
Office de la protection du consommateur

**Rapport
annuel
2000-2001**

Le contenu de cette publication a été rédigé par
l'Office de la protection du consommateur

Cette publication a été produite par
Les Publications du Québec
1500 D, rue Jean-Talon Nord
Sainte-Foy (Québec)
G1N 2E5

Dépôt légal — 2001
Bibliothèque nationale du Québec
Bibliothèque nationale du Canada
ISBN : 2-551-19554-3
ISSN : 0710-6785
© Gouvernement du Québec, 2001

Tous droits réservés pour tous pays.
La reproduction par quelque procédé que ce soit
et la traduction, même partielles, sont interdites
sans l'autorisation des Publications du Québec.

Monsieur Jean-Pierre Charbonneau
Président de l'Assemblée nationale
Hôtel du Parlement
Québec (Québec)

Monsieur le Président,

J'ai l'honneur de vous présenter le rapport annuel de l'Office de la protection du consommateur, couvrant la période du 1^{er} avril 2000 au 31 mars 2001.

Veillez agréer, Monsieur le Président, l'expression de mes sentiments les plus respectueux.

Le ministre des Relations avec les citoyens et de l'Immigration,

Joseph Facal

Montréal, décembre 2001

Monsieur Joseph Facal
Ministre des Relations avec les citoyens
et de l'Immigration
360, rue McGill, 4^e étage
Montréal (Québec)

Monsieur le Ministre,

J'ai le plaisir de vous soumettre, en votre qualité de ministre des Relations avec les citoyens et de l'Immigration, le rapport annuel de l'Office de la protection du consommateur, couvrant la période du 1^{er} avril 2000 au 31 mars 2001.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Ministre, l'expression de mes sentiments les plus distingués.

La présidente,
Nicole Fontaine
Québec, décembre 2001

Table des matières

Mot de la présidente 9

Chapitre 1 L'Office de la protection du consommateur 11

- 1.1 La mission 11
- 1.2 La vision et les valeurs 11
- 1.3 Le mandat 11

Chapitre 2 La structure administrative et le fonctionnement 13

- 2.1 L'organigramme 13
- 2.2 Le conseil d'administration 13
- 2.3 La présidence 15
- 2.4 La structure administrative 16
 - 2.4.1 La Direction des services administratifs 16
 - 2.4.2 La Direction des communications, de la recherche et de la prospective 16
 - 2.4.3 La Direction des affaires juridiques 17
 - 2.4.4 La Direction des services aux consommateurs 17
- 2.5 Le magazine *Protégez-Vous* 17
- 2.6 Le cadre législatif gouvernemental 18
 - 2.6.1 L'accès à l'information 18
 - 2.6.2 La sécurité de l'information numérique 18
 - 2.6.3 La protection des renseignements personnels 18
 - 2.6.4 Le programme d'accès à l'égalité 18
 - 2.6.5 La modernisation de la gestion publique 18

Chapitre 3 La planification stratégique et les bilans 19

- 3.1 Les orientations stratégiques 19
- 3.2 Les bilans 19
 - 3.2.1 Les pratiques commerciales problématiques 19
 - 3.2.2 L'application des lois, des règles et des normes 20
 - 3.2.3 L'approche non judiciaire de règlement des litiges 21
 - 3.2.4 L'information et l'éducation des consommateurs 22
 - 3.2.5 La modernisation de l'Office de la protection du consommateur 23

Les Annexes

Annexe I

- Tableau 1 Subventions accordées aux organismes de protection du consommateur 25
- Tableau 2 Répartition de l'effectif régulier au 31 mars 2001 26
- Tableau 3 Budget 2000-2001 26
- Tableau 4 Permis, exemptions et recours au cautionnement et aux fonds collectifs 27
- Tableau 5 Enquêtes et inspections terminées, poursuites et jugements obtenus par secteur 27
- Tableau 6 Répartition des demandes reçues par domaine de consommation 28
- Tableau 7 Principales activités des bureaux régionaux 29
- Tableau 8 Répartition des renseignements demandés et des plaintes acheminées selon le regroupement des bureaux régionaux 30
- Tableau 9 Total des demandes de renseignements et plaintes selon le regroupement des bureaux régionaux 31

Annexe II – Les études, les sondages et le mémoire 32

Annexe III – Bureaux de l'Office de la protection du consommateur 33

Annexe IV – Code d'éthique et de déontologie 34

Annexe V – Déclaration de services aux citoyens 39

Mot de la présidente

En 2001, l'Office de la protection du consommateur célèbre le trentième anniversaire de sa création : trente années à promouvoir et à défendre les droits et les intérêts des consommateurs québécois. Par son action crédible et influente en matière de surveillance des marchés, d'information des consommateurs et de représentation de leurs intérêts l'Office exerce son leadership parmi les organismes publics de protection des consommateurs au Canada et en Amérique du Nord.

Les enjeux actuels en consommation sont de taille. En effet, la protection des consommateurs n'aura jamais été aussi nécessaire qu'à l'ère de la mondialisation de l'économie, de l'ouverture des marchés, de l'accroissement phénoménal du nombre de produits et services accessibles sur les marchés et de l'accélération de leur commercialisation. Jamais auparavant les consommateurs n'auront eu accès à des biens et services aussi variés et d'origines aussi diverses.

L'évolution rapide et la complexité croissante des problématiques de consommation requièrent de la part des organisations chargées de la protection des consommateurs une vigilance accrue et une intervention plus stratégique et mieux documentée. C'est pourquoi l'Office s'est engagé dans la recherche de nouvelles approches de protection des consommateurs, dans une conjoncture où les législations actuelles ne sont pas nécessairement adaptées au marché mondial et au commerce virtuel. Dans ce contexte, l'exercice 2000-2001 a été riche en réalisations pour l'Office de la protection du consommateur. Nous sommes en effet intervenus dans plusieurs dossiers d'importance.

Ainsi, la recherche de nouvelles formes de règlement des litiges a amené l'Office à recommander l'adhésion du Québec au Programme d'arbitrage pour les véhicules automobiles du Canada (PAVAC). Il s'agit d'un programme d'arbitrage volontaire et impartial financé par les fabricants et auquel les consommateurs peuvent soumettre gratuitement un litige les opposant à un manufacturier d'automobiles. Les consommateurs peuvent ainsi bénéficier d'une plus grande souplesse dans le règlement des litiges. Le Québec participe au PAVAC depuis janvier 2001 et l'Office a collaboré étroitement à sa mise en place. De plus, afin d'assurer une meilleure information aux consommateurs, l'Office a mis en place une banque de données appelée « Profil du commerçant ». Elle permet d'informer les consommateurs, sur demande et par téléphone, de plaintes formulées à l'endroit de commerçants.

Au cours de l'exercice, nous avons intensifié notre action à l'égard des prêteurs sur gages délinquants qui exploitent des commerces dans plusieurs régions du Québec. Ainsi, nous avons terminé l'opération « Brocanteurs », amorcée en novembre 1999 en collaboration avec le Service de police de la Communauté urbaine de Montréal, ainsi que d'autres interventions similaires ailleurs au Québec. De plus, nous avons procédé à l'examen d'une centaine de demandes de permis de prêt d'argent afin de s'assurer de la protection de l'intérêt public et de l'exercice honnête et compétent des activités commerciales des demandeurs. Nos interventions ont mené au dépôt de plus de 700 constats d'infraction et d'une centaine de poursuites à l'égard des contrevenants. Nous avons également formé un groupe de travail pour trouver des solutions de rechange au prêt sur gage. Ce groupe est constitué de représentants des milieux financiers, des associations de consommateurs et des trois paliers de gouvernement.

L'Office souscrit aux objectifs d'allégement réglementaire du gouvernement du Québec. Le plan pluriannuel de l'Office en cette matière vise la mise à jour des législations et une simplification des règles administratives. À cet effet, nous avons poursuivi en 2000-2001 le processus de mise à jour des lois et des règlements dont nous sommes responsables, pour les adapter aux réalités du marché d'aujourd'hui et harmoniser nos pratiques avec celles des autres provinces.

Les modifications au règlement d'application de l'article 223 de la *Loi sur la protection du consommateur* concernant le marquage unitaire des prix sont entrés en vigueur en février 2001. Celles-ci ont pour but d'adapter les obligations législatives de certains commerçants aux pratiques commerciales modernes, tout en respectant les grands principes de protection des consommateurs, c'est-à-dire la connaissance, la comparabilité et l'exactitude des prix ainsi que la reconnaissance des droits des consommateurs. Ces modifications permettent en outre aux commerçants de se prévaloir d'une exemption en matière de marquage unitaire des prix lorsqu'ils disposent de la technologie du lecteur optique et d'un système intégré de bases de données. Les commerçants doivent également adopter une politique d'indication et d'exactitude des prix à la consommation.

Par ailleurs, le gouvernement du Québec a confié à l'Office en 1998 le mandat d'élaborer un programme d'information sur le commerce électronique et la sé-

curité des transactions et d'offrir un service de certification volontaire des entreprises afin d'assurer la protection des intérêts des consommateurs dans le développement du commerce électronique. Dans ce contexte, l'Office a participé activement aux travaux du Groupe de travail canadien sur la consommation et le commerce électronique lequel, après avoir élaboré des principes de protection des consommateurs dans le cadre du commerce électronique, travaille actuellement à la mise en œuvre de ces principes par la création d'un programme de certification. Ce groupe de travail est composé de représentants des principales associations de l'industrie canadienne, d'associations de consommateurs et de représentants des gouvernements fédéral et provinciaux. L'Office participe également aux travaux du Comité de normalisation dirigé par le Bureau de la normalisation du Québec et l'Association canadienne de normalisation, en vue de développer une norme destinée à établir des pratiques commerciales sécuritaires pour les cyberconsommateurs.

D'autre part, l'Office a accru la participation des associations de consommateurs aux différentes tables de travail, et ce, tant celles dont il est l'instigateur que celles auxquelles devraient avoir accès ces intervenants majeurs en matière de protection des consommateurs. L'Office souhaite d'ailleurs que les intérêts de ces derniers puissent être représentés et ainsi influencer les décisions prises dans les organisations gouvernementales sur le plan local, national et international, au sein de l'OCDE et de l'OMC, et en partenariat avec des organismes tels Consumers International ou National Association of Consumer Agency Administrators.

Enfin, l'Office a réalisé sa planification stratégique pour la période 2001-2004, dans le nouveau cadre de gestion de la fonction publique introduit par la *Loi sur l'administration publique*. Conformément à cette loi, et afin de souligner sa volonté d'apporter une attention particulière à la qualité des services rendus aux citoyens québécois, l'Office a rendu publique sa Déclaration de services aux citoyens-consommateurs. Celle-ci présente ses engagements de services aux citoyens en continuité avec sa mission et son mandat et dans le cadre des ressources disponibles.

Cette année, le rapport annuel d'activité de l'Office est d'une facture intermédiaire. En 2001-2002, il prendra la forme d'un rapport annuel de gestion qui présentera essentiellement les résultats obtenus par rapport aux objectifs prévus dans notre planification stratégique, dans un but de transparence et de plus grande imputabilité.

En terminant, je tiens à remercier chaleureusement tous les membres du personnel ainsi que nos partenaires pour leur engagement indéfectible et leur contribution remarquable depuis trente ans à la promotion et à la défense des droits des consommateurs québécois.

La présidente,

Nicole Fontaine

Chapitre 1

L'Office de la protection du consommateur

1.1 La mission

Organisme autonome depuis 1981, l'Office de la protection du consommateur relève du ministre des Relations avec les citoyens et de l'Immigration, monsieur Joseph Facal.

Sa mission est d'assurer la reconnaissance et le respect des droits des consommateurs. Aussi l'Office veille, sur le plan social, à maintenir l'équilibre du rapport de forces entre le consommateur et le commerçant. En effet, les transactions sur le marché de la consommation sont caractérisées par la disproportion des informations et des ressources financières dont disposent les parties de même que par le déséquilibre de leurs compétences tant techniques que juridiques.

Sur le plan économique, l'Office contribue à l'établissement d'une saine concurrence entre les commerçants, à l'amélioration de la qualité des produits et des services ainsi qu'à la prévention et au règlement de litiges par des moyens peu coûteux pour la société.

Sur le plan politique, l'Office représente l'engagement de l'État à veiller au respect des droits des citoyens en matière de consommation et traduit sa ferme volonté de faciliter les rapports entre consommateurs et commerçants. En outre, il fait en sorte que les diverses voix des consommateurs québécois puissent être entendues auprès des organismes qui exercent une influence sur leur quotidien.

Enfin, sur le plan mondial, l'Office figure parmi les leaders en matière de protection du consommateur, grâce à des lois et à des actions novatrices. Il est le maître d'œuvre de la protection du consommateur au Québec.

1.2 La vision et les valeurs

Nos actions reposent aussi sur une vision et des valeurs que l'Office s'est appropriées. En effet, l'Office est la référence en matière de consommation au Québec grâce à sa crédibilité, à sa visibilité et à son influence. Pour ce faire, il est constamment à l'écoute des besoins de ses clientèles afin de répondre le plus adéquatement possible à leurs attentes.

