

Commentaire sur la décision Tenedora 87, s.r.l. (Phoenix Spa & Resort) c. Massé – Le contrat de « points de vacances » : qualification, conséquence et pratiques de commerce

Dominique VALLIÈRES *
EYB2016REP2071 (approx. 4 pages)

EYB2016REP2071

Repères, Novembre, 2016

Dominique VALLIÈRES *

Commentaire sur la décision Tenedora 87, s.r.l. (Phoenix Spa & Resort) c. Massé – Le contrat de « points de vacances » : qualification, conséquence et pratiques de commerce

Indexation

OBLIGATIONS ; CONTRAT ; FORMATION ; CONSENTEMENT ; VICES ; ERREUR ; DOL ; RÉTICENCE ; CONTRATS NOMMÉS ; CONTRAT DE SERVICE ; QUALIFICATION ; RÉSILIATION ; PROTECTION DU CONSOMMATEUR ; APPLICATION ; CONTRATS RELATIFS AUX BIENS ET AUX SERVICES ; CONTRAT DE VENTE D'UNE CARTE PRÉPAYÉE ; STIPULATIONS INTERDITES ; CONTRATS CONCLUS PAR UN COMMERÇANT ITINÉRANT ; LIEU DE LA CONCLUSION DU CONTRAT ; PRATIQUES DE COMMERCE ; PRATIQUES INTERDITES ; REPRÉSENTATIONS FAUSSES OU TROMPEUSES SUR LE PRIX ; OMISSION DE RÉVÉLER UN FAIT IMPORTANT

TABLE DES MATIÈRES

[INTRODUCTION](#)

[I- LES FAITS](#)

[II- LA DÉCISION](#)

[III- LE COMMENTAIRE DE L'AUTEUR](#)

[CONCLUSION](#)

Résumé

L'auteur commente cette décision de la Cour du Québec (division des petites créances) dans laquelle un contrat de vente de « points de vacances », qualifié de contrat de service, est résilié à la demande de consommateurs et dans laquelle certaines pratiques de commerce s'apparentant à de la vente sous pression sont condamnées par le tribunal.

INTRODUCTION

La Cour du Québec (division des petites créances) dans *Tenedora 87, s.r.l. (Phoenix Spa & Resort) c. Massé*¹ se penche sur la qualification juridique d'un contrat par lequel les consommateurs achètent des « points de vacances » échangeables contre des séjours de villégiature dans différents hôtels ou contre d'autres services afférents. Le tribunal analyse les conséquences de la résiliation d'un tel contrat et condamne les pratiques de commerce inacceptables de l'entreprise qui s'apparentent à de la vente sous pression. Cette décision met également en lumière l'importance, pour le commerçant, d'identifier correctement son adresse au contrat, à défaut de quoi les droits élargis du consommateur en matière de contrat conclu avec un commerçant itinérant trouveront application.

I- LES FAITS

Dans les quatre dossiers réunis, la demanderesse réclame de chaque défendeur (des consommateurs) des montants de quelques milliers de dollars représentant le prix du contrat conclu. Dans tous les cas, après avoir signé et payé par carte de crédit, les consommateurs ont regretté et réussi à obtenir de l'institution financière émettrice de leur carte de crédit le renversement du paiement. Les circonstances entourant la signature de ces contrats sont les suivantes :

- Les consommateurs remplissent un coupon de tirage afin d'être sélectionnés pour un chèque-cadeau de 1500 \$ offert dans divers commerces ou festivals ;
- On les appelle ensuite leur disant qu'ils sont sélectionnés, mais qu'ils doivent assister à une présentation obligatoire d'environ une heure pour obtenir le chèque-cadeau, rencontre qui dans les faits dure beaucoup plus longtemps, soit 3 ou 4 heures ;
- Au début, le participant réussit à refuser les offres de la demanderesse pour un produit qu'il comprend plus ou moins. Cependant, alors que le participant est vulnérable après plusieurs heures de dialogue avec un représentant sympathique, ce dernier lui formule toujours des offres de moins en moins chères et de plus en plus alléchantes, jusqu'à ce que le participant auquel on a consacré autant de temps et de bons mots ne se sente plus capable de dire non. Épuisé, le participant finit par signer le contrat.

Le contrat qui est signé en est un par lequel le consommateur, moyennant certains frais annuels, devient membre du système de la demanderesse par lequel il achète des « points de vacances » qui permettent aux membres de réserver des « unités de résidences » (réservations dans des hôtels ou autres services afférents, par exemple). La durée prévue du contrat est de 10 ans.

