



Le recouvrement des créances.

Une technique dépassée ?

Rapport rédigé par Option consommateurs

et présenté

au Bureau de la consommation d'Industrie Canada

juin 2008

---

## OPTION CONSOMMATEURS

---

### MISSION

Option consommateurs est une association à but non lucratif qui a pour mission de promouvoir et de défendre les droits et les intérêts des consommateurs et de veiller à ce qu'ils soient respectés.

### HISTORIQUE

Issue du mouvement des associations coopératives d'économie familiale (ACEF), et plus particulièrement de l'ACEF de Montréal, Option consommateurs existe depuis 1983. En 1999, elle a regroupé ses activités avec l'Association des consommateurs du Québec (ACQ) qui existait depuis plus de 50 ans et accomplissait la même mission qu'Option consommateurs.

### PRINCIPALES ACTIVITÉS

Option consommateurs compte sur une équipe d'une trentaine d'employés qui oeuvrent au sein de cinq services : le Service budgétaire, le Service d'efficacité énergétique, le Service juridique, le Service d'agence de presse et le Service de recherche et de représentation. Au cours des ans, Option consommateurs a notamment développé une expertise dans les domaines des services financiers, de la santé et de l'agroalimentaire, de l'énergie, du voyage, de l'accès à la justice, des pratiques commerciales, de l'endettement et de la protection de la vie privée. Chaque année, nous rejoignons directement entre 7000 et 10 000 consommateurs, accordons de nombreuses entrevues aux médias, siégeons à plusieurs comités de travail et conseils d'administration, réalisons des projets d'intervention d'envergure avec d'importants partenaires et produisons notamment des rapports de recherche, des mémoires et des guides d'achat dont le guide annuel Jouets du magazine *Protégez-Vous*.

### MEMBERSHIP

Pour faire changer les choses, les actions d'Option consommateurs sont multiples : recherches, recours collectifs et pressions auprès des instances gouvernementales et des entreprises. Vous pouvez nous aider à en faire plus pour vous en devenant membre d'Option consommateurs au [www.option-consommateurs.org](http://www.option-consommateurs.org).

---

## REMERCIEMENTS

---

Cette recherche a été réalisée et rédigée par Maryse Guénette. Par ailleurs, l'analyse des lois et des règlements l'Ontario, du Québec, du Nouveau-Brunswick et des États-Unis a été réalisée par M<sup>e</sup> Valérie Couillard, du service budgétaire d'Option consommateurs. Me Couillard a aussi collaboré à la rédaction des sections portant sur ces sujets. Mme Guénette tient à remercier la juriste pour sa grande disponibilité et sa précieuse collaboration.

Mme Guénette tient aussi à remercier les 23 consommateurs en processus de recouvrement qui ont accepté de livrer leur témoignage et de mettre des mots sur des événements parfois difficiles. Sans eux, la rédaction de ce rapport de recherche n'aurait pas été possible. Elle tient également à souligner la collaboration de M<sup>es</sup> Karine Robillard, Valérie Mercier et Dominique Gervais, conseillères budgétaires au service budgétaire d'Option consommateurs, qui ont recruté ces consommateurs.

Mme Guénette tient enfin à remercier toutes les personnes qui lui ont accordé une entrevue.

Afin de comprendre la situation qui prévaut au Québec en matière de recouvrement et/ou ce que vivent les personnes qui font face à des agences de recouvrement, particulièrement les personnes à faible revenu<sup>1</sup>, Mme Guénette a fait appel à Mme Marielle Sauvé, adjointe à la direction du service aux consommateurs de l'Office de la protection du consommateur (OPC), M. Bertrand Rainville, auteur de l'étude « Le surendettement. Fracture individuelle et sociale », Mme Isabelle Thibault, conseillère budgétaire à l'ACEF du Sud-Ouest, M<sup>e</sup> Caroline Arel, responsable du service budgétaire d'Option consommateurs, M<sup>e</sup> Karine Robillard (nommée précédemment), »<sup>2</sup>, M<sup>e</sup> Nathalie Rancours, syndic de faillite, M<sup>e</sup> Roger Landry<sup>3</sup>, avocat à la Commission de l'aide juridique ainsi que M. Robert Gariépy, directeur général de l'Association des directeurs de crédit de Montréal.

Pour mieux connaître les lois de l'Ontario et du Nouveau-Brunswick et se familiariser avec la liste des pratiques interdites harmonisées, Mme Guénette a communiqué avec M. Brian Pitkin, directeur de l'Unité de la réglementation du recouvrement des dettes à la Direction de la protection du consommateur du ministère des Services gouvernementaux et Services aux consommateurs de l'Ontario, Mme Leanne Smith, agente d'application des lois à la Direction des services à la consommation du ministère de la Justice du

---

<sup>1</sup> Le seuil de faible revenu est mis à jour chaque année par Statistique Canada. Pour définir ce qu'est une personne à faible revenu, il faut tenir compte de son revenu, mais aussi de la taille du ménage dans lequel elle vit ainsi que du secteur où elle habite.

<sup>2</sup> Cette étude porte sur les effets du surendettement sur la santé ; elle a été publiée par le Centre d'intervention budgétaire et sociale de la Mauricie en 2006.

<sup>3</sup> Ces propos, comme tous ceux de M<sup>e</sup> Roger Landry cités dans ce rapport, ont été tenus dans le cadre d'une entrevue que M<sup>e</sup> Landry a accordé à l'auteur en janvier 2008.

Nouveau-Brunswick et M. David Clarke, analyste principal des politiques au Bureau de la consommation d'Industrie Canada,.

Pour obtenir de l'information sur le programme mis en place par le service de recouvrement d'Hydro-Québec Distribution (HQD), Mme Guénette a fait appel à M. Étienne Mailhot, conseiller, Relations avec le milieu, Stratégies et Pratiques d'affaire, à la direction du services de recouvrement d'Hydro-Québec.

Pour obtenir de l'information sur le projet pilote réalisé à Gaz Métro, Mme Guénette y a rencontré Mme Marie-Ève Charron et M. Daniel-Marc Paré, respectivement chef de groupe à la Gestion des comptes à recevoir et conseiller principal au service à la clientèle. Elle a également parlé à Mme Isabelle Thibault (nommée précédemment) et M. Sébastien Langlois, responsable du service de l'efficacité énergétique à Option consommateurs.

L'aide de toutes ces personnes a été extrêmement précieuse. Merci !

Cette recherche a été coordonnée par Geneviève Reed, responsable du Service de recherche et de représentation.

Option consommateurs remercie grandement le ministère de l'Industrie du Canada pour son soutien financier à la réalisation de cette recherche. Les opinions exprimées dans ce rapport ne sont pas nécessairement celles d'Industrie Canada ou du gouvernement du Canada.

La reproduction de ce rapport est permise, à condition qu'en soit mentionnée la source. Sa reproduction ou toute allusion à son contenu à des fins publicitaires ou lucratives est toutefois strictement interdite.

## **DÉPÔT LÉGAL**

Bibliothèque nationale du Québec  
Bibliothèque nationale du Canada

ISBN 978-2-923522-37-1

Option consommateurs  
2120, rue Sherbrooke est, bureau 604  
Montréal (Québec)  
H2K 1C3

Téléphone : (514) 598-7288  
Télécopieur : (514) 598-8511  
Adresse électronique : [info@option-consommateurs.org](mailto:info@option-consommateurs.org)

---

## RÉSUMÉ EXÉCUTIF

---

Appels à des heures indues, harcèlement, intimidation, menace... voilà ce qui vient à l'esprit de plusieurs lorsqu'il est question des pratiques des agences de recouvrement. Aujourd'hui, y a-t-il encore des agences de recouvrement qui agissent de la sorte ? Les entrevues que nous avons réalisées avec 23 consommateurs « en recouvrement » ainsi qu'avec des personnes qui les côtoient dans le cadre de leur travail démontrent que oui.

Ainsi, sur les 20 consommateurs qui avaient reçus des appels au sujet du recouvrement de leur créance, près de la moitié ont affirmé que, pendant une certaine période, on les avait appelés plus d'une fois par semaine et cinq ont mentionné qu'on les avait appelés plusieurs fois par jour. Sur l'ensemble des personnes interviewées, 14 ont mentionné que l'entreprise ou l'agence qui avait communiqué avec eux avait eu une attitude incorrecte (l'agent qui leur avait parlé avait notamment été dur, agressif ou impoli). Enfin, 20 consommateurs ont mentionné que l'expérience leur avait fait vivre beaucoup de stress.

Les entrevues que nous avons réalisées, tant avec des consommateurs qu'avec des spécialistes, nous ont aussi permis de constater dans quelle impasse se trouvent les personnes qui font face à une agence de recouvrement. Pris au piège, les consommateurs (souvent à faible revenu) sont émotifs, stressés, voire dépressifs. L'arrivée d'une agence de recouvrement dans leur vie n'est qu'un événement malheureux de plus. C'est alors qu'on leur réclame, parfois à hauts cris, une somme qu'ils n'ont pas la capacité de payer.

Comment les choses pourraient-elles être améliorées ? À la recherche de réponses, nous avons parcouru les lois de trois provinces canadiennes ainsi que la liste harmonisée des pratiques interdites que les provinces se sont engagées à respecter. Nous avons constaté que, bien que certaines règles devraient être modifiées afin de s'adapter à la réalité d'aujourd'hui, les lois et règlements offrent généralement aux consommateurs une bonne protection. Mais que leur application laisse parfois à désirer.

Nous avons aussi jeté un coup d'œil attentif à la loi américaine. Cela nous a permis de constater que cette loi est plus détaillée que les trois lois québécoises étudiées, notamment en ce qui a trait à la description des gestes de harcèlement, des représentations

fausses et trompeuses et des pratiques inéquitables (*unfair*). Selon nous, cette loi pourrait donc servir de modèle pour améliorer les lois provinciales ou encore aider à les interpréter.

Que les agents de recouvrement suivent la loi à la lettre serait une bonne chose. Qu'ils suivent des règles qu'ils ont eux-mêmes mises en place serait encore mieux. Afin de connaître quelles sont les règles de conduite qu'ils se sont eux-mêmes dictées, nous avons parcouru attentivement quatre codes d'éthique provenant respectivement du Québec, de l'Ontario, des États-Unis et de la Belgique.

Cela nous a permis de constater que, au Québec, l'organisme qui représente les agences de recouvrement s'est doté d'un code fort mal adapté à leur situation de ses membres. Par ailleurs, les trois autres codes pourraient servir de modèle pour les organismes qui regroupent des agences de recouvrement. Ces règles dépassent parfois la simple règle de conduite. Ainsi, dans le code belge, on mentionne qu'il faut « aboutir à une solution positive en prenant en considération les problèmes socio-économiques éventuels du débiteur. » Voilà qui est inspirant !

Les entreprises désireuses de récupérer les sommes qui leur sont dues ont-elles d'autres solutions que d'opter pour le recouvrement traditionnel ? Une expérience menée chez Hydro-Québec démontre que c'est le cas. En effet, depuis quelques années, la société d'État a mis en place un programme destiné à sa clientèle à faible revenu qui a du mal à rembourser sa dette. En vertu de ce programme, le service de recouvrement d'Hydro-Québec prend, avec certains consommateurs, une entente particulière. Dans certains cas, elle accepte même de réduire la dette, voire de l'effacer. Faits intéressants : ces ententes ne coûtent pas à la société d'état un sous de plus que le recouvrement traditionnel. Et elles lui permettent d'augmenter le taux de satisfaction de sa clientèle et de redorer son image.

Toutes les entreprises pourraient-elles agir de la sorte ? L'expérience de Gaz Métro, que nous relatons également, peut faire croire que ce n'est pas le cas. En effet, dans le but de rendre les pratiques de son service de recouvrement plus humaines, l'entreprise a mis en place un projet pilote dont les résultats ont été désastreux. Cela a au moins le mérite

d'avoir mis en lumière certains dangers. Et de nous permettre de constater que, pour réussir une telle expérience, il faut avoir en main certains éléments précis.

Fort de l'expérience de ces deux entreprises, nous avons dressé une liste des éléments qui favorisent la réussite de tels projets. Parmi eux, mentionnons des employés formés adéquatement et sensibles à ce que vivent les personnes à faible revenu, des participants au courant de la démarche et intéressés à y participer ainsi que la présence d'une association de consommateurs agissant à titre d'intermédiaire.

Les commentaires de certains intervenants nous ont fait réaliser que, pour que les pratiques abusives dont sont victimes les consommateurs cessent, il faudra plus que des programmes. Certaines solutions ont été évoquées, comme de l'aide directe aux consommateurs à faible revenu ainsi que des mesures permettant de s'attaquer aux causes de la pauvreté. Au moment d'écrire ces lignes, des organismes avaient commencé à faire des pressions en ce sens. Espérons qu'elles porteront fruit.

## **NOS CONCLUSIONS ET NOS RECOMMANDATIONS**

La recherche que nous avons effectuée nous permet de constater qu'il y a encore beaucoup d'abus dans l'industrie du recouvrement et qu'il y a peu de chance que la situation s'améliore rapidement. Mais cela ne veut pas dire qu'il n'y a pas d'espoir. En faisant en sorte que son service de recouvrement adopte de nouvelles pratiques, Hydro-Québec a démontré qu'il est possible de recouvrer des créances d'une manière humaine et responsable, sans coûts supplémentaires. Entreprises et agences de recouvrement auraient intérêt à s'inspirer des réalisations de la société d'État. Espérons que ce rapport les y aidera.

À la suite de l'analyse des résultats de cette recherche, Option consommateurs émet les recommandations suivantes :

### Recommandation 1

**Option consommateurs recommande que, dans chaque province, les législateurs s'inspirent de la loi américaine afin d'améliorer leurs lois respectives.**

Recommandation 2

**Option consommateurs recommande que les tribunaux, commission et agences compétentes fassent de même pour les interpréter.**

Recommandation 3

**Option consommateurs recommande que les organismes responsables de l'application de la loi dans chaque province aient des budgets et des ressources leur permettant de faire toutes les enquêtes qui s'imposent.**

Recommandation 4

**Option consommateurs recommande que les entreprises et les agences de recouvrement soient sensibilisées à la situation que vivent les personnes à faible revenu lorsqu'elles sont « en recouvrement » et informées des conséquences que peuvent avoir sur elles les tactiques de recouvrement abusives.**

Recommandation 5

**Option consommateurs recommande que des mesures soient mises afin de faire connaître aux grandes entreprises et aux agences de recouvrement le programme mis en place chez Hydro-Québec Distribution et de les inciter mettre en place un programme semblable chez elles.**

Recommandation 6

**Option consommateurs recommande que les organismes regroupant des agences de recouvrement adoptent des codes de conduite qui incitent leurs membres à tenir compte de la réalité des personnes à faible revenu ainsi que de la capacité de payer de leurs clients.**

Recommandation 7

**Option consommateurs recommande que des mesures soient prises afin de faire en sorte que les consommateurs, notamment les consommateurs à faible revenu, soient informés de leurs droits lorsqu'ils font face à une agence de recouvrement.**

Recommandation 8

**Option consommateurs recommande que des mécanismes soient mis en place afin de soutenir les personnes à faible revenu aux prises avec une agence de recouvrement.**



