Répertoire des rapports de projets de 1990-1991 à 1992-1993

Programme de subventions et de contributions pour les organisations sans but lucratif de consommateurs et de bénévoles
Bureau de la consommation
Direction de la politique en consommation

Industrie Canada Industry Canada

Canada

INDUSTRY CANADA/INDUSTRIE CANADA
103668

QUEEN JL 103 .C6 C368 1993 c.2
Canada. Bureau of Consumer A
Directory of project reports

DATE DUE
DATE DE RETOUR

CARR McLEAN 38-296

Répertoire des rapports de projets de 1990-1991 à 1992-1993

Programme de subventions et de contributions pour les organisations sans but lucratif de consommateurs et de bénévoles
Bureau de la consommation
Direction de la politique en consommation

Industrie Canada Industry Canada

Canada

IC N° 11292 B 94-03

TABLE DES MATIÈRES

Introduction . . . . . *i*

Assurance 1

Automobile 2

Concurrence 4

Consommateurs vulnérables 4

Crédit à la consommation 7

Environnement 9

Étiquetage 10

Indice à la consommation 11

Jouets 12

Placements 13

Protection des renseignements personnels 14

Qualité des produits 16

Représentation des consommateurs 17

Services bancaires 18

Soins de santé 22

Spectacles 23

Télécommunications 23

Index . . . . . *Index 1*

Introduction

Depuis 1985, l'ancien ministère de la Consommation et des Affaires commerciales Canada (maintenant Industrie Canada) finance des projets soumis par des associations sans but lucratif de consommateurs et de bénévoles pour étudier les problèmes de consommation sur le marché. Le financement est accordé dans le cadre du Programme de subventions et de contributions du Bureau de la consommation.

De 1990 à 1993, quelque 72 projets ont été ainsi financés sur des questions telles : la réparation et la vente automobile, les services bancaires, la concurrence, le crédit à la consommation, l'environnement, les soins de santé, les assurances, les placements, l'étiquetage, la protection des renseignements personnels, les télécommunications et les jouets. Dans la plupart des cas, les associations ont produit un rapport sur les résultats de recherche ainsi que sur leurs recommandations.

L'objet du *Répertoire des rapports de projets* est de rendre ces résultats de recherches sur des questions clés de consommation disponibles au plus vaste auditoire possible. Le répertoire présente un bref sommaire des rapports ainsi que les noms et adresses des associations les ayant produits.

Nota :

Toute demande d'obtention d'un exemplaire d'un rapport doit être acheminée à l'association l'ayant produit. Il est à noter que dans le cadre du programme, les organisations peuvent vendre des exemplaires de leurs rapports et réclamer les frais d'envoi.

Pour obtenir plus d'information sur le Programme de subventions et de contributions pour les associations sans but lucratif de consommateurs et de bénévoles, adressez-vous à la :

DIRECTION DE LA POLITIQUE EN CONSOMMATION
BUREAU DE LA CONSOMMATION
50, rue Victoria, 16e étage
Place du Portage, Tour 1
Hull (Québec) K1A 0C9
Tél. : (819) 953-3715 Télec. : (819) 953-2462

ASSURANCE

Étude de contrats d'assurance-voyage, (1992-1993), 44 pages, 5 $

L'Association des consommateurs du Québec (ACQ) a entamé cette étude après avoir reçu plusieurs plaintes de consommateurs qui ne savaient comment interpréter leurs contrats d'assurance-voyage. Dix contrats d'assurance-voyage ont été étudiés pour en relever les ambiguïtés. L'ACQ a reformulé ces passages en langage clair et accessible, et a fait des représentations auprès des assureurs concernés afin de les inciter à modifier leurs contrats. L'ACQ a aussi constaté que les agents de voyage renseignent mal les consommateurs sur les contrats d'assurance-voyage qu'ils émettent. Elle a donc fait des représentations auprès des associations d'agences de voyage et d'assureurs pour les encourager à mieux former les agents de voyage dans ce domaine.

Association des consommateurs du Québec (ACQ), 7383, rue de la Roche, Montréal (Québec) H2R 2T4 Tél. : (514) 278-5514 Téléc. : (514) 278-5515

De la perspective du consommateur : Une analyse économique des dispositions de la Loi C-28 (concernant les sociétés d'assurance et de secours mutuels), (1991-1992), 39 pages, 5 $

Ce rapport analyse la nouvelle loi sur les sociétés d'assurance et de secours mutuels (projet de loi C-28). Il décrit d'abord le marché de l'assurance canadien, puis identifie les carences de ce marché non réglementé. En effet, les consommateurs sont incapables de juger de la qualité des produits offerts, ce qui incite les assureurs à se concurrencer sur l'aspect de la commercialisation plutôt que sur la qualité des produits. L'auteur élabore une législation idéale répondant aux besoins des consommateurs. Il compare ensuite les dispositions de la loi C-28 à cette législation utopique. Il conclut que la loi C-28 protège bien les consommateurs en ce qui a trait à la solvabilité des assureurs, mais qu'il lui manque une disposition essentielle concernant la normalisation des contrats et leur approbation par le gouvernement. L'ACQ recommande donc aux gouvernements d'obliger la normalisation des contrats d'assurance pour le bénéfice des consommateurs canadiens.

Association des consommateurs du Québec (ACQ), 7383, rue de la Roche, Montréal (Québec) H2R 2T4 Tél. : (514) 278-5514 Téléc. : (514) 278-5515

Vers une standardisation accrue des produits d'assurance habitation et les politiques de rabais en matière de prévention, (1990-1991), 21 pages, 5 $

Ce rapport analyse l'ensemble des couvertures d'assurance habitation, dans le but de standardiser le plus possible les garanties offertes par les différents assureurs. L'auteur propose de standardiser les désignations pour un même niveau de protection, et d'offrir un contenu minimal pour chaque niveau de couverture. Les réactions des différents assureurs démontrent que l'industrie n'est pas favorable à l'idée d'un contrat normalisé, par niveau de protection. Cependant, cette dernière s'intéresse à l'idée d'un plancher minimal de protection, laissant aux consommateurs la possibilité de choisir d'autres

protections additionnelles adaptées à leurs besoins spécifiques. L'ACQ continuera à négocier avec l'industrie pour faire adopter une telle standardisation accrue. Quant aux politiques de rabais en matière de prévention, une enquête de l'ACQ a relevé un manque d'intérêt quasi-total pour de telles politiques. Il s'agit donc pour le consommateur de considérer la possibilité d'adopter des mesures préventives, tout en choisissant une franchise plus élevée.

Association des consommateurs du Québec (ACQ), 7383, rue de la Roche, Montréal (Québec) H2R 2T4 Tél. : (514) 278-5514 Téléc. : (514) 278-5515

AUTOMOBILE

APA Compilation of Legislation Pertaining to Automobile Financing (Compilation de l'APA des lois régissant le financement automobile), (1990-1991), 237 pages

Ce document de référence contient les principaux règlements et lois provinciaux et territoriaux relatifs au financement automobile. Un répertoire par sujet pour chaque province renvoit aux articles de loi portant sur chaque sujet en question (c.-à-d. divulgation, non-paiement et autres). On peut savoir si d'autres provinces et territoires possèdent des lois relatives à un sujet en particulier en consultant une grille comparative.

APA Report on Automobile Financing, vol. II, Advertising (Rapport de l'APA sur le financement automobile, vol. II, La publicité), (1990-1991)

Dans le volume II intitulé *Advertising*, on examine et analyse différentes catégories de publicité sur le financement automobile. Cette publicité ne comprend pratiquement aucune information à l'aide de laquelle un consommateur pourrait fonder une décision financière.

APA Report on Automobile Financing, vol. II, Appendices (Rapport de l'APA sur le financement automobile, vol. II, Annexes), (1990-1991)

Le volume II intitulé *Appendices* comporte entre autres des exemples d'un logiciel qui analyse les avantages des réductions versus les faibles taux d'intérêt et d'un autre qui analyse le coût réel des offres de financement; les conséquences de la TPS sur les ventes de voitures; et un sondage des concessionnaires automobiles relativement au financement.

Association pour la protection automobile (APA), 292, boul. St-Joseph ouest, Montréal (Québec) H2V 2N7 Tél. : (514) 273-1733/1662 Téléc. : (514) 273-0797

APA Report: Automobile Collision Repair Project (Rapport de l'APA : Projet sur la réparation automobile après collision), (1991-1992), 5 pages et annexes

Dans ce rapport, il est question du conflit entre les ateliers de réparation d'automobiles et l'industrie des assurances, ainsi que de ses conséquences pour les consommateurs.

Les ateliers de débosselage prétendent que les sommes peu élevées accordées par les compagnies d'assurance risquent de les obliger à faire des réparations de moindre qualité, tandis que les compagnies d'assurance disent qu'elles protègent les consommateurs contre des primes excessivement élevées. Pour évaluer les deux côtés de la médaille, on a effectué deux sondages : l'un auprès des ateliers de réparation dans tout le Canada et l'autre auprès des propriétaires de véhicules automobiles. D'après les résultats des sondages, les consommateurs sont généralement satisfaits tant de la qualité des réparations que du service offert par leur compagnie d'assurance. Les rapports entre les ateliers de réparation et les compagnies d'assurance se sont améliorés depuis la parution du dernier rapport de l'APA sur ces industries, paru en 1989, bien que l'on continue dans certains coins du pays à utiliser des pièces autres que d'origine, ce qui constitue un problème.

Association pour la protection automobile (APA), 292, boul. St-Joseph ouest, Montréal (Québec) H2V 2N7 Tél. : (514) 273-1733/1662 Téléc. : (514) 273-0797

APA Report: Manufacturer's Suggested Retail Price Stickers: Should Canada Follow U.S. Footsteps? (Rapport de l'APA : Étiquette de prix de détail proposé par le fabricant : Le Canada devrait-il suivre les États-Unis?), (1991-1992), 44 pages

Dans ce rapport, il est question de la nécessité de rendre plus claire la façon dont les prix des nouvelles voitures sont établis. En Amérique du Nord, les fabricants apposent sur toutes les nouvelles voitures une étiquette où est indiqué le prix de détail proposé par le fabricant. Cependant, la plupart des concessionnaires au Canada enlèvent cette étiquette, contrairement à leurs collègues américains, qui en sont empêchés par la loi jusqu'à ce que la voiture soit livrée au consommateur. Quant à eux, les consommateurs sont mécontents du marchandage auquel ils doivent se livrer lorsqu'ils achètent une nouvelle voiture. Ils exigent des renseignements plus clairs sur la façon dont les prix sont établis. Dans ce rapport, on examine quelques-unes des nouvelles stratégies d'établissement des prix mises au point en réponse à cette exigence. On y décrit aussi une enquête effectuée par l'APA auprès de dix concessionnaires Toyota de Montréal, enquête qui a révélé des cas évidents de promotion à prix réduit et de collusion pour fixer les prix. L'APA recommande au gouvernement d'adopter une loi semblable à celle en vigueur aux États-Unis afin de forcer les concessionnaires à laisser sur les voitures les étiquettes du prix de détail proposé. Le prix indiqué servirait alors de repère au consommateur dans ses négociations avec le vendeur, et diminuerait la tentation des concessionnaires de fixer les prix.