1.3 Le mandat

En vertu de l'article 292 de la *Loi sur la protection du consommateur*, l'Office a le mandat :

- de surveiller l'application de la *Loi sur la protection du consommateur* et de toute autre loi en vertu de laquelle une telle surveillance lui incombe ;
- de recevoir les plaintes des consommateurs ;
- d'éduquer et de renseigner la population sur ce qui a trait à la protection du consommateur ;
- de faire des études concernant la protection du consommateur et, s'il y a lieu, de transmettre ses recommandations au Ministre ;
- de promouvoir et de subventionner la création et le développement de services ou d'organismes destinés à protéger le consommateur et de coopérer avec ces services ou organismes ;
- de sensibiliser les commerçants, les manufacturiers et les publicitaires aux besoins et aux demandes des consommateurs ;
- de promouvoir les intérêts des consommateurs devant un organisme gouvernemental dont les activités affectent le consommateur ;
- d'évaluer un bien ou un service offert au consommateur ;
- de coopérer avec les divers ministères et organismes gouvernementaux du Québec en matière de protection du consommateur et de coordonner le travail accompli dans ce but par ces ministères et organismes ;
- de créer, par règlement, des conseils consultatifs régionaux de la protection du consommateur pour les régions qu'il fixe, de déterminer leur composition, leurs fonctions, devoirs et pouvoirs, les modalités d'administration de leurs affaires et de prévoir les émoluments de leurs membres.

Dans le cadre de son mandat, l'Office est chargé de surveiller l'application de quatre lois.

- La *Loi sur la protection du consommateur* (L.R.Q., c. P-40.1)
Elle vise à protéger la population québécoise dans de nombreux secteurs de la consommation. Elle établit une garantie fondamentale sur tous les biens et services offerts aux consommateurs. Elle régit l'ensemble des contrats conclus entre ces derniers et les commerçants et établit des régimes particuliers de protection pour les contrats conclus par

le commerce itinérant, les contrats à crédit, la vente d'automobiles et de motocyclettes d'occasion, la réparation d'automobiles, de motocyclettes et d'appareils domestiques, le louage de services à exécution successive, tel l'abonnement à un studio de santé, et, enfin, la location à long terme de biens.

Cette loi détermine des catégories de commerces dont l'exploitation nécessite l'obtention d'un permis. Elle interdit aux commerçants, aux manufacturiers et aux publicitaires certaines pratiques qui pourraient induire les consommateurs en erreur. Dans certaines circonstances, elle oblige les commerçants à déposer dans des comptes en fidéicommis les sommes d'argent perçues des consommateurs. Enfin, en plus de prévoir des sanctions pénales pour le non-respect de la loi, elle précise les recours que ces derniers peuvent exercer lorsque les commerçants, les manufacturiers ou les publicitaires y contreviennent.

- *Loi sur les agents de voyages* (L.R.Q., c. A-10)
Cette loi a pour but, d'une part, d'assurer que les personnes qui travaillent dans ce domaine aient la compétence nécessaire et qu'elles respectent les règles de conduite et, d'autre part, de protéger les consommateurs lors de la fermeture d'une agence. Les agents de voyages, détaillants ou grossistes doivent posséder un permis et déposer en fiducie l'argent de leurs clients jusqu'à ce que les services soient payés au fournisseur. Ils ont également l'obligation de fournir un cautionnement individuel proportionnel à leur chiffre d'affaires et de cotiser à un fonds collectif que l'Office a la responsabilité de gérer.

- *Loi sur les arrangements préalables de services funéraires et de sépulture* (L.R.Q., c. A-23.001)
Cette loi a principalement pour but d'assurer la protection des sommes versées par les acheteurs des arrangements préalables en intégrant la notion d'indexation au coût de la vie. Elle prévoit notamment l'obligation pour les directeurs de funérailles de déposer en fiducie 90 % du prix des biens et services qui seront fournis au moment du décès.

- *Loi sur le recouvrement de certaines créances* (L.R.Q., c. R-2.2)
Cette loi établit des règles de conduite pour quiconque recouvre une créance. Elle fixe aussi des normes de comportement pour les personnes qui recouvrent une créance pour autrui. Ces dernières doivent posséder un permis de l'Office et verser un cautionnement qui sert à indemniser les personnes lésées par un manquement à la loi ou à payer des amendes.

Chapitre 2

La structure administrative et le fonctionnement

2.1 L'organigramme

L'Office de la protection du consommateur est dirigé par un conseil d'administration, sous la présidence de madame Nicole Fontaine. Nommés par le gouvernement, les membres du conseil d'administration sont secondés dans leurs tâches par une équipe de cent quinze personnes affectées à la protection des consommateurs.

La Direction des services administratifs et du Secrétariat relève de madame Sylvie Côté. Elle comprend les services des ressources humaines, des ressources financières et matérielles ainsi que les systèmes d'information. La Direction des communications, de la recherche et de la prospective relève de monsieur Gilles Angers, alors que notre partenaire le magazine *Protégez-Vous* est dirigé par monsieur David Clerk. Sous l'autorité de madame Nicole Papineau, la Direction des affaires juridiques regroupe les services juridiques et des permis de même que l'analyse des pratiques commerciales. Enfin, la Direction des services aux consommateurs est dirigée par monsieur Léonard Fortin par intérim.

2.2 Le conseil d'administration

La *Loi sur la protection du consommateur* prévoit la composition de son conseil d'administration. Celui-ci est composé d'au plus neuf membres nommés par le gouvernement. La loi stipule que ces membres doivent, en raison de leur expérience et connaissance, être susceptibles de contribuer d'une façon éclairée et efficace à la solution des problèmes des consommateurs. C'est pourquoi nous observons la présence de représentants de différents secteurs d'activité. La représentativité régionale adéquate est également privilégiée afin que le conseil de l'Office soit un miroir de la population québécoise. Ainsi, cinq membres du conseil d'administration sont issus de villes de la région de Montréal, les autres venant de Chicoutimi, Hull et Québec.

Les membres du conseil d'administration

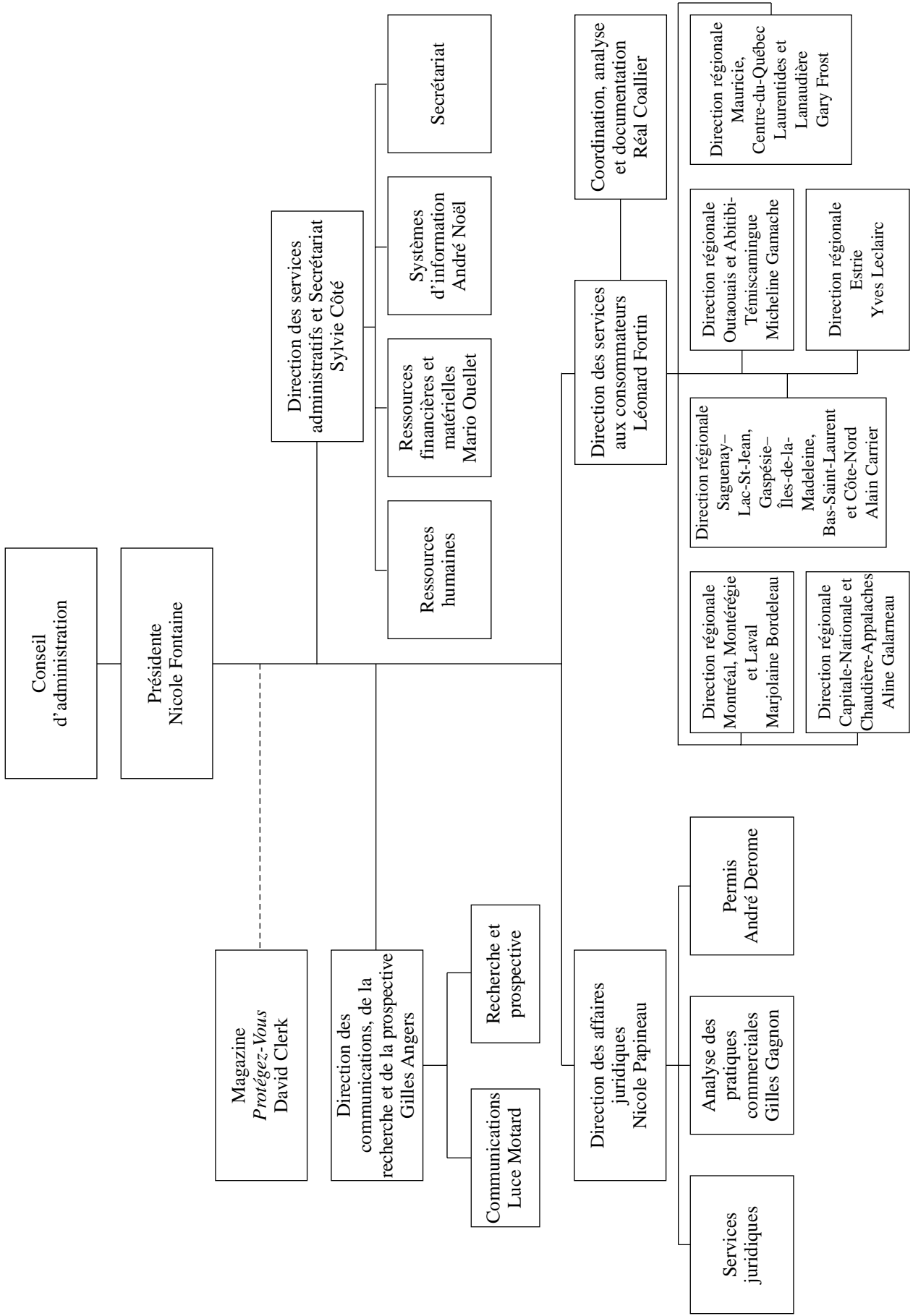
Le conseil d'administration de l'Office est composé des personnes suivantes :

- madame Nicole Fontaine, présidente de l'Office de la protection du consommateur ;
- monsieur Jean-Pierre Beaudry, directeur des relations publiques, Confédération des caisses Desjardins du Québec, Montréal ;
- madame France Bergeron, avocate, Cain Lamarre Casgrain Wells, Chicoutimi ;
- monsieur Pierre Couture, président, Agence de promotion et de gestion PCDV inc., Montréal ;
- madame Pierrette Dupont-Rousse, retraitée (anciennement directrice générale du Centre communautaire juridique de l'Outaouais), Hull ;
- monsieur Pierre-Claude Lafond, docteur en droit de la consommation et professeur, Université du Québec à Montréal, Montréal ;
- monsieur René Rheault, retraité, Cap-Rouge ;
- madame Louise Rozon, directrice, Option consommateurs, Hamstead ;
- madame Marie Vallée, consultante, Montréal.

Au cours de l'année 2000-2001, les membres du conseil d'administration ont tenu huit réunions au cours desquelles ils se sont penchés sur l'analyse de plusieurs dossiers d'importance. Ils ont suivi de près l'évolution de l'opération « Brocanteurs », instaurée par l'Office au cours de l'exercice précédent, ainsi que la mise en œuvre du suivi de la politique visant l'indication et l'exactitude des prix. Ils ont aussi appuyé l'implantation au Québec du Programme d'arbitrage pour les véhicules automobiles du Canada (PAVAC) et le développement d'une norme en commerce électronique. De plus, ils ont favorisé un meilleur accès à l'information pour les consommateurs par le biais du « Profil du commerçant » et le développement d'un système de réponses vocales interactives en dehors des heures régulières de travail.

Sur le plan administratif, les membres du conseil ont participé étroitement au processus de modernisation de la gestion publique. À cet effet, ils ont approuvé le plan de mise en œuvre de ce processus ainsi que la planification stratégique 2001-2004, la Déclaration de services aux citoyens et la programmation annuelle.

Office de la protection du consommateur



Dans le cadre des dossiers administratifs courants, les membres ont adopté le plan pluriannuel d'allègement réglementaire et le Programme d'aide aux organismes de protection du consommateur. Enfin, ils ont approuvé la mise en place du concours « Ouvrir sur la consommation durable », la tenue des « Ateliers de la consommation » ainsi que du séminaire de l'Office pendant la Semaine du commerce électronique qui se tiendra à Montréal à l'automne de 2001.

En ce qui a trait au volet législatif, les membres ont adopté des recommandations ayant trait au droit du crédit à la consommation et adopté les recommandations de changements à la *Loi sur les agents de voyages*.

Finalement, les membres ont entériné la modification du statut du magazine *Protégez-Vous* pour en faire un organisme à but non lucratif. À cet effet, ils ont constitué une assemblée des membres de *Les éditions Protégez-Vous* ainsi que son conseil d'administration.

Le Programme d'aide aux organismes de protection du consommateur

L'Office a le mandat de promouvoir et de subventionner le développement de services ou d'organismes destinés à protéger les consommateurs. Le Programme d'aide aux organismes de protection du consommateur est donc prévu à cette fin. L'Office a maintenu, depuis les trois dernières années, les crédits affectés à ce programme. L'analyse de toutes les demandes d'aide financière est réalisée par le Comité des subventions, lequel est composé de membres du conseil d'administration et de membres du personnel de l'Office, qui dépose ses recommandations au conseil d'administration pour adoption.

Une cinquantaine d'organismes travaillent dans le domaine de la protection du consommateur au Québec. En 2000-2001, les 495 400 \$ alloués au programme ont permis de subventionner 37 de ces organismes (voir Annexe I, tableau 1).