Les parties divergent de vue sur la qualification du contrat, l'argument principal de la demanderesse étant qu'il s'agit de ventes, et sur la possibilité pour les consommateurs de le résilier, les défendeurs prétendant qu'il s'agit plutôt d'un contrat de service, invoquant le droit de résiliation unilatérale prévu à l'article [1525](#) du *Code civil du Québec* en ces matières. Les défendeurs allèguent de plus plusieurs manquements à la *Loi sur la protection du consommateur*² (« LPC ») par la demanderesse.

II- LA DÉCISION

Le tribunal rejette l'argument de la demanderesse selon lequel le contrat est essentiellement un contrat de vente, soit la vente de points.

Le tribunal est plutôt d'avis, comme les consommateurs, que les points ne sont pas la finalité du contrat, mais qu'ils constituent plutôt une « monnaie d'échange » permettant d'obtenir divers services répondant « à tous leurs besoins de vacances » (certains consommateurs, au-delà de séjours de villégiature, obtiennent ainsi via la demanderesse des billets d'avion, la location de voitures, acquittent leurs frais de croisières, etc.).

Pour le tribunal, il s'agit donc d'un contrat de service au sens de l'article [2098](#) C.c.Q. Les consommateurs pouvaient donc se prévaloir de la faculté de résiliation

unilatérale prévue à l'article [2125](#) C.c.Q. ³. Puisqu'aucune prestation de service par la demanderesse n'avait débuté, le tribunal conclut que la demanderesse n'a aucuns frais et dépenses à se faire rembourser ⁴. La réclamation de la demanderesse est donc rejetée, avec les frais de justice.

Si cela suffisait à rejeter la réclamation de la demanderesse, comme l'indique le tribunal, d'autres aspects sont abordés par le tribunal en *obiter*, dont nous traiterons notamment à la section suivante.

III- LE COMMENTAIRE DE L'AUTEUR

Le tribunal, en concluant qu'il s'agit d'un contrat de service, rejoint en cela d'autres décisions récentes de la Cour impliquant la même entreprise ⁵.

Le tribunal note par ailleurs que la prestation de la demanderesse s'apparente à celle d'un agent de voyages, les deux agissant comme intermédiaires pour offrir des services touristiques variés ⁶. Le contrat passé avec un agent de voyages a été qualifié de contrat de service par la jurisprudence ⁷.

Le tribunal souligne de plus l'importance, pour le commerçant, d'indiquer correctement sur le contrat son adresse ⁸ puisque tout contrat conclu ailleurs ⁹ sera considéré être un contrat passé par un commerçant itinérant, emportant alors un droit de résiliation unilatéral au consommateur dans les dix jours, si le commerçant détient un permis de commerçant itinérant, ou d'un an, si le commerçant ne détient pas un tel permis ¹⁰. C'est le cas en l'espèce puisque le contrat n'indique pas le lieu de l'établissement ou du bureau du commerçant et ne comporte donc pas d'adresse. Ce droit à la résiliation unilatérale par le consommateur s'ajoute donc à celui déjà prévu au C.c.Q.

Enfin, le tribunal se montre très critique des pratiques de commerces de la demanderesse, qu'il qualifie de « manoeuvres de harponnage » qui « ne sont plus acceptables dans une société moderne où la moralité commerciale s'est grandement améliorée à la suite de changements législatifs importants au cours des dernières années » ¹¹, s'inspirant en cela des commentaires faits par le juge Massol sur des pratiques commerciales similaires à celle de la demanderesse contre une autre entreprise oeuvrant dans le domaine des vacances à temps partagé (« time sharing ») ¹².

Selon le juge, ces pratiques sont contraires à plusieurs dispositions de la LPC qui interdisent ce genre de pratiques, notamment les articles [219](#) (représentations fausses ou trompeuses), [225](#) (faussement indiquer une réduction de prix ou qu'un prix est avantageux), [228](#) (passer sous silence un fait important), [230](#) (prétexter un motif pour la sollicitation portant sur la vente d'un bien ou d'un service) et [233](#) (offrir, lors d'un tirage ou d'un concours, un cadeau, un prix ou un article à rabais sans en divulguer clairement les conditions et modalités d'obtention).

Quoique cela n'ait pas été demandé en l'instance, la violation de ces articles donnait ouverture à un recours en dommages aux consommateurs, incluant des dommages punitifs, en plus de la résiliation ¹³, ou même à un recours pénal en vertu de la LPC ¹⁴.