Association pour la protection automobile (APA), 292, boul. St-Joseph ouest, Montréal (Québec) H2V 2N7 Tél. : (514) 273-1662/1733 Téléc. : (514) 273-0797

CONCURRENCE

Canadian Competitiveness and the Consumer (La compétitivité du Canada et les consommateurs), (1992-1993), 2 pages et annexes

Ce rapport traite de la participation de l'ACC à deux activités visant à réduire les obstacles à la concurrence sur le marché. Tout d'abord, l'ACC était représentée au comité d'organisation de l'Initiative de la Prospérité, dont le plan d'action recommande l'éducation des consommateurs comme un des divers moyens de stimuler la concurrence. Ensuite, l'ACC a parrainé conjointement une conférence nationale intitulée *Le marché en transition*, qui a réuni des représentants du gouvernement et de l'industrie ainsi que des consommateurs en vue de discuter d'un marché plus efficace et plus équitable.

Association des consommateurs du Canada (ACC), 307, rue Gilmour, Ottawa (Ontario) K2P 0P7 Tél. : (613) 238-2533 Téléc. : (613) 563-2254

The Consumer Interest in Competition in the Airline Industry (Les intérêts des consommateurs par rapport à la concurrence dans l'industrie aérienne), (1992-1993), 4 pages et annexes

Ce rapport décrit la position de l'ACC en faveur de la concurrence dans l'industrie aérienne. Un document de travail évalue les différentes options de fusionnement qu'étudient actuellement Air Canada et les Lignes aériennes Canadien International pour retrouver leur stabilité financière. L'ACC favorise une concurrence forte, et elle préfère par conséquent une entente de partenariat entre les Lignes aériennes Canadien International et un transporteur américain à un fusionnement des deux transporteurs canadiens. Le rapport comprend également une présentation et de la correspondance adressées au gouvernement et aux organismes de réglementation à cet effet.

Association des consommateurs du Canada (ACC), 307, rue Gilmour, Ottawa (Ontario) K2P 0P7 Tél. : (613) 238-2533 Téléc. : (613) 563-2254

CONSOMMATEURS VULNÉRABLES

Les besoins des consommateurs âgés à la maison, dans les transports et sur le marché de la consommation, (1990-1091), 9 pages et annexes

Ce rapport est un compte rendu de l'opinion de 200 personnes âgées sur les produits et services qu'elles considèrent mal adaptés ou dangereux. Ces personnes avaient pris part à 15 séances de discussion un peu partout au pays. Les animateurs des séances leur ont posé des questions sur les problèmes dans trois domaines : détecteurs de fumée et réparations mineures à la maison; transport (ceintures de sécurité des autos) et accès aux endroits publics; service après-vente et instructions sur la façon d'utiliser certains produits, comme les fours à micro-ondes. Ce rapport constitue un résumé des réponses

fournies et des discussions tenues. Il se termine par des recommandations d'ordre général sur l'aménagement des logements destinés aux personnes âgées, sur le délai alloué pour monter dans les ascenseurs et pour traverser la chaussée aux passages pour piétons ainsi que sur la manière de faire connaître et de faire respecter les places réservées aux personnes âgées ou handicapées. En outre, il est recommandé, d'une part, que l'on consulte les personnes âgées au moment de la mise à l'essai ou de l'examen des produits et des services et, d'autre part, que les associations de consommateurs collaborent avec les personnes âgées afin de faciliter à ce groupe l'accès au marché.

Association des consommateurs du Canada (ACC), 307, rue Gilmour, Ottawa (Ontario) K2P 0P7 Tél. : (613) 238-2533 Téléc. : (613) 563-2254

CHHA Media Project. A Survey of the Needs of Hard of Hearing Television and Radio Consumers in Canada (Projet média de l'AMEC. Sondage sur les besoins des consommateurs malentendants de radiodiffusion et de télédiffusion au Canada), (1991-1992), 38 pages

Le rapport présente les résultats d'un sondage mené auprès des malentendants canadiens pour connaître leur satisfaction à l'égard de la radiodiffusion et de la télédiffusion. On a questionné 1 520 membres de l'Association des malentendants canadiens (AMEC) en plus d'un groupe témoin de 1 600 personnes n'ayant aucun lien avec l'Association. Les données recueillies portent sur les habitudes d'écoute de la radio et de la télévision pour les deux groupes ainsi que sur ce que ces derniers pensent aide ou nuit à leur audition et à leur compréhension des programmes. Les résultats suggèrent que les tendances sont les mêmes chez les malentendants que chez les autres consommateurs, en particulier en ce qui concerne la télévision. Un nombre de facteurs nuisent à la transmission du message pour diverses personnes, pas seulement pour les malentendants (c.-à-d. la musique de fond, les effets sonores et la différence de volume entre les commerciaux et les émissions diffusées). L'AMEC recommande aux télédiffuseurs et aux consommateurs de faire connaître leurs préoccupations, étant donné l'accroissement de la population ayant une perte de l'ouïe à cause du vieillissement ou d'un passe-temps. On encourage les diffuseurs à se sensibiliser aux besoins des consommateurs malentendants. Ces derniers devraient se renseigner sur les techniques de décodage et les appareils d'écoute qui existent et les utiliser.

Association des malentendants canadiens (AMEC), succursale Orillia et la région, C.P. 145, Orillia (Ontario) L3V 6J3 Tél. : (705) 326-9613

The Cost of Disability (Ce que coûtent les handicaps), (1992-1993), 23 pages

L'Association canadienne des paraplégiques (ACP) examine dans ce rapport le coût et la disponibilité des produits destinés aux personnes handicapées. L'ACP a envoyé un questionnaire à un millier de clients choisis au hasard dans tout le Canada, et 373 (39 %) d'entre eux ont répondu. La majorité des répondants vivaient en-dessous du seuil de la pauvreté. L'équipement et le matériel de base essentiels à la vie quotidienne étaient principalement financés par le gouvernement et les programmes d'assurance, la participation des consommateurs étant minime, voire inexistante. Les autres équipements nécessaires pour l'école ou pour le travail (c.-à-d. les ordinateurs ou les véhicules adaptés) étaient rarement fournis et leurs prix, exorbitants. L'ACP recommande que l'on donne plus de responsabilités aux consommateurs handicapés en ce qui concerne le choix des

produits, que l'on établisse des banques de prêts d'équipement usagé et que l'on intègre la conception et la commercialisation des produits destinés aux personnes handicapées pour les rendre plus accessibles. Le sondage a également révélé des problèmes en ce qui a trait au coût élevé des services essentiels, tels que les soins auxiliaires aux handicapés et les logements adaptés.

Association canadienne des paraplégiques (N.-B.) Inc., 400, chemin Wilsey, C.P. 355, succursale A, Fredericton (Nouveau-Brunswick) E3B 4Z9 Tél. : (506) 458-9134 Téléc. : (506) 458-9134

Decoder and Closed Captioning Research Project Report (Rapport d'un projet de recherche sur les décodeurs et le sous-titrage), (1990-1991), 106 pages

Les résultats de ce rapport se perdent dans un texte volumineux. La première partie porte sur le fonctionnement des décodeurs de sous-titres pour la télévision. Chaque modèle de décodeur est vérifié et évalué sur le plan technique, faisant ressortir de nombreux problèmes d'utilisation et d'entretien. Le rapport comporte un certain nombre de recommandations pour corriger ou rappeler les décodeurs, à l'intention de l'Association canadienne de normalisation. L'auteur conclut que les décodeurs extérieurs devraient être remplacés par des circuits intégrés de décodage. La deuxième partie porte sur un sondage national des usagers des services de décodage et de sous-titres. Un questionnaire a été envoyé aux personnes sourdes et malentendantes dans tout le Canada, membres de 64 organismes anglophones et de 49 organismes francophones. Seulement 422 personnes ont répondu. Le taux peu élevé de réponses est attribuable à des problèmes d'analphabétisme chez les sourds. Les résultats sont donnés par province et pour tout le pays. En conclusion, le rapport suggère 36 points à améliorer dans le domaine du décodage et présente 49 autres préoccupations.

Association des sourds du Canada (ASC), 205-2435, Holly Lane, Ottawa (Ontario) K1V 7P2 Tél. : (613) 526-4785

National Recommendations for Wheelchair Accessible Taxis (Recommandations nationales pour des taxis accessibles en chaise roulante), (1990-1991), 62 pages

Ce rapport recommande des normes nationales assurant la sécurité et la dignité des personnes handicapées utilisatrices de taxis accessibles. On y donne un aperçu des normes actuelles, recueillies grâce à un sondage envoyé aux municipalités et organismes provinciaux au Canada et à l'étranger et à un autre envoyé aux compagnies de taxis et aux fabricants. L'auteur analyse les exigences fédérales actuelles, compare les exigences provinciales, et liste le nombre de taxis accessibles par municipalité et les exigences relatives aux permis. Les normes d'autres pays sont également étudiées. Le rapport compare également les spécifications des véhicules de différentes compagnies qui construisent ou modifient les taxis accessibles aux personnes handicapées. Les résultats montrent clairement que le Canada manque de normes nationales appliquées de façon suivie. Les recommandations du rapport s'adressent à chaque palier de gouvernement ainsi qu'aux fabricants de taxis et à ceux qui les modifient, et visent l'instauration d'un système national de normes et d'accréditation.

The B.C. Coalition of People with Disabilities, 204-456, rue Broadway ouest, Vancouver (Colombie-Britannique) Tél. : (604) 875-0188 ou 1-800-663-1278 Téléc. : (604) 875-9227

National Standards for Wheelchair Accessible Taxis (Normes nationales pour les taxis accessibles en chaise roulante), (1990-1991), 31 pages

Ce document est le pendant du rapport *National Recommendations for Wheelchair Accessible Taxis*. On y propose des normes spécifiques pour les petits véhicules qui sont modifiés pour le transport des utilisateurs de chaises roulantes. L'Association canadienne de normalisation ne réglemente pas encore ce genre de véhicule. On recommande dans ce document des spécifications techniques détaillées en ce qui concerne, par exemple, le système de retenue des chaises roulantes, la hauteur à l'intérieur, les dimensions et l'emplacement de la porte d'entrée, les sièges des passagers, les rampes et les leviers.

The B.C. Coalition of People with Disabilities, 204-456, rue Broadway ouest, Vancouver (Colombie-Britannique) Tél. : (604) 875-0188 ou 1-800-663-1278 Téléc. : (604) 875-9227

CRÉDIT À LA CONSOMMATION

Consumer Competency in Credit (Compétence des consommateurs en matière de crédit), (1992-1993), 51 pages, 25 $

Cette étude exploratoire examine les connaissances et la compréhension des consommateurs en matière de crédit. Des interviews et des groupes de discussion organisés avec un petit nombre de spécialistes et de consommateurs ont fait ressortir certains éléments. Les consommateurs lisent et comprennent les conditions de base de leur contrat de crédit, mais ressentent le besoin d'apprendre davantage sur le crédit en général. Ils ne savent pas à qui s'adresser pour obtenir de l'aide pour les questions de crédit. Les gens ne semblent pas comprendre qu'un prêt est un achat, et ne connaissent pas le coût global de ce service. L'éducation en matière de crédit pour tous les âges semble être nécessaire et désiré.