---

## TABLE DES MATIÈRES

---

|   |            |
|---|------------|
| <b>OPTION CONSOMMATEURS.....</b>  | <b>II</b>  |
| <b>REMERCIEMENTS.....</b>   | <b>III</b> |
| <b>RÉSUMÉ EXÉCUTIF .....</b>  | <b>V</b>   |
| <b>TABLE DES MATIÈRES.....</b>  | <b>IX</b>  |
| <b>INTRODUCTION .....</b>   | <b>11</b>  |
| <b>I - MÉTHODOLOGIE.....</b>  | <b>17</b>  |
| <b>II - ENTREVUES AVEC DES CONSOMMATEURS.....</b>   | <b>20</b>  |
| 2.1 PROFIL DES PARTICIPANTS .....   | 21         |
| 2.1.1 Sexe et âge.....  | 21         |
| 2.1.2 Travail et revenu .....   | 22         |
| 2.2 PENDANT LE PROCESSUS DE RECOUVREMENT .....  | 23         |
| 2.3 DES PRATIQUES FORT DISCUTABLES .....  | 24         |
| 2.3.1 Par téléphone ou par écrit ? .....  | 24         |
| 2.3.2 À quel moment ?.....  | 25         |
| 2.3.3 À quelle fréquence ?.....   | 25         |
| 2.3.4 Du harcèlement ?.....   | 26         |
| 2.3.5 Quel type de document ?.....  | 27         |
| 2.3.6 Quelles informations ?.....   | 28         |
| 2.3.7 À quel endroit ?.....   | 28         |
| 2.3.8 La somme totale ? .....   | 29         |
| 2.3.9 Une entente ? .....   | 29         |
| 2.3.9 Toute la somme ? .....  | 30         |
| 2.3.10 En un seul versement ?.....  | 31         |
| 2.3.11 Pour « mettre de la pression » ? .....   | 31         |
| 2.4 UNE EXPÉRIENCE EXTRÊMEMENT DIFFICILE.....   | 32         |
| 2.5 EN CONCLUSION.....  | 33         |
| 2.6 AU-DELÀ DES CHIFFRES .....  | 34         |
| <b>III - AU SUJET DES LOIS AU CANADA.....</b>   | <b>36</b>  |
| 3.1 REGARD SUR LES LOIS DANS TROIS PROVINCES CANADIENNES .....  | 38         |
| 3.1.1 RÈGLES GÉNÉRALES .....  | 38         |
| 3.1.2 OBLIGATIONS EN LIEN AVEC LE RECOUVREMENT DES CRÉANCES .....                                       | 41         |
| 3.1.3 INTERDICTIONS EN LIEN AVEC LE RECOUVREMENT DES CRÉANCES .....                                     | 43         |
| 3.1.4 MESURES DE PROTECTION POUR LE CONSOMMATEUR.....   | 49         |
| 3.2 REGARD SUR LA LOI AMÉRICAINE.....   | 51         |
| <b>IV - DES RÈGLES FIXÉES PAR L'INDUSTRIE.....</b>  | <b>54</b>  |
| 4.1 CODE D'ÉTHIQUE ET DE DÉONTOLOGIE DE L' ASSOCIATION DES DIRECTEURS DE CRÉDIT DE MONTRÉAL (ADCM)..... | 54         |
| 4.2 CODE D'ÉTHIQUE DE L'ONTARIO SOCIETY OF COLLECTION AGENCIES .....                                    | 55         |
| 4.3 CODE D'ÉTHIQUE ET CODE DES OPÉRATIONS DE L'ACA INTERNATIONAL.....                                   | 56         |
| 4.4 CODE DE DÉONTOLOGIE DE L' ASSOCIATION BELGE DES SOCIÉTÉS DE RECOUVREMENT.....                       | 57         |
| <b>V - ENTENTES ENTRE HYDRO-QUÉBEC ET LES PERSONNES À FAIBLE REVENU .....</b>                           | <b>60</b>  |
| 5.1 UN PAS À LA FOIS .....  | 60         |
| 5.2 LES ENTENTES .....  | 63         |
| 5.3 TRAVAILLER SUR D' AUTRES FRONTS .....   | 65         |
| 5.4 AVANTAGEUSES POUR LES CONSOMMATEURS .....   | 66         |

|   |           |
|---|-----------|
| 5.5 ...ET POUR HYDRO-QUÉBEC .....   | 67        |
| 5.6 QUELQUES LACUNES .....  | 68        |
| <b>VI - ENTENTES ENTRE GAZ MÉTRO ET LES PERSONNES À FAIBLE REVENU .....</b>                             | <b>71</b> |
| 6.1 US ET COUTUMES .....  | 71        |
| 6.2 UN PROJET PILOTE .....  | 72        |
| 6.3 DES RÉSULTATS DÉCEVANTS .....   | 73        |
| 6.4 CONCLUSION ET EXPLICATIONS .....  | 74        |
| <b>VII - DES CRITÈRES DE RÉUSSITE .....</b>   | <b>76</b> |
| <b>VIII - REGARD VERS L'AVENIR.....</b>   | <b>80</b> |
| <b>BIBLIOGRAPHIE .....</b>  | <b>85</b> |
| <b>ANNEXES .....</b>  | <b>89</b> |
| ANNEXE 1 – QUESTIONNAIRES D'ENTREVUE AVEC LES PERSONNES EN RECOUVREMENT .....                           | 90        |
| ANNEXE 2 – CODE D'ÉTHIQUE ET DE DÉONTOLOGIE DE L'ASSOCIATION DES DIRECTEURS DE CRÉDIT DE MONTRÉAL ..... | 93        |

---

## INTRODUCTION

---

Selon l'Association des comptables généraux certifiés du Canada<sup>4</sup>, les Canadiens sont de plus en plus endettés. Et l'argent qu'ils ont emprunté a servi plus souvent à acquérir des biens de consommation immédiate que des actifs durables. Comme cela n'était pas suffisant, une grande partie des personnes endettées sont des consommateurs à faible revenu. D'ailleurs, au Canada, entre 1999 et 2005, « la tranche de 20 % des ménages les moins riches a connu le deuxième taux de croissance de la dette le plus rapide »<sup>5</sup>.

Pour ces personnes, rembourser les sommes empruntées est extrêmement difficile, voire impossible. Car elles n'ont tout simplement pas suffisamment d'argent pour le faire. Dans ce contexte, il n'est pas surprenant que, un jour ou l'autre, plusieurs d'entre elles reçoivent une lettre ou un appel d'une agence de recouvrement<sup>6</sup>. C'est là que les choses se corsent. Car encore aujourd'hui, notre recherche démontre que plusieurs de ces agences ont encore des pratiques abusives.

« Le harcèlement et 'tordage de bras', ça existe toujours, dit M<sup>e</sup> Nathalie Rancours, syndic de faillite<sup>7</sup>. M<sup>e</sup> Rancours déplore le manque de politesse de certains agents, les menaces qu'ils font parfois et le fait que certains n'hésitent pas à appeler les débiteurs à leur travail même si cela est interdit par la loi. « Il y a des gens qui décident de faire faillite parce qu'ils sont harcelés à leur travail, dit-elle. Les agences de recouvrement les appellent tous les jours et ils n'en peuvent plus. »

---

<sup>4</sup> Source : « Où va l'argent ? La croissance de l'endettement des ménages au Canada », publié par l'Association des comptables généraux certifiés du Canada en 2007. URL : <http://www.cga-canada.org/fr->

<sup>5</sup> Source : « Où va l'argent ? La croissance de l'endettement des ménages au Canada », publié par l'Association des comptables généraux certifiés du Canada en 2007. URL : [http://www.cga-canada.org/fr-ca/ResearchAndAdvocacy/AreasofInterest/DebtandConsumption/Pages/ca\\_debt\\_index.aspx](http://www.cga-canada.org/fr-ca/ResearchAndAdvocacy/AreasofInterest/DebtandConsumption/Pages/ca_debt_index.aspx)

<sup>6</sup> Plusieurs lois provinciales obligent les agences de recouvrement à communiquer avec le débiteur par écrit. Mais selon ce que nous avons pu constater en parlant avec des consommateurs, cette exigence n'est pas toujours respectée.

<sup>7</sup> Ces propos, comme tous ceux de M<sup>e</sup> Nathalie Rancours cités dans ce rapport, ont été tenus dans le cadre d'une entrevue que Mme Rancours a accordé à l'auteur en janvier 2008.

M<sup>e</sup> Roger Landry<sup>8</sup>, avocat à la Commission de l'aide juridique, et M<sup>e</sup> Caroline Arel, responsable du service budgétaire d'Option consommateurs<sup>9</sup>, en voient de toutes les couleurs. En entrevue, le premier nous a raconté avoir récemment écrit une lettre pour un jeune homme souffrant de skizophrénie auquel une agence de recouvrement réclamait 2300 \$ pour une dette de carte de crédit. La seconde a évoqué sa rencontre avec une dame qui était en pleurs parce qu'un agent de recouvrement avait menacé de saisir son petit chien. Selon eux, les cas du genre ne sont pas rares.

Qu'il existe encore des pratiques abusives au Québec peut sembler surprenant. Car, l'Office de la protection du consommateur (OPC), qui a le mandat d'y faire respecter la loi, a entrepris, il y a quelques années, des actions particulièrement musclées afin de remettre à l'ordre les agences de recouvrement délinquantes.<sup>10</sup> « Nous avons constaté une forte augmentation des plaintes, dit Mme Marielle Sauvé, adjointe à la direction du service aux consommateurs de l'OPC<sup>11</sup>. Il fallait que ça arrête. »

Depuis, le nombre de plaintes envers les agences de recouvrement a grandement diminué<sup>12</sup> Ce qui n'empêche pas certaines agences d'avoir des pratiques abusives. « Le nombre de plaintes n'est pas toujours représentatif de ce qui se passe sur le terrain », dit M<sup>e</sup> Grégoire Perron, en guise d'explication. M. Bertrand Rainville renchérit : « Des abus en matière de recouvrement, il y en aura toujours. À cause de la manière dont elles fonctionnent, les agences ne peuvent pour ainsi dire pas respecter la loi. »

Comment expliquer cela ? Selon les experts, la concurrence entre les agences y serait pour quelque chose, la mode de rémunération des agents également. « Les agents de recouvrement sont payés au pourcentage, dit M<sup>e</sup> Grégoire Perron, et lorsqu'ils ont des résultats, ils obtiennent des récompenses. » Selon l'avocat, ce n'est pas que cette manière

---

<sup>8</sup> Ces propos, comme tous ceux de M<sup>e</sup> Roger Landry cités dans ce rapport, ont été tenus dans le cadre d'une entrevue que M<sup>e</sup> Landry a accordé à l'auteur en janvier 2008.

<sup>9</sup> Ces propos de Me Caroline Arel ont été tenus dans le cadre d'une des courtes entrevues que Me Arel a accordée à l'auteur en 2007 et 2008.

<sup>10</sup> Deux reportages de l'émission La Factice de Radio-Canada font d'ailleurs état de la situation avant et après l'intervention de l'Office ; ils se trouvent sur le site Internet de l'émission au <http://www.radio-canada.ca/actualite/v2/lafactice/index.shtml>

<sup>11</sup> Ces propos, comme tous ceux de Mme Marielle Sauvé cités dans ce rapport, ont été tenus dans le cadre d'une entrevue que Mme Sauvé a accordé à l'auteur en octobre 2007. À noter : Mme Sauvé a pris sa retraite depuis.

<sup>12</sup> L'OPC en a reçu 79 entre le 1<sup>er</sup> avril 2006 et le 31 mars 2007.

de faire est mauvaise, mais elle ouvre la porte aux abus. L'avocat affirme d'ailleurs refuser les dossiers qui sont passés par des agences parce qu'ils sont trop « maganés ». « Les gens ont été brassés pendant des mois, dit-il. Ce qui complique notre travail. »

Il y a aussi que le téléphone est le principal outil de travail de l'agent de recouvrement. « Si la personne n'a pas répondu à l'avis qui lui a été envoyé ni aux appels qui lui ont été faits, tout ce que l'agent peut faire, c'est l'appeler à nouveau, dit M<sup>e</sup> Grégoire Perron. Les documents écrits, ça ne donne pas grand-chose quand la personne qui les reçoit ne veut pas collaborer. » À moins qu'il ne s'agisse de documents légaux. « En tant qu'avocat, nous sommes dans une situation différente, dit M<sup>e</sup> Perron. Après avoir envoyé un écrit, nous pouvons prendre une action, puis faire une saisie. Il y a une gradation. Et cette gradation a un effet sur le débiteur. Il comprend vite qu'il a avantage à s'entendre avec nous. »

Que faire lorsqu'un consommateur n'a vraiment pas les moyens de payer la somme qui lui est réclamée ? « Il est parfois possible de prendre des ententes permettant le versements de très petites sommes, dit M<sup>e</sup> Perron. Vous savez, il y a des dettes de 5000 \$ qui se règlent à 25 \$ par mois, sans intérêt. » Est-il possible de réduire la dette ? « Si un débiteur nous propose une somme moindre, nous transmettrons cette offre à notre client, dit l'avocat. Au bout du compte, c'est lui qui décide. »<sup>13</sup> Dans certains cas, il faut aussi savoir renoncer. « Il nous arrive parfois de dire à notre client que nous ne désirons pas continuer », dit Me Perron.

### **D'autres types de problèmes**

Le fait que nombre d'agences ne respectent pas la loi n'est pas le seul problème auquel font face les débiteurs. Il y a aussi que certaines pratiques sont abusives même si elles sont légales – les entrevues que nous avons effectuées avec 23 consommateurs dans le cadre de cette recherche donnent des indications à cet effet<sup>14</sup>. Il arrive aussi que

---

<sup>13</sup> Selon ce que nous a dit M. Robert Gariépy, directeur général de l'Association des directeurs de crédit de Montréal, les agences de recouvrement aussi ont parfois une telle latitude.

<sup>14</sup> Pour en savoir plus, voir la Partie III du présent rapport.

l'aventure laisse parfois des traces qu'il est difficile d'effacer. « Parfois, des agences mettent illégalement une mauvaise note dans le dossier de crédit du débiteur, dit M<sup>e</sup> Nathalie Rancours. Lorsque cela se produit, il est difficile de la faire enlever. Et cela cause parfois de terribles dommages. »

Il y a aussi que certaines pratiques, de plus en plus populaires, sont fort discutables. Parmi elles, mentionnons l'achat de créances prescrites. « Il s'agit d'une pratique tout à fait légale », dit M<sup>e</sup> Karine Robillard, avocate au service budgétaire d'Option consommateurs<sup>15</sup>. Les entreprises vendent leurs créances prescrites à une agence de recouvrement pour une bouchée de pain. Et celles-ci communiquent avec les consommateurs pour récupérer l'argent. Le problème, c'est que comme la créance est prescrite, le débiteur n'a pas à payer la somme qui lui est réclamée. Mais il risque de le faire tout de même, parce qu'il ne le sait pas. »

Dans une telle situation, non seulement le débiteur risque-t-il de payer la somme qui lui est demandée alors qu'il n'a pas à le faire. Mais si, par inadvertance, il admet avoir effectivement contracté une dette correspondant à cette somme, il devra dès lors payer ce qu'on lui réclame. Car en agissant de la sorte, il fait en quelque sorte tomber la prescription, et redevient responsable de la dette. Selon Me Robillard, plusieurs consommateurs se font prendre. « Pour éviter que cela ne se produise, nous conseillons aux consommateurs à qui on réclame de vieilles dettes d'éviter de parler à l'agent de recouvrement, de vérifier si la dette qu'on leur réclame est prescrite et, si c'est le cas, d'écrire à l'agence de recouvrement afin de le lui faire savoir. »

Autre pratique discutable : le recouvrement de créances illégales. Me Rancours explique : « En vertu de la loi, les dettes frauduleuses ne peuvent être effacées, dit-elle. Or, les dettes contractées juste avant une faillite sont considérées comme des dettes frauduleuses. Les agences de recouvrement le savent. Et certaines attendent que les débiteurs soient libérés de leur faillite pour leur réclamer ces créances. » Selon Me Rancours, cette pratique est actuellement à la mode chez les agences de recouvrement.

---

<sup>15</sup> Ces propos, comme tous ceux de M<sup>e</sup> Karine Robillard cités dans ce rapport, ont été tenus dans le cadre de courtes entrevues que M<sup>e</sup> Robillard a accordé à l'auteur en 2007 et 2008.

## **Pour améliorer les choses**

Que faut-il faire pour protéger les consommateurs ? Renforcer les lois serait-il une solution ? Dans ce rapport, nous avons regardé de près les lois de l'Ontario, du Québec et du Nouveau-Brunswick, puis nous les avons comparées avec la *The Fair Debt Collection Practices Act*<sup>16</sup> - c'est cette loi qui, aux États-Unis, dicte les pratiques à suivre par les agences de recouvrement. Cela nous a permis de constater que certains articles de la loi américaine, particulièrement détaillés, sont inspirants.<sup>17</sup> Malgré cela, plusieurs croient qu'adopter de nouvelles mesures coercitives n'est pas la solution. « La Loi sur le recouvrement de certaines créances est bien faite, dit M<sup>e</sup> Karine Robillard. Le problème, c'est qu'elle n'est pas appliquée.

Comment expliquer cela ? « La loi n'est pas assez connue des agences ainsi que des débiteurs, dit Mme Robillard. De plus, l'OPC n'a pas suffisamment de ressources pour faire autant d'enquêtes qu'il le faudrait. » Mme Sauvé l'admet. Puis ajoute : « Nous prenons différentes mesures, selon la gravité de la faute, dit-elle. Souvent, nous utilisons la lettre administrative. Neuf fois sur dix, elle donne les résultats escomptés. »

La situation est-elle la même en Ontario ? « Nous n'avons pas suffisamment de personnel pour enquêter sur chaque plainte que nous recevons, dit M. Brian Pitkin, directeur de l'Unité de la réglementation du recouvrement des dettes de la Direction de la protection du consommateur, services gouvernementaux et services aux consommateurs en Ontario. Mais nous les analysons et nous enquêtons sur les plus sérieuses, soit celles qui contiennent des allégations que nous ne pouvons tolérer, comme la discrimination, par exemple. »<sup>18</sup>

Par ailleurs, peut-on espérer que l'industrie adopte elle-même de meilleures pratiques ? C'est ce que croit M. Robert Gariépy, directeur général de l'Association des directeurs de crédit de Montréal, une association qui regroupe la plupart des grosses

---

<sup>16</sup> Cette loi est de juridiction fédérale. On peut la trouver sur Internet au <http://www.ftc.gov/bcp/edu/pubs/consumer/credit/cre27.pdf>.