Année financière	Budget total de l'OPC	Demandes reçues	Demandes acceptées	Budget alloué
2000-2001	8 402 100 \$	44	37	495 400 \$
1999-2000	8 516 899 \$	42	38	495 400 \$
1998-1999	7 903 400 \$	38	38	495 400 \$

En 2000-2001, le programme triennal a été suspendu et transformé temporairement en programme annuel. En effet, le projet de politique de soutien à l'action communautaire autonome du Secrétariat à l'action communautaire autonome du Québec a incité l'Office à la prudence en regard des engagements à moyen terme. Ainsi, l'année 2000-2001 a été une année de transition, et le caractère triennal du programme sera réinstauré si possible dès que la politique gouvernementale de soutien sera adoptée.

2.3 La présidence

La présidence a pour mandat de diriger l'Office de la protection du consommateur et de s'assurer que l'organisme remplit sa mission de façon efficiente et efficace. Elle est assistée dans sa tâche, en plus du personnel de l'organisme, du conseil d'administration, de son Secrétariat ainsi que du Comité de gestion.

Afin de bien répondre à son mandat, elle a révisé dans le cadre de la nouvelle *Loi sur l'administration publique*, avec la collaboration de l'équipe de gestion de l'Office, son plan stratégique triennal qui s'inscrit maintenant dans le contexte et les enjeux de la consommation tant au palier régional, national, qu'inter-

national. À partir des orientations stratégiques, elle définit le plan d'action et détermine les indicateurs de performance nécessaires à l'atteinte des résultats avec l'implication soutenue du Comité de gestion. Tout au long de l'année, elle coordonne les efforts et réajuste au besoin les actions afin d'adapter l'organisation aux besoins évolutifs de la consommation. Elle s'assure de normes élevées de protection des consommateurs tout en privilégiant des règles du jeu souples et adaptées aux contextes économique et politique d'aujourd'hui.

La présidence maintient des liens privilégiés avec les organismes travaillant dans le domaine de la consommation et suscite des partenariats dans des dossiers stratégiques. Elle s'assure d'une vigie des problèmes de consommation et participe à divers débats. Elle fournit en outre des recommandations au Ministre responsable de l'organisme, présente des mémoires auprès des commissions parlementaires et définit les orientations gouvernementales en matière de consommation. Enfin, elle est aussi responsable de l'application de la *Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels* ainsi que de la Politique linguistique de l'Office.

2.4 La structure administrative

2.4.1 La Direction des services administratifs

La Direction des services administratifs fournit à la haute direction, aux gestionnaires et au personnel de l'Office des services-conseils et de soutien technique visant à appuyer leurs activités et accroître l'efficacité et la qualité de leurs interventions auprès des clientèles. Cette direction assure une gestion efficace et efficiente des ressources humaines, financières, matérielles et informationnelles, de façon à répondre aux divers besoins de l'organisation. De plus, elle élabore et propose des politiques et pratiques de gestion relatives à ses champs d'activité.

Pour l'exercice financier 2000-2001, l'Office disposait d'un budget de 8 402 100 \$ réparti en cinq super-catégories détaillées (voir Annexe I, tableau 3).

Au cours de la dernière année, au chapitre du développement des ressources humaines, nous avons effectué un rattrapage et des crédits particuliers ont été investis dans le perfectionnement du personnel en situation de gestion et de nos agents de première ligne. Au total, l'Office a investi 1,93 % de sa masse salariale en programmes de formation et de perfectionnement auprès de son personnel, soit presque deux fois plus que le pourcentage exigé par la *Loi favorisant le développement de la formation de la main-d'œuvre*. Ainsi, en 2000-2001, de façon générale, chaque personne a participé à au moins une activité de développement.

Au 31 mars 2001, l'effectif régulier de l'Office s'établissait à 115 équivalents temps complet (ETC). Une soixantaine de personnes étaient en poste dans les bureaux de Québec et de Montréal et les autres étaient réparties dans les onze bureaux régionaux (voir Annexe I, tableau 2).

Au cours de l'exercice financier, 61 demandes de dotation d'emplois ont été traitées, dont 45 pour l'embauche de personnel occasionnel, 11 pour l'embauche de personnel régulier et 5 pour l'embauche d'étudiants et de stagiaires.

De plus, l'Office a participé à la vaste opération des concours réservés pour le personnel occasionnel. Vingt candidats y ont été admis. Au cours de l'exercice, l'Office n'a effectué que deux nominations à des postes réguliers. Il s'agit de nominations faites en vertu des lettres d'ententes négociées par les parties pour régulariser la situation du personnel occasionnel admissible aux concours réservés.

L'Office a également consacré 2 100 \$ pour mettre à la disposition de son personnel régulier et occasionnel de plus d'un an des services professionnels externes d'aide à la personne.

Aucun cas d'accident de travail ou de maladie professionnelle n'a été signalé. En outre, aucun grief n'a été déposé relativement à des questions portant sur les relations professionnelles.

Par ailleurs, le Comité ministériel sur l'organisation du travail (CMOT) a tenu trois rencontres. Les discussions ont porté plus particulièrement sur le suivi du dossier « Mission et valeurs », le bilan des activités de formation des membres du CMOT, le réaménagement du bureau de Montréal, la réorganisation du travail pour le service à la clientèle, le redéploiement de l'effectif « Interservices », la modernisation de la fonction publique, le Programme d'arbitrage de véhicules automobiles du Canada (PAVAC), le budget 2000-2001 et les compressions budgétaires et, enfin, sur le bilan de l'effectif de l'Office.

2.4.2 La Direction des communications, de la recherche et de la prospective

La Direction des communications, de la recherche et de la prospective exerce plusieurs fonctions stratégiques au sein de l'organisation. Elle a le mandat d'informer et d'éduquer sur une base collective les consommateurs dans le but de les sensibiliser à leurs droits, à leurs obligations et à leurs recours et, en conséquence, à les outiller dans leurs démarches pour résoudre des problèmes de consommation. Elle informe également les commerçants sur leurs obligations et ainsi favorise le développement de saines pratiques commerciales.

La Direction a un mandat de vigie en regard des nouvelles tendances et problèmes de consommation. Elle est responsable de l'élaboration de la planification stratégique et de la Déclaration de services aux citoyens de l'Office. Elle entretient et développe des liens avec les partenaires naturels de l'Office qui sont notamment les associations de consommateurs, les universités et les autres centres de recherche. Finalement, elle soutient les autres unités administratives en matière de communication, en particulier les affaires juridiques et les bureaux régionaux, et collabore régulièrement avec le magazine *Protégez-Vous*.

De plus, elle a représenté l'Office au sein du groupe de travail interministériel sur l'État et la mondialisation. Coordonné par le ministère de l'Industrie et du Commerce, ce groupe doit remettre, à l'automne de 2001, un mémoire au Conseil des ministres à propos de l'incidence de la mondialisation sur les lois et les règlements en vigueur au Québec et les marges de manœuvre dont l'État dispose dans ce contexte.

2.4.3 La Direction des affaires juridiques

La Direction des affaires juridiques a pour mandat de surveiller les pratiques commerciales et l'application des lois administrées par l'Office. Elle regroupe trois services : le Service des permis, le Service de l'analyse des pratiques commerciales et les Services juridiques.

La surveillance des pratiques commerciales et l'application des lois sont des responsabilités partagées entre plusieurs unités administratives de l'Office, dont la Direction des affaires juridiques et des pratiques commerciales et la Direction des services aux consommateurs qui offrent les services de première ligne. Elle s'exerce principalement dans le cadre des activités suivantes :

- l'émission et le renouvellement de permis aux commerçants qui sont tenus par la loi de se conformer à cette obligation, par la gestion de cautionnements et par la surveillance des dépôts en fidéicommiss de certaines sommes appartenant aux consommateurs ;
- la réalisation d'enquêtes et d'inspections visant à vérifier et à contrôler les pratiques commerciales et par le recours, si nécessaire, à des moyens préventifs ou coercitifs, tels la rencontre de commerçants, l'émission d'un communiqué de mise en garde à la population, l'audition, la mise en demeure pénale, l'engagement volontaire, l'intervention civile et la poursuite pénale contre les commerçants contrevenants.

2.4.4 La Direction des services aux consommateurs

La Direction des services aux consommateurs regroupe onze bureaux régionaux qui constituent la porte d'entrée des consommateurs pour obtenir un renseignement ou formuler une plainte. Les bureaux régionaux jouent un rôle important en matière d'information et de surveillance du marché. En effet, la détection rapide des problématiques de consommation ou des tendances du marché par le réseau des bureaux régionaux permet aux autres unités administratives de prendre les actions appropriées afin de protéger les intérêts des consommateurs (voir Annexe I, tableau 6).

L'une des responsabilités des bureaux régionaux est de recevoir et de traiter les plaintes des consommateurs. Les plaintes ont trait à tout genre de contrat conclu entre un consommateur et un commerçant pour la fourniture d'un bien ou la prestation d'un service et mettent en lumière, le cas échéant, l'illégalité d'un procédé de mise en marché de biens ou de services. Elle a également la responsabilité d'établir des relations avec les associations de consommateurs.

Par ailleurs, les agents de protection du consommateur peuvent aussi intervenir auprès des commerçants afin de résoudre les problèmes portés à leur attention, notamment par la médiation. De plus, les directeurs régionaux peuvent agir rapidement pour contrer toute infraction ou action non conforme aux lois en vertu des pouvoirs d'enquête dont ils sont titulaires. Les interventions quotidiennes des bureaux régionaux auprès des commerçants permettent, dans le cadre du traitement des plaintes, d'assurer le respect des lois et la surveillance du marché.

Enfin, l'information des consommateurs occupe une place importante dans l'activité des bureaux régionaux. Elle est donnée le plus souvent de façon personnalisée, à la demande du consommateur. L'approche grand public est aussi privilégiée, principalement par l'émission de communiqués régionaux et la diffusion de chroniques dans les médias écrits et électroniques, de même qu'à travers la distribution de brochures ou de dépliants. Les consommateurs internautes ont également accès à un centre virtuel de renseignements sur le site Internet de l'Office.

Le regroupement des bureaux régionaux au sein d'entités suprarégionales téléphoniques, réalisé en 1999-2000, a permis de mieux équilibrer les demandes auprès des agents de protection du consommateur (voir Annexe 1, tableau 8).

2.5 Le magazine *Protégez-Vous*

Le magazine *Protégez-Vous* a le mandat d'informer les consommateurs québécois et d'évaluer des produits et des services qui leur sont offerts. Il assure la publication, en partenariat avec l'Office, d'un magazine d'éducation et d'information destiné aux consommateurs québécois. Depuis huit ans, il offre également des guides pratiques et des cédéroms, grâce à la *Collection Protégez-Vous*.

Protégez-Vous est publié douze fois par année. Il est le seul magazine d'envergure nationale en consommation au Québec et au Canada, et celui dont le taux de diffusion est le plus élevé au monde. Le magazine a maintenant un site Internet auquel les internautes peuvent s'abonner. En mars 2001, le magazine *Protégez-Vous* comptait 139 404 abonnés et la moyenne de ses ventes mensuelles en kiosque, au cours des douze derniers mois, était de 8 376 exemplaires.

Le magazine publie des tests sur différents biens et services, conformément à l'un des mandats de l'Office. On trouve également dans ses pages des cahiers spéciaux, des dossiers, des guides d'achat, des enquêtes, des sondages et des chroniques qui ont pour but d'informer et d'éduquer les consommateurs.

La *Collection Protégez-Vous*, avec ses quatorze titres dont deux cédéroms, comporte des guides à caractère éducatif publiés en partenariat avec différents organismes et touchant des thèmes aussi variés que l'alimentation, l'automobile, les situations d'urgence, etc. En plus de constituer un succès d'édition, la *Collection Protégez-Vous* se démarque en contribuant de façon exceptionnelle à l'information et à l'éducation des consommateurs québécois.

2.6 Le cadre législatif gouvernemental

2.6.1 L'accès à l'information

Au cours de l'exercice financier 2000-2001, le responsable de l'accès à l'information a traité quinze demandes d'accès à l'information ainsi qu'une demande portant sur la rectification de faits contenus dans un dossier.

2.6.2 La sécurité de l'information numérique

Dans le but d'assurer la sécurité de l'information numérique et une utilisation saine des réseaux informatiques, l'Office a élaboré et mis en application une politique sur la sécurité informatique ainsi qu'une politique sur l'utilisation des réseaux informatiques, d'Internet et du courrier électronique.

2.6.3 La protection des renseignements personnels

Au cours de l'exercice financier, l'Office a maintenu sa participation au comité ministériel sur la protection des renseignements personnels. Il a également créé un comité interne de la sécurité de l'information et de la protection des renseignements personnels et a adopté des politiques et des directives en matière de protection des renseignements personnels, notamment :

- la Politique sur l'accès à l'information et la protection des renseignements personnels ;
- la Directive sur les sondages avec transfert de renseignements personnels ;
- la Directive sur la gestion des dossiers contenant des renseignements personnels à caractère médical ;
- la Directive sur la responsabilisation à la protection des renseignements personnels lors de la dotation d'emplois d'encadrement et de chef d'équipe ;
- la Directive sur la destruction de documents contenant des renseignements personnels ou confidentiels ;
- la Directive sur la transmission de renseignements personnels par télécopieur.

Une session de formation sur la protection des renseignements personnels a été offerte à tout le personnel d'encadrement et aux membres du personnel en situation de gestion. De plus, l'Office a organisé une semaine d'information sur la protection des renseignements personnels afin de sensibiliser son personnel aux nouvelles directives et politiques et favoriser une prise de conscience de l'importance de la protection des renseignements personnels dans le travail quotidien.