Association des consommateurs du Canada - Saskatchewan (ACC-Saskatchewan),Bay A5A, 116, 103e rue Est, Saskatoon (Saskatchewan) S7N 1Y7 Tél. : (306) 242-4909 Téléc. : (306) 373-5810

Du crédit à tout prix (1992-1993), 261 pages, 20 $

Ce rapport fait état d'une analyse de l'utilisation du crédit par les consommateurs à la lumière du haut taux d'endettement des Canadiens. On insiste sur le lien entre l'endettement et le ralentissement de l'économie et la nécessité d'une meilleure utilisation du crédit pour réussir la relance économique. On y fait l'inventaire des formes de crédit sur le marché, soulignant les plus dispendieuses. On identifie les critères d'obtention du crédit ainsi que les différentes stratégies de marketing. Un sondage téléphonique mené par la firme Angus Reid révèle que plus de la moitié des consommateurs se voient obligés d'utiliser le crédit. Près du tiers doit alors se priver de l'essentiel pour payer leurs dettes. Ce surendettement réduit le pouvoir d'achat des familles, ralentissant ainsi l'économie. L'auteur considère, comme la majorité des répondants, que l'accès au crédit doit être basé sur la capacité réelle de remboursement de l'emprunteur et que les gens doivent apprendre à établir un budget et à épargner. Le rapport contient des conseils sur

la façon de dresser un budget et d'utiliser le crédit. Ses recommandations aux gouvernements et aux institutions financières portent sur la responsabilisation de ces dernières vis-à-vis des critères d'obtention du crédit et sur le besoin d'éducation publique en matière de crédit.

Service d'aide au consommateur (SAC) de Shawinigan, 453, 5e rue, bureau 1, Shawinigan (Québec) G9N 1E4 Tél. : (819) 537-4752 Téléc. : (819) 537-5259

Les jeunes et le crédit (1992-1993), 50 pages

Cette recherche explore la problématique des jeunes et du crédit. Elle soulève le manque de données statistiques spécifiques à la clientèle âgée de 18 à 24 ans. À la suite d'entrevues avec des personnes concernées des gouvernements, des universités et des institutions financières, l'auteur dresse le portrait d'une génération axée sur la consommation, mais mal informée, surendettée et dupe de la publicité. Il souligne que les jeunes ont grand besoin de formation dans le domaine du crédit.

Association coopérative d'économie familiale (ACEF) de Thetford Mines, 37, rue Notre-Dame sud, Thetford Mines (Québec) G6G 1J1 Tél. : (418) 338-4755

Home Equity Conversion: The Study of Reverse Mortgages as a Housing and Planning Option (Conversion de l'avoir propre foncier. Étude des hypothèques inversées comme option de logement et de planification), (1990-1991), 21 pages, 8 $

L'étude examine les hypothèques inversées comme instrument de revenu pour les personnes âgées qui possèdent leur propre maison, sans hypothèque. L'auteur décrit différents types d'instruments de conversion de l'avoir propre (CAP), ainsi que leur marché actuellement limité au Canada. La demande de CAP n'est pas courante parce que les consommateurs craignent de perdre leur sécurité à long terme et leur héritage, parce qu'ils ne comprennent pas le fonctionnement de la conversion de l'avoir propre, et parce qu'ils ne peuvent comparer différentes formules de conversion. L'examen de certains modèles américains a permis de proposer des solutions à ces problèmes : une technique efficace de comparaison des formules de conversion de l'avoir propre qui garantit la divulgation de tous les coûts de la conversion; des restrictions en ce qui concerne les recours du prêteur en cas de déficit entre le montant dû à la maturité et la valeur de la propriété; l'aide de conseillers financiers indépendants inscrits; un plan d'assurance géré par le gouvernement pour restreindre les risques et assurer l'accessibilité du programme dans le milieu rural. Le rapport conclut que le gouvernement devrait encourager la CAP afin d'offrir une vaste gamme d'options de logement aux personnes âgées. Il recommande un régime d'assurance administré par un organisme régi par le gouvernement, qui réduirait les risques pour les consommateurs et pour les prêteurs.

Centre pour la défense de l'intérêt public (CDIP), 1, rue Nicholas, bureau 1204, Ottawa (Ontario) K1N 7B7 Tél. : (613) 562-4002 Téléc. : (613) 562-0007

ENVIRONNEMENT

The Consumer Interest in Economic Instruments - Report and Seminar Proceedings (Les intérêts des consommateurs par rapport aux instruments économiques - Rapport et comptes rendus de séminaires), (1992-1993), 101 pages

Ce rapport traite des efforts déployés par la ESPC pour représenter les consommateurs dans le débat sur les instruments économiques de protection de l'environnement. Le rapport comprend un document de travail et le compte rendu de deux séminaires. Les instruments économiques sont des outils de réglementation utilisant les prix comme incitatifs à un comportement écologique. Leur popularité croissante montre la transition des programmes généraux financés à partir de taxes vers des systèmes où ce sont les utilisateurs ou les pollueurs qui paient la note. Les instruments économiques peuvent viser les consommateurs (c.-à-d. des droits sur les bacs à poubelle, des taxes sur les pneus) ou l'industrie (c.-à-d. des permis d'émission, des prélèvements sur les matériaux vierges), ou les deux (c.-à-d. des systèmes de dépôt et de remboursement). La ESPC propose d'évaluer les instruments économiques, en les comparant aux principes environnementaux acceptés, tels que la réduction des déchets à la source, la prévention de la pollution et l'administration des produits. Dans ce contexte, les instruments les plus efficaces seront ceux qui visent à changer les comportements de l'industrie.

Environmentally Sound Packaging Coalition (ESPC) of Canada, 2150, rue Maple, Vancouver (Colombie-Britannique) V6J 3T3 Tél. : (604) 736-3644 Téléc. : (604) 736-7822.

Greening the Marketplace. A "hands-on" guide for concerned individuals, consumer and environmental groups (Un marché écologiquement sain. Guide pratique pour les personnes intéressées, les groupes de consommateurs et les groupes environnementaux), (1990-1991), 82 pages

Ce guide pratique s'adresse aux personnes et aux groupes qui veulent instituer de bonnes pratiques de gestion des déchets au centre commercial, au supermarché ou au dépanneur de leur localité. On y trouve d'abord des renseignements de base sur la crise des déchets et une évaluation critique des techniques «écologiques» actuelles. Une section intitulée «What can be done» décrit comment les groupes de consommateurs peuvent collaborer avec les commerçants locaux pour changer leur attitude et améliorer leurs activités de gestion des déchets. Vient ensuite un guide expliquant, étape par étape, comment : choisir un projet, effectuer les recherches nécessaires, choisir une entreprise ou un organisme avec lequel coopérer, et collaborer avec son propriétaire ou son gestionnaire.

Environmentally Sound Packaging Coalition (ESPC) of Canada, 2150, rue Maple, Vancouver (Colombie-Britannique) V6J 3T3 Tél. : (604) 736-3644 Téléc. : (604) 736-7822

Truth in Environmental Labelling and Advertising. Report and Workshop Proceedings (La vérité concernant les allégations relatives à l'environnement sur les étiquettes et dans la publicité. Rapport et compte rendu des ateliers), (1991-1992), 124 pages

La ESPC a entrepris ce projet afin d'aider à éliminer l'utilisation trompeuse d'allégations relatives à l'environnement sur les étiquettes et dans la publicité. Les principales parties concernées - l'industrie, les gouvernements et les groupes de consommateurs et d'écologistes - ont été invités à des ateliers tenus à Vancouver, à Winnipeg et à Toronto. Les participants ont examiné et évalué les nouvelles lignes directrices que l'ancien ministère de la Consommation et des Affaires commerciales Canada (CACC) avait publiées sous le titre *Principes directeurs sur les représentations concernant l'environnement sur les étiquettes et dans la publicité*. À la suite de ces ateliers, la ESPC a recommandé un certain nombre de modifications aux lignes directrices. Elle a aussi recommandé à CACC d'afficher plus clairement sa position et de prendre davantage l'initiative dans le traitement des plaintes des consommateurs. Le document comprend une étude de marché portant sur les allégations environnementales figurant sur des étiquettes ainsi qu'une analyse de ces représentations par rapport aux lignes directrices.

Environmentally Sound Packaging Coalition (ESPC) of Canada, 2150, rue Maple, Vancouver (Colombie-Britannique) V6J 3T3 Tél. : (604) 736-3644 Téléc. : (604) 736-7822

ÉTIQUETAGE

Étude sur les appellations à connotation médicale apposées aux matelas, (1990-1991), 177 pages, 20 $

Cette étude met en lumière la situation qui prévaut dans l'industrie du matelas. L'absence de réglementation rend confuse la classification des matelas, et aucune norme de qualité n'existe fixée pour leur fabrication. Cette situation a amené une certaine prolifération d'appellations à connotation médicale pour les matelas, pages ex. : chiropédique, orthopédique, chiromédique et autres. Le rapport démontre que les consommateurs ne sont pas suffisamment sensibilisés au fait que ces appellations n'ont en réalité aucune valeur scientifique ou médicale. Pour leur part, les détaillants et les fabricants insistent fortement sur la nécessité d'une réglementation gouvernementale, alléguant qu'un code volontaire n'est jamais appliqué à cause de la concurrence. Le rapport offre au consommateur un guide détaillé sur les critères à considérer dans le choix d'un matelas. Il recommande aux gouvernements d'adopter une réglementation sur l'étiquetage, l'information offerte et les garanties. Il suggère aux partenaires de l'industrie d'adopter un code d'éthique, et aux associations des professionnels de la santé, de refuser tout cautionnement de marques de matelas.

Service d'aide au consommateur (SAC) de Shawinigan, 453, 5e rue, bureau 1, Shawinigan (Québec) G9N 1E4 Tél. : (819) 537-4752 Téléc.: (819) 537-5259

Liste des ingrédients sur les produits cosmétiques, (1992-1993), 47 pages

Une première étude de l'ACC-Québec en 1989 a démontré la nécessité d'inclure la liste des ingrédients sur les produits cosmétiques, pour répondre aux besoins de santé et de comparaison de l'information des consommateurs. Cette deuxième étude visait à déterminer les éléments que l'on devrait retrouver sur une étiquette-type. Une première consultation auprès de spécialistes de la santé et de fabricants/distributeurs a fait ressortir trois types de liste possibles, à partir de cinq choix proposés. Dans un deuxième temps, 200 consommateurs de produits cosmétiques ont été consultés par sondage. Ils ont majoritairement choisi la liste utilitaire, qui comprend le rôle et le code de chaque ingrédient. Malgré la préférence des spécialistes pour une nomenclature chimique, l'ACC-Québec propose ici la liste utilitaire, la plus facile à comprendre, sur laquelle les codes font référence à un guide technique déjà existant. L'étiquette devrait aussi contenir la date d'expiration et toutes précautions utiles, telles que les conditions d'entreposage, ainsi qu'un numéro de téléphone 1-800.