<sup>17</sup> Pour en savoir plus, voir la section 4.2 du présent rapport.

<sup>18</sup> Ces propos ont été tenus dans le cadre d'une entrevue que M. Pitkin a accordé à l'auteur en avril 2008.

agences oeuvrant dans l'ensemble du Québec.<sup>19</sup> « Les agences de recouvrement n'ont pas intérêt à avoir des pratiques illégales, dit-il. Si elles en avaient, leurs clients, qui sont la plupart du temps des grosses entreprises, ne l'apprécieraient pas. » M<sup>e</sup> Grégoire Perron abonde dans le même sens. Il ajoute que, dans les contrats qu'elles prennent avec lui, certaines entreprises vont jusqu'à mentionner que leur réputation – « *the good will* »- est plus importante que la perception leur comptes impayés.

M. Bertrand Rainville, auteur de « Le surendettement. Fracture individuelle et sociale »<sup>20</sup>, propose une autre solution, soit que les associations de consommateurs agissent comme intermédiaire entre les agences de recouvrement et les débiteurs, protégeant les seconds des débordements des premiers. « C'est ce que nous faisons ici, dit-il. Et ça fonctionne. Lorsque que nous sommes dans le dossier, l'agence de recouvrement cesse de faire des pressions sur le débiteur et prend son mal en patience. Elle sait qu'elle a avantage à travailler avec nous, car c'est comme ça qu'elle réussira à être payée. »

Enfin, il faudrait que les agences de recouvrement et les entreprises (particulièrement celles offrant des services essentiels, comme l'électricité, le gaz et le téléphone) aient l'obligation de prendre avec leurs clients des ententes respectant leur capacité de payer.<sup>21</sup> Il faudrait également que les agences de recouvrement soient mieux informées des lois destinées à encadrer les pratiques des agences de recouvrement et qu'elles les respectent. Il faudrait enfin que les consommateurs, même les plus vulnérables, soient informés de leurs droits et de leurs recours. Ce n'est qu'à ces conditions que les choses pourront s'améliorer.

---

<sup>19</sup> L'association a publié un code d'éthique que ses membres s'engagent à suivre ; pour en savoir plus, voir la section 5.1 du présent rapport.

<sup>20</sup> Ce document a été publié par le Centre d'intervention budgétaire et sociale de la Mauricie en 2006.

<sup>21</sup> C'est ce que fait notamment Hydro-Québec par le biais d'ententes dont nous parlons à la Partie VI du présent rapport.



---

## I - MÉTHODOLOGIE

---

Ce projet de recherche vise à répertorier un certain nombre de techniques de recouvrement et à déterminer les effets de ces dernières sur les consommateurs. Il vise également à identifier les méthodes qui obtiennent les meilleurs résultats pour les personnes affectées par des créances impayées. Enfin, il permet de démontrer que les techniques les plus civilisées ne sont pas les moins payantes pour les entreprises.

Pour le réaliser, nous avons fait une recherche documentaire ainsi que des entrevues avec des spécialistes. Ces derniers sont principalement des personnes oeuvrant dans le domaine du recouvrement ou de la protection du consommateur. Certains rencontrent régulièrement des consommateurs qui se font harceler par des agences de recouvrement et qui le déplorent. Ils nous ont notamment décrit ce qu'ils observaient dans le cadre de leur pratique.

Afin de savoir ce que vivent concrètement les personnes « en recouvrement », nous avons ensuite réalisé des entrevues avec 23 consommateurs québécois. Bien que cette manière de faire comporte quelques limites – les consommateurs qui ont accepté de nous parler ne nous ont pas nécessairement tout dit -, et que le nombre d'entrevues soit insuffisant pour établir des statistiques, les propos que nous avons recueillis sont intéressants. Ils nous ont permis de constater que plusieurs entreprises et/ou agences outrepassent leurs droits lorsqu'elles recouvrent des créances. Ils nous ont également permis de comprendre dans quelle situation ils se sont retrouvés lorsqu'une agence de recouvrement ou le service de recouvrement d'une entreprise s'est tournée vers eux pour réclamer son dû.

Les lois pour protéger les consommateurs sont-elles suffisantes ? Devraient-elles être renforcées et, si oui, de quelle manière ? Pour le savoir, nous avons regardé de près les règles mises en place pour encadrer le recouvrement des créances dans trois provinces canadiennes (le Québec, l'Ontario et le Nouveau-Brunswick) ainsi qu'aux États-Unis (le recouvrement y est encadré par une législation fédérale). Cela nous a permis de constater

que les lois en vigueur dans les trois provinces ciblées pourraient être améliorées, notamment en s'inspirant de la législation américaine.

En améliorant les lois, pourrait-on contribuer à régler certains problèmes ? Plusieurs en doutent. Car si les lois ne sont pas respectées, c'est souvent parce que les agents de recouvrement et les consommateurs ne les connaissent pas. C'est aussi parce que certains organismes chargés de les faire appliquer n'ont pas suffisamment de ressources pour mener à bien autant d'enquêtes qu'ils le devraient. Avant d'adopter des règles plus sévères, sans doute vaut-il mieux prendre des mesures pour régler ces deux problèmes.

Certaines associations regroupant des entreprises de recouvrement ont publié des codes d'éthiques et incitent leurs membres à les respecter. Cela est certes un gage de sérieux. Afin de savoir si ces codes d'éthiques contiennent des recommandations pertinentes, nous en avons parcouru quatre ; ils proviennent respectivement d'organismes québécois, ontarien, américain et belge. Trois d'entre eux sont inspirants.

Au cours des dernières années, des expériences intéressantes ont été tentées par Hydro-Québec et Gaz Métro. La première a mis en place un programme dans le cadre duquel elle conclut, avec des consommateurs qui recouvrent, des ententes qui s'échelonnent sur plusieurs années et qui respectent leur capacité de payer. Pour ce faire, la société d'État travaille en collaboration avec des associations de consommateurs, et les résultats sont fructueux. La seconde a mis en place un projet-pilote afin de proposer aux personnes à faible revenu des ententes de recouvrement plus longues et plus accessibles. Les résultats ont été décevants pour ne pas dire désastreux.

Pour en savoir plus sur les programmes d'Hydro-Québec et le projet pilote de Gaz Métro, nous interviewé des porte-paroles des deux entreprises ainsi que quelques intervenants qui y ont participé de plus ou moins loin. Voilà qui a été riche en enseignement. Grâce à ces entrevues, nous avons désormais une bonne idée de ce qui fonctionne et de ce qui ne fonctionne pas lorsqu'on mets en place un programme destiné à aider les personnes à faible revenu « en recouvrement » à payer leur dette. Et nous avons rédigé une liste de ce que nous pourrions appeler des conditions gagnantes.

Espérons que tout cela contribuera à ce qu'il y ait une certaine amélioration dans le domaine du recouvrement des créances.

---

## II - ENTREVUES AVEC DES CONSOMMATEURS

---

### PRÉSENTATION

Afin de savoir ce qu'en pensent les principaux intéressés, soit les consommateurs qui font face à des entreprises ou des agences de recouvrement désireuses de recouvrer leur créance ou celle d'un tiers, nous avons fait des entrevues avec 23 consommateurs se trouvant dans cette situation. Leurs propos ont été recueillis entre octobre 2007 et avril 2008. Chaque entrevue a duré environ 30 minutes.<sup>22</sup>

La grande majorité<sup>23</sup> de ces consommateurs ont été recrutés par le service budgétaire d'Option consommateurs (ils y avaient déjà reçus consultation budgétaire alors qu'ils étaient en processus de recouvrement).<sup>24</sup> La tâche n'a pas été facile. Pour y parvenir, les employées du service budgétaire d'Option consommateurs ont multiplié les appels; plusieurs des personnes avec lesquelles elles ont communiqué refusant de se faire interviewer.

Certaines des personnes auxquelles nous avons parlé avaient des dettes qu'elles ne voulaient pas payer parce qu'elles considéraient qu'elles n'avaient pas à le faire – une somme d'argent leur ayant été facturée par erreur, par exemple. Mais la plupart voulaient payer la somme qui leur était réclamée; si elles ne le faisaient pas, c'est qu'elles n'en avaient pas les moyens. Ces personnes savaient qu'elles ne parviendraient à payer leurs dettes qu'à condition d'obtenir une entente respectant leur capacité de payer.

---

<sup>22</sup> Voir le questionnaire qui a été utilisé, en annexe 1.

<sup>23</sup> Tous, sauf un.

<sup>24</sup> C'est pour cette raison qu'ils étaient majoritairement sans emploi et à faible revenu. Il ne faudrait pas en déduire que c'est le cas de tous les consommateurs « en recouvrement ».

Lors de l'entrevue, la plupart des participants étaient très émotifs. Pour cette raison, il est arrivé qu'ils ne donnent que des réponses partielles à nos questions<sup>25</sup>, et qu'ils ne répondent pas à d'autres. Lorsque cela se produisait, nous passions à la question suivante, histoire de pouvoir continuer l'entrevue. Certains participants ont tout de même décidé de mettre fin à l'entrevue avant que celle-ci ne soit terminée.

En nous entretenant avec ces personnes, nous voulions découvrir comment les entreprises et/ou les agences de recouvrement s'adressent aux consommateurs lorsqu'elles désirent récupérer les sommes qui leur sont dues ou qui sont dues à leurs clients.<sup>26</sup> Nous voulions vérifier si ces entreprises et ces agences respectent la loi. Nous voulions également savoir ce que vivent les personnes endettées lorsque des entreprises et/ou agences de recouvrement communiquent avec elles. C'est ce l'exercice nous a permis de découvrir.

## 2.1 PROFIL DES PARTICIPANTS

### 2.1.1 SEXE ET ÂGE

Nous avons interviewé 13 hommes et de 10 femmes.

| Âge des participants |                   |                   |                   |                   |                   |
|----------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| de 18<br>à 30 ans    | de 31<br>à 40 ans | de 41<br>à 50 ans | de 51<br>à 60 ans | 61 ans<br>et plus | pas de<br>réponse |
| 4                    | 4                 | 5                 | 5                 | 3                 | 2                 |

Au moment de l'entrevue, 4 participants avaient de 18 à 30 ans, 4 participants avaient entre 31 et 40 ans, 5 participants avaient entre 41 et 50 ans, 5 participants avaient entre 51

---

<sup>25</sup> Les réponses qui n'étaient pas claires ont été répertoriées comme étant des réponses imprécises ; c'est ainsi qu'elles apparaissent dans les tableaux.

<sup>26</sup> Parce que plusieurs des personnes interviewées avaient été appelés tant par des entreprises que par des agences de recouvrement et qu'elles ne se rappelaient pas toujours qui avait dit ou fait telle ou telle chose, nous n'avons pas pu faire de distinctions entre les pratiques des entreprises et celles des agences de recouvrement.

et 60 ans et 3 participants avaient 61 ans ou plus. Deux participants n'ont pas répondu à cette question.

### 2.1.2 TRAVAIL ET REVENU

Sept participants travaillaient (dont un à temps partiel) alors que 13 participants ne travaillaient pas. Trois participants n'ont pas répondu à cette question.

| Situation de travail |                    |                |
|----------------------|--------------------|----------------|
| travaillent          | ne travaillent pas | pas de réponse |
| 7                    | 13                 | 3              |

Parmi les 13 participants qui ne travaillaient pas, 9 recevaient de l'aide sociale, 1 recevait l'assurance emploi et 3 recevait une pension du gouvernement.

| Source de revenu |                  |         |
|------------------|------------------|---------|
| aide sociale     | assurance emploi | pension |
| 9                | 1                | 3       |

Le revenu familial annuel varie d'un participant à l'autre. Ainsi, 13 participants avaient, un revenu de moins de 30 000 \$, 5 participants avaient un revenu de 30 à 45 000 \$, 2 participants avaient un revenu de 60 à 75 000 \$, et 1 participant avait un revenu de plus de 75 000 \$. Deux participants n'ont pas répondu à cette question.

| Revenu familial    |                       |                       |                       |                   |                |
|--------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------|----------------|
| moins de 30 000 \$ | de 30 000 à 45 000 \$ | de 45 000 à 60 000 \$ | de 60 000 à 75 000 \$ | plus de 75 000 \$ | pas de réponse |
| 13                 | 5                     | 0                     | 2                     | 1                 | 2              |

Le nombre de personnes dans chaque famille variait aussi selon les participants.

| Nombre de personnes par famille |             |             |             |                |
|---------------------------------|-------------|-------------|-------------|----------------|
| 1 personne                      | 2 personnes | 3 personnes | 4 personnes | pas de réponse |
| 12                              | 8           | 0           | 1           | 2              |

Ainsi, 12 participants vivaient seuls alors que 8 participants vivaient dans une famille composée de deux personnes et qu'un participant vivait dans une famille composée de 4 personnes. Deux participants n'ont pas répondu à cette question.

## 2.2 PENDANT LE PROCESSUS DE RECOUVREMENT

Les personnes interviewées étaient en contact avec des entreprises et/ou des agences de recouvrement pour des dettes contractées auprès d'une ou de plusieurs entreprises. Ainsi, 7 devaient de l'argent à leur émetteur de carte de crédit, un à sa banque, 8 à leur entreprise de télécommunication, 5 à un grand magasin, 4 à Hydro-Québec<sup>27</sup>, un aux ministères du Revenu (fédéral et provincial). Enfin, un débiteur devait de l'argent à diverses entreprises et un autre devait de l'argent pour non paiement de loyer ; nous les avons entrés dans la catégorie « autres ».

| Entreprise ou type d'entreprise auprès de laquelle la dette a été contractée |        |                       |               |              |                      |        |
|--|--------|-----------------------|---------------|--------------|----------------------|--------|
| cartes de crédit   | banque | entreprise de télécom | grand magasin | Hydro-Québec | ministères du Revenu | autres |
| 7  | 1      | 8                     | 5             | 4            | 1                    | 2      |

La somme totale faisant l'objet du recouvrement variait également d'un débiteur à l'autre. Ainsi, elle était de moins de 500 \$ pour 7 participants, entre 500 et 1000 \$ pour 3

---

<sup>27</sup> Trois de ces quatre personnes avaient aussi des dettes « en recouvrement » auprès d'autres entreprises.

participants, entre 1000 et 5000 \$ pour 7 participants, entre 5000 \$ et 10 000 \$ pour 2 participants, entre 10 000 et 20 000 \$ pour 2 participants et de plus de 20 000 \$ pour 2 participants<sup>28</sup>.

| Somme totale faisant l'objet du recouvrement |                      |                       |                         |                           |                   |
|--|----------------------|-----------------------|-------------------------|---------------------------|-------------------|
| moins de 500 \$                              | entre 500 et 1000 \$ | entre 1000 et 5000 \$ | entre 5000 et 10 000 \$ | entre 10 000 et 20 000 \$ | plus de 20 000 \$ |
| 7  | 3                    | 7                     | 2                       | 2                         | 2                 |

## 2.3 DES PRATIQUES FORT DISCUTABLES

Afin de savoir comment les choses se sont passées, nous avons posé aux participants toute une série de questions. Leurs réponses nous ont permis d'obtenir beaucoup d'information sur les pratiques des entreprises et des agences de recouvrement lorsque vient le moment de recouvrer une créance.

### 2.3.1 PAR TÉLÉPHONE OU PAR ÉCRIT ?

Nous avons d'abord demandé aux participants de quelle manière l'entreprise ou l'agence de recouvrement les avait contactés durant la période où ils étaient en processus de recouvrement. Dans 5 cas, on les avait toujours appelés, dans 3 cas, on leur avait toujours écrit, et dans 15 cas, on avait procédé tantôt par téléphone, tantôt par écrit. À noter : plusieurs participants ont mentionné que l'entreprise ou l'agence les avait d'abord appelés, et qu'elle leur avait écrit plus tard, voire beaucoup plus tard.<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> Une de ces personnes devait plus de 100 000 \$.

<sup>29</sup> Comme nous ne posons pas la question directement, nous ne savons pas avec exactitude combien de participants étaient dans cette situation.



| mode de communication  |                       |                   |
|------------------------|-----------------------|-------------------|
| toujours par téléphone | toujours pas la poste | des deux manières |
| 5                      | 3                     | 15                |

Nous avons été surpris de constater que tant de participants avaient d'abord ou toujours été contactés par téléphone. Car lorsque cette pratique est faite par une agence de recouvrement – ce qui était le cas la plupart du temps -, elle contrevient à la Loi sur le recouvrement de certaines créances<sup>30</sup>. En effet, au Québec, l'agence qui désire recouvrer une créance doit d'abord communiquer avec le débiteur par écrit en lui faisant parvenir un avis. Ce n'est que cinq jours après lui avoir envoyé cet avis qu'il pourra communiquer avec lui par téléphone.<sup>31</sup>

À noter : parmi les participants qui ont reçu des appels, certains nous ont dit que ces appels provenaient souvent d'une machine, et qu'ils trouvaient cela frustrant.

