelle sur le taux d'intérêt qui a été réaffirmé dans l'article 91³⁹. Toute publicité concernant le taux d'intérêt doit aussi contenir les mêmes renseignements que le contrat de prêt (Règlements, art. 13).

Remarquons que les législatures provinciales ne peuvent légiférer sur l'intérêt de l'argent qui est de compétence fédérale exclusive. Cependant, plusieurs provinces ont adopté des dispositions concernant le dévoilement du taux d'intérêt pour les contrats assortis d'un crédit. Le fondement de cette législation s'appuie sur l'idée qu'un acheteur à crédit mieux informé sur le taux d'intérêt véritable saura se protéger contre les « requins de la finance » en meilleure connaissance de cause⁴⁰.

Une seule loi oblige les prêteurs d'argent de limiter le taux d'intérêt à 24% par an pour un solde impayé d'au plus 300 dollars, à 12% annuellement pour le solde de 300 à 1000 dollars et à 6% par an pour l'excédent jusqu'à 1500 dollars. Deux remarques s'imposent: cette loi s'applique si le solde du capital n'excède pas 1500 dollars; on voit que son domaine d'application est limité car, avec l'inflation, les demandes d'emprunt faites par le consommateur excèdent généralement 1500 dollars. En second lieu, les compagnies prêteuses refusent de prêter à un client qui ferait une demande de prêt de 1490 dollars par exemple, car ces compagnies empruntent elles-mêmes des banques pour financer leurs opérations à un taux d'intérêt de 9%; elles ne peuvent donc pas prêter à un taux de 6%. Pour cela les emprunts faits sont pour des petits montants (au taux de 24% l'an !) ou pour des sommes excédant 1500 dollars. La loi n'a donc pas atteint son objectif et de multiples demandes pour augmenter le plafond actuel de 1500 dollars n'ont pas encore eu l'oreille du législateur. L'effet escompté lors de l'adoption de la loi n'est pas atteint et le préambule du statut, qui indique sa raison d'être, nous indique un ensemble de bonnes intentions qui ne furent pas réalisées⁴¹.

³⁸ *Loi sur les banques*, S.R.C. 1970, c. B-1, art. 92 (3). Voir aussi les règlements sur le coût bancaire d'emprunt et règlements sur le dévoilement du taux d'intérêt.

³⁹ « La banque peut payer n'importe quel taux d'intérêt sur une dette payable par elle, et elle peut prélever n'importe quel taux d'intérêt ou d'escompte sur un prêt ou une avance consentis par elle ou sur une dette ou un engagement envers elle », article 91.

⁴⁰ A titre d'exemple voir la *Loi de la protection du consommateur*, Québec, S.Q. 1971, chap. 74, art. 9 à 43. Ontario, *The Consumer Protection Act*, R.S.O. 1970, c. 82, sec. 36 and f° 11.

⁴¹ « Considérant que les prêteurs d'argent ont pris l'habitude d'imposer aux emprunteurs des frais réclamés comme escompte, déduction sur une avan-

Puisque les chèques et les billets sont des instruments d'usage courant lors d'un achat à crédit, nous ne pouvons passer sous silence l'amendement apporté en 1969 à la *Loi sur les lettres de change*. Actuellement, une lettre, un chèque ou un billet du consommateur doit porter au recto les mots « Achat de consommation »; quiconque, sachant que l'effet est souscrit pour un achat de consommation, l'émet ou le négocie sans y indiquer l'inscription requise commet un acte criminel passible d'une amende.

