Avertissement aux commerçants : le coût des contrats de consommation « illisibles »

1 juin 2013

Dernièrement, la Cour du Québec a rappelé aux commerçants la responsabilité qui leur incombe de s'assurer que les consommateurs ont connaissance de clauses contractuelles importantes au moment de la conclusion d'un contrat. Dans l'affaire *159191 Canada inc. (Discount Location d'autos et camions)* c. *Waddell*[1], la Cour devait décider si une clause contenue dans un contrat de location de véhicules de deux pages prévoyant l'exclusion d'une assurance en cas de dommages dans une situation particulière était valide en vertu du droit québécois.

LES FAITS

Les faits de l'affaire sont les suivants. Le défendeur, M. Patrick Waddell, avait loué une camionnette auprès de la demanderesse, Discount Location d'autos et camions (« Discount »), et avait choisi de souscrire une assurance en cas de dommages supplémentaire. Le même jour, en tentant de stationner la camionnette, M. Waddell heurte un balcon et la camionnette a subi des dommages importants. L'espace de stationnement était suffisamment large pour une voiture ordinaire, mais trop étroit pour la camionnette. Au moment de retourner la camionnette à Discount, M. Waddell apprend que le contrat de location fait expressément exclusion de la couverture d'assurance dans le cas d'un dommage occasionné par un dégagement insuffisant en hauteur et/ou en largeur. M. Waddell s'est opposé à l'application de la clause d'exclusion et a refusé de payer les dommages. Discount l'a poursuivi afin de recouvrer la somme de 14 906 $, soit la différence entre la valeur de la camionnette avant et après l'accident.

Lors du procès, Discount a prétendu que, en conformité avec la jurisprudence applicable, elle avait intentionnellement imprimé la clause au verso du contrat, au même endroit que celui réservé pour l'acceptation et la signature du client, et que de ce fait, M. Waddell aurait dû en être conscient. En réponse, M. Waddell soutient que la préposée de Discount a omis de porter cette clause à son attention, et que, en soi, la grosseur du caractère de même que la qualité d'impression rendaient celle-ci illisible.

LA DÉCISION

S'appuyant sur plusieurs dispositions législatives, la Cour s'est prononcée en faveur de M. Waddell et a rejeté la réclamation de Discount.

ANALYSE

Premièrement, la Cour a expliqué qu'à la lumière de l'article 1436 du *Code Civil du Québec*[2] (« *CCQ* »), toute clause dans un contrat de consommation qui est illisible ou incompréhensible pour une personne raisonnable est nulle si le consommateur qui y adhère en souffre préjudice. La Cour a établi que deux des conditions requises pour l'application de cette disposition sont remplies. La Cour

Copyright (c) Lavery, de Billy, S.E.N.C.R.L. - L.L.P.

a constaté que le contrat litigieux entre dans la catégorie des contrats de consommation, au sens où l'entendent l'article 1379 CCQ et l'article 2 de la *Loi sur la protection du consommateur* du Québec[3] (« *LPC* »). Il était également clair que M. Waddell subirait un préjudice en raison de l'application de la clause, puisqu'il lui faudrait seul payer les réparations pour le véhicule. Le fond du litige consistait donc à déterminer si la clause était illisible.

Deuxièmement, avant de se pencher sur la question de la lisibilité, la Cour explique que le contractant détenant une position avantageuse se verra imposer une obligation positive de renseignement au stade de la formation du contrat. Cette obligation découle de son devoir d'agir de bonne foi imposé par les articles 6, 7 et 1375 CCQ.

Troisièmement, la Cour examine si M. Waddell avait véritablement consenti à l'application de la clause. Conformément à l'article 9 *LPC*, la Cour analyse les circonstances dans lesquelles le contrat a été conclu. Elle fait valoir que le fait que M. Waddell ait signé le contrat ne constituait pas une preuve suffisante de son consentement à ladite clause. La Cour estime que Discount devait prouver que M. Waddell avait de fait lu le contrat et en avait compris les modalités. Faisant référence à la décision de la Cour suprême du Canada dans l'affaire *Dell Computer*, la Cour explique « que l'on qualifie d'illisible la clause qui est noyée parmi un grand nombre d'autres clauses en raison de l'endroit où elle est située dans le contrat ».[4]

Quatrièmement, la Cour explique que la grosseur du caractère ou de la lettre, la forme des caractères, l'espace réservé entre les lettres et les contrastes de couleur du texte peuvent également le rendre illisible. La Cour souligne de plus que le commerçant doit s'efforcer de rendre le texte accessible, plus particulièrement lorsqu'une clause porte atteinte aux droits d'un consommateur. La clause litigieuse ne répondait donc pas aux exigences de l'article 28 du *Règlement d'application de la Loi sur la protection du consommateur*[5], à savoir, qu'elle « doit être imprimée en caractère typographique équivalent à l'HELVÉTICA MAIGRE d'au moins 8 points sur corps 10 ». Elle était imprimée en caractère typographique de 7 points sans espace suffisant entre les lettres, et n'avait pas à être paraphée, contrairement à d'autres clauses ayant des portées beaucoup moins importantes pour le consommateur (comme des clauses avisant le consommateur qu'il lui faut rapporter le véhicule avec le plein d'essence, ou demandant au consommateur de confirmer qu'il est assuré) contenues dans le contrat. Il convient de souligner qu'en vertu de la jurisprudence invoquée dans cette décision, sont considérées comme illisibles les lettres imprimées en gris pâle sur papier blanc de mauvaise qualité. Enfin, la Cour invoque l'article 17 LPC qui prévoit que, « dans tous les cas de doute ou d'ambiguïté, le contrat doit être interprété en faveur du consommateur ».

À la lumière de ce qui précède, la Cour conclut que le consentement de M. Waddell avait été vicié et déclare la clause nulle. Elle explique que toute personne raisonnable à laquelle aurait été présenté le contrat n'aurait pas compris la portée ni eu connaissance de l'existence de la clause. Le fait que Discount ait imprimé celle-ci au verso du contrat, près de l'espace réservé à la signature du consommateur, ne rendait pas celle-ci lisible. De même, il importait peu que l'assureur de M. Waddell pour son automobile personnelle lui opposait une clause similaire.

CONCLUSION

Cette décision rappelle aux commerçants le fardeau qui est le leur d'aviser les consommateurs de toutes clauses importantes qu'ils peuvent souhaiter par la suite mettre à exécution au moment même de la conclusion du contrat. De plus, les commerçants ont l'obligation de rédiger des contrats qui respectent les exigences de la *LPC* et de sa réglementation, plus particulièrement, quant à la taille et la grosseur du caractère ou de la lettre et l'espace entre les lettres. Finalement, les commerçants ne peuvent que tirer profit de l'exigence exprimée par le juge que les consommateurs doivent parapher les clauses ayant des conséquences plus importantes sur leurs obligations. De

Copyright (c) Lavery, de Billy, S.E.N.C.R.L. - L.L.P.

cette façon, les commerçants peuvent mieux protéger leurs intérêts et s'assurer que les contrats seront opposables aux consommateurs en cas de litige.

---

[1] 2013 QCCQ 3560.

[2] c. C-1991.

[3] c. P-40.1.

[4] *Dell Computer Corp. c. Union des consommateurs*, [2007] 2 R.C.S. 801, 2007 CSC 34, p.90.

[5] c. P-40.1, r. 3.

Copyright (c) Lavery, de Billy, S.E.N.C.R.L. - L.L.P.