Association des consommateurs du Canada - Québec (ACC-Québec), 4823, rue Sherbrooke ouest, bureau 225, Montréal (Québec) H3Z 1G7 Tél. : (514) 931-8556 Téléc. : (514) 938-1311

INDICE À LA CONSOMMATION

Consumer Index: Measuring Consumer Confidence (Indice à la consommation : Mesurer la confiance des consommateurs), (1992-1993), 5 pages et annexes

Ce document décrit les projets de l'ACC visant à établir un indice de la confiance des consommateurs et à concevoir une publication à ce sujet. Après avoir défini les paramètres de l'indice, l'ACC a passé un contrat avec Informetrica Ltd., qui a étudié trois méthodes de mesure distinctes de la confiance des consommateurs : spécification d'Angevine modifiée, indice d'ophélimité et consommation personnelle. Chacune de ces méthodes est décrite en détail à l'annexe C du rapport. L'ACC a choisi de publier l'indice d'ophélimité pour illustrer la confiance des consommateurs dans son rapport trimestriel. À cause de sa simplicité relative, ce modèle devrait être accessible à un grand nombre d'utilisateurs potentiels, y compris les consommateurs, les médias et les analystes des politiques des secteurs public et privé. La mise à jour de l'indice d'ophélimité est aussi à la portée de l'ACC. Dans ce rapport, l'ACC donne un exemple de sa publication sur l'indice de la confiance des consommateurs, qui est destinée tant aux analystes des politiques du secteur privé, du gouvernement et des médias qu'aux consommateurs ordinaires, et qui devrait paraître tous les trois mois, suivant le cycle trimestriel des rapports sur les comptes économiques du gouvernement. Le rapport sur la confiance des consommateurs comprend aussi un plan et un budget opérationnels pour la publication proposée.

Association des consommateurs du Canada (ACC), 307, rue Gilmour, Ottawa (Ontario) K2P 0P7 Tél. : (613) 238-2533 Téléc. : (613) 563-2254

JOUETS

Copycats in the Toy Industry and the Benefits of Competition for Canadian Consumers (Imitations dans l'industrie des jouets et les avantages de la concurrence pour les consommateurs canadiens), (1992-1993), 36 pages, 15 $

Cette étude examine le niveau de satisfaction des consommateurs envers les produits d'imitation qui font concurrence aux marques de commerce, afin d'évaluer les avantages de la concurrence dans l'industrie des jouets. Des familles ont volontairement mis à l'essai différentes catégories de jouets quant à leur conception, leur fonction, leur vocation et leur durabilité. Les résultats montrent que, sur tous les plans, la qualité des jouets d'imitation est inférieure à celle des originaux. De façon générale, les consommateurs ont préféré acheter les jouets originaux en dépit du prix plus élevé. Étant donné que les consommateurs confondaient facilement les produits originaux et leurs imitations, le Conseil canadien d'évaluation des jouets recommande qu'Industrie Canada applique des normes plus sévères de façon à interdire l'utilisation de marques et d'emballages semblables.

Conseil canadien d'évaluation des jouets (CCEJ), 22, av. Hamilton nord, Ottawa (Ontario) K1Y 1B6 Tél. : (613) 729-7101 Téléc. : (613) 729-7185

Projet de réglementation sur les jouets bruyants, (1990-1991), 52 pages, 5 $

Ce rapport étudie les dangers que représentent les jouets bruyants pour l'ouïe. L'auteur fait un inventaire des connaissances reliées au sujet : le développement du système auditif de l'enfant, l'effet nocif du bruit sur l'oreille interne, les autres effets du bruit sur l'enfant, les études sur les jouets bruyants, les limites réglementaires adoptées dans le monde et les normes pour mesurer ces limites. Il conclut que la limite réglementaire actuelle de 75 dB(A)/8 heures est trop élevée. Cette norme est basée sur le risque encouru par l'adulte et ne tient pas compte des particularités du développement de l'enfant. Le rapport recommande d'interdire les jouets sonores de nature explosive puisqu'une seule exposition à ce genre de bruit peut causer une atteinte auditive permanente et incurable. Il propose un texte de réglementation qui inclut les limites réglementaires et le code d'essai utilisé pour tester les jouets.

Association des consommateurs du Québec (ACQ), 7383, rue de la Roche, Montréal (Québec) H2R 2T4 Tél. : (514) 278-5514 Téléc. : (514) 278-5515

PLACEMENTS

Dividend Reinvestment Plans: Making Stocks Consumer-Friendly (Les régimes de ré-investissement des dividendes : Rendre les actions conviviales pour les consommateurs), (1992-1993), 50 pages, 150 $

Dans ce rapport, les auteurs examinent les raisons qui poussent les entreprises canadiennes à offrir à leurs actionnaires un plan de réinvestissement des dividendes (PRD) et un programme d'achat d'actions additionnelles (PAAA). Ils expliquent également les principaux obstacles qui empêchent les entreprises canadiennes d'offrir aux consommateurs la possibilité d'acquérir et de vendre, facilement et à peu de frais, leurs actions dans le cadre d'un PRD et d'un PAAA. Il appert que les entreprises offrant un PRD considèrent le fait d'avoir beaucoup d'investisseurs particuliers comme un atout. Cependant, le taux de participation des actionnaires particuliers au PRD n'est pas toujours clair et on a tendance à croire qu'il est «faible». Le rapport met également en lumière que même si beaucoup d'entreprises ont une impression favorable à l'égard des PRD et considèrent le fait d'avoir beaucoup d'investisseurs particuliers comme un atout, elles n'offrent aucun PRD à leurs investisseurs. Les deux raisons principales évoquées : 1) un bloc de contrôle pourrait s'effriter; 2) l'entreprise n'a pas besoin des capitaux propres provenant d'un PRD. Qui plus est, la plupart des entreprises sont d'avis qu'il coûte trop cher de mettre sur pied des PRD et des PAAA, comparativement aux avantages qu'on en retire. Les recommandations qui figurent dans le rapport s'adressent aux responsables de la réglementation, aux conseillers financiers, aux entreprises et aux investisseurs particuliers. Il est recommandé que les responsables de la réglementation et les conseillers financiers expliquent clairement aux entreprises les moyens acceptables et rentables à leur disposition pour informer les investisseurs au sujet des PRD et des PAAA, et pour inciter les actionnaires particuliers à une plus grande participation. Les conseillers financiers devraient mettre les entreprises au courant des avantages et du fonctionnement des PAAA. De leur côté, les entreprises devraient se renseigner sur les techniques informatiques qui existent déjà et qu'elles pourraient appliquer en vue de réduire considérablement les frais d'administration des PRD et des PAAA. De plus, afin de réduire les coûts de la mise au point des PRD et des PAAA, l'ACA recommande que les responsables provinciaux de la réglementation en matière de valeurs mobilières allègent le fardeau juridique et administratif que représente l'enregistrement des titres.

Canadian Shareowners Association (CSA), 1090, av. University ouest, C.P. 7337, Windsor (Ontario) N9C 4E9 Tél. : (519) 252-1555 Téléc. : (519) 252-9570

Mutual Funds. The Consumer Perspective. The Consumer's Guide to Mutual Funds in an Investment Portfolio (Les fonds mutuels. Le point de vue des consommateurs. Guide des consommateurs sur les fonds mutuels et les portefeuilles d'investissement), (1990-1991), 53 pages

Ce rapport porte sur l'industrie des fonds mutuels. Il décrit le vaste choix de fonds mutuels offerts au Canada, lesquels sont classés selon le degré de risque lié aux objectifs d'investissement. Les principaux problèmes auxquels les consommateurs se heurtent découlent de la difficulté à comprendre la façon dont les frais d'administration et autres sont calculés et à comparer le rendement de différents fonds mutuels. Un certain nombre

de recommandations sont adressées à l'association Canadian Securities Administrators. On suggère notamment : de normaliser la terminologie et la méthode de calcul des frais et de simplifier l'information fournie; de permettre d'afficher le rendement comparatif de fonds mutuels ayant les mêmes objectifs d'investissement, selon des règles strictes; de limiter les commissions versées aux courtiers; et de créer, pour l'industrie, un organisme d'auto-réglementation qui aurait pour principal objectif de protéger les intérêts des consommateurs. Ce rapport contient également un guide rédigé clairement, destiné à aider les consommateurs à faire le bon choix en matière de fonds mutuel.

Association des consommateurs du Canada (ACC), 307, rue Gilmour, Ottawa (Ontario) K2P 0P7 Tél. : (613) 238-2533 Téléc. : (613) 563-2254

PROTECTION DES RENSEIGNEMENTS PERSONNELS

Consumer Data Protection (Protection des données sur les consommateurs), (1992-1993), 3 pages et annexes

Ce rapport traite des activités de recherche de l'ACC dans le domaine de la protection des renseignements sur les consommateurs, tant dans le secteur privé que public. Le document de fond de l'ACC sur la protection de la vie privée et la protection des données examine les lois provinciales et fédérales, les documents de travail et les codes volontaires d'autres associations ainsi que les lignes directrices et les lois internationales. Dans ce document, on identifie comme principe directeur la règle du «consentement informé explicite», et on recommande une réglementation gouvernementale et des campagnes d'éducation des gens sur ces questions et sur leurs droits. L'ACC a organisé un séminaire sur la vie privée, au cours duquel on a élaboré un ensemble de principes concernant la protection fondamentale des renseignements, réaffirmé une charte des droits sur la protection des renseignements sur les consommateurs, et défini les responsabilités des consommateurs en tant que partenaires informés. La présentation de l'ACC au Comité permanent des banques et du commerce a appuyé la réglementation proposée, sauf en ce qui concerne le manque de reconnaissance du droit des consommateurs de refuser leur consentement à une divulgation éventuelle de leurs renseignements personnels.

Association des consommateurs du Canada (ACC), 307, rue Gilmour, Ottawa (Ontario) K2P 0P7 Tél. : (613) 238-2533 Téléc. : (613) 563-2254

Le dossier noir de la vie privée. La protection des renseignements personnels : un enjeu mondial, (1991-1992), 503 pages, 20 $

Dans cette troisième recherche sur la confidentialité des renseignements personnels, le Service d'aide au consommateur (SAC) examine les normes internationales de protection. Le SAC veut aider le secteur privé canadien à mettre en application de telles normes, afin que le Canada soit en mesure d'accéder aux marchés mondiaux. L'auteur commente et compare les lignes directrices de l'Organisation de coopération et de développement

économique (OCDE) et le projet de directive de la Communauté européenne. Cette dernière obligerait une protection minimale des renseignements dans les pays ayant accès au marché commun. L'auteur analyse les commentaires de différents pays, et soulève l'absence de législation au Canada. Pour évaluer la situation canadienne, il consulte un large éventail d'entreprises (p. ex., services publics, services commerciaux, services financiers) et découvre un haut taux de non-conformité aux normes minimales internationales. Le SAC recommande aux consommateurs d'utiliser un «contrat du consommateur», conçu selon les principes de l'OCDE. Il recommande aux gouvernements de prévoir une intervention législative. Il recommande aux entreprises du secteur privé d'adopter une grille normative, basée sur les principes de l'OCDE, et d'accréditer le «contrat du consommateur».