Le but de cet amendement de la *Loi sur les lettres de change* est d'écartier l'application des textes en vertu desquels le souscripteur d'un effet ne peut opposer au détenteur régulier des moyens de défense personnels. Antérieurement à l'amendement, l'acheteur, par exemple, d'une voiture ayant des défauts cachés, ou celui dont la marchandise achetée ne fut pas livrée par le vendeur, n'avait aucune protection contre les institutions financières auprès desquelles les commerçants marrons se dépêchaient d'escompter les effets. Avec l'inscription au recto, on empêche que le détenteur de l'effet ait la qualité de détenteur régulier. L'acheteur peut ainsi opposer au cessionnaire de l'effet les moyens de défense qu'il peut opposer contre son vendeur en vertu des garanties contractuelles ou légales ou par suite de non livraison de la marchandise⁴². Ainsi on empêche l'usage déloyal d'effets de commerce par des vendeurs sans scrupules.

On constate ainsi que, en ce qui concerne le taux d'intérêt, la protection du consommateur est en pratique assez médiocre. Le législateur se base sur le postulat que l'acheteur sera plus prudent et raisonnable si le taux d'intérêt annuel et le montant en dollars qu'il représente lui sont dévoilés; l'expérience indique cependant que, au moins suivant la mentalité canadienne, ce moyen est une piètre barrière de protection. Par contre l'amendement de la *Loi sur les effets de commerce* a eu des résultats concrets et constitue actuellement la meilleure protection en matière de crédit.

Il nous reste à examiner le dernier domaine de la protection pénale du consommateur qui concerne la fraude et la publicité trompeuse.

PROTECTION CONTRE LA FRAUDE ET LA PUBLICITÉ TROMPEUSE.

On a pu constater que dans plusieurs des lois déjà mentionnées, la réglementation concernant l'emballage, l'étiquetage et la publicité des produits,

ce, commission, courtage, frais d'hypothèque mobilière et droits d'enregistrement, amendes, sanctions, ou frais de recherches, renouvellements ou défauts de paiement, qui, en réalité et en substance, constituent une compensation totale ou partielle pour l'usage de l'argent prêté ou pour l'acceptation du risque de perte, ou se trouvent tellement englobés dans cette compensation qu'ils n'en peuvent être distingués, et sont, en certains cas, des charges payables en principe par le prêteur, mais dont le prêteur exige l'acquittement par l'emprunteur; et considérant que ces méthodes ont pour résultat d'ajouter au coût de l'emprunt sans augmenter le taux nominal d'intérêt exigé, ce qui a rendu inopérantes les dispositions de la loi relative à l'intérêt et à l'usure . . . » : *Loi concernant les petits prêts*, S.R.C. 1970, chap. 5-11.

⁴² Loi modifiant la *Loi sur les lettres de change*, S.C. 1969-70, c. 48, art. 188 à 192.

visé une information complète de l'acheteur; cela empêche directement ou indirectement la fraude ⁴³.

Il existe cependant des textes concernant directement la répression des opérations frauduleuses en matière de contrats et de commerce; ces textes se trouvent dans le Code criminel ⁴⁴. D'autre part, en matière de publicité, il faut mentionner les articles 36 et 37 de la *Loi des enquêtes sur les coalitions* qui sont les textes les plus utilisés actuellement dans les poursuites pénales contre les marchands malhonnêtes, individus ou compagnies ⁴⁵.

Le Code criminel réprime la fraude ou le faux semblant par lesquels on frustre le public de quelque bien ou argent (C. crim., art. 338). La jurisprudence a étendu le domaine d'application de ce texte, en faisant une distinction essentielle entre l'élément de fraude et celui du faux semblant. La fraude est établie si on se sert de supercherie, mensonge ou autre moyen dolosif, tandis qu'un mensonge est suffisant pour constituer la fraude. On s'est déjà étonné de la timidité avec laquelle les procureurs de la Couronne intentent des poursuites contre les marchands afin de réprimer les fraudes et protéger ainsi le consommateur. Personnellement, il nous semble que ces textes ont été conçus dans un esprit bien différent de celui qui anime la législation actuelle, même si, techniquement, une accusation fondée sur le Code criminel aurait des effets préventifs et curatifs salutaires. Nous croyons que ces observations restent pertinentes par rapport à l'article 366 qui voit une infraction pénale dans le fait de frauder ou tromper le public en faisant passer d'autres marchandises ou services que ceux qui ont été requis, ou en désignant faussement une marchandise en ce qui concerne sa nature, qualité, quantité, composition, origine géographique ou son mode de fabrication.