Au cours du prochain exercice financier, le Comité de la sécurité de l'information et de la protection des renseignements personnels terminera ses travaux à l'égard de l'inventaire des actifs informationnels de l'Office et de l'analyse des profils d'accès. Il procédera également à l'évaluation de la sécurité de l'information à l'Office et formulera les recommandations appropriées.

2.6.4 Le programme d'accès à l'égalité

Au 31 mars 2001, l'Office comptait parmi son personnel 1,8 % d'anglophones, 0,9 % d'autochtones et 0,9 % de son personnel était issu des communautés culturelles. De plus, les femmes représentaient 60 % de son effectif régulier. Il poursuivra ses efforts au cours de l'année qui vient.

2.6.5 La modernisation de la gestion publique

Conformément à la *Loi sur l'administration publique*, l'Office a concrétisé sa volonté d'apporter une attention particulière à la qualité des services qu'il rend à la population du Québec. Ainsi, il a rendu publique sa Déclaration de services aux citoyens dans laquelle il a pris des engagements à l'égard de sa clientèle.

L'Office a préparé un plan stratégique 2001-2004, avec trois orientations qui sous-tendent sept enjeux dont trois sont prioritaires en consommation. Ce sont les pratiques commerciales problématiques, l'accès à une information fiable, objective et compréhensible en matière de consommation et la protection des consommateurs dans le contexte des nouvelles technologies.

Chapitre 3

La planification stratégique et les bilans

3.1 Les orientations stratégiques

Les réalisations du présent exercice s'inscrivent dans les orientations stratégiques que l'Office a retenues dans son plan stratégique 1998-2001. Elles ont nécessité le regroupement des forces et des ressources de une ou plusieurs directions de l'Office et, à plusieurs occasions, la collaboration de ses partenaires, soit les associations de consommateurs et de commerces de détail du Québec. Elles témoignent également de l'engagement de l'Office à promouvoir la défense des intérêts des consommateurs dans l'ensemble de ses orientations et de ses actions.

3.2 Les bilans

3.2.1 Les pratiques commerciales problématiques

Dans le secteur de la surveillance des pratiques commerciales, l'Office a intensifié les interventions visant à diminuer les problèmes rencontrés.

Le marquage unitaire des prix

Le groupe de travail sur le marquage unitaire des prix, implanté par l'Office et composé de ses représentants, de représentants des consommateurs et d'associations de commerces de détail du Québec, a terminé ses travaux. Il a recommandé à l'Office, en juillet 1999, le maintien de l'article 223 de la *Loi sur la protection du consommateur* et il a formulé des recommandations visant à actualiser la réglementation portant sur le marquage unitaire des prix.

Un règlement adopté par le Conseil des ministres, modifiant le règlement d'application de la *Loi en matière de marquage unitaire des prix*, est entré en vigueur le 23 février 2001. Ce nouveau règlement prévoit la possibilité pour un commerçant de se prévaloir, à certaines conditions, d'une exemption de l'application de l'article 223 de la loi, qui oblige les commerçants à indiquer le prix sur tous les biens vendus dans leurs établissements. L'Office s'est également donné un plan de surveillance pour s'assurer du respect des nouvelles mesures. Par ces nouvelles mesures, les consommateurs ont obtenu plusieurs avantages, notamment celui d'avoir la possibilité de traiter immédiatement des erreurs à la caisse et de connaître les prix des articles grâce à l'étiquette-tablette, aux lecteurs optiques et à la remise d'un reçu de caisse détaillé.

Les prêteurs sur gage

L'Office a intensifié son action à l'égard des prêteurs sur gage exploitant des commerces dans plusieurs régions du Québec. Ainsi, l'opération « Brocanteurs », amorcée en novembre 1999 en collaboration avec le Service de police de la Communauté urbaine de Montréal, a été achevée. L'Office a terminé 126 enquêtes judiciaires et déposé plus de 700 constats d'infraction. Il a également procédé à l'examen d'une centaine de demandes de permis de prêt d'argent pour s'assurer de la protection de l'intérêt public et de l'exercice honnête et compétent des activités commerciales des demandeurs. À la fin de l'exercice, l'Office avait réalisé comme prévu près de 25 % de l'objectif global de surveillance identifié dans son plan d'action.

Les interventions de l'Office et de ses partenaires ont mené au dépôt de poursuites massives à l'égard des contrevenants. Ces poursuites ont été déposées pour des infractions à la *Loi sur la protection du consommateur* (109 dossiers de poursuites ayant donné lieu à 727 chefs d'accusation), au Code criminel du Canada (3 941 chefs d'accusation) ainsi qu'à différents règlements municipaux (2 500 chefs d'accusation).

En outre, un groupe de travail a été formé afin de trouver des solutions de rechange au prêt sur gage. Ainsi, l'Office a réuni ses partenaires et formé une équipe d'action composée de représentants des milieux financiers, des associations de consommateurs et des trois paliers de gouvernement. Le mouvement des caisses Desjardins a annoncé la mise en œuvre d'un fonds de dépannage par Desjardins, en partenariat avec des organismes du milieu et les associations de consommateurs des régions visées, de six projets pilotes en matière de crédit de dépannage dans autant de régions du Québec, notamment Montréal, Outaouais, Lanaudière et Saguenay. Le Mouvement Desjardins entend déployer le Fonds d'entraide Desjardins dans toutes les régions du Québec au cours des exercices 2002-2003. Il s'agit d'un projet réalisé dans le cadre du centenaire du Mouvement Desjardins et qui nécessite l'injection d'un capital de départ de 50 000 \$ par région.

Dans le cadre des travaux du Comité des mesures en consommation, constitué en vertu de l'Accord sur le commerce intérieur, les gouvernements du Canada, des provinces et des territoires ont formé un groupe de travail ayant pour mandat de proposer des mesures

afin de faire échec aux abus dont sont victimes les utilisateurs du secteur financier parallèle, dont le prêt sur gage. C'est ainsi qu'en octobre 2000, les sous-ministres et présidents responsables du dossier de la consommation se sont réunis en vue d'établir une stratégie d'application des lois à l'égard du secteur financier parallèle et de tenir une consultation publique sur la pertinence d'un nouvel encadrement réglementaire de ces activités. Une table ronde tenue à Vancouver en juin 2000 a donné lieu en février de 2001 à un sondage auprès des gouvernements, des acteurs de l'industrie, des associations de consommateurs et des organismes du milieu communautaire, visant l'élaboration d'une approche concertée en matière d'accès à des petits prêts de courte durée.

La falsification d'odomètres

En 2000-2001, l'Office a été sensibilisé par plusieurs intervenants du secteur automobile aux problèmes liés à la falsification d'odomètres. Cette situation, d'une ampleur importante, a pour effet de créer un préjudice grave aux consommateurs ainsi qu'une concurrence déloyale envers les commerçants honnêtes.

Tel que l'a recommandé l'Office, le ministre des Relations avec les citoyens et de l'Immigration a appuyé une proposition du ministre des Transports visant à faire modifier le Règlement sur l'immatriculation des véhicules routiers de façon à rendre obligatoire la déclaration du kilométrage indiqué à l'odomètre d'un véhicule lors d'un transfert de propriété. Le décret 100-2001 du 7 février 2001 a été adopté et l'article 1 du Règlement modifiant le Règlement sur l'immatriculation des véhicules routiers entrera en vigueur le 10 septembre 2001. Ainsi, lors de chaque transaction portant sur un véhicule automobile, il sera dorénavant obligatoire de déclarer le nombre de kilomètres parcourus et de l'inscrire sur un formulaire. Cette information sera consignée au fichier informatisé de la Société de l'assurance automobile du Québec (SAAQ) et l'historique complet du véhicule sera disponible aux comptoirs de service de la SAAQ.

Au cours de l'exercice 2000-2001, des discussions avec les principaux intervenants ont été entreprises pour élaborer un plan d'action visant à réduire cette problématique. Ces discussions se poursuivront au cours de la prochaine année afin d'en arriver à la mise en œuvre de moyens d'action pour contrer la falsification d'odomètres.

L'achat d'ordinateurs

Dans le cadre du programme « Brancher les familles », la compagnie Mégavox inc., fournisseur accrédité par le ministère de l'Industrie et du Commerce (MIC), a vendu des ordinateurs à des familles et reçu du MIC, au nom de ces familles, une subvention de 500 \$ par

ordinateur vendu. En vertu des conditions de ce programme, l'ordinateur et toutes ses composantes devaient être neufs. Or, bien que la compagnie ait vendu des ordinateurs à près de 1 300 familles, moins de 200 appareils leur ont été livrés. Des vérifications effectuées par le MIC ont révélé que le commerçant ne se conformait pas au programme et, conséquemment, le versement des subventions a été suspendu. Le 27 juillet 2000, le commerçant fermait ses portes. En septembre, il liquidait tout son stock, sans avoir livré les ordinateurs aux familles.

À la suite de la fermeture de cette compagnie, l'Office a reçu plus de 900 appels de consommateurs insatisfaits. En août 2000, l'Office intervenait auprès de la compagnie Mégavox pour tenter de trouver une solution favorable aux consommateurs. Les représentants de la compagnie informaient alors l'Office qu'ils n'entendaient pas rembourser les consommateurs lésés, alléguant que les sommes versées à titre d'acomptes avaient toutes été dépensées dans le cours normal des activités de l'entreprise.

En septembre 2000, l'Office a informé par écrit les consommateurs de leurs recours contre la compagnie Mégavox et leur a fourni une mise en demeure type. L'Office est également intervenu auprès du MIC, d'abord pour s'assurer que les consommateurs pourraient obtenir une nouvelle attestation de la Régie des rentes du Québec leur permettant ainsi de faire l'acquisition d'un ordinateur chez un autre fournisseur.

Parallèlement à ces démarches, l'Office a fait enquête sur les pratiques commerciales de la compagnie Mégavox pour vérifier leur conformité à la *Loi sur la protection du consommateur*. Les informations recueillies ont révélé que les ordinateurs vendus contenaient des pièces usagées et que les représentants avaient fait de fausses déclarations aux clients, à savoir que le matériel était neuf et conforme aux exigences du programme. L'Office a donc déposé 20 poursuites pénales contre cette compagnie, pour un total de 60 chefs d'accusation.

3.2.2 L'application des lois, des règles et des normes

Dans le contexte de la surveillance de l'application des lois, l'Office juge essentiel de procéder à des ajustements législatifs afin de s'assurer que les lois qu'il administre s'adaptent aux nouvelles réalités économiques, sociales et politiques.

Il a poursuivi le processus de révision et d'actualisation de la *Loi sur la protection du consommateur* en matière de crédit et de la *Loi sur les agents de voyages*, dans la perspective de présenter des modifications législatives. À l'égard de la *Loi sur le recouvrement de certaines créances*, il a également poursuivi des

discussions avec les représentants des autres provinces afin d'harmoniser entre les provinces la réglementation touchant les pratiques des agences de recouvrement. Enfin, pour la *Loi sur les arrangements préalables de services funéraires et de sépulture*, il a formé un comité interne de travail en vue de trouver des solutions ayant pour but d'assurer une protection maximale des sommes versées par les consommateurs dans le cadre des contrats d'arrangements préalables de services funéraires.

Au sujet de la surveillance d'application des lois en 2000-2001, l'Office a terminé 414 enquêtes et inspections et engagé 228 poursuites. De plus, il a obtenu 107 jugements totalisant 296 880 \$ d'amendes, principalement dans les secteurs suivants : agences de voyages, automobile, studios de santé et autres services à exécution successive, commerce itinérant et rénovation domiciliaire, publicité, pratiques commerciales et arrangements préalables de services funéraires (voir Annexe I, tableau 5).

Les agents de voyages

Dès qu'il prend connaissance d'un danger de perte financière pour un consommateur, l'Office intervient dans le but de connaître la situation exacte de l'entreprise. L'Office a effectué 30 enquêtes dans le secteur des agents de voyages. Il a engagé 24 poursuites et obtenu 22 condamnations donnant lieu à un total de 115 680 \$ d'amendes.

L'automobile

Au cours de 2000-2001, 13 enquêtes ont été menées dans le secteur de l'automobile. Les interventions découlant de ces enquêtes seront connues au cours de la prochaine année. Par ailleurs, l'Office a engagé 20 poursuites pénales contre des commerçants délinquants et obtenu 22 condamnations totalisant 31 420 \$ d'amendes.

Le commerce itinérant et la rénovation domiciliaire

Dans le secteur du commerce itinérant, l'Office a mené 8 enquêtes. Il a engagé 12 poursuites et obtenu 8 condamnations, pour un total de 15 400 \$ d'amendes. Les problèmes rencontrés concernent surtout la vente de balayuses neuves et usagées, la rénovation domiciliaire et l'isolation. Les principaux griefs formulés par les consommateurs portent sur la perception de dépôts importants pour des travaux de rénovation exécutés après de longs délais ou encore qui n'ont pas été exécutés, de même que sur la piètre qualité des travaux.

La publicité et les pratiques de commerce

L'Office a terminé 29 enquêtes dans le domaine des pratiques de commerce. Il a également entamé 16 poursuites et obtenu 4 condamnations totalisant 10 400 \$ d'amendes. Les interventions en ce domaine ont porté sur la publicité en matière de vente à distance, les frais réclamés lors de l'encaissement de chèques gouvernementaux, la publicité trompeuse en matière de vente d'ordinateurs dans le cadre du programme gouvernemental « Brancher les familles » et en matière immobilière.