Service d'aide au consommateur (SAC) de Shawinigan, 453, 5e rue, bureau 1, Shawinigan (Québec) G9N 1E4 Tél. : (819) 537-4752 Téléc. : (819) 537-5259

Étude sur la confidentialité des données dans les institutions financières. Mythe ou réalité?, (1990-1991), 282 pages, 20 $

Ce rapport examine la confidentialité des renseignements personnels dans le système bancaire. Il décrit la circulation des données personnelles entre les institutions par le biais des systèmes informatisés, sans l'autorisation expresse des consommateurs. Les institutions financières ont des codes d'éthique internes protégeant la confidentialité, mais en pratique, les autorisations signées par les clients permettent une très large divulgation des renseignements personnels. Une étude des lois canadiennes démontre que les banques et les caisses populaires ne sont assujetties à aucune réglementation concernant la cueillette et l'utilisation des données personnelles. Le rapport analyse les lois britannique et allemande, les lignes directrices de l'OCDE (Organisation de coopération et de développement économique) et les cas de jurisprudence au Canada. Un sondage effectué auprès des membres du SAC révèle qu'un important pourcentage de gens mettent en doute la confidentialité des renseignements recueillis par les institutions financières. Le SAC recommande aux gouvernements d'obliger l'application d'un code d'éthique basé sur les lignes directrices de l'OCDE. Il recommande aux institutions financières de mettre en vigueur le concept de «consentement exprès» avant toute transmission de données et de modifier leur clause «autorisation» pour en limiter la portée.

Service d'aide au consommateur (SAC) de Shawinigan, 453, 5e rue, bureau 1, Shawinigan (Québec) G9N 1E4 Tél. : (819) 537-4752 Téléc.: (819) 537-5259

Privacy and Free Enterprise. Legal Protection of Personal Information in the Private Sector (Protection des renseignements personnels et l'entreprise privée. La protection légale des informations personnelles dans le secteur privé), (1991-92), 475 pages, 90 $

Ce long texte traite de manière exhaustive des aspects juridiques de la protection des renseignements personnels dans le secteur privé. Les avocats qui cherchent à se faire une opinion sur des questions de protection des renseignements personnels trouveront, dans ce manuel, une foule de renseignements concernant ce secteur négligé du droit. Dans un premier temps, l'auteur décrit les multiples façons d'obtenir des renseignements personnels, tout étant aujourd'hui informatisé. Il commente ensuite les définitions juridiques de la protection des renseignements personnels et passe en revue les lois en

vigueur au Canada relativement à la protection des renseignements personnels et des consommateurs. Il est surtout question, dans le manuel, de *common law* et d'équité; l'auteur fait l'historique des divers aspects de la protection des renseignements personnels et examine toute la gamme des causes de poursuite, des moyens de défense et des solutions pour protéger les renseignements personnels. Dans le dernier chapitre, il donne aux législateurs des conseils sur la rédaction efficace de lois dans ce domaine.

Centre pour la défense de l'intérêt public (CDIP), 1, rue Nicholas, bureau 1204, Ottawa (Ontario) K1N 7B7 Tél. : (613) 562-4002 Téléc. : (613) 562-0007

Protection des renseignements personnels dans le secteur privé, (1990-1991), 515 pages, 20 $

Ce rapport examine l'ampleur de l'utilisation non surveillée des renseignements personnels dans le secteur privé. L'auteur analyse les lois, le code d'éthique et la jurisprudence reliés aux bureaux de crédit et élabore une grille normative concernant la protection des renseignements personnels. Il examine les pratiques de commerçants et du bureau de crédit Equifax en matière de cueillette, de traitement et de transmission des renseignements personnels et souligne l'effet néfaste du manque de concurrence dans l'industrie des renseignements personnels. Il met en relief l'absence totale de restrictions quant aux techniques informatisées utilisées dans le marketing direct et le danger que comporte l'utilisation actuelle du NAS comme identifiant universel. Le SAC propose au secteur privé la réglementation d'une nouvelle «industrie du renseignement personnel», assurée par l'Association canadienne de normalisation, au moyen de la grille normative proposée. Il propose aux gouvernements provinciaux d'harmoniser leurs lois sur les Bureaux de crédit et au gouvernement fédéral, d'adopter une loi semblable à celle de la Communauté européenne et d'empêcher l'utilisation du NAS comme identifiant universel.

Service d'aide au consommateur (SAC) de Shawinigan, 453, 5e rue, bureau 1, Shawinigan (Québec) G9N 1E4 Tél. : (819) 537-4752 Téléc. : (819) 598-5081

QUALITÉ DES PRODUITS

Sondage sur la qualité des produits dans le domaine des vêtements et des chaussures, (1991-1992), 43 pages, 5 $

L'Association des consommateurs du Québec (ACQ) a envoyé à ses membres un questionnaire-sondage sur la qualité des vêtements et des chaussures. Elle les questionnait plus particulièrement sur leur perception de la qualité des produits, leur niveau de satisfaction quant à la qualité des vêtements et chaussures achetés depuis deux ans, et les problèmes qu'ils ont rencontrés. Les résultats suggèrent que les consommateurs recherchent la qualité mais que le marché ne répond pas toujours à leurs attentes. Environ deux tiers des répondants ont eu des problèmes avec leurs vêtements ou chaussures. L'ACQ recommande à l'industrie de hausser les normes de qualité dans

la confection, de choisir de meilleurs matériaux pour l'apparence et la solidité, et d'intensifier les recherches sur les fibres et les matériaux imperméables.

Association des consommateurs du Québec (ACQ), 7383, rue de la Roche, Montréal (Québec) H2R 2T4 Tél. : (514) 278-5514 Téléc.: (514) 278-5515

REPRÉSENTATION DES CONSOMMATEURS

Consumer Advocacy Manual (Guide pour la défense des intérêts des consommateurs), (1990-1991), 143 pages, 15 $

Ce guide pratique, rédigé de façon claire, s'adresse aux groupes et aux personnes qui désirent participer à la prise de décision relative aux politiques, aux lois et aux règlements gouvernementaux. Les trois premiers chapitres sont conçus pour aider le lecteur à former un groupe, à l'administrer efficacement et à déterminer une stratégie. Les chapitres suivants décrivent diverses options d'action : les recours spéciaux pour les consommateurs (tels que les ministères de la consommation, l'ombudsman, la cour des petites créances); la participation aux enquêtes publiques, aux tribunaux administratifs et aux comités législatifs; le lobbying; l'utilisation des médias; et le litige. Un chapitre explique comment trouver un avocat, si besoin est, et comment tenir au minimum les frais judiciaires. Chaque chapitre contient une liste d'ouvrages de référence à consulter si on veut obtenir plus de renseignements.

Centre pour la défense de l'intérêt public (CDIP), 1, rue Nicholas, bureau 1204, Ottawa (Ontario) K1N 7B7 Tél. : (613) 562-4002 Téléc. : (613) 562-0007

The Ontario Intervenor Funding Project Act, 1988. ***Its Review and Reform and a Model to Provide for Public Interest Participation in Regulatory proceedings in Canada*** (La *Loi de 1988 sur le projet d'aide financière aux intervenants* de l'Ontario. Sa révision et sa réforme ainsi qu'un modèle pour permettre la participation de représentants de l'intérêt public dans le processus de réglementation au Canada), (1990-1991), 113 pages, 10 $

L'étude examine la *Loi de 1988 sur le projet d'aide financière aux intervenants* de l'Ontario, une loi adoptée à titre expérimental en 1988. La loi permettait l'octroi de subventions anticipées à des groupes d'intérêt public pour leur permettre de participer aux audiences de la Commission de l'énergie de l'Ontario et de la Commission des évaluations environnementales. L'étude donne une vue d'ensemble détaillée des principales dispositions législatives et une analyse comparative de toutes les décisions de ces deux commissions en matière de financement. L'analyse fait ressortir une différence fondamentale entre les deux commissions au chapitre de l'interprétation. Pour la Commission des évaluations environnementales, l'aide financière aux intervenants représente un paiement initial de tous les frais de participation. Pour la Commission de l'énergie de l'Ontario, il s'agit d'un montant «de démarrage» qui pourrait, ou non, être

que le gouvernement de l'Ontario établisse une loi permanente relative aux intervenants en fonction de ses propositions d'amélioration qui assureraient une accessibilité accrue aux audiences. Il suggère par ailleurs que le gouvernement fédéral adopte une loi semblable en ce qui concerne le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) et l'Office national de l'énergie (ONE).

Centre pour la défense de l'intérêt public (CDIP), 1, rue Nicholas, bureau 1204, Ottawa (Ontario) K1N 7B7 Tél. : (613) 562-4002 Téléc. : (613) 562-0007

SERVICES BANCAIRES

L'accès aux services bancaires et les droits des consommateurs (1992-1993), 51 pages, 25 $

Ce rapport met en lumière les pratiques discriminatoires des institutions financières à l'égard des personnes à faible revenu. Les services bancaires de base s'avèrent dorénavant essentiels, étant donné le rôle croissant des institutions financières dans le système de rémunération et la tendance des gouvernements à effectuer le versement des prestations à l'aide du dépôt direct. Selon un sondage CROP par contre, environ neuf pour cent des personnes à faible revenu au Québec ne possèdent pas de compte de banque. Une enquête effectuée auprès de 175 prestataires de la sécurité du revenu à Montréal est venue confirmer ces données. L'enquête soulève aussi les difficultés qu'éprouvent ces personnes à encaisser des chèques. Par ailleurs, une enquête téléphonique tenue auprès de 200 succursales bancaires et caisses de Montréal indique que bon nombre de ces dernières sont discriminatoires à l'égard des personnes à faible revenu. La législation canadienne n'offre aucun recours, mais en France et aux États-unis, la loi exige que des services de base soient offerts à la population. L'ACEF-Centre de Montréal conclut que des modifications législatives s'imposent si on veut assurer à tous l'accès au système de rémunération.

Association coopérative d'économie familiale du centre (ACEF-Centre) de Montréal, 1215, rue de la Visitation, Montréal (Québec) H2L 3B5 Tél. : (514) 598-7288 Téléc. : (514) 598-8511

L'accès aux services financiers et les personnes analphabètes, (1991-1992), 55 pages, 25 $

Cette recherche met en lumière les obstacles auxquels font face les consommateurs analphabètes dans leurs relations avec les institutions financières. Elle souligne d'abord l'ampleur du problème de l'analphabétisme au Canada et au Québec. L'auteur décrit ensuite le rôle de plus en plus crucial que jouent les institutions financières dans la vie courante, notamment au plan des paiements. Une enquête auprès de 700 personnes analphabètes permet de cerner les difficultés spécifiques qu'éprouve cette clientèle. L'ACEF-Centre de Montréal recommande aux institutions financières de se sensibiliser au phénomène de l'analphabétisme, et de rendre leurs services plus accessibles aux personnes analphabètes, en donnant par exemple de la formation et en simplifiant le matériel d'information. Elle recommande aussi de réviser les critères d'après lesquels

on permet à un individu d'ouvrir un compte, et d'abolir la pratique de gels d'argent déposé par des clients. Elle recommande aux gouvernements de prendre des mesures législatives pour assurer un meilleur accès aux services bancaires essentiels.