### 2.3.2 À QUEL MOMENT ?

La plupart des appels semblent avoir été reçus durant les heures où cela est autorisé par la loi. Seulement trois consommateurs ont affirmé avoir reçu des appels à l'extérieur de ces heures. Un d'entre eux a mentionné avoir reçu des appels « à 11 h du soir ».

### 2.3.3 À QUELLE FRÉQUENCE ?

Sept participants ont affirmé que l'entreprise ou l'agence avec lesquels ils étaient « en recouvrement » les avaient appelés (ou les appelaient) une fois par semaine ou moins alors que 2 participants ont affirmé qu'elle les appelait plusieurs fois par semaine.

---

<sup>30</sup> Pour plus d'information, voir section 4.1.

<sup>31</sup> Pour plus d'information, voir section 4.1.

| fréquence de appels           |                            |                   |                         |                                   |                   |
|-------------------------------|----------------------------|-------------------|-------------------------|-----------------------------------|-------------------|
| une fois par semaine ou moins | plusieurs fois par semaine | une fois par jour | plusieurs fois par jour | dépend des agences ou entreprises | réponse imprécise |
| 7                             | 2                          | 1                 | 5                       | 2                                 | 3                 |

Par ailleurs, 1 participant a dit que l'entreprise ou l'agence l'appelait une fois par jour alors que 5 participants ont dit qu'elle les appelait plusieurs fois par jours<sup>32</sup>. Enfin, deux participants ont dit que cela dépendait des entreprises et/ou des agences et 3 participants ont donné une réponse trop imprécise pour que nous puissions en tenir compte.

Parmi les participants qui recevaient beaucoup d'appels, un participant nous a dit qu'on l'avait appelé « deux à trois fois par semaine durant sept ou huit mois ». Puis, il a ajouté : « À la fin, je n'en pouvais plus, je ne répondais plus au téléphone... »

Certains ont affirmé que les appels provenaient de personnes différentes ou de différents services d'une même entreprise – « on aurait dit qu'ils se lançaient la balle », a dit un participant. D'autres nous ont dit que les appels provenaient tantôt de l'entreprise auprès de laquelle ils avaient contracté une dette, tantôt d'une agence de recouvrement – « ils ne semblaient pas communiquer entre eux », a dit un participant. D'autres encore ont affirmé que les appels provenaient de plusieurs agences de recouvrement.

#### 2.3.4 DU HARCÈLEMENT ?

Parmi les 20 participants qui ont reçu des appels, 16 ont affirmé avoir été victimes de harcèlement alors que 4 ont dit que ce n'était pas le cas. Avaient-ils raison d'utiliser ce

---

<sup>32</sup> Parmi les 5 participants qui ont dit que l'entreprise ou l'agence les appelait plusieurs fois par jour, un participant recevait ces appels d'une entreprise alors que les 4 autres recevaient ces appels d'une agence.

mot ? Il est difficile pour nous de répondre à cette question car le harcèlement n'est pas clairement défini dans la loi.

Par ailleurs, pour déterminer ce qu'est le harcèlement, les tribunaux pourraient s'inspirer d'un jugement de la cour du Québec datant de 2007.<sup>33</sup> Dans cette cause, le juge a donné raison à une consommatrice de l'Abitibi qui réclamait à Desjardins des « dommages compensatoires et exemplaires » notamment pour le « harcèlement » et le « préjudice psychologique » subis alors que l'institution financière tentait de recouvrer d'elle le solde d'une des cartes de crédit de son mari. Durant une certaine période, l'entreprise aurait appelé la consommatrice « quatre à cinq fois par jour : le jour, en soirée, à la maison et au bureau », la tenant responsable de cette dette.

Afin que les agences de recouvrement et/ou les entreprises cessent de les appeler, les participants ont envoyé (ou fait envoyer) une lettre demandant à l'entreprise ou à l'agence de ne plus communiquer avec eux que par courrier alors que 3 participants ont demandé à un avocat de faire de même.

À noter : les participants qui ont écrit (ou fait écrire) une lettre ont tous déploré le fait que celle-ci n'a eu d'effet que durant trois mois<sup>34</sup>. Un d'entre eux a mentionné qu'après cette période, il aurait dû en envoyer une autre mais qu'il n'a pu le faire à cause de la somme qu'il lui aurait fallu payer pour une lettre recommandée.

### 2.3.5 QUEL TYPE DE DOCUMENT ?

Lorsque l'entreprise ou l'agence avait contacté les participants par écrit, nous leur demandions quel type de document leur avait été envoyé. La plupart (13) avaient reçu une ou plusieurs lettres, alors que seulement 4 avaient reçu un document légal.

---

<sup>33</sup> Source : Nicole Lehouillier Rail C. Visa Desjardins. Cour du Québec 620-32-000735-066.

<sup>34</sup> Selon la Loi sur le recouvrement de certaines créances, c'est en effet la période de temps durant laquelle cet avis doit être respecté. À noter : aux États-Unis, la loi fédérale prévoit une mesure semblable, sans aucune limite de temps ; pour plus d'information, voir la section 4.1.4.

### 2.3.6 QUELLES INFORMATIONS ?

Que les agences de recouvrement communiquent avec les consommateurs par téléphone ou par écrit, elles ont l'obligation de leur fournir certaines informations : nom de l'agent, le nom de l'agence ainsi que son adresse, son numéro de permis, le nom du créancier et le montant de la créance.

Ont-elles données aux consommateurs ? Nom de l'agent et de l'agence, nom du créancier et montant de la créance semblent être les informations les plus souvent fournies, quel que soit le mode de communication. En revanche, plusieurs agents ont « oublié » de mentionner l'adresse de l'agence ainsi que le numéro de son permis. À cet effet, la situation est encore pire par téléphone que par écrit. En fait, parmi les consommateurs qui avaient reçu des appels, seulement un consommateur se rappelait avoir entendu le numéro de permis et seulement deux ont dit que l'adresse leur avait été mentionnée.

### 2.3.7 À QUEL ENDROIT ?

Les entreprises ou agences de recouvrement désireuses de joindre un débiteur n'ont pas le droit de le faire à leur lieu de travail, à moins qu'elles n'aient aucun moyen de le joindre et qu'elles ne les y appellent qu'une fois, dans le but d'obtenir ses coordonnées. Selon les propos que nous avons recueillis, certaines agences ne se sont pourtant pas gênées pour le faire<sup>35</sup>. Parmi elles, une agence a laissé un message sur la boîte vocale de l'employeur, une autre a envoyé une télécopie au bureau du débiteur, une autre enfin a appelé le débiteur à son travail plusieurs fois, voire plusieurs fois dans la même journée. « Je suis devenue tellement stressé que j'avais peur de répondre au téléphone », nous a dit ce participant, dont le travail consiste justement à recevoir des appels...

---

<sup>35</sup> Comme nous ne posions pas la question directement, nous ne savons pas avec exactitude combien de participants étaient dans cette situation.

### 2.3.8 LA SOMME TOTALE ?

Nous avons voulu savoir quelle proportion de la dette les agents demandent d'abord au débiteur et si leur demande est réaliste.

| Somme demandée |             |                   |                |
|----------------|-------------|-------------------|----------------|
| somme totale   | autre somme | dépend des agents | pas de réponse |
| 15             | 5           | 1                 | 2              |

Quinze participants nous ont dit que, généralement, les agents qui avaient communiqué avec eux leur avait demandé de payer la somme totale qui était due, 6 nous ont dit que la somme demandée initialement n'était pas de la somme totale et 1 participant nous a dit que cela dépendait des agents. Plusieurs participants ont ajouté que la somme qui leur était demandée était trop élevée pour qu'ils puissent la payer.

### 2.3.9 UNE ENTENTE ?

Nous avons aussi demandé aux participants si l'entreprise ou l'agence leur avait proposé une entente.

| une entente? |               |                |
|--------------|---------------|----------------|
| une entente  | pas d'entente | pas de réponse |
| 12           | 8             | 3              |

Douze participants nous ont répondu qu'ils avaient eu une entente et 8 participants, qu'ils n'en avaient pas eu. Trois participants n'ont pas répondu clairement à cette question.

| qui respecte la capacité de payer? |     |                 |                |
|------------------------------------|-----|-----------------|----------------|
| oui                                | non | avec difficulté | pas de réponse |
| 4                                  | 4   | 2               | 2              |

Par ailleurs, sur les 12 participant qui ont bénéficié d'une entente (dont 4 auprès d'Hydro-Québec), 4 participants ont affirmé que cette entente respectait leur capacité de payer<sup>36</sup> alors que 4 participants ont affirmé qu'elle ne la respectait pas et que 2 ont dit qu'elle serait difficile à respecter. À noter : les personnes qui avaient une entente avec Hydro-Québec ont dit qu'elles payaient la somme maximale qu'elles pouvaient payer. Par ailleurs, une personne qui bénéficiait d'une entente avec Hydro-Québec nous a dit qu'elle avait été contrariée par la somme de renseignements personnels demandés par la société d'État.<sup>37</sup>

#### 2.3.9 TOUTE LA SOMME ?

Par la suite, les participants ont-ils du payer la totalité de la somme due ?

| une entente? |                  |                |
|--------------|------------------|----------------|
| même somme   | somme différente | pas de réponse |
| 7            | 11               | 5              |

Sept participants ont donné cette réponse alors que 11 participants ont mentionné que la somme demandée par la suite était différente. Cinq participants n'ont pas répondu clairement à cette question.

---

<sup>36</sup> Trois des quatre personnes ayant une entente auprès d'Hydro-Québec ont donné cette réponse alors que la quatrième a mentionné qu'elle trouvait cette entente difficile à respecter.

<sup>37</sup> De par son statut, la société d'État peut effectivement demander plusieurs informations personnelles (dont le numéro d'assurance sociale) avant de prendre des ententes particulières. Pour plus d'information sur ces ententes, voir la Partie 6.

Parmi les participants à qui on a demandé une somme différente de la celle réclamée initialement, quelques-uns ont affirmé que la somme demandée « variait tout le temps » et qu'ils ne comprenaient pas pourquoi, et d'autres ont dit que la somme réclamée « augmentait tout le temps » et qu'ils « ne savaient pas pourquoi ». Pour eux, tout cela a aussi été source de frustrations.

#### 2.3.10 EN UN SEUL VERSEMENT ?

Ce fut le cas de trois participants Par ailleurs, 15 participants ont pu payer leur dette en plusieurs versements, et 5 n'ont pas donné de réponse claire à cette question.<sup>38</sup>

| nombre de versements |           |                       |
|----------------------|-----------|-----------------------|
| un seul              | plusieurs | pas de réponse claire |
| 3                    | 15        | 5                     |

#### 2.3.11 POUR « METTRE DE LA PRESSION » ?

On le sait, les entreprises et les agences de recouvrement ont parfois recours à diverses tactiques pour « mettre de la pression » sur les consommateurs. Nous avons vérifié avec les participants qu'elles sont les tactiques que les agences avaient utilisée avec eux.

- Une attitude incorrecte

Une des tactiques fort courante est de mettre de la pression sur le débiteur. Pour ce faire, plusieurs agents n'hésitent pas à être arrogants, voire agressifs. Quatorze participants ont affirmé qu'un ou l'autres des agents qui les avaient appelés avaient agit de la sorte. Durant la conversation, ils ont notamment mentionné que l'agent ou un des

---

<sup>38</sup> En compilant nos données, nous avons noté que « payer en plusieurs versements » et « prendre une entente » n'était pas la même chose pour les répondants. Ainsi, ils peuvent « payer en plusieurs versements » sans avoir d'entente, et avoir une entente sans « payer en plusieurs versements ».

agents qui avait communiqué avec eux avait été « dur », « agressif », « impoli », « humiliant », « insistant », « arrogant » et/ou « insultant ».

- Un appel à un tiers

Parmi les tactiques courantes, mentionnons le fait d'appeler un tiers pour une autre raison que pour obtenir les coordonnées du débiteur<sup>39</sup>. Sept participants avaient été victime d'une telle tactique. Les entreprises fautives avaient ainsi contacté l'employeur, la famille, un ami, la conjointe et/ou un voisin du débiteur. Un participant dont l'agence de recouvrement avait contacté la mère nous a dit qu'il s'était fait engueuler. « Je suis dans la quarantaine et je n'ai pas trouvé ça « le fun », a-t-il dit.

- Des menaces

Une autre tactique est de faire des menaces au débiteur. Quatorze participants en ont reçu.

Il s'agissait principalement de menaces de saisie, de couper l'alimentation en électricité ou la ligne téléphonique<sup>40</sup>, de parler avec l'employeur, de se rendre au domicile du débiteur et de poursuites.<sup>41</sup>

## 2.4 UNE EXPÉRIENCE EXTRÊMEMENT DIFFICILE

Même lorsque les entreprises et/ou agences respectaient la loi, les participants nous ont décrit leur expérience comme étant extrêmement difficile. Ainsi, 20 des 23

---

<sup>39</sup> Les entreprises de recouvrement et les agences ont le droit d'appeler un tiers à cette fin, mais seulement à cette fin.

<sup>40</sup> Un débiteur s'est d'ailleurs fait couper sa ligne.

<sup>41</sup> À noter : certaines menaces sont nommément par l'article 34 (5) de la Loi sur le recouvrement de certaines créances. Il s'agit de la menace « de révéler, à d'autres personnes que celles qui sont parties à l'obligation ou qui pourraient être tenues de l'exécuter, son défaut de payer » ainsi que de la menace « de publier ou faire publier ce défaut ou une inscription défavorable ». De toute évidence, les participants ont donné à ce terme un sens plus large.



participants nous ont dit que l'expérience avait provoqué chez eux beaucoup de stress. Et certains d'entre eux nous ont dit qu'ils avaient eu l'impression d'être jugés (8), infantilisés (5) et/ou traités de manière dégradante (11).

Leur expérience a-t-elle eu une conséquence sur leur dossier de crédit ? La plupart des participants ne l'avaient pas vérifié, nous ne pouvons tenir compte de cette donnée.

## 2.5 EN CONCLUSION

Les 23 entrevues que nous avons réalisées nous ont permis de faire plusieurs constatations, que voici :

- Les entreprises et/ou agences commencent rarement par contacter les consommateurs par la poste, ce qu'ils devraient faire si elles respectaient la loi.
- Les entreprises et/ou agences fournissent rarement aux consommateurs tous les renseignements qu'ils devraient leur fournir, ce qu'elles devraient aussi faire.
- Il y a encore des entreprises et/ou agences qui communiquent avec les consommateurs la fin de semaine et/ou le soir, même si cela est interdit par la loi
- Il y a encore des entreprises et/ou agences qui communiquent avec employeur et/ou famille même si cela est interdit par la loi (à moins que ce ne soit pour obtenir les coordonnées de la personne).
- Plusieurs entreprises et/ou agences proposent au débiteur des ententes qu'il n'est pas en mesure de respecter.
- Plusieurs entreprises et/ou agences proposent des ententes, puis reviennent sur leur décision.
- Plusieurs entreprises et/ou agences font du harcèlement.
- Plusieurs entreprises et/ou agences effectuent des menaces
- Lorsque les consommateurs écrivent aux entreprises et/ou agences pour ne communiquer avec eux que par écrit, celles-ci respectent généralement leur demande

- Être en processus de recouvrement provoque un stress important chez les consommateurs.
- Durant la période où ils sont « en recouvrement », plusieurs consommateurs se sentent jugés, infantilisés et/ou traités de manière dégradante.

## 2.6 AU-DELÀ DES CHIFFRES

Plusieurs des participants avec lesquels nous avons réalisé des entrevues étaient extrêmement émotifs, nous l'avons mentionné plus tôt. Selon M. Bertrand Rainville, c'est notamment que ces personnes sont surendettées, et que le surendettement est extrêmement anxiogène. « L'étude que nous avons réalisée<sup>42</sup> démontre que le stress est l'apanage de 94,75 % des personnes surendettées », dit-il.

Selon M. Rainville, dans la plupart des cas, les personnes surendettées seraient également déprimées. « Dans le cadre de notre étude, nous avons énuméré aux participants différents symptômes, dit-il, et nous leur avons demandé s'ils les ressentaient. La grande majorité en ressentaient plusieurs, et certains les ressentaient tous. Or, ces symptômes étaient ceux de la dépression... ».

Pour les personnes en processus de recouvrement, la situation est encore pire. « Lorsque les gens ont déjà des problèmes graves d'anxiété et qu'une agence de recouvrement arrive dans le dossier, ça ne fait qu'empirer les choses, dit M. Rainville. Ils ont tellement de problèmes qu'ils ne voient plus comment les régler, ni lequel régler en premier. Un moment donné, ils ne sont tout simplement plus capables. »

Certains participants nous ont dit qu'ils ne répondaient pas toujours aux appels des entreprises ou des agences qui tentaient de les rejoindre. Ou encore qu'ils ne retournaient pas toujours les appels qui leur étaient adressés. Cela ne surprend pas M. Rainville. Selon lui, si ces personnes adoptent une « attitude de délinquance », c'est qu'elles sont

---

<sup>42</sup> Cette étude s'intitule « Le surendettement. Fracture individuelle et sociale »; elle a été publiée par le Centre d'intervention budgétaire et sociale (CIBES) de la Mauricie en 2006.

habituées à être sollicitées pour des créances qu'elles ne peuvent pas payer. » Fermer la porte leur apparaît comme la seule solution.