Le recouvrement de certaines créances

L'Office a effectué 12 enquêtes dans le secteur des agences de recouvrement. Des moyens non judiciaires d'intervention ont été privilégiés dans ce secteur, notamment pour régler le problème de la « délocalisation » d'établissement par des entreprises qui tentent de se soustraire aux dispositions de la loi en exploitant à partir d'une place d'affaires située hors du Québec. L'Office a par ailleurs obtenu 6 condamnations totalisant 7 400 \$ d'amendes.

Les studios de santé et les autres services à exécution successive

L'Office a engagé 22 poursuites et obtenu 19 condamnations totalisant 28 700 \$ d'amendes en ce qui concerne les studios de santé. L'exploitation sans permis de même que des irrégularités à l'égard des modalités de perception des sommes payées par les consommateurs et des remboursements en cas de résiliation ont été constatées lors de 20 enquêtes menées dans ce secteur.

L'Office a également accordé 3 119 permis et exemptions. Par ailleurs, pas moins de 1 569 consommateurs ont été indemnisés pour un montant total de 725 389 \$, dont 540 977 \$ dans le domaine du voyage, à même les cautionnements et les fonds collectifs des agents de voyages, catégories « détaillant » et « grossiste » (voir Annexe I, tableau 4). Au 31 mars 2001, ces fonds collectifs des agents de voyages, administrés par l'Office, s'élevaient à 6 447 567 \$.

3.2.3 L'approche non judiciaire de règlement des litiges

Depuis quelques années, l'Office privilégie les activités de prévention, de sensibilisation et de dissuasion auprès des entreprises en mettant l'accent sur le dialogue et l'intervention auprès du milieu des affaires. Cette approche a pour effet de faire cesser rapidement plusieurs activités irrégulières ou illégales et de prévenir bon nombre de problèmes de consommation sans engager de longues et coûteuses poursuites. Cette façon d'intervenir permet non seulement aux con-

sommateurs lésés d'obtenir, dans certains cas, une compensation plus rapidement, mais contribue également à réduire les coûts que devrait assumer l'État si le processus judiciaire était utilisé. Au cours de l'année, cette approche a été privilégiée dans les secteurs des arrangements préalables de services funéraires, des garanties supplémentaires et du marquage unitaire des prix. Les répercussions liées à l'utilisation des moyens non judiciaires pour résoudre certains problèmes de consommation sont considérables puisque les solutions retenues peuvent servir à résoudre une situation vécue par d'autres consommateurs aux prises avec le même problème.

L'Office a également continué de mettre l'accent sur le développement de partenariats pour réaliser son mandat de surveillance de l'application des lois. Il s'est associé à différents intervenants tels le ministère du Revenu, la Régie du bâtiment, la Sûreté du Québec et autres corps policiers municipaux, particulièrement dans le cadre de l'opération de surveillance des prêteurs sur gage. D'autres partenariats ont également été établis avec la Société de l'assurance automobile du Québec, Industrie Canada, le ministère de l'Industrie et du Commerce, dans le cadre du programme « Brancher les familles », et les associations de consommateurs pour résoudre certaines problématiques importantes et dénoncer les commerçants fautifs auprès d'autres organismes.

Le Programme d'arbitrage pour les véhicules automobiles du Canada (PAVAC) a été créé en 1994 à l'initiative des fabricants d'automobiles du Canada. Les consommateurs peuvent soumettre le différend qui les oppose à un fabricant d'automobiles, à un tribunal d'arbitrage plutôt qu'à un tribunal de droit commun. L'arbitrage offre une plus grande souplesse que le recours à un tribunal. Le programme a été implanté au Québec en janvier 2001 et un membre du personnel de l'Office siège au Conseil d'administration de l'organisme en tant que représentant du gouvernement du Québec. Le nombre de consommateurs susceptibles d'utiliser ce programme est évalué à environ 300 par année.

3.2.4 L'information et l'éducation des consommateurs

Dans le contexte des nouvelles technologies, l'Office a travaillé à une amélioration constante du contenu de son site Internet afin que les consommateurs puissent accéder à de l'information pertinente sur la consommation et la plus à jour possible. Il a également implanté un formulaire électronique de demande de renseignements, offrant aux consommateurs la possibilité de transiger de façon électronique avec l'organisme. Mentionnons que la fréquentation du site Internet de l'Office est estimée à 14 000 visites mensuellement.

Les onze bureaux régionaux où travaillent 39 agents de la protection du consommateur ont reçu environ de 273 000 demandes soit par téléphone, par courrier, par des rencontres aux bureaux régionaux et enfin par courriel dont les demandes, dans ce dernier cas, ont augmenté de 90 % au cours du présent exercice. Pour l'ensemble des demandes, 61 000 demandes dans le secteur des véhicules de transport, ce qui représente 22,2 % de toutes les demandes adressées à l'Office. En outre, environ 15 500 formulaires de plaintes ont été transmis aux consommateurs afin de les aider à faire valoir leurs droits (voir Annexe 1, tableaux 8 et 9).

Ainsi, dans l'ensemble des bureaux régionaux, l'Office a obtenu un règlement à la satisfaction des consommateurs dans le traitement de 1 115 dossiers de plaintes.

Dans le but d'assurer la protection des consommateurs et dans le contexte des nouvelles technologies, l'Office a développé un système de « Profil du commerçant ». Ce système permet, sur demande, d'informer les consommateurs des plaintes déjà formulées à l'endroit de commerçants.

L'Office a eu une présence soutenue dans les médias écrits et électroniques pour s'acquitter de son mandat d'information et d'éducation. Pour ce faire, il a collaboré régulièrement avec les journalistes et les chercheurs de la radio, de la télévision et de la presse écrite.

Au cours de l'exercice, l'Office a émis 57 communiqués de presse. Les relationnistes ont participé à 621 chroniques et ont accordé 325 entrevues. Ils ont également répondu à 927 demandes de journalistes et de chercheurs. Les interventions ont porté notamment sur le suivi du Forum pour l'action traitant du prêt sur gage, sur la réglementation en matière d'indication et d'exactitude des prix, sur le « Profil du commerçant » et sur le Programme d'arbitrage des véhicules automobiles du Canada (PAVAC).

L'Office a poursuivi sa collaboration à deux émissions de télévision touchant la défense des droits des consommateurs. Il s'agit des émissions *J.E.*, diffusée au réseau TVA, et *La facture*, présentée à Radio-Canada. L'Office a aussi participé régulièrement à l'émission *Salut, Bonjour* au réseau TVA et à deux nouvelles émissions de télévision : *C'est simple comme bonjour* à Radio-Canada et *Les quatre cents coups* à Télé-Québec.

Les conférences de presse tenues pour la sortie des publications éditées par *Protégez-vous*, c'est-à-dire *Le Guide de l'auto*, en avril, et *Le Guide des jouets*, en novembre, ont suscité beaucoup d'attention de la part des médias.

Au cours de la dernière année, l'Office a tenu le premier d'une série intitulée « Ateliers de la consommation ». Ces ateliers, où des spécialistes débattent des sujets d'actualité en consommation, s'adressent aux représentants des associations de consommateurs, aux intervenants de la consommation et des communications, aux juristes, au monde de l'enseignement et à tous ceux qu'intéresse la consommation. Le 1^{er} mars 2001 a eu lieu un atelier dont le thème était « Les adolescents et les marques vestimentaires ». Les conférenciers, Marie J. Lachance et Pierre Beaudoin, professeurs-chercheurs au Département des sciences de la consommation de l'Université Laval, ont exposé devant une trentaine de personnes les grandes lignes d'une recherche à laquelle ont participé 1 044 élèves venant de trois écoles secondaires de la région de Québec (niveaux 1 à 5).

Par ailleurs, l'Office a travaillé à l'élaboration d'une nouvelle section jeunesse pour son site Internet, qui sera en ligne au cours du prochain exercice. Il s'agit d'un outil destiné aux jeunes, qui permettra le développement d'un partenariat avec le réseau de l'éducation pour réintroduire le volet consommation auprès des jeunes en milieu scolaire. Ce projet a bénéficié d'une aide financière de deux partenaires. Le Fonds jeunesse Québec a investi 6 000 \$ pour la réalisation du concours « Ouvrir sur la consommation durable » et le Secrétariat du Conseil du trésor, par l'intermédiaire du Placement étudiant du Québec, a consenti un budget de 19 200 \$ pour embaucher deux stagiaires qui travailleront sur le projet de site Internet « OPC Jeunesse ».

De plus, un concours organisé sur le thème « Ouvrir sur la consommation durable » a contribué à sensibiliser 150 étudiants du Département de consommation de l'Université Laval et a permis à une étudiante de concevoir un projet d'éducation sur ce sujet à l'intérieur d'un stage de formation. Pour appuyer ce projet, l'Office est à développer la trousse Internet « Consommation ou Verte ». Elle consiste en une banque d'idées en consommation domestique responsable, doublée d'un projet pédagogique qui sera proposé aux enseignants et aux élèves des 5^e et 6^e années du primaire.

Le commerce électronique

L'Office est mandaté par le gouvernement du Québec afin de le représenter au sein du Comité des mesures et des normes en matière de consommation (CMC) créé à la suite de la ratification de l'Accord sur le commerce intérieur canadien, signé en juillet 1994 et entré en vigueur en juillet 1995.

Le CMC a formé pour le commerce électronique un groupe de travail auquel participe un représentant de l'Office. Des recommandations du groupe de travail, approuvées par le CMC puis par les ministres responsables de la consommation, ont été déposées en novembre 1999. Un plan de travail en trois volets a donc été approuvé. Le premier volet vise l'harmonisation de certaines dispositions législatives et réglementaires. Le deuxième touche l'information aux consommateurs et le troisième concerne la mise en application des lignes directrices et le règlement des litiges en ligne.

Dans le cadre du partage de l'information, le CMC est parvenu à une entente sur les procédés de mise en place d'un système de transmission de renseignements, en tenant compte des lois spécifiques de chaque province sur la protection des renseignements personnels. Ce système, « Canshare », est en fait un site Internet où certaines organisations dûment autorisées peuvent obtenir des informations nécessaires à la protection des consommateurs. En ligne depuis 1998, les modalités techniques et juridiques sont à parachever. Les travaux du comité ont permis la production et la mise en marché du *Guide du consommateur canadien*, un document de référence unique qui présente des conseils en consommation, un aide-mémoire essentiel pour les consommateurs sur les points auxquels ils doivent porter une attention dans leurs démarches de consommation et un répertoire des ressources des plus complets.

3.2.5 La modernisation de l'Office de la protection du consommateur

Conformément à la *Loi sur l'administration publique* et afin de porter une attention particulière à la qualité des services rendus aux citoyennes et citoyens du Québec, l'Office a rendu publique sa Déclaration de services aux citoyens, dans laquelle il a pris des engagements à l'égard de la population.

L'Office a également fait deux sondages qui ont fourni des bases pour la Déclaration de services aux citoyens et réaffirmé les besoins d'information des consommateurs. Le premier, réalisé auprès des usagers du service téléphonique, visait à mesurer le taux de satisfaction ainsi que les attentes des usagers. Le second sondage « grand public », effectué en collaboration avec le magazine *Protégez-Vous*, visait à déterminer les problèmes de consommation vécus par la population et ceux qu'elle appréhende dans l'avenir.

Au cours de l'exercice 2000-2001, l'Office a développé de nouveaux outils pour faciliter les façons de faire et accroître la productivité en regard de la prestation électronique de services aux consommateurs. Il a aussi réalisé la mise à niveau de son infrastructure technologique par l'implantation généralisée du nouveau système d'exploitation de réseau (Windows 2000). L'Office ayant atteint un haut niveau de stabilité sur le plan informatique, il est plus facile d'avoir accès à de l'information numérique, de la conserver et de l'échanger en toute sécurité.