Depuis environ deux ans, la jurisprudence relative à la publicité trompeuse constitue une partie appréciable des décisions qu'on trouve dans les rapports judiciaires. L'article 36 de la *Loi sur les coalitions* sanctionne toute annonce comprenant un prix de comparaison faux et trompeur. Aussi la compagnie Dupuis Frères Limitée fut condamnée à une amende de \$500 pour avoir indiqué dans sa publicité que le prix ordinaire des manteaux de fourrure annoncés était de \$1300; or l'enquête faite par le ministère de la Consommation et des corporations a révélé que le prix régulier du même article était \$807,40 ⁴⁶. Au cours de l'exercice financier clos le 31 mars 1972, il y a eu 28 dossiers devant les tribunaux et 21 condamnations ont été prononcées; 12 affaires étaient pendantes et 5 étaient portées en appel ⁴⁷. On

⁴³ Mentionnons aussi la disposition suivante: « Le gouverneur en conseil peut établir des règlements prescrivant la façon et la manière dont une marchandise qu'il désigne, ou un colis ou récipient la contenant, si ladite marchandise est marquée, étiquetée ou décrite dans la publicité aux fins d'indiquer la substance ou la qualité de pareille marchandise ou le volume ou contenu, en poids ou en mesure, du colis ou du récipient, doit être marqué, étiqueté ou décrit dans la publicité destinée à ces fins . . . », *Loi sur l'apposition d'une marque de commerce nationale sur les marchandises et leur désignation exacte*, S.R.C. 1970, c. N-16, art. 5.

⁴⁴ Code criminel, S.R.C. 1970, c. C-34, art. 337 et suiv.

⁴⁵ *Loi des enquêtes sur les coalitions*, S.R.C. 1970, c. C-23.

⁴⁶ *R. c. Dupuis Frères Limitée*, (1972) 5 C.P.R. (2d) p. 176.

⁴⁷ *Rapport du Directeur des Enquêtes et recherches. Loi relative aux enquêtes sur les coalitions*, pour l'exercice clos le 31 mars 1972, à la p. 43.

constate donc une certaine efficacité de la législation. Il est intéressant de rappeler que la raison d'être de cette législation visait aussi — suivant les motifs donnés par le ministre de la Justice en présentant la loi — la concurrence déloyale entre les commerçants⁴⁸. Il est certain que les marchands considèrent cette législation comme une nuisance à la liberté du commerce, plutôt que comme un moyen de sanctionner les méthodes déloyales dans le commerce par la publicité mensongère.

Le 31 juillet 1969 fut proclamé en vigueur l'article 37 qui stipule qu'on ne peut faire des déclarations de fait qui sont fausses et trompeuses. Ce texte fut l'ancien article 306 du Code criminel mais qui ne fut jamais invoqué pour la protection du consommateur. L'insertion de ce texte dans la *Loi des enquêtes sur les coalitions* a fait « redécouvrir » cet article et on remarque une augmentation constante des poursuites, ainsi que des condamnations. Au cours de l'exercice financier 1971-72, il y a eu 59 poursuites qui se sont soldées par 47 condamnations; deux affaires étaient en appel et 47 dossiers étaient pendants⁴⁹.

Un exemple tiré de la jurisprudence récente illustre bien l'objet de l'article 37. Une compagnie vendant des automobiles avait annoncé qu'elle offrait 100 gallons d'essence avec l'achat d'une voiture. Quatre personnes ont acheté des voitures. La défenderesse, subséquemment, a refusé de donner l'essence promise dans sa publicité sous prétexte que les voitures ont été vendues à un prix inférieur à celui qui était originairement demandé. L'accusée fut condamnée car sa promesse de donner 100 gallons gratuitement était un énoncé qui ne faisait aucune distinction; cette annonce devenait fausse et trompeuse si, après l'achat, le client apprenait qu'il n'avait pas droit à cette essence puisque la voiture lui était vendue à un prix inférieur à celui qui était originairement demandé⁵⁰.