M. Rainville précise que si elles agissent ainsi, ce n'est ni par entêtement, ni par mauvaise volonté. « La plupart des personnes surendettées veulent rembourser leurs dettes, dit-il. Mais elles ont tellement de problèmes qu'elles ne voient plus comment les régler. Lorsqu'une personne est « en recouvrement », c'est signe qu'il y a une dégradation très grave de sa situation financière, vous savez. Et lorsqu'elle a très peu de revenu, elle est vraiment dans une impasse. »

---

### III - AU SUJET DES LOIS AU CANADA

---

#### PRÉSENTATION

Au Canada, ce sont les provinces qui légifèrent en matière de recouvrement. La plupart d'entre elles ont donc une loi et un règlement que déterminent les règles que les agences de recouvrement et les entreprises doivent suivre lorsqu'elles effectuent le recouvrement d'une créance ; ces règles visent à protéger les consommateurs. Parmi celles-ci, mentionnons l'obligation d'obtenir un permis, de fournir un cautionnement, et de donner au débiteur certaines informations spécifiques, la présence de pratiques interdites, la mise en place d'un processus permettant au débiteur de porter plainte ainsi que des amendes.

D'une province à une autre, ces règles se ressemblent souvent. C'est que les moyens utilisés par les agences de recouvrement et les entreprises y sont sensiblement les mêmes. C'est aussi que, en 2001, les provinces ont adopté une liste harmonisée des pratiques interdites qui devraient être suivies.<sup>43</sup> « Elles étaient toutes d'accord pour dire que ces pratiques devraient être introduites dans leur loi », dit M. David Clarke, analyste principal des politiques au Bureau de la consommation d'Industrie Canada.<sup>44</sup>

Parmi les pratiques qui se trouvent sur la liste harmonisée des pratiques interdites, mentionnons notamment le harcèlement, les communications avec d'autres personnes que le débiteur (sauf dans certains cas bien précis), les communications au lieu de travail (sans dans de rares cas), les appels à des heures indues, les menaces, l'utilisation de renseignements faux ou trompeurs, l'omission de certaines informations, le recouvrement d'une somme supérieure à la créance, la renonciation aux droits et aux protections

---

<sup>43</sup> La liste harmonisée des pratiques de recouvrement interdites se trouve sur le site Internet d'Industrie Canada au [http://www.ic.gc.ca/epic/site/oca-bc.nsf/fr/ca01786f\\_2.html](http://www.ic.gc.ca/epic/site/oca-bc.nsf/fr/ca01786f_2.html).

<sup>44</sup> Ces propos, comme tous ceux de M. David Clarke cités dans ce rapport, ont été tenus dans le cadre d'une entrevue que M. Clarke a accordé à l'auteur en juin 2008.

prévues par la loi, le respect de certaines demandes écrites provenant du débiteur ainsi que les fausses déclarations.

Depuis, certaines provinces (dont l'Ontario et le Québec) ont modifié leur loi afin d'y inclure certaines des pratiques interdites contenues dans la liste. En Ontario, les nouvelles dispositions concernent notamment la fréquence des contacts et les frais pour les chèques sans provision. Au Québec, elles « visent notamment à interdire toute forme d'abus ou d'intimidation directe ou indirecte des débiteurs ou de leurs proches afin d'assurer que le recouvrement se fasse dans le respect de la personne »<sup>45</sup>.

Dans d'autres provinces (comme le Nouveau-Brunswick), la loi n'a pas été modifiée. « Il est possible que ces provinces aient changé de priorité, dit M. Clarke. Ou que les pratiques interdites prévues dans leur loi sont suffisantes, voire plus sévères que celles inscrites dans la liste. » Selon Mme Leanne Smith, agente d'application des lois à la Direction des services à la consommation du ministère de la Justice du Nouveau-Brunswick<sup>46</sup>, c'est effectivement le cas dans sa province. « Nous avons déjà dans notre loi tout ce dont nous avons besoin », dit-elle.

Que les provinces aient ou non modifié leurs lois, la liste harmonisée des pratiques interdites n'est pas un document inutile. « Nous espérons que les provinces s'en inspireront, dit M. Clarke. Qu'il s'agira pour elles d'un minimum. » M<sup>e</sup> Valérie Couillard, avocate à Option consommateurs, y voit une autre utilité. « Aujourd'hui, la liste des pratiques harmonisées sert de guide pour l'interprétation des lois provinciales, dit-elle. Elles pourraient d'ailleurs être invoquées dans les litiges comme complément à ces lois. »

---

<sup>45</sup> Tel que mentionné dans le communiqué de l'OPC, qui se trouve sur le site Internet de l'organisme au [http://www.opc.gouv.qc.ca/Documents/Publications/Commerçants/AgentRecouvrement/LA\\_Informations\\_Nouvelles\\_Exigences\\_Loi.pdf](http://www.opc.gouv.qc.ca/Documents/Publications/Commerçants/AgentRecouvrement/LA_Informations_Nouvelles_Exigences_Loi.pdf)

<sup>46</sup> Ces propos, comme tous ceux de Mme Leanne Smith cités dans ce rapport, ont été tenus dans le cadre d'une entrevue que Mme Smith a accordé à l'auteur en juin 2008.

### 3.1 REGARD SUR LES LOIS DANS TROIS PROVINCES CANADIENNES

Pour les besoins de notre étude, nous avons comparé les lois qui existent au Québec (Loi sur le recouvrement de certaines créances<sup>47</sup> et règlement d'application de la loi<sup>48</sup>), au Nouveau-Brunswick (Loi sur les agences de recouvrement<sup>49</sup> et règlement général<sup>50</sup>) ainsi qu'en Ontario (Loi sur les agences de recouvrement<sup>51</sup> et Règlement 74<sup>52</sup>). À noter : lorsque le nom d'une province est inscrit sur un fond tramé, c'est que la règle dont il est question s'applique dans cette province.

#### 3.1.1 RÈGLES GÉNÉRALES

En vertu des lois en vigueur dans chacune de ces trois provinces canadiennes, les agences de recouvrement doivent généralement respecter certaines obligations. Voici les principales.

|        |                   |         |
|--------|-------------------|---------|
| Québec | Nouveau-Brunswick | Ontario |
|--------|-------------------|---------|

Obligation d'obtenir un permis ou une licence ou encore de s'inscrire

Au Québec, les agences de recouvrement doivent détenir un permis<sup>53</sup> et au Nouveau-Brunswick, une licence.<sup>54</sup> En Ontario, il est nécessaire d'être inscrit auprès du registraire des agences de recouvrement pour exploiter une agence de recouvrement.<sup>55</sup> Le permis, la licence et l'inscription peuvent être octroyés soit à des personnes

---

<sup>47</sup> L.R.Q., chapitre R-2.2.

<sup>48</sup> Règlement d'application de la Loi sur le recouvrement de certaines créances, c. R-2.2, r.1

<sup>49</sup> Chapitre C-8.

<sup>50</sup> Règlements général 84-256 de la Loi sur les agences de recouvrement du Nouveau-Brunswick.

<sup>51</sup> Chapitre C-14.

<sup>52</sup> Voir Règlement 74 de la Loi sur les agences de recouvrement de l'Ontario.

<sup>53</sup> Voir art. 7 de la Loi sur le recouvrement de certaines créances.

<sup>54</sup> Voir art. 2 de la Loi sur les agences de recouvrement du Nouveau-Brunswick.

<sup>55</sup> Les modalités de l'inscription sont prévues aux art. 4 et suivants. De la Loi sur les agences de recouvrement et les art. 2 à 16 du Règlement 74

physiques, soit à des entreprises, mais ces dernières doivent déclarer le nombre des représentants qui exécuteront ses activités dans la demande de permis<sup>56</sup> ou payer des droits différents selon le nombre d'agents et de succursales ou branches qui composent l'agence de recouvrement.<sup>57</sup>

Au Québec, le permis est délivré par l'Office de la protection du consommateur (OPC) et a d'une durée maximale de 2 ans.<sup>58</sup> Le président de l'OPC a le pouvoir de ne pas délivrer de permis aux personnes ou entreprises ayant commis certaines infractions ou un acte criminel au cours des trois années précédant la demande. Il peut également suspendre ou annuler ce permis si son titulaire ne respecte pas la loi.

Au Nouveau-Brunswick, la licence est d'une durée maximale d'un an; elle expire le 31 octobre de chaque année. C'est le ministre de la Justice et de la Consommation qui émet la licence; c'est aussi lui qui a le pouvoir de la suspendre et de l'annuler.

En Ontario, l'inscription expire selon la date indiquée sur le certificat d'inscription à moins qu'une demande de renouvellement n'ait été placée avant celle-ci.<sup>59</sup> Le régulateur des agences de recouvrement nommé par le sous-ministre des Services aux consommateurs et aux entreprises peut également refuser l'inscription, son renouvellement, ainsi que la suspendre ou la révoquer.<sup>60</sup>

|               |                   |         |
|---------------|-------------------|---------|
| <u>Québec</u> | Nouveau-Brunswick | Ontario |
|---------------|-------------------|---------|

Obligation de fournir un cautionnement

---

<sup>56</sup> Dans le cas du Québec, voir la Formule N-34 en annexe du Règlement d'application de la loi sur le recouvrement de certaines créances.

<sup>57</sup> Voir art. 11 du Règlement 74.

<sup>58</sup> Art 18 Loi sur le recouvrement de certaines créances. Exceptions : art 18 al 2 Loi sur le recouvrement de certaines créances, art 32 Règlement d'application.

<sup>59</sup> Art. 13 Règlement 74.

<sup>60</sup> Art 7 et 8 de la Loi sur les agences de recouvrement.

Au Québec et au Nouveau-Brunswick, les agences de recouvrement qui désire obtenir un permis doivent fournir un cautionnement.<sup>61</sup> La somme de ce cautionnement varie entre 10 000 et 25 000 \$ au Québec<sup>62</sup> et entre 5000 \$ et 25 000 \$ en Ontario<sup>63</sup>. Elle est de 10 000 \$ au Nouveau-Brunswick<sup>64</sup>.

| Québec | Nouveau-Brunswick | Ontario |
|--------|-------------------|---------|
|        |                   |         |

Présence d'un processus permettant au débiteur de porter plainte

Lorsqu'ils constatent que la loi n'est pas respectée, les débiteurs peuvent porter plaintes. Pour ce faire, ils s'adresseront à l'Office de la protection du consommateur (au Québec), à la Direction des services à la consommation (Ministre de la Justice et de la Consommation) (au Nouveau-Brunswick) et à la Direction de la protection du consommateur (Ministère des Services gouvernementaux et des Services aux consommateurs) (en Ontario).

| Québec | Nouveau-Brunswick | Ontario |
|--------|-------------------|---------|
|        |                   |         |

Présence d'amendes

Les contrevenants aux lois et règlements sur les activités de recouvrement risquent d'avoir à payer des amendes. Celles-ci varient selon les provinces, et sont généralement plus élevées pour les personnes morales que pour les personnes physiques.

---

<sup>61</sup> Voir art. 8 de la Loi sur le recouvrement de certaines créances (Québec) ainsi que l'article 9 du Règlement général 84-256 de la Loi sur les agences de recouvrement du Nouveau-Brunswick.

<sup>62</sup> Voir art. 12 du Règlement d'application de la Loi sur le recouvrement de certaines créances.

<sup>63</sup> Voir art. 2 du Règlement 74 de la Loi sur les agences de recouvrement de l'Ontario.

<sup>64</sup> Art 9 Règlement 84-256



C'est au Nouveau-Brunswick les montants des amendes sont les moins élevés; elles varient entre 50 \$ et 200 \$. Toutefois, la loi prévoit également que les personnes qui contreviennent à la loi et à ses règlements sont passibles d'une infraction sommaire de culpabilité, et susceptible donc d'avoir un casier judiciaire. Au Québec, les amendes prévues pour les personnes physiques sont de 300 \$ à 12 000 \$ alors que les amendes prévues pour les personnes morales sont de 1000 \$ à 80 000 \$. Enfin, en Ontario, elles sont nettement plus sévères. Une personne physique peut y recevoir une amende de 50 000 \$ et être passible d'une peine de prison de deux ans moins un jour alors qu'une personne morale peut avoir à payer une amende maximale de 250 000 \$.

### 3.1.2 OBLIGATIONS EN LIEN AVEC LE RECOUVREMENT DES CRÉANCES

Lorsqu'elles recouvrent des créances, les agences de recouvrement<sup>65</sup> ont certaines obligations. Voici les principales.

|               |                   |         |
|---------------|-------------------|---------|
| <u>Québec</u> | Nouveau-Brunswick | Ontario |
|---------------|-------------------|---------|

Obligation de transmettre un avis écrit avant de communiquer avec le consommateur par téléphone<sup>66</sup>

Au Québec et en Ontario, les agents de recouvrement doivent d'abord communiquer avec le débiteur par écrit en lui faisant parvenir un avis de réclamation. L'avis de réclamation doit contenir les informations prévues dans une formule établie par règlement, c'est-à-dire essentiellement les informations sur la dette, les coordonnées du créancier et du débiteur ainsi que le nom et le numéro de permis de l'agence de

---

<sup>65</sup> Certaines de ces obligations doivent également être respectées par les entreprises ; lorsque c'est le cas, nous l'indiquons.

<sup>66</sup> Une telle obligation est suggérée dans la liste harmonisée des pratiques interdites. URL : [http://www.ic.gc.ca/epic/site/oca-bc.nsf/fr/ca01786f\\_2.html](http://www.ic.gc.ca/epic/site/oca-bc.nsf/fr/ca01786f_2.html).

recouvrement.<sup>67</sup> Ce n'est que cinq et six jours après avoir envoyé cet avis que, respectivement, au Québec et en Ontario, un agent peut communiquer avec le débiteur par téléphone.<sup>68</sup> Si, lors de cette communication téléphonique, le débiteur affirme ne pas avoir reçu l'avis, un autre avis devra lui être envoyé et un autre délai de cinq ou six jours devra passer avant que l'agence de recouvrement ne puisse prendre contact avec lui.<sup>69</sup>

La législation du Nouveau-Brunswick ne prévoit pas expressément qu'un avis écrit doit parvenir un débiteur avant que l'agence de recouvrement ne puisse tenter de recouvrer la dette par téléphone. Toutefois, cette pratique figure à la liste harmonisée des pratiques de recouvrement interdites.<sup>70</sup>

|        |                   |         |
|--------|-------------------|---------|
| Québec | Nouveau-Brunswick | Ontario |
|--------|-------------------|---------|

Obligation de s'identifier et/ou de divulguer certaines informations<sup>71</sup>

Dans les trois provinces, certaines règles sont en lien avec cette obligation. Au Québec et en Ontario, les informations que les agences de recouvrement doivent divulguer sont très spécifiques. Au Nouveau-Brunswick, elles le sont moins.

Ainsi, au Québec, lorsqu'il communique avec le débiteur, le titulaire de permis ou son représentant doit s'identifier et fournir les informations suivantes : nom de l'agence de recouvrement pour laquelle il travaille (s'il y a lieu), numéro de permis, montant de la créance et nom du créancier.<sup>72</sup>

En Ontario, l'agent de recouvrement qui communique avec un consommateur pour réclamer une créance doit mentionner le nom du créancier, le solde dû ainsi que le nom

---

<sup>67</sup> Québec : art 44 Règlement d'application et formule N-41 en annexe du Règlement d'application ; Ontario Art. 21(1) du Règlement 74.

<sup>68</sup> Au Québec voir art. 34 (1) de la Loi sur le recouvrement de certaines créances, Ontario voir art 21(2) Règlement 74

<sup>69</sup> Au Québec, voir art. 34 (1.1) de la Loi sur le recouvrement de certaines créances ;art 21(4) Règlement 74

<sup>70</sup> Voir art. 8 de la Liste harmonisée des pratiques interdites.

<sup>71</sup> Une telle obligation est suggérée dans la liste harmonisée des pratiques interdites.