Les Annexes

Annexe I

Tableau 1
Subventions accordées aux organismes de protection du consommateur

Organismes	Montant de la subvention
Action réseau consommateur	7 000 \$
ACEF de l'Abitibi-Témiscamingue	12 000 \$
ACEF Amiante-Beauce-Etchemin	15 000 \$
ACEF des Basses-Laurentides	22 000 \$
ACEF des Bois-Francis	16 000 \$
ACEF de l'Est de Montréal	20 000 \$
ACEF de l'Estrie	14 000 \$
ACEF de Granby	14 000 \$
ACEF du Grand-Portage	9 000 \$
ACEF du Haut Saint-Laurent	14 000 \$
ACEF de l'Île-Jésus	8 500 \$
ACEF de Lanaudière	20 500 \$
ACEF de Lévis-Lauzon	13 000 \$
ACEF de la Mauricie	16 000 \$
ACEF du Nord de Montréal	19 000 \$
ACEF de l'Outaouais	15 000 \$
ACEF de la Péninsule	7 000 \$
ACEF de Québec	20 000 \$
ACEF Rimouski-Neigette et Mitis	9 650 \$
ACEF Rive-Sud de Montréal	15 000 \$
ACEF du Sud-Ouest de Montréal	20 000 \$
Association des consommateurs pour la qualité dans la construction (ACQC)	10 000 \$
Association pour la protection des automobilistes (APA)	15 000 \$
Association pour la protection des intérêts des consommateurs (APIC)	14 000 \$
Carrefour d'entraide Drummond inc.	11 000 \$
Centre d'information et de recherche en consommation de Charlevoix-Ouest (CIRCCO)	5 000 \$
Centre de recherche et d'information en consommation (CRIC de Port-Cartier)	14 000 \$
Fédération des associations coopératives d'économie familiale (FACEF)	7 000 \$
Groupe de recherche en animation et planification économique inc. (GRAPE)	15 000 \$
Option Consommateurs	38 000 \$
Service d'aide aux consommateurs de Shawinigan (SAC)	15 000 \$
Service budgétaire et communautaire d'Alma inc.	11 000 \$
Service budgétaire et communautaire de Chicoutimi	10 000 \$
Service budgétaire et communautaire de Jonquière	6 000 \$
Service budgétaire populaire de l'Estrie	8 000 \$
Service budgétaire populaire de la MRC d'Asbestos	6 250 \$
Service budgétaire populaire de Saint-Félicien inc.	3 500 \$
Total	495 400 \$

Tableau 2
Répartition de l'effectif régulier au 31 mars 2001

Catégories d'emploi	Bureaux administratifs		Directions régionales			Total		
	Québec	Montréal	Québec	Montréal	Est du Québec		Centre du Québec	Ouest du Québec
Administrateur d'État	1	—	—	—	—	—	—	1
Cadres supérieurs	2	3	—	—	—	—	—	5
Cadres intermédiaires	—	1	—	1	1	2	1	6
Avocats	2	4	—	—	—	—	—	6
Professionnels	18	5	1	—	—	—	—	24
Techniciens	11	9	—	—	—	—	—	20
Agents de protection du consommateur	—	—	5	15	6	8	4	38
Personnel de bureau	10	3	1	1	—	—	—	15
Total	44	25	7	17	7	10	5	115

Tableau 3
Budget 2000-2001

Supercatégories de dépenses	Catégories de dépenses	Montant	TOTAL
Rémunération	1 Traitement (employés réguliers)	4 526 875 \$	
	2 Autres rémunérations (employés occasionnels)	927 777 \$	5 454 652 \$
Fonctionnement	3 Services de transport et communications	585 633 \$	
	4 Services professionnels, administratifs et autres	334 194 \$	
	5 Entretien et réparations	45 102 \$	
	6 Loyers	1 086 137 \$	
	7 Fournitures et approvisionnement	94 318 \$	
	8 Matériel et équipement	131 662 \$	
	11 Autres dépenses	1 010 \$	2 278 056 \$
Amortissement		141 100 \$	141 100 \$
Prêts, placements et avances	6 Avances	1 000 \$	1 000 \$
Immobilisation	60 Matériel et équipement	31 892 \$	31 892 \$
Transfert	25 Subventions	495 400 \$	495 400 \$
Budget total			8 402 100 \$

Tableau 4
Permis, exemptions et recours au cautionnement et aux fonds collectifs

Secteur	Nombre	Droits perçus	Recours au cautionnement ou aux fonds collectifs	
			Réclamants	Payé
Agence de recouvrement	80	9 253 \$	7	37 559 \$
Agents de voyages	1 075	747 586 \$	1 176	540 977 \$
Garantie supplémentaire	13	1 646 \$		
Commerce itinérant	1 222	218 757 \$	59	86 897 \$
Prêt d'argent	115	16 648 \$		
Studio de santé	374	62 603 \$	306	34 865 \$
Exemption	240	50 042 \$	21	25 091 \$
Total	3 119	1 106 535 \$	1 569	725 389 \$

Tableau 5
Enquêtes et inspections terminées, poursuites et jugements obtenus par secteur

Secteur	Enquêtes et inspections	Poursuites	Jugements	Amendes
Agents de voyages	30	24	22	115 680 \$
Arrangement préalable de services funéraires et de sépulture	3	3	8	35 000 \$
Automobile	13	20	22	31 420 \$
Commerce itinérant	8	12	8	15 400 \$
Crédit	278*	109	1	—
Garanties (légalles, conventionnelles, supplémentaires)	4	1	1	—
Fiducie	—	—	4	12 400 \$
Publicité et pratiques de commerce	29	16	4	10 400 \$
Recouvrement de créances	12	—	6	7 400 \$
Service à exécution successive et studio de santé	20	22	19	28 700 \$
Vente à distance	17	14	—	—
Autres	—	7	12	40 480 \$
TOTAL	414	228	107	296 880 \$

* Comprend l'opération de surveillance des prêteurs sur gage qui a donné lieu à 126 enquêtes judiciaires , 102 enquêtes administratives pour audition sur permis et 16 dossiers d'enquête fermés sans suite faute de preuve suffisante.

Tableau 6
Répartition des demandes reçues par domaine de consommation

Catégories	Domaines	Informations Avant achat	Informations Après achat	Formulaires de plaintes	Total	%
Véhicules de transport	Achat neuf	1,772	5,821	479	8,072	2.96
	Achat usagé	6,447	24,562	1,588	32,597	11.97
	Réparation	1,234	9,429	1,243	11,906	4.37
	Biens et service relatifs à l'automobile	2,496	5,774	332	8,602	3.16
	Total catégorie	11,949	45,586	3,642	61,177	22.47
Organismes et entreprises	OPC	5,774	3,582	19	9,375	3.44
	Autres organismes et ministères	5,359	6,627	25	12,011	4.41
	Profil commerçant	11,135	1,387	33	12,555	4.61
	Occasion d'affaires et VPM	2,173	353	46	2,572	0.94
	Autres	611	1,031	37	1,679	0.62
Total catégorie	25,052	12,980	160	38,192	14.03	
Habitation	Achat d'immeuble neuf	569	1,126	29	1,724	0.63
	Achat d'immeuble existant	1,011	2,610	11	3,632	1.33
	Rénovation	1,571	3,875	570	6,016	2.21
	Location	523	2,019	31	2,573	0.94
	Énergie	1,228	3,207	368	4,803	1.76
	Biens et service à l'habitation	5,102	12,243	1,035	18,380	6.75
Total catégorie	10,004	25,080	2,044	37,128	13.64	
Meubles et mobilier	Meubles	855	8,098	1,071	10,024	3.68
	Électroménagers achat	2,679	3,140	395	6,214	2.28
	Électroménagers réparation	481	968	128	1,577	0.58
	Audiovisuel	1,521	4,840	705	7,066	2.60
	Ordinateurs	1,535	8,135	1,426	11,096	4.08
	Autres	551	1,494	106	2,151	0.79
Total catégorie	7,622	26,675	3,831	38,128	14.00	
Services financiers	Assurances générales et personnelles	3,241	6,790	67	10,098	3.71
	Garanties supplémentaires sur automobiles	313	668	55	1,036	0.38
	Location à long terme	1,037	6,375	370	7,782	2.86
	Recouvrement	701	4,772	726	6,199	2.28
	Crédit	1,893	6,085	521	8,499	3.12
	Autres	1,268	2,692	42	4,002	1.47
	Total catégorie	8,453	27,382	1,781	37,616	13.81

Tableau 6 (suite)

Répartition des demandes reçues par domaine de consommation

Catégories	Domaines	Informations Avant achat	Informations Après achat	Formulaires de plaintes	Total	%
Services et biens personnels	Agences (rencontre, placement)	342	406	48	796	0.29
	Alimentation	1,078	2,381	227	3,686	1.35
	Enseignement général	1,770	2,440	276	4,486	1.65
	Médicaments, prothèse	356	623	45	1,024	0.38
	Publications	1,064	2,332	416	3,812	1.40
	Services funéraires préarrangements	234	247	16	497	0.18
	Services funéraires autres	112	165	9	286	0.11
	Services professionnels	1,428	2,971	28	4,427	1.63
	Sports – loisirs	712	3,878	306	4,896	1.80
	Télécom	1,499	7,178	1,024	9,701	3.56
	Tourisme – voyage	1,760	2,955	338	5,053	1.86
	Vêtements	482	4,924	391	5,797	2.13
	Autres	1,704	5,223	385	7,312	2.69
	Enseignement studio de santé	539	2,071	557	3,167	1.16
	Total catégorie	13,080	37,794	4,066	54,940	20.18
Autres sujets	Animaux	231	1,350	79	1,660	0.61
	Autres	674	2,699	72	3,445	1.27
	Total catégorie	905	4,049	151	5,105	1.87
Grand total		77,065	179,546	15,675	272,286	100.00

Tableau 7

Principales activités des bureaux régionaux

Bureaux	Demandes répondues	Informations avant achat	Informations après achat	Formulaires de plainte expédiés	Plaintes écrites reçues signaleurs	Règlements par formulaire	Médiations entreprises	Médiations réussies	Mises en demeure pénales	Traitement moyen (nombre de jours)	Profil
Est du Québec (01, 02, 09, 12)	47,979	14,310	31,084	2,585	841	220	319	197	102	29	346
Québec	46,776	10,058	33,978	2,740	848	302	374	214	57	22	461
Centre du Québec (04, 05, 10)	57,516	21,009	33,329	3,178	1,748	548	630	390	101	24	638
Montréal	92,449	24,041	62,905	5,503	1,919	517	447	255	148	28	794
Ouest du Québec (07, 08)	27,566	7,647	18,250	1,669	731	298	254	168	71	33	508
Total	272,286	77,065	179,546	15,675	6,087	1,885	2,024	1,224	479		2,747

Tableau 8

Répartition des renseignements demandés et des plaintes acheminées selon le regroupement des bureaux régionaux

BUREAUX	Informations avant achat	Informations après achat	Formulaires envoyés	Formulaires retournés	ACTIONS	
					Avis	Médiations réussies
01 Rimouski						
02 Jonquière						
09 Sept-Îles						
12 Gaspé						
TOTAL	14,310	31,084	2,585	841	102	197
03 Québec						
TOTAL	10,058	33,978	2,740	848	57	214
04 Trois-Rivières						
05 Sherbrooke						
10 Saint-Antoine						
TOTAL	21,009	33,329	3,178	1,748	101	390
06 Montréal						
TOTAL	24,041	62,905	5,503	1,919	148	255
07 Hull						
08 Rouyn-Noranda						
TOTAL	7,647	18,250	1,669	731	71	168
GRAND TOTAL	77,065	179,546	15,675	6,087	479	1,224

Tableau 9

Total des demandes de renseignements et plaintes selon le regroupement des bureaux régionaux

BUREAUX	Véhicules de transport			Organismes et entreprises			Habitation			Meubles et mobilier		
	Informations		Formulaires de plaintes	Informations		Formulaires de plaintes	Informations		Formulaires de plaintes	Informations		Formulaires de plaintes
	avant achat	après achat		avant achat	après achat		avant achat	après achat		avant achat	après achat	
01 Rimouski												
02 Jonquière												
09 Sept-Îles	2 413	6 933	555	5 385	4 335	14	1 596	3 725	297	1 264	3 706	660
13 Gaspé												
03 Québec	1 801	10 747	876	3 235	1 450	24	1 061	4 566	281	1 326	5 305	756
04 Trois-Rivières												
05 Sherbrooke	3 305	9 316	758	6 260	1 968	42	2 654	4 933	481	2 799	4 782	743
10 Saint-Antoine												
06 Montréal	3 127	14 231	1 063	7 600	3 442	69	3 717	9 687	765	1 744	10 752	1 351
07 Hull												
08 Rouyn-Noranda	1 303	4 359	390	2 572	1 785	11	976	2 169	220	489	2 130	321
GRAND TOTAL	11 949	45 586	3 642	25 052	12 980	160	10 004	25 080	2 044	7 622	26 675	3 831

BUREAUX	Services financiers			Services et biens personnels			Autres sujets		
	Informations		Formulaires de plaintes	Informations		Formulaires de plaintes	Informations		Formulaires de plaintes
	avant achat	après achat		avant achat	après achat		avant achat	après achat	
01 Rimouski									
02 Jonquière									
09 Sept-Îles	1 500	5 134	301	2 005	6 268	711	147	983	47
13 Gaspé									
03 Québec	848	4 691	166	1 603	6 618	607	184	601	30
04 Trois-Rivières									
05 Sherbrooke	2 596	5 069	314	3 229	6 502	804	166	759	36
10 Saint-Antoine									
06 Montréal	2 629	9 146	757	4 918	14 202	1 469	306	1 445	29
07 Hull									
08 Rouyn-Noranda	880	3 342	243	1 325	4 204	475	102	261	9
GRAND TOTAL	8 453	27 382	1 781	13 080	37 794	4 066	905	4 049	151

Annexe II – Les études, les sondages et le mémoire

Les études

Avis de l'Office de la protection du consommateur sur le projet de politique de reconnaissance et de soutien de l'action communautaire autonome, Direction des communications, de la recherche et de la prospective, septembre 2000.

@ - *Consommateur averti*, janvier 2001.

Les sondages

Sondage auprès de la clientèle des services téléphoniques de l'Office de la protection du consommateur, SOM, novembre 2000.

Sondage sur la notoriété, le mode d'utilisation et les attentes de la population québécoise à l'égard des organismes de protection du consommateur, 22 décembre 2000.

Le mémoire

Mémoire présenté à la Commission de l'économie et du travail concernant l'avant-projet de Loi sur la normalisation juridique des nouvelles technologies de l'information, 11 août 2000.