Association coopérative d'économie familiale du centre (ACEF-Centre) de Montréal, 1215, rue de la Visitation, Montréal (Québec) H2L 3B5 Tél. : (514) 598-7288 Téléc. : (514) 598-8511

Avis professionnel sur la compréhension et l'intelligibilité des contrats bancaires, (1992-1993), 46 pages, 25 $

Dans ce document, on mesure l'intelligibilité de certains contrats bancaires, afin d'identifier ce qui rend ce genre de texte difficile à lire pour la majorité des gens. Les résultats démontrent que les difficultés se situent au plan de la macrostructure (l'organisation du texte et la difficulté des opérations de lecture requises) et de l'intelligibilité conceptuelle. Il serait possible d'accroître la compréhension par différents moyens : par ex., la diminution du nombre de concepts par phrase, un plus grand développement des idées, l'ajout d'exemples et de précisions, l'élimination des ambiguïtés. Ces techniques sont illustrées grâce à la réécriture de deux des contrats analysés.

Association coopérative d'économie familiale du centre (ACEF-Centre) de Montréal, 1215, rue de la Visitation, Montréal (Québec) H2L 3B5 Tél. : (514) 598-7288 Téléc. : (514) 598-8511

La compréhension des contrats bancaires et les droits des consommateurs, (1992-1993), 78 pages, 25 $

Cette recherche met en lumière la difficulté qu'éprouvent les consommateurs moyens à comprendre les contrats bancaires qu'ils signent, et les conséquences s'y rattachant. Les résultats d'un sondage CROP auprès de la population québécoise de même qu'une analyse systématique de la lisibilité des contrats bancaires démontrent que ces derniers sont inintelligibles pour la majorité des consommateurs. Le rapport décrit divers cas où les tribunaux ont reconnu l'invalidité de certains contrats à cause du manque de compréhension du signataire. On y analyse aussi des mesures législatives rendant invalides les contrats incompréhensibles ou abusifs, notamment le nouveau code civil du Québec et d'autres lois aux États-Unis. Par contre, la seule simplification du langage ne suffit pas à rectifier la situation, comme en témoignent les critiques des techniques du «langage clair». Encore faut-il modifier le contenu, afin de répartir plus équitablement le fardeau des obligations entre l'institution et le consommateur.

Association coopérative d'économie familiale du centre (ACEF-Centre) de Montréal, 1215, rue de la Visitation, Montréal (Québec) H2L 3B5 Tél. : (514) 598-7288 Téléc. : (514) 598-8511

Debit Card Survey. Ottawa-Hull Area Interac Pilot (Sondage sur la carte de débit. Projet pilote Interac de la région Ottawa-Hull), (1990-1991), 24 pages

Ce sondage visait à évaluer la réaction des consommateurs au système de cartes de débit Interac nouvellement lancé sur le marché. L'Association des consommateurs du Canada (ACC) a envoyé un questionnaire à ses 1 450 membres dans la région d'Ottawa-Hull. Quarante pour cent d'entre eux ont répondu. Les résultats montrent que les consommateurs sont d'avis que les avantages du paiement direct reviennent surtout aux institutions financières et aux commerçants. Seulement un tiers des répondants utilisent des cartes de débit, principalement dans les magasins d'alcools et dans les épiceries. La plupart des répondants désirent plus de renseignements sur les avantages et les inconvénients que présente l'utilisation des cartes de débit. Ils se préoccupent des responsabilités en cas de mauvaise utilisation et de la protection de la vie privée. À cause des frais de transaction, la carte de débit n'attire pas un grand nombre des consommateurs qui ne paient pas de frais pour les chèques émis ou utilisent le délai «gratuit» d'un mois que leur accordent leurs cartes de crédit. L'ACC conclut que les cartes de débit visent essentiellement l'industrie, et qu'elles sont encore loin d'être acceptées par les consommateurs.

Association des consommateurs du Canada (ACC), 307, rue Gilmour, Ottawa (Ontario) K2P 0P7 Tél. : (613) 238-2533 Téléc. : (613) 563-2254

Étude sur les frais de services bancaires, (1991-1992), 99 pages

Ce rapport présente les résultats d'un sondage effectué auprès des membres de l'Association des consommateurs du Canada (ACC) de Toronto et de Montréal. Le sondage avait pour but de vérifier si les consommateurs sont bien informés sur les frais bancaires et sur les procédures à suivre en cas de plainte. Les résultats semblent démontrer que les consommateurs sont assez peu informés. Soixante-quinze pour cent des répondants ne peuvent fournir la bonne information au sujet des frais bancaires, et la majorité sont insatisfaits relativement au processus de plainte. L'ACC-Québec propose aux institutions une série de recommandations visant à améliorer les communications avec la clientèle et à segmenter l'information dans différentes catégories de consommateurs.

Association des consommateurs du Canada - Québec (ACC-Québec), 4823, rue Sherbrooke ouest, bureau 225, Montréal (Québec) H3Z 1G7 Tél. : (514) 931-8556 Téléc.: (514) 938-1311

Frais reliés aux services financiers, (1991-1992), tableaux comparatifs, 20 $

Ce document contient des tableaux comparatifs des frais reliés aux services financiers dans les institutions financières (Banque de Montréal, Banque de Commerce, Banque Nationale, Banque Royale du Canada, Banque Nouvelle-Écosse, Banque Toronto-Dominion et Caisses populaires Desjardins) pour les années 1987 et 1991. Le document ne contient pas d'analyse.

Service d'aide au consommateur (SAC) de Shawinigan, 453, 5e rue, bureau 1, Shawinigan (Québec) G9N 1E4 Tél. : (819) 537-4752 Téléc. : (819) 537-5259

Frais de service et mécanismes de recours dans les institutions financières, (1991-1992), 294 pages, 20 $

Dans ce rapport, le SAC fait suite à son étude de 1987 sur les frais de service dans les institutions financières. Les recommandations de 1987 sur la publication et l'affichage des frais de service et des mécanismes de recours avaient inspiré le projet de loi C-9. Ce dernier fut adopté volontairement par les institutions financières. L'étude actuelle vérifie si les informations données par les institutions financières sont adéquates, surtout lors de l'ouverture d'un compte. Le SAC a visité 40 institutions financières réparties dans quatre villes canadiennes. Il a ensuite élaboré des tableaux comparatifs, juxtaposant les pratiques actuelles, les recommandations de 1987 et le projet de loi C-9. Les résultats démontrent de grandes lacunes au chapitre de l'information transmise verbalement ou par écrit. Par exemple, seulement huit institutions sur 40 affichent leurs frais de service. Le rapport compare aussi le coût annuel des frais de service pour un consommateur moyen, en 1987 et en 1991. Le SAC recommande aux institutions financières une série de mesures pour mieux informer les clients, et encourage les consommateurs à réclamer les informations. Il recommande aux gouvernements d'obliger les institutions à donner, sous peine de sanctions, tous les renseignements nécessaires aux consommateurs.

Service d'aide au consommateur (SAC) de Shawinigan, 453, 5e rue, bureau 1, Shawinigan (Québec) G9N 1E4 Tél. : (819) 537-4752 Téléc. : (819) 537-5259

Opérations bancaires et compensation : les droits des consommateurs, (1991-1992), 95 pages, 25 $

Cette étude examine la compensation légale dans le cadre des opérations bancaires. Les institutions financières au Québec ont parfois recours à la compensation légale, qui leur permet de prélever à n'importe quel moment dans les dépôts des clients toute somme qui leur est due. Cette pratique peut amener le consommateur à perdre la maîtrise de sa situation financière, surtout lorsqu'il reçoit des revenus sous forme de dépôts électroniques. Le rapport fait d'abord état de la nature de la relation juridique entre le banquier et le consommateur. Puis on y explique le concept de la compensation dans le droit québécois, en plus de faire des comparaisons avec d'autres régimes juridiques. L'ACEF-Centre de Montréal propose à court terme des amendements législatifs qui stipuleraient que les sommes déjà définies comme insaisissables (p. ex., les prestations d'aide sociale) ne peuvent faire l'objet d'une compensation par l'institution financière où elles sont déposées. Elle recommande à moyen terme qu'on interdise aux institutions financières d'avoir recours à la compensation, sauf lorsqu'il s'agit de paiements périodiques de frais administratifs. Elle recommande que soit établi un cadre juridique adéquat régissant l'ensemble des opérations entre consommateurs et institutions financières, et en particulier le système des paiements électroniques.

Association coopérative d'économie familiale du centre (ACEF-Centre) de Montréal, 1215, rue de la Visitation, Montréal (Québec) H2L 3B5 Tél. : (514) 598-7288 Téléc.: (514) 598-8511

Les retraits préautorisés. Suivi du dossier : rapport d'enquête, (1990-1991), 8 pages et annexes, 25 $

Cette enquête fait suite au rapport de juin 1990 sur les retraits préautorisés. On y avait constaté l'existence d'une règle de l'Association canadienne des paiements (article 10, section H-4), permettant au consommateur de faire annuler un retrait par son institution financière. Une enquête téléphonique effectuée auprès de 50 institutions financières est venue confirmer que cette règle n'était pas appliquée ou n'était pas connue par la quasi-totalité des préposés interrogés. L'ACEF-Centre de Montréal réitère deux recommandations qu'elle avait incluses dans son premier rapport : que les institutions financières et les commerçants informent les consommateurs au sujet des retraits préautorisés, et qu'ils appliquent les règles régissant les retraits préautorisés.

Association coopérative d'économie familiale du centre (ACEF-Centre) de Montréal, 1215, rue de la Visitation, Montréal (Québec) H2L 3B5 Tél. : (514) 598-7288 Téléc. : (514) 598-8511

SOINS DE SANTÉ

The Consumer and the Health Care Debate (Le débat concernant les consommateurs et les soins de santé), (1992-1993), 5 pages et annexes

Ce rapport traite de la participation de l'ACC à plusieurs tribunes concernant la réforme du système des soins de santé au Canada. Parmi ces dernières, on retrouve celle du Conseil d'examen du prix des médicaments brevetés, où l'ACC a présenté ses commentaires au sujet des lignes directrices proposées sur les prix excessifs. L'ACC a également réagi à la nouvelle *Loi de 1992 modifiant la Loi sur les brevets*, soit le projet de loi C-91, en pressant le gouvernement de retirer le projet de loi en raison de ses répercussions négatives sur les consommateurs puisqu'il se traduirait par une augmentation du prix des médicaments. L'ACC a fait partie d'une coalition nationale de groupes de santé, qui a recommandé des réformes en matière de prestation, de choix et de coût des services de santé. Le document de travail de l'ACC sur les rôles multiples des consommateurs de soins de santé presse le gouvernement et les prestataires des soins de reconnaître et d'appuyer ces rôles.

Association des consommateurs du Canada (ACC), 307, rue Gilmour, Ottawa (Ontario) K2P 0P7 Tél. : (613) 238-2533 Téléc. : (613) 563-2254

SPECTACLES

Enquête. Les frais de service sur les billets de spectacles, (1992-1993), 34 pages

Ce rapport analyse la problématique des frais de service sur les billets de spectacles. Ces frais sont d'abord apparus dans les points de vente des réseaux de billetterie, et maintenant ils sont aussi payés aux guichets de salles et lors de commandes téléphoniques. Une enquête menée auprès de 1 093 amateurs de spectacle québécois permet de constater que la majorité des consommateurs ne sont pas au courant des montants de frais qu'ils paient. Soup'sons propose des changements législatifs pour obliger l'affichage des frais de service, organise une campagne d'informations et fait des démarches pour empêcher le non-remboursement des frais de services lors d'annulation de spectacles.