<sup>72</sup> Voir art. 33 de la Loi sur le recouvrement de certaines créances.

de l'agence pour laquelle il travaille ainsi que l'autorité dont elle se réclame pour exiger le paiement de la dette.<sup>73</sup>

Enfin, au Nouveau-Brunswick, l'agent de recouvrement doit simplement utiliser son véritable nom lorsqu'il communique avec un débiteur.<sup>74</sup>

### 3.1.3 INTERDICTIONS EN LIEN AVEC LE RECOUVREMENT DES CRÉANCES

Afin de protéger les consommateurs, dans les trois provinces, des lois interdisent certaines pratiques. Voici les principales.<sup>75</sup>

|        |                   |         |
|--------|-------------------|---------|
| Québec | Nouveau-Brunswick | Ontario |
|--------|-------------------|---------|

Interdiction de communiquer en dehors de certaines heures ou jours<sup>76</sup>

Les trois provinces s'entendent pour limiter les heures et les jours durant lesquelles agences de recouvrement ont le droit de communiquer avec les consommateurs. Au Québec, elles sont de 8 h à 20, durant les jours non fériés.<sup>77</sup> Au Nouveau-Brunswick, elles sont de 9 h à 21 h.<sup>78</sup> Et en Ontario, elles sont de 7 h à 21 h du lundi au samedi, et de 13 h à 17 h le dimanche.<sup>79</sup>

---

<sup>73</sup> Voir art. 21 (1) du Règlement 74 de la Loi sur les agences de recouvrement de l'Ontario.

<sup>74</sup> Voir art. 14 e) du Règlement général 84-256 de la Loi sur les agences de recouvrement du Nouveau-Brunswick.

<sup>75</sup> À noter : en 2001, le gouvernement fédéral a adopté un projet de loi ayant pour effet d'harmoniser les pratiques de recouvrement interdites dans l'ensemble du Canada. Nous en parlerons plus loin.

<sup>76</sup> Une interdiction semblable se trouve dans la liste harmonisée des pratiques interdites.

<sup>77</sup> Voir art. 34 (4) de la Loi sur le recouvrement de certaines créances.

<sup>78</sup> Voir art. 14 g) du Règlement général 84-256 de la Loi sur les agences de recouvrement du Nouveau-Brunswick.

<sup>79</sup> Voir art. 22 (6) du Règlement 74 de la Loi sur les agences de recouvrement de l'Ontario.

|        |                   |         |
|--------|-------------------|---------|
| Québec | Nouveau-Brunswick | Ontario |
|--------|-------------------|---------|

Interdiction de faire payer au consommateur les frais encourus pour le joindre<sup>80</sup>

Au Nouveau-Brunswick et en Ontario, les agences de recouvrement qui communiquent avec les consommateurs n'ont pas le droit de leur faire payer les frais encourus les joindre, et cela, quelque soit le moyen utilisé pour ce faire.<sup>81</sup>

|        |                   |         |
|--------|-------------------|---------|
| Québec | Nouveau-Brunswick | Ontario |
|--------|-------------------|---------|

Interdiction de porter atteinte à la réputation du consommateur

Certaines règles visent à protéger la réputation du débiteur. Ainsi, au Québec, il est explicitement inscrit dans la loi que « une personne ne peut, dans le recouvrement d'une créance : donner un renseignement susceptible de porter préjudice indûment au débiteur, à sa caution, à leur époux ou conjoint uni civilement ou à un membre de leur famille ». <sup>82</sup>

|        |                   |         |
|--------|-------------------|---------|
| Québec | Nouveau-Brunswick | Ontario |
|--------|-------------------|---------|

Interdiction de faire des appels sur les lieux de travail ou encore de parler avec l'employeur et/ou les collègues de travail<sup>83</sup>

Dans les trois provinces, des règles empêchent les agents de recouvrement de communiquer avec le consommateur sur son lieu de travail.

---

<sup>80</sup> Une telle interdiction est suggérée dans la liste harmonisée des pratiques interdites. On y suggère même de d'interdire les appels sur le téléphone cellulaire du débiteur, car ceux-ci peuvent lui occasionner des frais, voire être reçus sur son lieu de travail.

<sup>81</sup> Voir l'article 14 c) du Règlement général 84-256 de la Loi sur les agences de recouvrement du Nouveau-Brunswick ainsi que l'article 22 b) de la Loi sur les agences de recouvrement de l'Ontario.

<sup>82</sup> Voir art. 3 (4) de la Loi sur le recouvrement de certaines créances.

<sup>83</sup> Une telle interdiction se trouve également dans la liste harmonisée des pratiques interdites.

Ainsi, au Québec, l'agence de recouvrement ou l'entreprise ne peut appeler qu'une seule fois au lieu de travail du débiteur et elle ne peut agir de la sorte que si elle ignore son adresse et désire l'obtenir ou si il lui est impossible de le joindre à la maison.<sup>84</sup>

Au Nouveau-Brunswick, il est interdit « de procéder à des enquêtes » sur le lieu de travail du débiteur, sauf avec son consentement.<sup>85</sup>

Enfin, en Ontario, il est interdit d'appeler au lieu de travail du débiteur, sauf dans certains cas bien précis. Ainsi, cela est permis notamment si cela ne se produit qu'une seule fois et permet de confirmer l'emploi et l'adresse d'affaire du débiteur, si le débiteur a remis une autorisation écrite à cet effet ou si l'employeur a garanti la dette.<sup>86</sup>

|        |                   |         |
|--------|-------------------|---------|
| Québec | Nouveau-Brunswick | Ontario |
|--------|-------------------|---------|

Interdiction de communiquer avec l'époux, le conjoint ou un membre de la famille<sup>87</sup>

Dans les trois provinces, il est aussi interdit de contacter l'époux, le conjoint ou un membre de la famille.

Au Québec<sup>88</sup> et en Ontario<sup>89</sup>, cette règle comporte une exception. Ainsi, dans ces deux provinces, l'agence de recouvrement ou l'entreprise peut agir de la sorte à condition de ne le faire qu'une seule fois et uniquement dans le but d'obtenir l'adresse ou le numéro de téléphone du débiteur.

En Ontario, l'agence de recouvrement ou l'entreprise peut aussi communiquer avec l'époux, le conjoint ou un membre de la famille si cette personne est caution ou si le débiteur en a fait la demande.

---

<sup>84</sup> Voir art. 4 alinéa 3 de la Loi sur le recouvrement des créances.

<sup>85</sup> Voir art. 14 f) du Règlement général 84-256 de la Loi sur les agences de recouvrement du Nouveau-Brunswick.

<sup>86</sup> Voir art. 22 (4) a), b), c) et d) du Règlement 74 de la Loi sur les agences de recouvrement de l'Ontario.

<sup>87</sup> Une telle interdiction se trouve également dans la liste harmonisée des pratiques interdites.

<sup>88</sup> Voir art. 4 de la Loi sur le recouvrement de certaines créances.

<sup>89</sup> Voir art. 3 du Règlement 74 de la Loi sur les agences de recouvrement de l'Ontario.

Au Nouveau-Brunswick, il est interdit de « s'ingérer dans la vie privée du foyer ou de la famille du débiteur »<sup>90</sup> Selon Mme Leanne Smith, c'est en vertu de cet article que, dans cette province, les agents de recouvrement et les entreprises ne peuvent communiquer avec la famille du débiteur.

|        |                   |         |
|--------|-------------------|---------|
| Québec | Nouveau-Brunswick | Ontario |
|--------|-------------------|---------|

Interdiction de réclamer une somme d'argent à une autre personne que le débiteur ou sa caution

Cette interdiction existe, sous une forme ou une autre, dans les trois provinces.

Ainsi, au Québec, l'agence de recouvrement ou l'entreprise ne peut essayer de récupérer la créance auprès d'une autre personne que le débiteur ou sa caution.<sup>91</sup>

En Ontario, un agent de recouvrement ne peut pas tenter d'obtenir le remboursement d'une dette auprès d'une personne qu'il sait ou devrait savoir ne pas être le débiteur, ou encore une personne qui dit ne pas être le débiteur, à moins d'avoir de bonnes raisons de croire que la personne avec laquelle elle désire communiquer pourrait être légalement tenue de la dette.<sup>92</sup>

Au Nouveau-Brunswick, l'agence de recouvrement ou l'entreprise ne peut « impliquer le conjoint d'un débiteur dans une action en justice et dans d'autres tentatives de recouvrement des sommes dues lorsqu'il est clair que le conjoint du débiteur n'est pas tenu de cette dette ».<sup>93</sup>

---

<sup>90</sup> Voir art. 14 g) du Règlement général 84-256 de la Loi sur les agences de recouvrement du Nouveau-Brunswick.

<sup>91</sup> Voir art. 3 (7) de la Loi sur le recouvrement de certaines créances.

<sup>92</sup> Voir art. 22 (5) (a) du Règlement 74 de la Loi sur les agences de recouvrement de l'Ontario.

<sup>93</sup> Voir art. 14 d) du Règlement général 84-256 de la Loi sur les agences de recouvrement du Nouveau-Brunswick.

|        |                   |         |
|--------|-------------------|---------|
| Québec | Nouveau-Brunswick | Ontario |
|--------|-------------------|---------|

Interdiction de faire des représentations fausses ou trompeuses<sup>94</sup>

Dans les trois provinces, il est interdit aux agences de recouvrement et aux entreprises de faire des représentations fausses ou trompeuses.<sup>95</sup>

|        |                   |         |
|--------|-------------------|---------|
| Québec | Nouveau-Brunswick | Ontario |
|--------|-------------------|---------|

Interdiction de faire du harcèlement ou de l'intimidation, de prodiguer des menaces ou de faire montre de violence verbale.<sup>96</sup>

Dans les trois provinces, il existe une protection contre les actes de harcèlement ou les menaces envers les débiteurs. Ainsi, au Québec, il est interdit de « faire du harcèlement, des menaces ou de l'intimidation »<sup>97</sup> Il est également interdit de « menacer le débiteur de révéler, à d'autres personnes (...) son défaut de payer, ni le menacer de publier ou de faire publier ce défaut ou une inscription défavorable. »<sup>98</sup>

Au Nouveau-Brunswick, il est interdit d'utiliser « un langage coercitif, intimidant ou menaçant, évoquer la perte d'emploi, la diminution du prestige social ou une situation embarrassante ».

Enfin, en Ontario, il est interdit de publier ou de menacer de publier le défaut de paiement du débiteur, d'utiliser un langage coercitif, menaçant ou intimidant, de faire des

---

<sup>94</sup> Une interdiction semblable est suggérée dans la liste harmonisée des pratiques interdites.

<sup>95</sup> Voir art. 2 de la Loi sur le recouvrement de certaines créances, art. 15 du Règlement général 84-256 de la Loi sur les agences de recouvrement du Nouveau-Brunswick et art. 24 a) du Règlement 74 de la Loi sur les agences de recouvrement de l'Ontario.

<sup>96</sup> Une telle interdiction se trouve également dans la liste harmonisée des pratiques interdites.

<sup>97</sup> Voir art. 3 (3) du Loi sur le recouvrement de certaines créances.

<sup>98</sup> Voir art. 34,5 de la Loi sur le recouvrement de certaines créances.

pressions indues ou déraisonnables sur le débiteur ainsi que de communiquer à un fréquence jugée harcelante.<sup>99</sup>

|        |                   |         |
|--------|-------------------|---------|
| Québec | Nouveau-Brunswick | Ontario |
|--------|-------------------|---------|

Interdiction de faire croire qu'il y aura des poursuites pénales, des poursuites judiciaires, une saisie ou une arrestation lorsque ce n'est pas le cas.<sup>100</sup>

Au Québec, il est interdit de « faire croire que le défaut de payer du débiteur le rend passible d'arrestation ou de poursuites pénales »<sup>101</sup> ainsi que d'utiliser « un écrit susceptible d'être confondu avec un document utilisé, autorisé, délivré ou approuvé par un tribunal, par un gouvernement, par une municipalité ou par un de leurs organismes. »<sup>102</sup>

Si l'agent de recouvrement n'a pas acheté la créance, il lui est également interdit de suggérer qu'à défaut de paiement, des poursuites judiciaires devant les tribunaux civils seront intentées.<sup>103</sup> Par ailleurs, il lui est toujours interdit de « s'engager à assumer les frais judiciaires qui pourraient être encourus en raison du recouvrement d'une créance ». <sup>104</sup>

|        |                   |         |
|--------|-------------------|---------|
| Québec | Nouveau-Brunswick | Ontario |
|--------|-------------------|---------|

Interdiction de demander une somme supérieure à la somme due<sup>105</sup>

---

<sup>99</sup> Voir art. 22 (6) paragraphes 3, 4, 5 et 6 du Règlement 74 de la Loi sur les agences de recouvrement de l'Ontario.

<sup>100</sup> Une interdiction semblable est inscrite dans la liste harmonisée des pratiques interdites.

<sup>101</sup> Voir art. 3 (1) et de la Loi sur le recouvrement de certaines créances.

<sup>102</sup> Voir art. 3 (6) et de la Loi sur le recouvrement de certaines créances.

<sup>103</sup> Voir art 34 alinéa 3 de la Lois sur le recouvrement de certaines créances.

<sup>104</sup> Voir art. 34 (8) de la Loi sur le recouvrement de certaines créances.

<sup>105</sup> Une interdiction semblable est suggérée dans la liste harmonisée des pratiques interdites.



Cette interdiction se retrouve dans les lois des trois provinces. Ainsi, il est interdit de demander au débiteur quelque frais que ce soit (des frais de recouvrement ou des frais pour délai de paiement, par exemple). Par contre, en Ontario, dans certains cas, les chèques non honorés pourraient être réclamés.<sup>106</sup>

### 3.1.4 MESURES DE PROTECTION POUR LE CONSOMMATEUR

Certaines interdictions protègent les consommateurs des pratiques des agences de recouvrement. Voici les principales.

|        |                   |         |
|--------|-------------------|---------|
| Québec | Nouveau-Brunswick | Ontario |
|--------|-------------------|---------|

Interdiction de communiquer avec une personne qui dit ne pas être le débiteur<sup>107</sup>

Tant au Québec qu'en Ontario, lorsqu'une agence de recouvrement ou une entreprise communique avec une personne qu'elle croit être le débiteur et que cette personne lui dit que ce n'est pas le cas, l'agence ou l'entreprise doit cesser toute communication avec cette personne.<sup>108</sup>

|        |                   |         |
|--------|-------------------|---------|
| Québec | Nouveau-Brunswick | Ontario |
|--------|-------------------|---------|

Interdiction de communiquer par téléphone avec le débiteur si ce dernier en fait la demande<sup>109 110</sup>

---

<sup>106</sup> Voir art. 3 (5) et 34 (8) de la Loi sur le recouvrement de certaines créances, art. 14 a) du Règlement général 84-256 de la Loi sur les agences de recouvrement du Nouveau-Brunswick et art. 25 du Règlement 74 de la Loi sur les agences de recouvrement de l'Ontario.

<sup>107</sup> Une interdiction semblable est inscrite dans la liste harmonisée des pratiques interdites.

<sup>108</sup> Voir les articles 3 (8) et 34 (2.2) de la Loi sur le recouvrement des créances ainsi que l'article 22 (5) b) du Règlement 74 de la Loi sur les agences de recouvrement de l'Ontario.

<sup>109</sup> Généralement, une telle demande est effectuée lorsqu'il y a harcèlement.

<sup>110</sup> Une interdiction semblable est inscrite dans la liste harmonisée des pratiques interdites.

Un consommateur peut envoyer un avis à une agence de recouvrement afin de lui demander de ne plus communiquer avec lui que par écrit. Au Québec, si un consommateur agit de la sorte, l'agence ou l'entreprise devra obtempérer. À noter : un tel avis n'est valable que pour trois mois.<sup>111</sup>

|        |                   |         |
|--------|-------------------|---------|
| Québec | Nouveau-Brunswick | Ontario |
|--------|-------------------|---------|

Interdiction de communiquer avec le débiteur si ce dernier conteste la créance par écrit et lui demande de se tourner vers les tribunaux.<sup>112</sup>

Un consommateur peut aussi écrire à une agence de recouvrement afin de lui faire savoir qu'il conteste la créance et lui demander de s'adresser aux tribunaux. Au Québec et en Ontario<sup>113</sup>, lorsqu'une agence ou une entreprise reçoit un tel avis, elle doit s'y conformer. À noter : si le recouvrement de la créance est effectué par le gouvernement ou un de ses ministères, la même interdiction existe dans la loi québécoise, mais celle-ci ne s'applique qu'à l'expiration d'un délai de 120 jours suivant l'envoi de la demande de paiement de la créance.<sup>114</sup>

|        |                   |         |
|--------|-------------------|---------|
| Québec | Nouveau-Brunswick | Ontario |
|--------|-------------------|---------|

Interdiction de communiquer avec le débiteur si celui-ci demande au créancier de communiquer avec un avocat.<sup>115</sup>

Enfin, tant au Québec qu'en Ontario<sup>116</sup>, si un consommateur demande par écrit à une agence de recouvrement de ne plus communiquer lui, mais de s'adresser plutôt à son

---

<sup>111</sup> Voir art. 34 (2) de la Loi sur le recouvrement de certaines créances.

<sup>112</sup> Une interdiction semblable est inscrite dans la liste harmonisée des pratiques interdites.

<sup>113</sup> Voir art. 3 (2.1) de la Loi sur le recouvrement de certaines créances et art. 22 (1) du Règlement 74 de la Loi sur les agences de recouvrement de l'Ontario.

<sup>114</sup> Voir art. 3 (2.1) de la Loi sur le recouvrement de certaines créances.