Un grand nombre de plaintes fut reçu au Département au sujet de la publicité faite pour les jeux et les concours. La tromperie consiste souvent à passer sous silence les chances que pourrait avoir une personne de gagner un prix. Dernièrement on a constaté que les maisons commerciales s'abstiennent dorénavant d'offrir, par exemple, « un cadeau gratuit » sous réserve d'acheter d'autres marchandises au prix courant.

Il nous reste à dire quelques mots des ventes pyramidales. Elles consistent en certains plans, ou opérations de tout genre, suivant lesquels une personne paye un montant d'argent afin de recevoir une somme plus élevée par d'autres personnes qui participent à ce plan. C'est une infraction crimi-

Voir à la page 42 le graphique comparatif des poursuites intentées de 1962 à 1972.

⁴⁸ « Plusieurs cas ont été portés à l'attention du Directeur des coalitions... où un marchand, afin de faire voir que le prix auquel il offre un article est plus favorable qu'il l'est en réalité, fait un exposé trompeur au public du prix auquel ledit article est ordinairement vendu. En plus d'être trompeuse pour le public acheteur, cette pratique constitue aussi une méthode déloyale de concurrence contre d'autres marchands... », le *Hansard*, 30 mai 1960, p. 4536.

⁴⁹ *Rapport du Directeur, supra note 47, à la p. 43.*

⁵⁰ *R. c. Bowell McLean Motor Co. Ltd., (1972) 6 C.P.R. (2d) 201.*

nelle passible d'un emprisonnement de deux ans qui est prohibée au même titre que les loteries et les jeux de hasard⁵¹. Ce texte a été voté par le Parlement en 1935 pour réprimer les fraudes résultant des chaînes de lettres. Ainsi dans l'espèce *R. v. Pechdo*⁵², l'objectif du plan fut de faire « connaître les langues étrangères sans étude [sic] en trois mois, par le jeu et le plaisir ». Il suffisait que le participant au plan signe un contrat pour avoir droit de participer au système en versant \$254; le matériel procuré à l'acheteur ne coûtait au vendeur que \$16. L'acheteur devait encourager quatre amis à participer à ce plan, moyennant paiement de \$199 et, subséquemment, chaque participant devait intéresser quatre autres personnes. On assurait le premier contractant qu'à ce moment il toucherait un montant de \$3,200. Remarquons que, lors du procès, la défense a prétendu que l'accusé, qui était porteur d'un diplôme en éducation industrielle, a agi de bonne foi. Les juges de la Cour d'appel ont confirmé la condamnation en première instance en estimant qu'une amende de \$5,000 n'est pas trop élevée pour un plan qui a rapporté à ses promoteurs un profit net de \$33.435 pour sept semaines d'opérations. Une projection sur douze mois d'activité indique que le profit aurait pu être de \$233.670⁵³. Il est clair que le fondement de ce texte pénal est la protection du citoyen naïf et avide de gain rapide. Le juge R. Hébert s'est exprimé comme suit: « Il y a des lois qui régissent le commerce des biens meubles et immeubles, comme d'autres régissent le commerce de l'argent et des valeurs mobilières. Ces lois, qu'elles soient pénales ou autres, tendent et visent à maintenir une économie saine, stable et réaliste. Elles condamnent le trompe-l'œil, la représentation exagérée et ultra-séduisante. Le législateur, par l'article 179(1)(e) du Code criminel, poursuit le même but⁵⁴. »

Il nous reste à apprécier si, dans l'ensemble, la législation pénale du Parlement visant la protection du consommateur a atteint son but.

CONCLUSION GÉNÉRALE.

