Commerce électronique : vos obligations en matière de protection du consommateur et de concurrence

14 mai 2020

Avant de vendre vos produits et services en ligne, vous devrez déterminer la forme que prendra votre contrat ainsi que son contenu et vous assurer de respecter les dispositions de la *Loi sur la protection du consommateur* (la « LPC »). La LPC s'applique à tout contrat conclu au Québec entre un consommateur et un commerçant, notamment les contrats de vente en ligne, à titre de « contrat conclu à distance ».

Règles applicables aux contrats conclus sur Internet

Forme

Le contrat conclu sur Internet doit être sous forme écrite, doit contenir le nom et l'adresse du commerçant ainsi que la date de transaction. De plus, certaines informations doivent obligatoirement être données aux consommateurs avant la conclusion du contrat, notamment : les renseignements sur l'identification de votre entreprise; une description détaillée des biens ou des services que vous vendez, y compris leurs caractéristiques et leurs spécifications techniques; le prix de chaque bien ou les modalités de paiement; la date de livraison ou la date à laquelle le service sera fourni; et d'autres précisions quant à la livraison, les politiques d'annulation et toute autre restriction ou condition applicable.

Ces renseignements obligatoires doivent être présentés de manière évidente, compréhensible et être expressément portés à la connaissance du consommateur. Cela pourrait être fait par le biais d'une page Web contenant ces renseignements qui apparaissent obligatoirement à l'écran avant que le consommateur ne paye pour les articles dans le panier.

Acceptation

Avant la conclusion du contrat, le commerçant doit donner expressément au consommateur la possibilité d'accepter ou de refuser l'offre et d'en corriger les erreurs le cas échéant.

Exemplaire

Un exemplaire du contrat doit être remis au consommateur dans les 15 jours de la conclusion du

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

contrat. L'exemplaire remis doit pouvoir être aisément conservé ou imprimé sur support papier.

Livraison

Un consommateur peut mettre fin au contrat s'il n'a pas reçu son bien (ou si le service n'a pas été exécuté) dans les 30 jours de la date convenue au contrat ou suivant la date de la conclusion du contrat si aucune date n'est indiquée au contrat. À noter qu'un bien qu'on a tenté de livrer à la date convenue sera considéré comme livré.

Annulation

La LPC permet aux consommateurs d'annuler le contrat dans plusieurs cas, notamment lorsque le commerçant ne respecte pas les dispositions énoncées ci-dessus. Chaque commerçant est libre de prévoir une politique d'annulation et d'en fixer les conditions. Le consommateur doit être informé de cette politique avant la conclusion du contrat et elle doit être inscrite dans le contrat.

Garanties

Garantie légale

La *Loi sur la protection du consommateur* prévoit une garantie légale qui s'applique automatiquement à l'achat d'un bien, que ce soit en magasin ou à distance. En vertu de cette garantie légale, un bien doit pouvoir servir à l'usage auquel il est normalement destiné et à un usage normal pendant une durée raisonnable eu égard à son prix, aux dispositions du contrat et aux conditions d'utilisation du bien. Un consommateur a également un recours contre le commerçant en cas de vice caché du bien.

Garantie supplémentaire

Il est également possible pour un commerçant d'offrir une garantie supplémentaire en ligne aux consommateurs, à condition de respecter les dispositions prévues à cet effet de la LPC.

Application et exceptions

Veuillez noter que les règles énoncées ci-dessus s'appliquent généralement, mais peuvent ne pas s'appliquer dans le cadre de certains contrats, dont les contrats de vente de biens susceptibles de dépérir rapidement, tels que la nourriture. La *Loi sur la protection du consommateur* contient des exceptions ou des dispositions particulières à certains secteurs de consommation. Différentes lois et différents règlements pourraient également s'appliquer à certains types de biens et services que vous vendez.

Les enjeux du droit de la concurrence

La LPC contient des obligations relatives à la concurrence qui sont spécifiques au Québec. Tout commerçant au Québec devra également respecter les dispositions de la *Loi sur la concurrence* du Canada. Cette loi a pour objectif i) de préserver et de favoriser la saine concurrence entre les entreprises au Canada; ii) d'assurer aux consommateurs des prix compétitifs; et iii) d'offrir aux consommateurs un choix dans les produits et de les protéger contre les pratiques frauduleuses ou interdites.

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

Pratiques commerciales interdites

Affichage trompeur des prix

En vertu de la LPC, lorsque vous annoncez le prix d'un produit ou d'un service, vous avez l'obligation d'annoncer un prix « tout inclus », qui comprend toutes les sommes que le consommateur devra payer pour le produit ou le service. Le prix tout inclus doit être mis davantage en évidence que les sommes qui le composent. Les taxes (TPS/TVQ) entre autres choses peuvent être exclues du prix annoncé, mais devront être ajoutées au moment du paiement. L'indication et l'affichage des prix sont également assujettis à des règles précises en vertu de la *Loi sur la concurrence.*

Renseignements faux ou trompeurs

Un message publicitaire contenant des renseignements faux, trompeurs ou passant sous silence un fait important est prohibé en vertu de la LPC. La *Loi sur la concurrence* quant à elle,interdit de fournir au public une indication fausse ou trompeuse sur un point important. Les dispositions de la *Loi sur la concurrence* portant sur les indications fausses et trompeuses s'appliquent à plusieurs sujets, dont ceux qui suivent :

Indications de rendement non fondées : il est interdit de fournir au public des indications sur le rendement, l'efficacité ou la durée de vie utile d'un produit si ces indications ne s'appuient pas sur une épreuve suffisante et appropriée.
Épreuves ou attestations fausses ou non autorisées : il est interdit d'utiliser des attestations ou des épreuves de rendement de produits (ex. tests scientifiques, témoignages de consommateurs, etc.) sans autorisation. Celles-ci ne peuvent bien évidemment pas être déformées.
Garanties trompeuses : il est interdit d'offrir à un consommateur une garantie contenant des indications trompeuses sur un point important susceptible d'influencer sa décision d'achat. L'impression générale projetée par une indication ainsi que le sens littéral de celle-ci servent à déterminer si la garantie est trompeuse.
Concours publicitaires trompeurs : certains renseignements reliés à la tenue des concours publicitaires doivent obligatoirement être communiqués au public. De plus, l'envoi de toute documentation qui laisserait croire à tort au destinataire qu'il a gagné un prix ou tout autre avantage est interdit. À noter qu'au Québec, il existe des règles spécifiques liées aux concours publicitaires.

Autres pratiques interdites

La *Loi sur la concurrence* vise à prévenir les **abus de position dominante** et prévoit donc des normes plus sévères qui s'appliquent aux entreprises qui occupent une position dominante d'un marché. Les dispositions relatives au **complot** visent à empêcher une entreprise de réduire indûment la concurrence, ou encore à augmenter déraisonnablement le prix d'un produit. Cette loi prohibe également le **refus de vendre un produit**, dans la mesure où une entreprise n'a pas le droit de nuire à une cliente en refusant de l'approvisionner de façon suffisante aux conditions normales du marché. Finalement, les **restrictions verticales**, soit des pratiques telles que l'exclusivité, les ventes liées et la limitation du marché sont prohibées dans la mesure où elles imposent de façon générale des conditions qui restreignent la liberté des consommateurs.

Sanctions

Tant la *Loi sur la protection du consommateur* que la *Loi sur la concurrence* prévoient des sanctions en cas de pratique interdite. En vertu de la *Loi sur la concurrence*, certains actes sont considérés comme étant criminels si une personne les faits sciemment ou sans se soucier des conséquences qu'ils peuvent avoir sur le public.

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

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