<sup>115</sup> Une interdiction semblable est inscrite dans la liste harmonisée des pratiques interdites.

<sup>116</sup> Voir art. 3 (2) de la Loi sur le recouvrement de certaines créances et art. 22 (2) du Règlement 74 de la Loi sur les agences de recouvrement de l'Ontario.

avocat ou à son conseiller juridique, celle-ci doit le faire. Dès lors, l'agence de recouvrement ou l'entreprise ne peut plus avoir aucun contact direct avec le consommateur, ni verbalement, ni par écrit.

|        |                   |         |
|--------|-------------------|---------|
| Québec | Nouveau-Brunswick | Ontario |
|--------|-------------------|---------|

Obligation de transmettre un avis de réclamation à la demande du débiteur<sup>117</sup>

Au Québec seulement, un agent de recouvrement doit, sans frais, fournir un avis de réclamation contenant toutes les informations prescrites par la loi lorsque celui-ci en fait la demande. Il est également possible pour l'agent de recouvrement de fournir en lieu et place de l'avis de réclamation la pièce justificative de la créance à recouvrer, c'est-à-dire le contrat ou le document qui lie prétendument le consommateur à la dette réclamée.<sup>118</sup>

### 3. 2 REGARD SUR LA LOI AMÉRICAINE

Dans le cadre de ce rapport, nous avons aussi jeté un coup d'œil à la législation qui prévaut en matière de recouvrement chez nos voisins du Sud. Aux États-Unis, c'est le gouvernement fédéral qui légifère en matière de recouvrement. Les règles à suivre par les agences de recouvrement sont inscrites dans *The Fair Debt Collection Practices Act (FDCPA)*<sup>119</sup> et, sauf exception, sont sous la responsabilité de la *Federal Trade Commission*<sup>120</sup>. C'est donc cet organisme qui reçoit les plaintes. Les règles du FDCPA s'appliquent dans tous les états. Ces derniers peuvent bonifier ces règles en en adoptant d'autres plus sévères.

---

<sup>117</sup> Une interdiction semblable est inscrite dans la liste harmonisée des pratiques interdites.

<sup>118</sup> Voir les art. 44 et 52 du Règlement d'application de la loi sur le recouvrement de certaines créances et la formule N41 en annexe.

<sup>119</sup> On peut consulter ce document sur Internet à l'adresse <http://www.ftc.gov/bcp/edu/pubs/consumer/credit/cre27.pdf>

<sup>120</sup> Voir art. 814 du FDPCA.

Cela nous a permis de constater que si elles s'apparentent aux règles que les agences doivent respecter au Canada, elles offrent une protection plus détaillée. Selon nous, elles pourraient servir de modèle pour l'amélioration des lois canadiennes, ou encore leur interprétation devant les tribunaux, commission et agences compétentes, lorsqu'un litige survient quant à leur portée et leur application.

Par exemple, le FDCPA fournit :

- Une liste non exhaustive mais détaillée des gestes de harcèlement ou abus qui sont interdits.<sup>121</sup> Parmi ceux-ci, mentionnons les dommages à la personne, la réputation ou la propriété du débiteur, l'utilisation d'un langage grossier, vulgaire ou obscène, la publication du nom du débiteur sur une liste de personne refusant de payer leurs dettes et les appels répétés dans le but de harceler ou déranger.<sup>122</sup>
- Une liste non exhaustive mais très détaillée des représentations fausses ou trompeuses qui sont interdites.<sup>123</sup> Par exemple, il est spécifiquement interdit d'affirmer faussement que l'agent de recouvrement effectue un travail qui est, d'une manière ou du autre, en lien avec les États-Unis ou un État donné, ou encore de se faire passer pour un avocat ou de fabriquer des documents qui ressemblant à des document légaux.
- Une liste non exhaustive mais très détaillée des pratiques inéquitables (*unfair*).<sup>124</sup> Par exemple, il est spécifiquement interdit de réclamer des sommes d'argent qui ne sont pas prévues dans l'entente ainsi que de déposer ou de menacer de déposer un chèque postdaté avant la date qui y est indiquée. Il est également interdit d'utiliser, dans ses communications, des enveloppes sur lesquelles le nom de l'agence ou de l'entreprise est inscrit ou encore des cartes postales.

---

<sup>121</sup> Voir art. 806 du FDCPA.

<sup>122</sup> Voir art 806 (5) du FDCPA

<sup>123</sup> Voir art. 807 du FDCPA.

<sup>124</sup> Voir art. 808 du FDCPA.

- Plusieurs détails quant à la procédure de validation de la dette qui a pour but d'informer le consommateur, notamment en ce qui concerne les sommes qui lui sont réclamées et les étapes à suivre en cas contestation de la dette invoquée.<sup>125</sup>
- Des précisions quant à la façon d'appliquer des montants remboursés par le consommateur dans le cas où ce dernier est responsable de multiples dettes.<sup>126</sup>
- Des précisions quant au district dans lequel les procédures doivent être intentées dans les cas où les agences de recouvrement sont légalement autorisées à intenter des recours contre les consommateurs.<sup>127</sup>
- Le caractère illégal de laisser croire (par des papiers ou autrement) que d'autres personnes que le créancier participent au recouvrement si tel n'est pas le cas.<sup>128</sup>
- Une disposition explicite sur les procédures en responsabilité civile qui peuvent être intentées contre des agent de recouvrement qui contreviennent à la loi, incluant les cas où il s'agit de recours individuel ou collectifs ainsi que des critères pour guider la cour en ces cas.<sup>129</sup>

---

<sup>125</sup> Voir art. 809 du FDPCA.

<sup>126</sup> Voir art. 810 du FDPCA.

<sup>127</sup> Voir art. 811 du FDPCA.

<sup>128</sup> Voir art. 812 du FDPCA.

<sup>129</sup> Voir art. 813 du FDPCA.

---

## IV - DES RÈGLES FIXÉES PAR L'INDUSTRIE

---

### PRÉSENTATION

Que les agents de recouvrement suivent la loi à la lettre serait une bonne chose. Qu'ils suivent des règles qu'ils ont eux-mêmes mises en place serait encore mieux. Réalité ou fiction? Une chose est certaine : au Canada et ailleurs dans le monde, des organismes regroupant des agences de recouvrement ont adopté des codes d'éthique et demandé à leurs membres de les respecter.

Afin d'avoir un aperçu des règles que l'industrie s'est elle-même fixée, nous avons jeté un coup d'œil à quatre codes d'éthique adoptés par des organismes regroupant des agences de recouvrement. Les deux premiers ont été rédigés par des organismes canadiens, le troisième provient d'un organisme américain et le dernier a été réalisé par un organisme belge. Ceux-ci sont extrêmement différents l'un de l'autre, ce qui porte à réfléchir.

#### 4.1 CODE D'ÉTHIQUE ET DE DÉONTOLOGIE DE L'ASSOCIATION DES DIRECTEURS DE CRÉDIT DE MONTRÉAL (ADCM)

L'Association des directeurs de crédit de Montréal<sup>130</sup> regroupe notamment les entreprises de recouvrement qui ont pignon sur rue au Québec et qui offrent des services sur l'ensemble du territoire québécois. Sur son site Internet, on peut lire que sa mission est de « regrouper les intervenants du crédit afin de prendre les moyens nécessaires pour leur procurer toute l'information pertinente pouvant faciliter leur fonction, et en favoriser le professionnalisme, et ce dans une atmosphère de cordialité. » Son code d'éthique, qui doit être respecté par les membres de l'organisme (incluant l'administrateur et le

---

<sup>130</sup> Pour plus d'information, consultez le site Internet de l'organisme au <http://www.adcm.ca/asp/App/go.asp>.

directeur général) nous a été remis par le M. Robert Gariepy. Sur le site Internet de l'organisme, il n'est accessible qu'aux membres.<sup>131</sup>

Que dit-il? D'abord que les membres de l'ADCM doivent respecter « les principes d'éthique et les règles de déontologie prévus par la loi et le Règlement sur l'éthique et la déontologie des administrateurs publics »<sup>132</sup>. Or, ce règlement, destiné notamment aux membres des conseils d'administration, est mal adapté à la pratique des agents de recouvrement. Il y est question de thèmes comme la discrétion<sup>133</sup>, l'indépendance<sup>134</sup> et la réserve<sup>135</sup> dont l'administrateur public doit faire preuve dans le cadre de ses fonctions; il y est également mentionné que celui-ci doit éviter de se placer en situation de conflits d'intérêt<sup>136</sup>, de confondre les biens de l'organisme avec les siens<sup>137</sup> et d'utiliser à son profit ou au profit de tiers l'information obtenue dans le cadre de ses fonctions<sup>138</sup>.

Nous aurions espéré que le code d'éthique de l'Association des directeurs de crédit de Montréal mette en place des balises encadrant spécifiquement les agences de recouvrement. Ce n'est pas le cas. Au lieu de cela, son code d'éthique, qui s'adresse aux membres d'autres professions, reprend parfois, presque mots pour mots, des éléments qui se trouvent dans le Règlement sur l'éthique et la déontologie des administrateurs publics. Cela dit, il ne semble pas d'une grande utilité pour les agences de recouvrement.

## 4.2 CODE D'ÉTHIQUE DE L'ONTARIO SOCIETY OF COLLECTION AGENCIES

L'Ontario Society of Collection Agencies<sup>139</sup> regroupe les entreprises professionnelles oeuvrant dans le document du crédit et du recouvrement en Ontario. Selon l'information

---

<sup>131</sup> Ce code d'éthique se trouve à l'annexe 2.

<sup>132</sup> C'est l'article 3 du code.

<sup>133</sup> Voir l'article 6 du Règlement sur l'éthique et la déontologie des administrateurs publics. URL : [http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=2&file=/M\\_30/M3OR0\\_1.htm](http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=2&file=/M_30/M3OR0_1.htm)

<sup>134</sup> Voir l'article 7 du Règlement sur l'éthique et la déontologie des administrateurs publics.

<sup>135</sup> Voir l'article 8 du Règlement sur l'éthique et la déontologie des administrateurs publics.

<sup>136</sup> Voir l'article 9 du Règlement sur l'éthique et la déontologie des administrateurs publics.

<sup>137</sup> Voir l'article 11 du Règlement sur l'éthique et la déontologie des administrateurs publics.

<sup>138</sup> Voir l'article 12 du Règlement sur l'éthique et la déontologie des administrateurs publics.

<sup>139</sup> Pour plus d'information, consultez le site Internet de l'organisme au <http://www.oscagencies.com/>

qui se trouve sur le site Internet de l'organisme, il travaille au maintien des critères de qualité dans ce domaine tout en procurant à ses membres conseils, soutien et éducation. Son code d'éthique, qui doit être respecté par les membres de l'organisme, est disponible sur Internet. Il est accessible à tous.

Le code d'éthique de l'Ontario Society of Collection Agencies s'adresse clairement aux agences de recouvrement en leur recommandant dès le départ d'exercer leur travail de manière « efficace et impartiale »<sup>140</sup> tout en étant « sensés, honnêtes et honorable »<sup>141</sup>. En vertu de ce code, les membres de l'organisme doivent notamment agir dans le meilleur intérêt de leurs clients et des agences de recouvrement afin de préserver leur réputation<sup>142</sup> et de s'assurer que leur personnel respecte la Loi sur les agences de recouvrement de l'Ontario ainsi que le règlement 74.<sup>143</sup> Il y est également mentionné que les membres doivent prendre des mesures appropriées afin que le public soit traité avec respect<sup>144</sup> et qu'aucun membre ne doit faire de discrimination notamment sur la race, la couleur, le sexe ou la religion.

Ce code d'éthique fait état de quelques principes que les agences de recouvrement doivent respecter pour avoir des relations correctes avec les créanciers et les débiteurs. Selon nous, il constitue une fort bonne base.

#### **4.3 CODE D'ÉTHIQUE ET CODE DES OPÉRATIONS<sup>145</sup> DE L'ACA INTERNATIONAL**

ACA International<sup>146</sup> (autrefois l'American Collectors Association) est une association internationale sans but lucratif regroupant les entreprises et les individus oeuvrant dans l'industrie du recouvrement. Elle contribue à faire en sorte que l'industrie

---

<sup>140</sup> Traduction libre de “firmly effective and unbiased”

<sup>141</sup> Traduction libre de « sensible, faire and honourable ».

<sup>142</sup> Voir art. 1 et 2 du code d'éthique de l'Ontario Society of Collection Agencies.

<sup>143</sup> Voir art. 3 du code d'éthique de l'Ontario Society of Collection Agencies.

<sup>144</sup> Voir art. 4 du code d'éthique de l'Ontario Society of Collection Agencies.

<sup>145</sup> Traduction libre pour « Code of Ethics and Code of Operations ».

<sup>146</sup> Pour en savoir plus, consultez le site Internet de l'organisme au <http://www.acainternational.org/>.



du recouvrement maintienne des normes élevées de qualité. Pour ce faire, elle effectue notamment des recherches et fait des représentations auprès des décideurs.

En vertu du code d'éthique de l'ACA International, les membres de l'association doivent traiter les consommateurs avec respect. Si le débiteur fait une demande écrite de vérification de dette, ils doivent y accéder (durant la vérification, ils doivent suspendre leurs activités de recouvrement). Si le débiteur affirme qu'il y a erreur sur la personne ainsi que dans les cas de fraude ou de vol d'identité, ils doivent faire une enquête. Les membres doivent adopter leur propre code de conduite et ont une obligation de confidentialité. Enfin, certains comportements comme la fraude, le harcèlement et la discrimination sont interdits.

Plus précis que le précédent, ce code de conduite prévoit des règles encore plus utiles pour les débiteurs. Nous avons particulièrement apprécié les recours offerts aux consommateurs ainsi que l'obligation, pour les membres, d'adopter leur propre code de conduite et d'agir en toute confidentialité. Enfin, ce code de conduite tient compte des problématiques fort actuelles, comme le vol d'identité, ce qui nous semble une fort bonne chose. À lire attentivement par tous ceux qui oeuvrent dans le domaine du recouvrement.

#### **4.4 CODE DE DÉONTOLOGIE DE L'ASSOCIATION BELGE DES SOCIÉTÉS DE RECOUVREMENT**

Membre de la *Federation of European National Collection Associations*, (ENCA), l'Association Belge des Sociétés de Recouvrement (ABR)<sup>147</sup> regroupe 15 des 80 bureaux de recouvrement actifs en Belgique. Sur son site Internet, elle se dit garante « d'un encaissement correct des dettes ». Elle s'engage à communiquer avec le débiteur « dans un esprit de conciliation, de courtoisie, de dialogue et de diplomatie » et affirme toujours s'efforcer de dégager « une solution positive », qui tient compte de la situation socio-économique du débiteur.

---

<sup>147</sup> Pour en savoir plus, consultez le site Internet de l'organisme au <http://www.abrbvi.be/>

Le code de déontologie de l'ABR présente d'abord les conditions d'affiliation que les membres doivent respecter pour adhérer à l'association. Ainsi, pour être membre de l'ABR, une « société de recouvrement » doit notamment « avoir exercé l'activité de recouvrement de créances pendant au moins trois ans »<sup>148</sup>. Les membres de l'association doivent également « apporter la preuve de leurs aptitudes et compétences et présenter la moralité professionnelle requise ainsi qu'une solide position en terme de liquidité et de solvabilité.<sup>149</sup> Enfin, on peut y lire que les personnes « qui postulent pour une fonction de gestion journalière chez un membre » doivent pouvoir fournir « un certificat de bonne vie et de mœurs et le présenter au conseil d'administration de l'association qui apprécie en connaissance de cause. »<sup>150</sup>

L'organisme exige que ses membres se comportent de manière « à ne pas compromettre la réputation de la profession »<sup>151</sup>. Ceux-ci doivent notamment s'engager à respecter les lois, à exercer leurs activités « avec la précision et la méticulosité du bon chef d'entreprise »<sup>152</sup> et à organiser leur comptabilité « de manière à pouvoir fournir à tout moment des informations détaillées sur les fonds de tiers »<sup>153</sup>. Ils doivent également souscrire à une assurance responsabilité professionnelle.<sup>154</sup>

Pour ce qui est de l'attitude à adopter face aux débiteurs, on mentionne notamment que, quelque soit la nature de la créance, le débiteur « s'interdit » d'envoyer des documents qui font croire, à tort, qu'ils émanent d'une autorité judiciaire, d'envoyer des communications comportant des informations erronées, d'encaisser des frais non prévus légalement ou contractuellement, de transmettre des informations au sujet de la solvabilité du débiteur aux voisins, à la famille ou à l'employeur du débiteur.<sup>155</sup> Enfin, il y est question de visites effectuées au domicile du débiteur ; celles-ci devant se dérouler dans « un climat de conciliation, de courtoisie, de dialogue et de diplomatie » et tendre à

---

<sup>148</sup> Voir art. 1.2 du Code de déontologie de l'ABR.