Il est indéniable que les initiatives législatives sont impressionnantes et, en apportant des correctifs aux imperfections du marché basé sur la liberté contractuelle et celle du commerce, répondent aux demandes légitimes des consommateurs. Les réactions de l'industries ne sont cependant pas toujours favorables et on a assisté à une attaque concertée contre le projet de loi modifiant la loi sur la concurrence (Bill C-256); les intérêts en jeu sont trop considérables pour qu'on puisse s'attendre à un dialogue serein entre les représentants du monde des affaires et ceux des consommateurs⁵⁵.

⁵¹ Code criminel, art. 189 (1) e.

⁵² *R. c. Pechdo* 1970, C.A. 1073.

⁵³ *Ibid.*, à la p. 1076.

⁵⁴ *La Reine c. Beauregard*, 1970 R. L. 480, à la p. 487. Le jugement fut confirmé par la Cour d'appel: 1971 R.L. 457.

⁵⁵ « Quels que soient les progrès qu'on ait pu faire pour améliorer le climat en matière de consommation au Canada et réduire l'hostilité évidente entre les consommateurs activistes et ceux qui voudraient faire progresser les intérêts du consommateur d'une part, et les producteurs, négociants et vendeurs de marchandises et de services pour utilisation et consommation personnelle d'autre part, ils ont paru se dissiper vers la fin de 1971 avec la réaction, excessive en certains cas, des milieux d'affaires au bill C-256 de

La tendance législative est néanmoins nettement dans le sens des intérêts des consommateurs. Un exemple typique est celui de la publicité pour enfants à la télévision. Le 15 janvier 1973, le député McGrath a présenté en première lecture un projet de loi visant l'interdiction des annonces au cours de la radiodiffusion d'un programme destiné aux enfants⁵⁶. Ce député a posé la question fondamentale de savoir si on a le droit moral d'adresser un message de vente à un enfant. De puissants organismes, comme l'Association canadienne des radiotélédiffuseurs, les grands magasins d'alimentation, les manufacturiers de jouets et les agences de publicité s'opposent farouchement à cet amendement. Le député a le soutien des diverses associations de consommateurs et associations de parents. A la suite de ces pressions, la Société Radio-Canada se propose de supprimer la publicité destinée aux enfants et le député McGrath a raison d'affirmer que cette décision est « une victoire importante⁵⁷ ».

D'autres projets de loi témoignent de la poursuite de l'offensive législative pour une meilleure protection du consommateur. Le député Mather se pose la question suivante: « Pourquoi la maîtresse de maison ne devrait-elle pas savoir que sa lessiveuse fonctionnera normalement pendant « X » heures ou qu'un grille-pain ne durera pas jusqu'à ses noces d'or. Le fabricant sait, de même que celui qui fait la mise en marché, quelle est la durée utile de son produit. Le consommateur ne devrait-il pas également le savoir⁵⁸ ? » Mais on peut se demander si certains députés ne considèrent pas le consommateur comme un mineur qu'on doit protéger contre ses faiblesses naturelles⁵⁹. Actuellement les efforts des associations des consommateurs convergent vers l'établissement de garanties plus efficaces lors de l'achat d'une automobile, neuve ou usagée, ou lors de l'acquisition d'une maison d'un constructeur⁶⁰.

l'ancien Parlement, le projet de Loi sur la concurrence. Presque dès le dépôt de cette deuxième mesure législative fédérale sur la consommation (la première étant la loi créant le ministère de la Consommation et des Corporations), l'atmosphère était chargée d'hostilité et d'invectives dans les attaques dirigées contre le projet de loi et ses principes fondamentaux. Et ces attaques n'étaient pas limitées à l'expression de divergences d'ordre intellectuel. Elles ont été empreintes d'émotivité et de vitupérations. » CONSEIL CANADIEN DE LA CONSOMMATION, *Rapport annuel*, 1971, à la p. 11.