Soup'sons (Association québécoise d'information et de défense des consommateurs de culture/média), 78, rue Petit Champlain, Québec (Québec) G1K 4H4 Tél. : (418) 692-4744 Téléc. : (418) 692-5085

TÉLÉCOMMUNICATIONS

Basic Telephone Service in the Information Age: A Consumer Perspective (Service téléphonique de base à l'âge de l'information - Perspective du consommateur), (1992-1993), 28 pages, 8 $

Cet essai facile à lire donne un bref aperçu de l'intérêt des consommateurs dans le développement de la technologie à l'«âge de l'information» au Canada. On y lit que l'universalité des services téléphoniques de base ne doivent pas être sacrifiés au profit d'investissements stratégiques dans l'industrie des télécommunications. L'auteur donne une définition de services de base et une mesure de l'accessibilité. Elle suggère que l'expansion des services de base doit être axée sur les consommateurs et demeurer abordables grâce à des contributions provenant de nouveaux services de haute technologie. Au lieu d'investir de fortes sommes pour remplacer les réseaux à bande étroite existants par une technologie à large bande fort onéreuse, on devrait inciter les compagnies de téléphone à mettre à jour leurs réseaux existants pour répondre aux nouveaux services. Cette stratégie beaucoup plus rentable permettrait à ceux qui le demandent d'obtenir à la fois des services de base abordables et une technologie de pointe.

Centre pour la défense de l'intérêt public (CDIP), 1, rue Nicholas, bureau 1204, Ottawa (Ontario) K1N 7B7 Tél. : (613) 562-4002 Téléc. : (613) 562-4002.

Broadcast Wars: Protecting the Consumer in the New Broadcasting/Telecommunications Era (Guerres des diffuseurs - Protéger les consommateurs dans cette nouvelle ère des télécommunications et de la diffusion), (1992-1993), 4 pages et annexes

Ce document traite des interventions de l'ACC dans les audiences du gouvernement concernant les changements dans l'industrie des télécommunications. Au cours des audiences du CRTC sur la structure de l'industrie de la télédistribution, tenues en mars 1993, la présentation de l'ACC a fait ressortir la position suivante : on devrait favoriser les systèmes satellites de façon à instituer de la concurrence dans cette industrie; l'utilisateur devrait payer des frais d'utilisation de l'adressabilité car ce service ne devrait pas être universel; les choix des consommateurs devraient augmenter en supprimant progressivement les exigences en matière d'étagement et de liaison; la qualité de la programmation canadienne est plus importante pour les consommateurs que sa prédominance. L'ACC a également examiné et appuyé les modifications du Sénat au projet de loi C-62, la loi remaniée réglementant les télécommunications. De plus, l'ACC a contesté l'appel de Bell Canada concernant la décision 92-12 du CRTC permettant la concurrence dans les services interurbains.

Association des consommateurs du Canada (ACC), 307, rue Gilmour, Ottawa (Ontario) K2P 0P7 Tél. : (613) 238-2533 Téléc. : (613) 563-2254.

Consumers and the New Telecommunications Environment: Report to Consumer and Corporate Affairs Canada on Bill C-62 and the Aftermath of the CRTC's decision to Allow Competition in the Provision of Long Distance Telephone Services in Canada (Les consommateurs et le nouveau cadre des télécommunications - Rapport présenté à Consommation et Affaires commerciales Canada sur le projet de loi C-62 et le contrecoup de la décision du CRTC de permettre la concurrence dans le domaine de la prestation des services interurbains au Canada), (1992-1993), 31 pages, 5 $

Ce document porte sur deux projets du Centre pour la défense de l'intérêt public dans le domaine des télécommunications. Dans le cadre du premier, le Centre a présenté une analyse du projet de loi C-62, la loi concernant les télécommunications, au Comité permanent des transports et des communications du Sénat. Des modifications ont été proposées pour mieux protéger l'accessibilité et la vie privée, pour réduire la participation ministérielle et pour rationaliser le processus réglementaire. Le rapport du Comité du Sénat sur la loi proposée s'inspire de plusieurs de ces suggestions. Le deuxième projet consiste à examiner comment les consommateurs s'en sont tirés après la première année suivant la décision du CRTC d'ouvrir le service interurbain à la pleine concurrence. Contrairement aux attentes du CRTC, les abonnés résidentiels ont gagné très peu, étant donné que la réduction des tarifs visait principalement le secteur commercial. En fait, les compagnies de téléphone ont demandé l'autorisation d'augmenter les tarifs du service local, dans le cadre de leur stratégie de rééquilibrage des tarifs.

Centre pour la défense de l'intérêt public (CDIP), 1, rue Nicholas, bureau 1204, Ottawa (Ontario), K1N 7B7 Tél. : (613) 562-4002 Téléc. : (613) 562-0007.

L'étagement des canaux et le financement de la télédiffusion et de la télédistribution, (1991-1992), 104 pages

Cette étude explore le développement du système canadien de télédistribution. L'auteur examine d'abord l'évolution du cadre réglementaire et de la situation des principaux intervenants. Il soulève ensuite la problématique du financement : la réduction des subsides aux télédiffuseurs publics les forcent à concurrencer les télédiffuseurs privés pour des recettes publicitaires de plus en plus restreintes. Pour leur part, les télédistributeurs bénéficient d'un revenu plus stable grâce aux abonnements, ce qui permet la multiplication des canaux spécialisés et des nouveaux services. L'auteur propose un étagement des canaux qui maintiendrait un service de base accessible et abordable, et offrirait une plus grande liberté de choix possible, tout en conservant les exigences réglementaires de qualité et de contenu canadien. Il propose aux gouvernements d'assurer le support continu des réseaux publics et de donner au CRTC le mandat de consulter les consommateurs.

Association coopérative d'économie familiale (ACEF) de Thetford Mines, 37, rue Notre-Dame sud, Thetford Mines (Québec) G6G 1J1 Tél. : (418) 338-4755

La réforme de la législation fédérale régissant les télécommunications : a-t-on omis les consommateurs?, (1992-1993), 32 pages

Cette analyse du projet de loi C-62 relatif aux télécommunications a été présentée par la FNACQ au Comité permanent des transports et des communications. La FNACQ soutient que toute réforme législative relative aux télécommunications doit permettre d'assurer, outre le développement de l'industrie, le développement réfléchi du réseau, l'accessibilité universelle au service de base, et le respect des droits des citoyens, notamment le droit à la vie privée et le droit à la participation au processus de prise de décision. Or, l'examen du projet de loi révèle que ce dernier met presque exclusivement l'emphase sur la compétitivité de l'industrie canadienne des télécommunications. La FNACQ analyse les dispositions du projet de loi qui pourraient menacer l'accès universel au service téléphonique, ouvrir la porte à la multiplication des atteintes à la vie privée et restreindre considérablement le débat démocratique sur l'évolution de ce secteur essentiel à la vie moderne.

Fédération nationale des associations de consommateurs du Québec (FNACQ), 1212, rue Panet, bureau 301, Montréal (Québec) H2L 2Y7 Tél. : (514) 521-6820

Subsidizing Telephone Rates: the Potential for Lifeline Programs in Canada (Subventionner les tarifs du service téléphonique : Le potentiel des programmes de service essentiel au Canada), (1991-1992), 80 pages, 8 $

La restructuration de l'industrie canadienne des télécommunications poussée par la concurrence et la technologie pourrait entraîner une hausse importante des tarifs de service téléphonique local. Ce document explore la possibilité de mettre en oeuvre des programmes de services essentiels à l'intention des consommateurs à faible revenu, afin de leur garantir l'accès continu au service téléphonique de base. L'auteur explique le contexte canadien et les raisons qui justifieraient de tels programmes au Canada, de même que le fonctionnement de ces programmes. Il rapporte ensuite ce qui se fait aux États-Unis, et souligne le faible taux de participation chez les consommateurs

admissibles. Malgré cela, l'auteur conclut que de tels programmes, bien conçus, pourraient jouer un rôle important pour assurer l'universalité des services, et il donne des lignes directrices quant à la conception et à l'administration de programmes efficaces.

Centre pour la défense de l'intérêt public (CDIP), 1, rue Nicholas, suite 410, Ottawa (Ontario) K1N 7B7 Tél. : (613) 562-4002 Téléc. : (613) 562-0007

Technological Change and Competition in the Canadian Telecommunications Industry (Le changement technologique et la concurrence dans l'industrie canadienne des télécommunications), (1991-1992), 55 pages, 8 $

Cette étude porte sur l'industrie des télécommunications au Canada, où l'on est passé d'un marché monopolistique à un marché concurrentiel. L'avènement de la technologie numérique a rendu possible la concurrence entre les secteurs de la téléphonie et de la câblodiffusion ainsi qu'au sein même du secteur de la téléphonie. Désormais, les compagnies de téléphone tirent la plus grande partie de leurs recettes de nouveaux services concurrentiels, notamment des services de transmission de données et des services téléphoniques interurbains; les services locaux et l'accès au réseau faisant toujours l'objet d'un monopole. L'auteur explique les stratégies utilisées par les quasi-monopoles pour obtenir leur part du marché des services concurrentiels. Ils utilisent par exemple la réglementation à leur avantage et font porter aux abonnés du service résidentiel le coût et les risques liés aux investissements dans les nouveaux services concurrentiels destinés principalement au milieu des affaires. L'auteur décrit les limites de la réglementation actuelle, qui devait servir à réglementer les tarifs imposés par un monopole et non la concurrence. Il propose de restructurer l'industrie de façon à faire une distinction entre les entreprises de services et les entreprises disposant d'installations locales. Ainsi, tous les services de télécommunication, y compris le service local, seraient fournis par des entreprises concurrentes qui loueraient des installations locales des entreprises en ayant le monopole, selon des taux réglementés. Grâce à la réglementation, les autres services apporteraient une contribution équitable par rapport au service local de base.

Centre pour la défense de l'intérêt public (CDIP), 1, rue Nicholas, bureau 1204, Ottawa (Ontario) K1N 7B7 Tél. : (613) 562-4002 Téléc. : (613) 562-0007

Télécommunication et télédistribution, convergence technologique et intérêt des consommateurs. Étude des mémoires présentés en réponse à l'avis n^{o} DGTP-09-89 **Réseaux locaux de distribution des services de télécommunications**, (1990-1991), 60 pages

L'étude s'inscrit dans la 2e phase de consultations initiées par le ministère fédéral des Communications, sur l'avenir des réseaux locaux de communications au Canada. L'auteur fait une synthèse de 28 mémoires présentés par diverses parties concernées (compagnies de téléphone, compagnies de câblodiffusion, gouvernements) et constate la divergence des positions. Il soulève les principaux enjeux : à court terme, les objectifs et le cadre d'une loi canadienne des télécommunications, les questions réglementaires et les intérêts des consommateurs; à moyen et à long terme, l'évolution des réseaux, les besoins et les services, la convergence technologique et son effet sur la concurrence et les services de base, la tarification dans un système intégré et les critères d'investissement

pour décider de la pertinence et du choix du moment de la modernisation. En conclusion, l'auteur réitère la position du FNACQ pour l'implantation d'un seul réseau à large bande, universellement accessible et réglementé. La pertinence et le moment de l'implantation d'un tel réseau à large bande serait sujet aux critères énoncés dans le rapport.