Annexe III - Bureaux de l'Office de la protection du consommateur

BUREAUX CENTRAUX

Québec

400, boulevard Jean-Lesage, bureau 450
Québec (Québec) G1K 8W4
Tél. : (418) 643-1484
Télé. : (418) 643-8686

Montréal

Village Olympique
5199, rue Sherbrooke Est, bureau 3721
Montréal (Québec) H1T 3X2
Tél. : (514) 873-8601
Télé. : (514) 864-2400

Adresse Internet : www.opc.gouv.qc.ca.

BUREAUX RÉGIONAUX

Abitibi-Témiscamingue

255, avenue Principale, rez-de-chaussée 05
Rouyn-Noranda (Québec) J9X 7G9

Bas-Saint-Laurent

337, rue Moreault
Rimouski (Québec) G5L 1P4

Capitale-Nationale – Chaudière-Appalaches

400, boulevard Jean-Lesage, bureau 450
Québec (Québec) G1K 8W4

Côte-Nord

456, rue Arnaud, 2^e étage, bureau 1.05
Sept-Îles (Québec) G4R 3B1

Estrie

200, rue Belvédère Nord, bureau 3.02
Sherbrooke (Québec) J1H 4A9

Gaspésie—Îles-de-la-Madeleine

96, montée Sandy Beach, bureau 1.02
Gaspé (Québec) G4X 2W4

Laurentides – Lanaudière

Galerie des Laurentides
500, boul. des Laurentides, bureau 1503-B
Saint-Antoine (Québec) J7Z 4M2

Mauricie – Bois-Francs

Édifce Capitanal
100, rue Laviolette, rez-de-chaussée 11
Trois-Rivières (Québec) G9A 5S9

Montréal – Laval – Montérégie

Village Olympique
5199, rue Sherbrooke Est
Bureau 3671, aile A
Montréal (Québec) H1T 3X2

Outaouais

Édifce Jos-Montferrand
170, rue de l'Hôtel-de-Ville, bureau 3.240
Hull (Québec) J8X 4C2

Saguenay - Lac-Saint-Jean

3950, boulevard Harvey, bureau 2.12
Jonquière (Québec) G7X 8L6

Annexe IV – Code d'éthique et de déontologie

CHAPITRE I OBJET ET CHAMP D'APPLICATION

1. Le présent code d'éthique et de déontologie a pour objet de préserver et de renforcer le lien de confiance des citoyens dans l'intégrité et l'impartialité de l'administration publique, de favoriser la transparence au sein des organismes et entreprises du gouvernement et de responsabiliser les administrations et les administrateurs publics.

2. Le présent code d'éthique et de déontologie s'applique aux administrateurs publics.

Sont administrateurs publics :

La présidente de l'Office de la protection du consommateur et les membres de son conseil d'administration.

CHAPITRE II PRINCIPES D'ÉTHIQUE ET RÈGLES GÉNÉRALES DE DÉONTOLOGIE

3. Les administrateurs publics sont nommés ou désignés pour contribuer, dans le cadre de leur mandat, à la réalisation de la mission de l'État et, le cas échéant, à la bonne administration de ses biens.

Leur contribution doit être faite, dans le respect du droit, avec honnêteté, loyauté, prudence, diligence, efficacité, assiduité et équité.

4. L'administrateur public est tenu, dans l'exercice de ses fonctions, de respecter les principes d'éthique et les règles de déontologie prévus par la loi et le présent code ainsi que ceux établis dans le code d'éthique et de déontologie qui lui est applicable. En cas de divergence, les principes et les règles les plus exigeants s'appliquent.

Il doit, en cas de doute, agir selon l'esprit de ces principes et de ces règles. Il doit de plus organiser ses affaires personnelles de telle sorte qu'elles ne puissent nuire à l'exercice de ses fonctions.

L'administrateur public qui, à la demande d'un organisme ou d'une entreprise du gouvernement, exerce des fonctions d'administrateurs dans un autre organisme ou entreprise ou en est membre est tenu aux mêmes obligations.

5. L'administrateur public est tenu à la discrétion sur ce dont il a connaissance dans l'exercice ou à l'occasion de l'exercice de ses fonctions et est tenu, à tout moment, de respecter le caractère confidentiel de l'information ainsi reçue.

Cette obligation n'a pas pour effet d'empêcher un administrateur public représentant ou lié à un groupe d'intérêts particulier de le consulter ni de lui faire rapport, sauf si l'information est confidentielle suivant la loi ou si le conseil d'administration exige le respect de la confidentialité.

6. L'administrateur public doit, dans l'exercice de ses fonctions, prendre ses décisions indépendamment de toutes considérations politiques partisans.

7. La présidente du conseil d'administration, le premier dirigeant d'un organisme ou d'une entreprise et l'administrateur public à temps plein doivent faire preuve de réserve dans la manifestation publique de leurs opinions politiques.

8. L'administrateur public doit éviter de se placer dans une situation de conflit entre son intérêt personnel et les obligations de ses fonctions.

Il doit dénoncer à l'organisme ou à l'entreprise dans lequel il est nommé ou désigné tout intérêt direct ou indirect qu'il a dans un organisme, une entreprise ou une association susceptible de le placer dans une situation de conflit d'intérêts, ainsi que les droits qu'il peut faire valoir contre l'organisme ou l'entreprise, en indiquant, le cas échéant, leur nature et leur valeur.

Sous réserve de l'article 6, l'administrateur public nommé ou désigné dans un autre organisme ou entreprise doit aussi faire cette dénonciation à l'autorité qui l'a nommé ou désigné.

9. L'administrateur public à temps plein ne peut, sous peine de révocation, avoir un intérêt direct ou indirect dans un organisme, une entreprise ou une association mettant en conflit son intérêt personnel et celui de l'organisme ou de l'entreprise dans lequel il est nommé ou désigné. Toutefois, cette révocation n'a pas lieu si un tel intérêt lui échoit par succession ou donation pourvu qu'il y renonce ou en dispose avec diligence.

Tout autre administrateur public qui a un intérêt direct ou indirect dans un organisme, une entreprise ou une association qui met en conflit son intérêt personnel et celui de l'organisme ou entreprise dans lequel il est nommé ou désigné doit, sous peine de révocation, dénoncer par écrit cet intérêt à la présidente du conseil d'administration et, le cas échéant, s'abstenir de participer à toute délibération et à toute décision portant sur l'organisme, l'entreprise ou l'association dans lequel il a cet intérêt. Il doit en outre se retirer de la séance pour la durée des délibérations et du vote relatifs à cette question.

Le présent article n'a toutefois pas pour effet d'empêcher un administrateur public de se prononcer sur des mesures d'application générale relatives aux conditions de travail au sein de l'organisme ou de l'entreprise par lesquelles il serait aussi visé.

10. L'administrateur public ne doit pas confondre les biens de l'organisme ou de l'entreprise avec les siens et ne peut les utiliser à son profit ou au profit de tiers.

11. L'administrateur public ne peut utiliser à son profit ou au profit de tiers l'information obtenue dans l'exercice ou à l'occasion de l'exercice de ses fonctions.

Cette obligation n'a pas pour effet d'empêcher un administrateur public représentant ou lié à un groupe d'intérêts particulier de le consulter ni de lui faire rapport, sauf si l'information est confidentielle suivant la loi ou si le conseil d'administration exige le respect de la confidentialité.

12. L'administrateur public à temps plein doit exercer ses fonctions de façon exclusive sauf si l'autorité qui l'a nommé ou désigné le nomme ou le désigne aussi à d'autres fonctions. Il peut, toutefois, avec le consentement de la présidente du conseil d'administration, exercer des activités didactiques pour lesquelles il peut être rémunéré et des activités non rémunérées dans des organismes à but non lucratif.

La présidente du conseil d'administration de l'Office de la protection du consommateur peut pareillement être autorisé par le secrétaire général du Conseil exécutif. Toutefois, le président du conseil d'administration d'un organisme ou d'une entreprise du gouvernement qui détient cent pour cent des actions d'un autre organisme ou entreprise du gouvernement est l'autorité qui peut donner une telle autorisation au président du conseil d'administration de ce dernier organisme ou entreprise.

13. L'administrateur public ne peut accepter aucun cadeau, marque d'hospitalité ou autre avantage que ceux d'usage et d'une valeur modeste.

Tout autre cadeau, marque d'hospitalité ou avantage reçu doit être retourné au donateur ou à l'État.

14. L'administrateur public ne peut, directement ou indirectement, accorder, solliciter ou accepter une faveur ou un avantage indu pour lui-même ou pour un tiers.

15. L'administrateur public doit, dans la prise de ses décisions, éviter de se laisser influencer par des offres d'emploi.

16. L'administrateur public qui a cessé d'exercer ses fonctions doit se comporter de façon à ne pas tirer d'avantages indus de ses fonctions antérieures au service de l'organisme ou de l'entreprise.

17. L'administrateur public qui a cessé d'exercer ses fonctions ne doit pas divulguer une information confidentielle qu'il a obtenue ni donner à quiconque des conseils fondés sur de l'information non disponible au public concernant l'organisme ou l'entreprise pour lequel il a travaillé, ou un autre organisme ou entreprise avec lequel il avait des rapports directs importants au cours de l'année qui a précédé la fin de son mandat.

Il lui est interdit, dans l'année qui suit la fin de ses fonctions, d'agir au nom ou pour le compte d'autrui relativement à une procédure, à une négociation ou à une autre opération à laquelle l'organisme ou l'entreprise pour lequel il a agi est partie et sur laquelle il détient de l'information non disponible au public.

Les administrateurs publics d'un organisme ou d'une entreprise visé au deuxième alinéa ne peuvent traiter, dans les circonstances qui sont prévues à cet alinéa, avec l'administrateur public qui y est visé dans l'année où celui-ci a quitté ses fonctions.

18. La présidente du conseil d'administration doit s'assurer du respect des principes d'éthique et des règles de déontologie par les administrateurs publics de l'Office de la protection du consommateur.

CHAPITRE III ACTIVITÉS POLITIQUES

19. L'administrateur public à temps plein, le président du conseil d'administration ou le premier dirigeant d'un organisme ou d'une entreprise qui a l'intention de présenter sa candidature à une charge publique électorale doit en informer le secrétaire général du Conseil exécutif.

20. Le président du conseil d'administration ou le premier dirigeant d'un organisme ou d'une entreprise qui veut se porter candidat à une charge publique électorale doit se démettre de ses fonctions.
21. L'administrateur public à temps plein qui veut se porter candidat à la charge de député à l'Assemblée nationale, de député à la Chambre des communes du Canada ou à une autre charge publique électorale dont l'exercice sera probablement à temps plein doit demander et a droit à un congé non rémunéré à compter du jour où il annonce sa candidature.
22. L'administrateur public à temps plein qui veut se porter candidat à une charge publique électorale dont l'exercice sera probablement à temps partiel, mais dont la candidature sera susceptible de l'amener à enfreindre son devoir de réserve, doit demander et a droit à un congé non rémunéré à compter du jour où il annonce sa candidature.
23. L'administrateur public à temps plein qui obtient un congé sans rémunération conformément à l'article 21 ou à l'article 22 a le droit de reprendre ses fonctions au plus tard le 30^e jour qui suit la date de clôture des mises en candidature, s'il n'est pas candidat, ou, s'il est candidat, au plus tard le 30^e jour qui suit la date à laquelle une autre personne est proclamée élue.
24. L'administrateur public à temps plein dont le mandat est à durée déterminée, qui est élu à une charge publique à temps plein et qui accepte son élection doit se démettre immédiatement de ses fonctions d'administrateur public.
Celui qui est élu à une charge publique dont l'exercice est à temps partiel doit, si cette charge est susceptible de l'amener à enfreindre son devoir de réserve, se démettre de ses fonctions d'administrateur public.
25. L'administrateur public à temps plein dont le mandat est à durée indéterminée et qui est élu à une charge publique a droit à un congé non rémunéré pour la durée de son premier mandat électif.
27. L'administrateur public révoqué pour une cause juste et suffisante ne peut recevoir d'allocation ni d'indemnité de départ.
28. L'administrateur public qui a quitté ses fonctions, qui a reçu ou qui reçoit une allocation ou une indemnité de départ et qui occupe une fonction, un emploi ou tout autre poste rémunéré dans le secteur public pendant la période correspondant à cette allocation ou indemnité doit rembourser la partie de l'allocation ou de l'indemnité couvrant la période pour laquelle il reçoit un traitement, ou cesser de la recevoir durant cette période.
Toutefois, si le traitement qu'il reçoit est inférieur à celui qu'il recevait antérieurement, il n'a à rembourser l'allocation ou l'indemnité que jusqu'à concurrence du nouveau traitement, ou il peut continuer à recevoir la partie de l'allocation ou de l'indemnité qui excède son nouveau traitement.
29. Quiconque a reçu ou reçoit une allocation ou une indemnité de départ du secteur public et reçoit un traitement à titre d'administrateur public pendant la période correspondant à cette allocation ou indemnité doit rembourser la partie de l'allocation ou de l'indemnité couvrant la période pour laquelle il reçoit un traitement, ou cesser de la recevoir durant cette période.
Toutefois, si le traitement qu'il reçoit à titre d'administrateur public est inférieur à celui qu'il recevait antérieurement, il n'a à rembourser l'allocation ou l'indemnité que jusqu'à concurrence du nouveau traitement, ou il peut continuer à recevoir la partie de l'allocation ou de l'indemnité qui excède son nouveau traitement.
30. L'administrateur public à temps plein qui a cessé d'exercer ses fonctions, qui a bénéficié de mesures dites de départ assisté et qui, dans les deux ans qui suivent son départ, accepte une fonction, un emploi ou tout autre poste rémunéré dans le secteur public doit rembourser la somme correspondant à la valeur des mesures dont il a bénéficié jusqu'à concurrence du montant de la rémunération reçue, du fait de ce retour, durant cette période de deux ans.