⁵⁶ *Loi modifiant la Loi de la radiodiffusion* (annonces publicitaires au cours de programmes destinés aux enfants), Bill C-22, Première lecture le 15 janvier 1973. Rappelons le règlement A.C. 3268-72, du 31 octobre 1972, ayant comme objet la réglementation de la publicité pour enfants, *Gaz. Off. du Québec*, 11 nov. 1972.

⁵⁷ *Le Droit*, 16 juin 1973, à la p. 4. Aussi *Le Devoir*, 16 juin 1973, à la p. 2.

⁵⁸ *Loi modifiant la Loi sur le ministère de la Consommation et des Corporations*, Bill C-77, première lecture, le 15 janvier 1973, cf. Note explicative.

⁵⁹ Le Bill C-162 « a pour objet de modifier le Code criminel de façon à obliger les vendeurs et importateurs de boissons alcooliques d'apposer sur leurs contenants une étiquette avertissant que boire de façon excessive affaiblit la capacité de conduire » (!), Première lecture, 19 mars 1973.

⁶⁰ En octobre 1972 M. R. Basford, ministre d'Etat aux Affaires urbaines, a déclaré devant l'Association canadienne des courtiers en immeubles: « Il m'a toujours semblé un peu inconséquent le fait qu'on peut obtenir toutes sortes de garanties quand on achète un fer à repasser de \$20 ou une automo-

Il appert que la grande variété des lois en vigueur auront peu d'effet si elles ne sont pas utilisées par le consommateur d'une manière judicieuse. Cela requiert une éducation intensive du consommateur. C'est un des objectifs essentiels des diverses associations des consommateurs, ou autres organismes. Mentionnons la Fédération des associations coopératives d'économie familiale (ACEF), la Commission de surveillance du prix des produits alimentaires, l'Association des Consommateurs du Canada (pour l'année 1973-74. l'État fédéral lui accordera une subvention de \$250.000, soit une augmentation de \$100 par rapport à 1972-73)⁶¹, le Conseil canadien des normes, le Conseil consultatif canadien de la publicité. Il faut indiquer aussi le très efficace service de renseignements du ministère dont l'adresse, « Le Consommateur, Case Postale 99, Ottawa », est universellement connue.

Une législation de protection adéquate et un consommateur averti sont deux moyens qui s'épaulent mutuellement. Cela fut souligné dernièrement par la technologie alimentaire au laboratoire de Product Development et coordonnatrice du programme nutritionnel chez Libby, McNeil et Libby; sans un programme intensif destiné à aider le public à comprendre l'étiquette indiquant la valeur nutritive des aliments, « l'étiquetage nutritionnel ne constitue rien de plus qu'un exercice coûteux pour l'industrie sans profit réel pour le consommateur ⁶² ».

On peut conclure que la disparité sur le plan de la force et de l'influence économiques entre le monde des affaires et le consommateur est devenue moins intolérable. Les lois nouvelles constituent un progrès réel. Cependant elles n'ont comme objet que des aspects moins importants de la vie économique, des comportements répréhensibles.

Les problèmes de fond, qui sont complexes, n'ont pas encore été débattus. Comment départager l'intérêt du consommateur avec celui des impératifs d'une industrie expansive et progressive? Le grand débat ne fait que commencer au Canada.

Lubin LILKOFF,
*professeur à la Faculté de Droit
de l'Université d'Ottawa.*

bile. Mais quand vous achetez une maison — l'achat le plus considérable et le plus complexe qu'une personne puisse faire — vous ne pouvez dépendre que de vous-même », *The Ottawa Journal*, Oct. 4, 1972, p. 8.

⁶¹ Notes de l'allocution de M. Herb Gray, ministre de la Consommation et des Corporations, à l'assemblée annuelle de l'Association des consommateurs du Canada à Ottawa, le 11 juin 1973, à la p. 9.

⁶² *Le Devoir*, 14 juin 1973, p. 11.