Fédération nationale des associations de consommateurs du Québec (FNACQ), 1212, rue Panet, bureau 301, Montréal (Québec) H2L 2Y7 Tél. : (514) 521-6820

Telecommunications Towards 2000. Are Rural Canadians Getting their Fair Share? (Les télécommunications d'ici l'an 2000. Les Canadiens ruraux ont-ils leur juste part?), (1991-1992), 61 pages, 8 $

Ce document constitue la base d'une politique canadienne en matière de télécommunication dans le secteur rural. On y examine le rôle essentiel que jouent, dans notre économie infoculturelle, les télécommunications dans le développement de collectivités rurales viables. Ce document contient les résultats d'une enquête pancanadienne sur les besoins des abonnés du téléphone dans les régions rurales. Ces derniers considèrent qu'ils sont injustement désavantagés, compte tenu des tarifs qui leur sont imposés pour des appels effectués à des distances relativement courtes et de la taxe spéciale sur la distance qu'ils doivent payer pour utiliser une ligne individuelle. Étant donné les pressions exercées actuellement pour que les prix soient établis en fonction des coûts et la tendance qu'ont les concurrents à concentrer leurs activités dans les zones urbaines plus profitables, les services de base offerts dans les secteurs ruraux risquent d'être de moins en moins abordables. Le CDIP recommande donc que l'on envisage le financement public de l'infrastructure des télécommunications afin d'assurer une économie rurale saine et dynamique.

Centre pour la défense de l'intérêt public (CDIP), 1, rue Nicholas, Ottawa (Ontario) K1N 7B7 Tél. : (613) 562-4002 Téléc. : (613) 562-0007

Index

A

ACC
- Compétitivité au Canada, 4
- Consommateurs aînés, 4, 5
- Fonds mutuels, 13, 14
- Indice à la consommation, 11
- Industrie aérienne, 4
- Industrie de la télédistribution, 24
- Prix des médicaments brevetés, 22
- Projet de loi C-62, 24
- Protection - renseignements personnels, 14
- Soins de santé, 22
- Sondage sur la carte de débit, 19, 20

ACC-Québec
- Étude - frais de services bancaires, 20
- Ingrédients des produits cosmétiques, 11

ACC-Saskatchewan, 7

ACEF-Centre de Montréal
- Accès aux services bancaires, 18, 19
- Compensation légale, 21
- Compréhension des contrats bancaires, 19
- Retrait préautorisés, 22
- Sondage - accès aux services bancaires, 18
- Sondage - compréhension des contrats, 19

ACEF de Thetford Mines
- Les jeunes et le crédit, 8
- Télédistributions, 25

ACQ, 13
- Assurance habitation, 1, 2
- Assurance voyage, 1
- Jouets bruyants, 12
- Projet de loi C-28, 1
- Qualité des produits, 16
- Standardisation des produits d'assurance, 1

AMEC - Orillia et la région, 5

APA
- Financement automobile, 2
- Prix au détail automobile, 3
- Réparation automobile après collision, 2

Accès au crédit, 7

Actionnaires, 13

Agents de voyage, 1

Aînés, 4
- Hypothèques inversées, 8

Air Canada, 4

Association canadienne de normalisation, 6, 7, 16

Association canadienne des paiements, 22

Association canadienne des paraplégiques, 5

Association coopérative d'économie familiale
- *Voir* ACEF-Centre de Montréal
- *Voir* ACEF de Thetford Mines

Association des consommateurs du Canada
- *Voir* ACC
- *Voir* ACC-Québec
- *Voir* ACC-Saskatchewan

Association des consommateurs du Québec
- *Voir* ACQ

Association des malentendants canadiens, 5

Association des sourds du Canada, 6

Assurance
- Automobile, 2
- Habitation, 1
- Rabais en matière de prévention , 1
- Voyage, 1

Automobile
- Ateliers de débosselage, 3
- Concessionnaires, 3
- Étiquette de prix au détail, 3
- Financement, 2
- Pièces d'origine, 3
- Réparation après collision, 2
- Toyota, 3

B

B.C. Coalition for People with Disabilities, 6, 7

Banques, 20

Bell Canada, 24

Billets de spectacles, 23

Bureaux de crédit, 16

C

CACC, 24

CAP, 8

CDIP
- Concurrence - télécommunications, 26
- Conversion de l'avoir propre foncier, 8
- Guide - défense des consommateurs, 17
- Hypothèque inversée, 8
- Loi - aide financière aux intervenants, 17, 18
- Projet de loi C-62, 24
- Protection des renseignements personnels, 16
- Service interurbain, 24
- Service téléphonique de base, 23
- Service téléphonique local, 25
- Service téléphonique rural, 27

Télécommunications, 24
Câblodistribution
Voir télédistributeurs
Caisses populaires Desjardins, 20
Canadian Securities Administrators, 14
Canadian Shareowners Associations, 13
Centre pour la défense de l'intérêt public
Voir CDIP, 8
Chaise roulante, 6, 7
Chèques, 18
Code civil, 19
Commission de l'énergie de l'Ontario, 17
Commission des évaluations environnementales, 17
Common law
Protection des renseignements, 16
Communauté européenne
Protection des renseignements, 16
Compensation légale, 21
Compétitivité, 4
Concurrence, 4
Conférence
Le marché en transition, 4
Confidentialité, 14, 15
Conseil d'examen du prix des médicaments brevetés, 22
Conseil canadien d'évaluation des jouets, 12
Consommateurs
Aînés, 4
Analphabètes, 18
Handicapés, 5, 6
Jeunes, 8
Malentendants, 5
Sourds, 6
Consommateurs vulnérables, 4
Consommation et Affaires commerciales Canada, 10
Contrats bancaires, 19
Conversion de l'avoir propre foncier, 8
Crédit, 7
Compétence des consommateurs, 7
Conversion de l'avoir propre foncier, 8
Et les jeunes, 8

D

Décodeurs, 6
Diffuseurs, 24

E

ESPC - environnement
Étiquetage et publicité, 10
Instruments économiques, 9
Lignes directrices de CACC, 10
Marché écologiquement sain, 9
Éducation du consommateur, 4
Crédit, 7, 8
Environmentally Sound Packaging Coalition
Voir ESPC
Environnement
Commission des évaluations, 17
Étiquetage et publicité, 10
Groupes environnementaux, 9
Instruments économiques, 9
Lignes directrices de CACC, 10
Marché écologiquement sain, 9
Équifax, 16
États-Unis
Accès aux services bancaires, 18
Automobile - prix au détail, 3
Compréhension des contrats, 19
Service téléphonique de base, 25
Étiquetage
Environnement, 10
Matelas, 10
Produits cosmétiques, 11

F

FNACQ
Projet de loi C-62, 25
Télécommunication et télédistribution, 26
Fonds mutuels, 13, 14
France
Accès aux services bancaires, 18

H

Hypothèques inversées, 8

I

Identifiant universel, 16
Indice à la consommation, 11
Industrie aérienne, 4
Informetrica Ltd., 11
Ingrédients
Produits cosmétiques, 11
Initiative pour la prospérité, 4
Institutions financières
Accès
personnes à faible revenu, 18
personnes analphabètes, 18
Compensation légale, 21
Crédit, 8
Frais des services bancaires, 21
Mécanismes de recours, 21
Projet de loi C-9, 21
Protection des renseignements personnels, 15
Retrait préautorisés, 22
Services de base, 18
Sondage - frais de services bancaires, 20
Interac, 19
Intervenants, 17

J

Jeunes
    Crédit, 8
Jouets
    Bruyants, 12
    Produits originaux et leurs imitations, 12

L

Langage clair, 1, 18, 19
Lignes aériennes Canadien International, 4
Loi - aide financière aux intervenants , 17
Loi de 1992 modifiant la Loi sur les brevets, 22

M

Marché écologiquement sain, 9
Marketing direct, 16
Matelas
    Appellations à connotation médicale, 10
Mécanisme de recours, 21
Médicaments, 22

N

NAS, 16

O

OCDE
    Protection des renseignements, 5
Ontario
    Loi - aide financière aux intervenants, 17

P

PRD, 13
Paiements électroniques, 21
Personnes à faible revenu, 18
Personnes analphabètes
    Accès aux services bancaires, 18
Placements, 13, 14
Produits
    Cosmétiques, 11
    Destinés aux personnes handicapées, 5
Programme d'achat d'actions additionnelles, 13
Projet de loi
    C-9, 21
    C-28, 1
    C-62, 24
    C-91, 22
Protection des renseignements personnels, 14
    Entreprise privée, 15, 16
    Institutions financières, 15
Publicité
    Environnement, 10
    Financement automobile, 2

Q

Qualité des produits
    Vêtements et chaussures, 16

R

Radiodiffusion
    Les besoins des malentendants, 5
Régimes de ré-investissement des dividendes, 13
Représentation des consommateurs, 17
Retraits préautorisés, 22

S

SAC
    Appelations des matelas, 10
    Crédit à tout prix, 8
    Frais de services bancaires, 21
    Frais reliés aux services financiers, 20
    Mécanismes de recours, 21
    Projet de loi C-9, 21
    Protection des renseignements, 14, 15, 16
Sénat - Comité permanent
    des banques et du commerce, 14
    des transport et des communications, 25
Service d'aide au consommateur de Shawinigan
    Voir SAC, 8
Services bancaires
    Accès
        personnes à faible revenu, 18
        personnes analphabètes, 18
    Compensation légale, 21
    Contrats bancaires, 19
    Étude sur les frais, 20
    Retraits préautorisés, 22
Sociétés d'assurance, 1
Soins de santé, 22
Sondages
    Accès aux services bancaires, 18
    Ateliers de réparation automobile, 3
    Besoins des malentendants, 5
    Carte de débit, 19
    Consommateurs handicapés, 5
    Compréhension des contrats bancaires, 19
    Crédit, 7
    Frais de service - billets de spectacles, 23
    Frais de services bancaires, 20
    Ingrédients des produits cosmétiques, 11
    Proprétaires de véhicules automobiles, 3
    Protection des renseignements personnels, 15
    Qualité des produits, 16
    Taxis accessibles en chaise roulante, 6

Usagers de décodeurs, 6
Soup'sons
Frais de service - billets de spectacles, 23
Sous-titrage, 6
Spectacles, 23

T

TPS, 2
Taxis, 6, 7
Télécommunications, 23, 24, 25, 26, 27
Télédiffusion
Décodeurs et sous-titrage, 6
Les besoins des malentendants, 5
Télédistribution, 25, 26
Téléphone
Abonnés ruraux, 27
Concurrence, 26
Service de base, 23, 25
Service local, 25
Service interurbain, 24
Universalité des services, 25
Toyota, 3
Transporteurs aériens, 4

V

Valeurs mobilières, 13
Vie privée, 14, 24, 25
Voyage
Assurance, 1