CHAPITRE IV RÉMUNÉRATION

26. L'administrateur public n'a droit, pour l'exercice de ses fonctions, qu'à la seule rémunération liée à celles-ci. Cette rémunération ne peut comprendre, même en partie, des avantages pécuniaires tels ceux établis notamment par des mécanismes d'intéressement basés sur la variation de la valeur des actions ou sur la participation au capital actions de l'entreprise.
31. L'exercice à temps partiel d'activités didactiques par un administrateur public n'est pas visé par les articles 29 à 31.
32. Pour l'application des articles 28 à 30, « secteur public » s'entend des organismes, des établissements et des entreprises visés par l'annexe.
La période couverte par l'allocation ou l'indemnité de départ visée aux articles 28 et 29 correspond à celle qui aurait été couverte par le même montant si la personne l'avait reçue à titre de traitement dans sa fonction, son emploi ou son poste antérieur.

CHAPITRE V PROCESSUS DISCIPLINAIRE

33. Aux fins du présent chapitre, l'autorité compétente pour agir est le secrétaire général associé responsable des emplois supérieurs au ministère du Conseil exécutif lorsque c'est la présidente du conseil d'administration ou un administrateur public nommé ou désigné par le gouvernement ou un ministre qui est en cause.

La présidente du conseil d'administration est l'autorité compétente pour agir à l'égard de tout autre administrateur public de l'Office de la protection du consommateur.

Toutefois, le président du conseil d'administration d'un organisme ou d'une entreprise du gouvernement qui détient cent pour cent des actions d'un autre organisme ou entreprise du gouvernement est l'autorité compétente pour agir à l'égard du président du conseil d'administration de ce dernier organisme ou entreprise sauf s'il en est lui-même le président.

34. L'administrateur public à qui l'on reproche des manquements à l'éthique ou à la déontologie peut être relevé provisoirement de ses fonctions, avec rémunération, par l'autorité compétente, afin de permettre la prise d'une décision appropriée dans le cas d'une situation urgente nécessitant une intervention rapide ou dans un cas présumé de faute grave.

35. L'autorité compétente fait part à l'administrateur public des manquements reprochés ainsi que de la sanction qui peut lui être imposée et l'informe qu'il peut, dans les sept jours, lui fournir ses observations et, s'il le demande, être entendu à ce sujet.

36. Sur conclusion que l'administrateur public a contrevenu à la loi, au code d'éthique et de déontologie, l'autorité compétente lui impose une sanction.

Toutefois, lorsque l'autorité compétente est le secrétaire général associé visé à l'article 37, la sanction est imposée par le secrétaire général du Conseil exécutif. En outre, si la sanction proposée consiste en la révocation d'un administrateur public nommé ou désigné par le gouvernement, celle-ci ne peut être imposée que par ce dernier ; dans ce cas, le secrétaire général du Conseil exécutif peut immédiatement suspendre sans rémunération l'administrateur public pour une période d'au plus trente jours.

37. La sanction qui peut être imposée à l'administrateur public est la réprimande, la suspension sans rémunération d'une durée maximale de trois mois ou la révocation.

38. Toute sanction imposée à un administrateur public de même que la décision de le relever provisoirement de ses fonctions doivent être écrites et motivées.

CHAPITRE VI DISPOSITIONS DIVERSES

39. Les articles 29, 30 et 31 s'appliquent aux retours dans le secteur public effectués après le 31 août 1998.

40. Le présent code d'éthique et de déontologie entre en vigueur le 1^{er} septembre 1998.

ANNEXE

(Article 32)

SECTEUR PUBLIC

1. Le gouvernement et ses ministères, le Conseil exécutif et le Conseil du trésor.
2. Le personnel du lieutenant-gouverneur, l'Assemblée nationale, le protecteur du citoyen, toute personne que l'Assemblée nationale désigne pour exercer une fonction qui en relève lorsque la loi prévoit que son personnel est nommé et rémunéré suivant la Loi sur la fonction publique et tout organisme dont l'Assemblée nationale ou l'une de ses commissions nomme la majorité des membres.
3. Tout organisme qui est institué par une loi, ou en vertu d'une loi, ou par une décision du gouvernement, du Conseil du trésor ou d'un ministre et qui satisfait à l'une des conditions suivantes :
 - 1^o tout ou partie de ses crédits de fonctionnement apparaissent sous ce titre, dans les prévisions budgétaires déposées devant l'Assemblée nationale ;
 - 2^o la loi ordonne que son personnel soit nommé ou rémunéré suivant la Loi sur la fonction publique ;
 - 3^o le gouvernement ou un ministre nomme au moins la moitié de ses membres ou administrateurs et au moins la moitié de ses frais de fonctionnement sont assumés directement ou indirectement par le fonds consolidé du revenu ou les autres fonds administrés par un organisme visé à l'article 1 ou 2 de la présente annexe ou les deux à la fois.
4. Le Curateur public.
5. Tout organisme, autre que ceux mentionnés aux articles 1, 2 et 3 de la présente annexe, institué par une loi, ou en vertu d'une loi, ou par une décision

- du gouvernement, du Conseil du trésor, ou d'un ministre et dont au moins la moitié des membres ou administrateurs sont nommés par le gouvernement ou un ministre.
6. Toute société à fonds social, autre qu'un organisme mentionné à l'article 3 de la présente annexe, dont plus de 50 % des actions comportant le droit de vote font partie du domaine de l'État ou sont détenues en propriété par un organisme visé aux articles 1 à 3 et 5 de la présente annexe ou par une entreprise visée au présent article.
 7. Tout établissement d'enseignement de niveau universitaire visé aux paragraphes 1^o à 11^o de l'article 1 de la Loi sur les établissements d'enseignement de niveau universitaire (L.R.Q., chapitre E-14.1).
 8. Tout collège d'enseignement général et professionnel institué en vertu de la Loi sur les collèges d'enseignement général et professionnel (L.R.Q., chapitre C-29).
 9. Toute commission scolaire visée par la Loi sur l'instruction publique (L.R.Q., chapitre 1-13.3) ou par la Loi sur l'instruction publique pour les autochtones cris, inuit et naskapis (L.R.Q., chapitre 1-14), ainsi que le Conseil scolaire de l'île de Montréal.
 10. Tout établissement privé agréé aux fins de subventions en vertu de la Loi sur l'enseignement privé (L.R.Q., chapitre E-9.1).
 11. Tout autre établissement d'enseignement dont plus de la moitié des dépenses de fonctionnement sont payées sur les crédits apparaissant aux prévisions budgétaires déposées à l'Assemblée nationale.
 12. Tout établissement public ou privé conventionné ainsi que toute régie régionale visés par la Loi sur les services de santé et les services sociaux (L.R.Q., chapitre S-4.2).
 13. Le conseil régional institué par la Loi sur les services de santé et les services sociaux pour les autochtones cris (L.R.Q., chapitre S-5).
 14. Toute municipalité, tout organisme que la loi déclare mandataire ou agent d'une municipalité et tout organisme dont le conseil d'administration est composé majoritairement de membres du conseil d'une municipalité, de même que tout organisme relevant autrement de l'autorité municipale.
 15. Toute communauté urbaine, régie intermunicipale, corporation intermunicipale de transport, tout conseil intermunicipal de transport, l'Administration régional Kativik et tout autre organisme dont le conseil d'administration est formé majoritairement d'élus municipaux, à l'exclusion d'un organisme privé.

Annexe V – Déclaration de services aux citoyens

Message de la présidente

La mondialisation de l'économie, le développement des nouvelles technologies, le surendettement, la consommation durable, la publicité et le marketing envahissants ainsi que les pratiques commerciales problématiques sont un ensemble d'enjeux propres à la société de consommation actuelle.

Selon un sondage réalisé pour le compte de l'Office de la protection du consommateur, un consommateur sur six a déclaré avoir déjà rencontré, au cours de la dernière année, des problèmes avec une entreprise, concernant un service ou un produit. Par ailleurs, les quelque 300 000 appels logés chaque année à nos onze bureaux régionaux et les 1,5 million de lecteurs de la revue *Protégez-Vous* témoignent que l'information est une clé et un besoin essentiels en matière de consommation avertie, et est fort recherchée des consommateurs québécois.

C'est pourquoi, la Déclaration de services aux citoyens de l'Office de la protection du consommateur se veut une réponse à ces préoccupations très actuelles et est en continuité avec sa mission particulière. Elle présente nos engagements envers les citoyens, engagements qui seront réévalués périodiquement dans le souci de toujours mieux vous servir.

Au nom de tout notre personnel, qui s'investit quotidiennement depuis maintenant trente ans dans la promotion et la défense des intérêts des consommateurs québécois, je m'engage à assurer l'atteinte de ces engagements et à rendre public le bilan de nos résultats en cette matière.

La présidente,
Nicole Fontaine

Notre mission

La mission de l'Office de la protection du consommateur consiste à assurer la reconnaissance et le respect des droits des consommateurs et à promouvoir leurs intérêts en regard des nouveaux enjeux ou problématiques de consommation.

Notre vision

Soucieux d'offrir des services de qualité à la population, nous sommes à l'écoute de nos clientèles, afin de pouvoir répondre adéquatement à leurs besoins et à leurs attentes. Par une action crédible, visible et influente, nous sommes déterminés à développer notre position de leader en matière de protection du consommateur au Québec

Nos engagements

L'Office de la protection du consommateur prend les engagements de services suivants envers les consommateurs québécois :

1. *Intervenir sur les pratiques commerciales les plus problématiques pour les consommateurs, en tenant compte des critères suivants :*
 - plaintes reçues des consommateurs ;
 - sondages sur l'état de la consommation et les besoins des consommateurs ;
 - évaluations des priorités faites par l'Office en fonction des problématiques d'actualité en consommation.

Analyse de plaintes :

Un accusé-réception est expédié au consommateur dans les 3 jours ouvrables suivant la réception du formulaire de plainte.

L'analyse d'une plainte écrite à l'endroit d'un commerçant est amorcée dans un délai de 3 jours ouvrables pour tout consommateur qui a suivi la procédure d'enregistrement.

Émission de permis

Un permis est délivré dans un délai de 20 jours ouvrables pour tout commerçant en règle et qui respecte la procédure de demande.

2. *Rendre accessible à la population de l'information objective, fiable et compréhensible en consommation, par :*

- ses services téléphoniques ;
- des interventions publiques ;
- son site Internet ;
- ses partenaires ;
- Protégez-Vous et les associations de consommateurs ;
- une présence soutenue dans les médias électroniques et la presse écrite.

Courtoisie et confidentialité

Le citoyen ou l'entreprise qui s'adresse à l'Office peut s'attendre à recevoir en tout temps un service accueillant, courtois, équitable et de qualité, dans le respect absolu des règles de confidentialité, quel que soit le moyen choisi pour joindre l'organisme : téléphone, courrier, entrevue, courriel.

Accessibilité

L'Office offre un service de réponse téléphonique et un service au comptoir accessibles au public les lundi, mardi, jeudi et vendredi de 8 h 30 à 12 h et de 13 h à 16 h 30, et le mercredi de 10 h 30 à 12 h et de 13 h à 16 h 30.

Les services électroniques sont disponibles en tout temps à l'adresse suivante : www.opc.gouv.qc.ca

Diligence

Le délai moyen d'attente au téléphone est inférieur à 3 minutes.

Le service au comptoir est offert sans rendez-vous, le visiteur est servi avec diligence.

La réponse aux demandes d'information reçues par la poste est effectuée dans les 3 jours ouvrables suivant sa réception.

La réponse au courrier électronique est expédiée dans les 5 jours ouvrables suivant sa réception.

La reddition de comptes

L'Office s'engage à rendre publique l'atteinte de ses engagements. Un bilan public des réalisations de l'Office 2001-2002 sera disponible dans son rapport annuel de gestion et sur le site Internet.

Un plan d'amélioration continue

L'Office s'engage à évaluer périodiquement les besoins et la satisfaction de sa clientèle et à apporter les ajustements appropriés.

Nous désirons vous satisfaire

L'Office de la protection du consommateur désire maintenir un taux très élevé de satisfaction à l'égard de ses services à la clientèle. C'est pourquoi, si vous n'êtes pas satisfait de nos services, nous nous engageons à assurer le suivi de toutes plaintes fondées. Voici les étapes à suivre :

- si, après avoir communiqué avec la personne jointe initialement, vous ne croyez pas avoir reçu le service auquel vous avez droit, vous pouvez demander à parler à son supérieur immédiat. Cette personne expérimentée pourra intervenir pour résoudre le problème ;
- si, après des explications avec cette dernière, vous demeurez insatisfait, il peut être indiqué de communiquer avec le directeur du service concerné pour lui faire part de vos critiques ;
- en dernier recours, votre plainte sera acheminée au Secrétariat général de l'Office, lequel est désigné pour traiter les litiges en matière de services à la clientèle.

Composition typographique : Mono•Lino inc.
Achévé d'imprimer en décembre 2001
sur les presses de l'imprimerie
Laurentide inc. à Loretteville