CONCLUSION

Cette décision met en lumière l'importance de bien qualifier la nature juridique d'un contrat, nonobstant le vocabulaire employé dans le document, pour établir les droits des parties, notamment à la résiliation. Un contrat par lequel les consommateurs « achètent » des « points de vacances » échangeables contre des séjours de villégiature ou d'autres services de voyage est un contrat de service, non un contrat de vente, compte tenu de l'objet réel du contrat qui est l'obtention de ces services.

Cette décision illustre de plus clairement l'importance, pour un commerçant, de respecter la législation applicable, particulièrement les dispositions de la LPC, lorsqu'il traite avec des consommateurs. En effet, au-delà du droit commun permettant la résiliation d'un contrat de service, des pratiques interdites donneront d'autres motifs aux consommateurs d'obtenir la résiliation du contrat, voire des dommages-intérêts et des dommages punitifs (ces derniers pouvant être accordés même en l'absence de dommages compensatoires ¹⁵). Des techniques de vente sous pression faisant suite à l'obtention d'un soi-disant prix ou rabais sont clairement proscrites par le tribunal comme étant contraires à la LPC.

Enfin, pour le tribunal, le simple fait, pour un commerçant, de ne pas passer le contrat à son adresse, ou de ne pas l'inscrire sur le contrat, fera de lui un « commerçant itinérant » (à tout le moins pour ce contrat) et offrira au consommateur une faculté de résiliation unilatérale supplémentaire. Voilà un détail en apparence anodin qui ne l'est pas !

* M^e Dominique Vallières, avocat chez Lavery, concentre sa pratique en litiges civils et contractuels, notamment en responsabilité civile, en droit de la construction et en injonctions.

¹ [EYB 2016-268612](#) (C.Q.).

² RLRQ, c. P-40.1.

³ Le tribunal fait aussi un rapprochement entre l'achat des points et l'achat d'une carte prépayée au sens de l'article [187.1](#) LPC. Cela semble en définitive ne pas avoir eu d'impact direct sur la décision du tribunal, qui repose principalement sur les articles [2125](#) et s. C.c.Q.

⁴ Par application de l'article [2129](#) C.c.Q.

⁵ Voir *Lavoie c. Tenedora 87 SRL (Phoenix Spa and Resort)*, 2016 QCCQ 2726 (division des petites créances) ; *Grondin c. Phoenix Spa and Resort*, 2016 QCCQ 679 (division des petites créances).

⁶ L'article [2](#) de la *Loi sur les agents de voyages* (RLRQ, c. A-10) prévoit en effet qu'est un agent de voyage « toute personne, société ou association » qui « effectue, ou offre d'effectuer » ou « fournit ou offre de fournir un titre » pour « l'une des opérations suivantes : a) la location ou la réservation de services d'hébergement ; b) la location ou la réservation de services de transport ; c) l'organisation de voyages ».

⁷ Voir par exemple *Sarailis c. Voyages Héritage J & A inc.*, 2008 QCCA 2439, [EYB 2008-152233](#) ; *Lavoie c. Tenedora 87 SRL (Phoenix Spa and Resort)*, 2016 QCCQ 2726 (division des petites créances), précité, par. 30 à 36 ; BAUDOIN et DESLAURIERS, *La responsabilité civile*, vol. II, 7^e éd., Montréal, Éditions Yvon Blais, 2007, par. 2-474, [EYB2007RES42](#).

⁸ Soit le « lieu de son établissement ou bureau indiqué dans le contrat » selon l'article [55](#) LPC (nos soulignements).

⁹ Sauf à l'adresse du consommateur, mais seulement s'il y a été conclu à la demande expresse du consommateur et que le contrat n'a pas été sollicité ailleurs qu'à l'adresse du commerçant, art. [57](#) LPC.

¹⁰ Art. [59](#) C.p.c.

¹¹ Par. 78 à 80 de la décision commentée.

[12.](#) Voir *Lavoie c. Club Privilège (621725 Canada Inc.)*, 2015 QCCQ 7456, notamment les par. 14 et 37 à 39.

[13.](#) Art. [272](#) LPC.

[14.](#) Art. [277](#) et s. LPC.

[15.](#) *Brault & Martineau inc. c. Riendeau*, 2010 QCCA 366, [EYB 2010-170209](#), par. 41 et s.

Date de dépôt : 8 novembre 2016

Éditions Yvon Blais, une société Thomson Reuters.
©Thomson Reuters Canada Limitée. Tous droits réservés.