<sup>149</sup> Voir art. 1.3 du Code de déontologie de l'ABR.

<sup>150</sup> Voir art. 2.1 du Code de déontologie de l'ABR.

<sup>151</sup> Voir art. 3.1 du Code de déontologie de l'ABR.

<sup>152</sup> Voir art. 3.3 du Code de déontologie de l'ABR.

<sup>153</sup> Voir art. 5.2 du Code de déontologie de l'ABR.

<sup>154</sup> Voir art. 3.6 du Code de déontologie de l'ABR.

<sup>155</sup> Voir art. 8.2 du Code de déontologie de l'ABR.

« aboutir à une solution positive en prenant en considération les problèmes socio-économiques éventuels du débiteur. »<sup>156</sup>

Ce code d'éthique, dont certaines dispositions dépassent la simple règle de conduite, nous semble le plus intéressant. Nous présumons que les membres qui auront à le respecter seront qualifiés puisqu'on a, à leur égard, des conditions d'affiliation très strictes. Nous avons apprécié l'obligation qu'ils ont de respecter des critères très élevés dans le choix de leur personnel. L'obligation, pour les membres, de se doter d'une assurance professionnelle nous a aussi semblé une fort bonne chose. Enfin, nous ne pouvons que saluer l'obligation qu'ils ont d'effectuer leurs visites dans « un climat de conciliation, de courtoisie, de dialogue et de diplomatie », de chercher « une solution positive » et de prendre en considération « les problèmes socio-économiques éventuels du débiteur. » Si toutes les agences de recouvrement respectaient de tels critères, il n'y aurait plus de problèmes...

---

<sup>156</sup> Voir art. 3.1 du Code de déontologie de l'ABR.

---

## V - ENTENTES ENTRE HYDRO-QUÉBEC ET LES PERSONNES À FAIBLE REVENU

---

### 5.1 UN PAS À LA FOIS

À la fin des années 1990, les agences de recouvrement n'étaient pas les seules à avoir des pratiques abusives à l'égard des consommateurs. Hydro-Québec agissait également de la sorte. « À cette époque, nous avons remarqué un certain durcissement dans l'attitude des employés du service de recouvrement, dit Mme Isabelle Thibault, conseillère budgétaire à l'ACEF du Sud-Ouest, une association de consommateur située dans le Sud-Ouest de l'île de Montréal. Ils se sont mis à agir comme les employés des agences. »<sup>157</sup>

Afin de tenter de renverser la vapeur, les associations de consommateurs dénoncent la situation dans les journaux. La société d'État réagit et entreprend plusieurs actions « afin de mieux connaître la réalité des ménages à faible revenu<sup>158</sup> et de conclure des ententes de paiement mieux adaptées à leur situation »<sup>159</sup>. Étienne Mailhot, conseiller, Relations avec le milieu, Stratégies et Pratiques d'affaire, à la direction des services de recouvrement d'Hydro-Québec Distribution (HQD), raconte : « À l'époque, nous avions du mal à recouvrer les créances des clients à faible revenu, ce qui nous amenait à effectuer des interruptions de services. Puis, un moment donné, nous nous sommes rendu compte que nous avons le soutien des associations de consommateurs. Nous avons alors

---

<sup>157</sup> Ces propos, comme tous ceux de Mme Isabelle Thibault cités dans ce rapport, ont été tenus dans le cadre d'une entrevue que Mme Thibault a accordé à l'auteur en mai 2008.

<sup>158</sup> Pour déterminer ce qu'est un ménage à faible revenu, Hydro-Québec se base sur la définition de Statistique Canada. Selon cet organisme, une famille est à faible revenu lorsqu'elle consacre 20 % de plus qu'une famille moyenne à la nourriture, au logement et à l'habillement, ce qui réduit son revenu disponible pour d'autres dépenses telles la santé, l'éducation, le transport et les loisirs. Le seuil de faible revenu varie d'une famille à l'autre selon sa taille ainsi que sa localisation. Source : [http://statcan.ca/francais/freepub/81-004/XIF/def/lincode\\_f.htm](http://statcan.ca/francais/freepub/81-004/XIF/def/lincode_f.htm).

<sup>159</sup> Selon les mots de M. Philippe Ricard, dans le document intitulé « L'étude SEPA, l'expérience MART. Analyse et rapport d'évaluation ». Bureau d'Études socio-graphiques. Décembre 2004.

décidé de travailler avec elles afin de développer des services mieux adaptés aux personnes à faible revenu, et de trouver des solutions durables. »<sup>160</sup>

Un projet-pilote - Budget éclairé<sup>161</sup> – et une table de travail<sup>162</sup> voient rapidement le jour. Ces actions permettent aux regroupements des associations de consommateurs<sup>163</sup> et à la direction du service de recouvrement d'Hydro-Québec d'amorcer un dialogue dans le but « d'expérimenter des approches novatrices et de proposer des services mieux adaptés à la clientèle à faible revenu 'en recouvrement ' ». <sup>164</sup> En parallèle, on mandate une firme externe – le Bureau d'étude socio-graphiques, situé à Saint-Bruno-de-Montarville – pour étudier les solutions pouvant être mises en place auprès de cette clientèle.

Tous ces efforts portent fruit et en 2003, Hydro-Québec Distribution annonce son premier Plan global en efficacité énergétique. La société d'État détient alors, dans son portefeuille, « des programmes destinés spécifiquement à la clientèle à faible revenu, afin de faciliter la réduction de sa consommation et, par conséquent, sa facture d'électricité ». <sup>165</sup> « Nous assistions à un virement important, dit Étienne Mailhot. Avant, nous disions que nos clients à faible revenu devaient payer ce qu'ils avaient consommé. Après, qu'ils devaient payer en fonction de leur capacité de payer. En agissant de la sorte, nous admettions qu'au Québec, l'électricité est un service essentiel... » Trois ans plus tard, le distributeur fait un pas de plus, car il souhaite « bonifier les programmes en place visant cette clientèle » et « rejoindre le plus efficacement la clientèle ciblée ». <sup>166</sup>

---

<sup>160</sup> Ces propos, comme tous ceux de M. Étienne Mailhot cités dans ce rapport, ont été tenus dans le cadre d'une entrevue que M Mailhot a accordé à l'auteur en avril 2008.

<sup>161</sup> Ce projet-pilote a été en place de 1997 à 2000.

<sup>162</sup> Il s'agit de la table de travail DSR – associations de consommateurs, qui est mise en place en 2000.

<sup>163</sup> Il s'agit de l'Union des consommateurs (UC) et de la Coalition des associations de consommateurs du Québec (CACQ).

<sup>164</sup> Selon les mots utilisés dans « Actions commerciales destinées à la clientèle à faible revenu », Hydro-Québec Distribution, 16 août 2006. À noter : à la Régie de l'énergie (demande R-3610-2006), ce document porte le numéro HQD-13.

<sup>165</sup> Selon les mots utilisés dans « Actions commerciales destinées à la clientèle à faible revenu », Hydro-Québec Distribution, 16 août 2006. À noter : à la Régie de l'énergie (demande R-3610-2006), ce document porte le numéro HQD-13.

<sup>166</sup> Selon les mots utilisés dans « Actions commerciales destinées à la clientèle à faible revenu », Hydro-Québec Distribution, 16 août 2006. À noter : à la Régie de l'énergie (demande R-3610-2006), ce document porte le numéro HQD-13.

Le gouvernement du Québec emboîte le pas. Dans sa stratégie énergétique du Québec 2006-2015, dévoilée en mai 2006, il « appuie les préoccupations du distributeur en regard de la capacité des ménages à faible revenu à répondre à la hausse des prix de l'énergie. » Et prévoit certains ajustements destinés à cette clientèle. Parmi eux, « le déploiement de projets pilote novateurs en mesures de soutien et d'aide aux ménages à faible revenu connaissant de difficultés de paiement de leur facture d'énergie »<sup>167</sup> et « la convergence vers les meilleures pratiques commerciales, notamment en matière de facturation, de recouvrement et de suspension d'alimentation »<sup>168</sup>.

En décembre de la même année, le gouvernement adopte et sanctionne la Loi concernant la mise en oeuvre de la stratégie énergie énergétique du Québec et modifiant diverses dispositions législatives (appelée Loi 46). Cette loi « confirme les responsabilités des distributeurs d'énergie en regard de leurs propres programme ». Et « attribue des responsabilités spécifiques à l'Agence de l'efficacité énergétique (AEÉ) », notamment en ce qui a trait aux programmes activités spécifiques des distributeurs d'énergie, à la mise en oeuvre de programmes visant « plus d'une forme d'énergie ou multi-sources » (par exemple les mesures relatives a l'enveloppe thermique du bâtiment) ainsi qu'aux « nouvelles technologies énergiques »<sup>169</sup>. Enfin, Hydro-Québec annonce son intention de mettre sur pied un groupe de travail formé de personnes oeuvrant en efficacité et en recouvrement ainsi que de représentants d'associations de consommateurs.<sup>170</sup>

Nous ne pouvons qu'applaudir ces actions. Mais il ne faut pas oublier le contexte dans lequel elles ont été menées. Après avoir été gelés pendant six ans, soit de 1998 à 2004, les tarifs d'électricité se sont mis à augmenter considérablement – de quelque 13 % entre

---

<sup>167</sup> « Actions commerciales destinées à la clientèle à faible revenu », Hydro-Québec Distribution, 16 août 2006. », citation tirée de « La stratégie énergétique du Québec 2006-2015, L'énergie pour construire le Québec de demain », Ministère des ressources naturelles et de la Faune, mai 2006.

<sup>168</sup> « Actions commerciales destinées à la clientèle à faible revenu », Hydro-Québec Distribution, 16 août 2006. », citation tirée de « La stratégie énergétique du Québec 2006-2015, L'énergie pour construire le Québec de demain », Ministère des ressources naturelles et de la Faune, mai 2006.

<sup>169</sup> Source : « Stratégie clientèle à faible revenu », Hydro-Québec Distribution, 1<sup>er</sup> août 2007. À noter : à la Régie de l'énergie (demande R-3644-2007), ce document porte le numéro HQD-14 (document 2).

<sup>170</sup> Idem.

2004 et 2006<sup>171</sup> -, ce qui a fait énormément de tort aux personnes à faible revenu<sup>172</sup>. Cela se comprend aisément : pour elles, l'énergie est la troisième dépense la plus importante (après le logement et l'alimentation).<sup>173</sup> Au Québec, il est difficile de ne pas se chauffer en hiver.<sup>174</sup>

## 5.2 LES ENTENTES

Aujourd'hui, les personnes à faible revenu qui sont en processus de recouvrement auprès d'Hydro-Québec depuis 90 jours et plus ont accès à des ententes particulières.<sup>175</sup> Ces ententes, destinées à des personnes choisies selon des critères bien précis<sup>176</sup>, permettent à ceux qui en bénéficient d'étaler leur solde sur une longue période (la plupart du temps, sur 48 mois) sans payer de frais d'administration (à condition que l'entente soit respectée). Elles procurent également aux participants une certaine flexibilité; ainsi, s'ils omettent de faire un paiement durant l'année, l'entente se poursuivra. « Avec ces ententes, nous proposons une approche d'accompagnement qui tient compte de la réalité des consommateurs à faible revenu », dit Étienne Mailhot.

Actuellement, ces ententes d'accompagnement sont de différents types, soit :

- les ententes CFR (clients à faible revenu)

---

<sup>171</sup> Selon l'avis du Comité consultatif de lutte contre la pauvreté et l'exclusion sociale publié en 2008 et intitulé « Les répercussions des hausses tarifaires sur les conditions de vie des personnes à faible revenu. Des tarifs qui excluent. Des solutions qui rassemblent. ».

<sup>172</sup> Idem.

<sup>173</sup> Idem.

<sup>174</sup> À noter : en vertu du règlement C-34, depuis 1993, Hydro-Québec ne procède plus à l'interruption de service en période hivernale, soit entre le 1<sup>er</sup> décembre et le 31 mars.

<sup>175</sup> Selon M. Étienne Mailhot, Hydro-Québec serait le seul distributeur d'énergie en Amérique du Nord à établir de telles ententes avec ses clients à faible revenu. Par ailleurs, aux États-Unis, les personnes à faible revenu qui ont du mal à payer leur consommation d'énergie peuvent bénéficier d'une aide gouvernementale via ce qu'on appelle le « *Low Income Home Energy Assistance Program* » ou LIHEAP. Pour en savoir plus : [www.liheap.org](http://www.liheap.org).

<sup>176</sup> Ces personnes ont été repérées par le service de recouvrement d'Hydro-Québec ou une association de consommateurs, elles n'ont pas les moyens de prendre l'une ou l'autre des ententes généralement proposées par le service de recouvrement et elles ont fait la preuve qu'elles sont à faible revenu.

Les ententes CRF sont offertes aux clients « en recouvrement » à faible revenu d'Hydro-Québec depuis avril 2001. On estime qu'environ 22 000 clients en bénéficieront. « C'est la porte d'entrée, dit Isabelle Thibault, soit l'entente que les consommateurs doivent prendre lorsqu'ils concluent une première entente avec Hydro-Québec. » En vertu de cette entente, les frais d'administration que le consommateur doit à Hydro-Québec sont arrêtés, et celui-ci bénéficie d'un laps de temps déterminé (calculé en fonction de sa capacité de payer) pour payer sa dette ainsi que l'énergie qu'il consomme. On considère qu'une entente n'a pas été respectée lorsque, à l'intérieur d'une période d'un an, l'équivalent de deux mensualités complètes n'a pas été payé. Au 1<sup>er</sup> décembre 2005, 20 185 de ces ententes étaient actives.

- les ententes personnalisées

Lorsqu'un consommateur à faible revenu bénéficie d'une entente personnalisée, il paie soit toute l'énergie qu'il consomme plus une partie de sa dette (s'il en est capable) – c'est l'entente personnalisée A –, soit seulement une partie de l'énergie qu'il consomme<sup>177</sup> – c'est l'entente personnalisée B<sup>178</sup>. « Avec ces ententes, on reconnaît que certains clients ne peuvent pas tout payer, dit Étienne Mailhot, et nous nous adaptons. »

Les ententes personnalisées sont offertes depuis mai 2006 aux clients qui ne parviendraient pas à respecter une entente CFR. Elles visent environ 12 000 clients. Pour y avoir accès, ceux-ci doivent s'engager à participer au programme Éconologis de l'Agence de l'efficacité énergétique (AEÉ), ce qui leur permettra de réduire leur consommation d'énergie<sup>179</sup>. Enfin, ils sont invités à contacter un organisme communautaire (il s'agit là d'un élément important pour le respect des ententes, surtout

---

<sup>177</sup> « Le versement mensuel correspond au montant couvrant en moyenne 60 % de la consommation courante et doit être habituellement supérieur au montant payé dans l'année précédente (de 5 à 20 %) », peut-on lire au sujet de l'entente personnalisée B dans « Actions commerciales destinées à la clientèle à faible revenu », Hydro-Québec Distribution, 16 août 2006.

<sup>178</sup> Les clients sont admissibles à l'entente personnalisée A lorsque leur historique de paiement couvre au moins 90 % de leur consommation courante, à l'entente personnalisée B lorsqu'elle est en deça.

<sup>179</sup> Pour plus d'information, voir point 5.3.



lorsqu'il existe des problématiques psychosociales<sup>180</sup>) et bénéficient d'un suivi serré. Le 29 juin 2006, seulement 200 de ces ententes, qui sont en implantation graduelle, avaient été conclues.<sup>181</sup>

### 5.3 TRAVAILLER SUR D'AUTRES FRONTS

Prendre des ententes de paiement respectant la capacité de payer des personnes à faible revenu est une bonne chose. Mais travailler également à diminuer leur consommation d'électricité est encore mieux. Au fil des ans, deux programmes ont été mis en place en ce sens.

- « Avant de louer »

Développé par Hydro-Québec en collaboration avec le ministère de l'Emploi et de la Solidarité sociale (MESS), « Avant de louer » a vu le jour en 1993. Il s'agit d'un service qui permet aux consommateurs de connaître la consommation en électricité d'un logement avant de le louer. Pour y avoir accès, il suffit de contacter Hydro-Québec.

- Éconologis

Il s'agit d'un programme saisonnier géré par l'Agence de l'efficacité énergétique et réalisé en collaboration avec des groupes communautaires, dont Option consommateurs. Ce programme permet à des ménages à revenu modeste de recevoir gratuitement la visite d'un conseiller et d'un technicien en efficacité énergétique. Le premier leur prodigue des conseils en matière d'économie d'énergie. Le second effectue chez eux des travaux afin d'éliminer les fuites et les infiltrations d'air : calfeutrage des fenêtres, installation de

---

<sup>180</sup> Il peut s'agir principalement de dépression, d'alcoolisme, de violence conjugale ou de problèmes de santé mentale, par exemple.

<sup>181</sup> Source : « Actions commerciales destinées à la clientèle à faible revenu », Hydro-Québec Distribution, 16 août 2006, p. 26.

seuils de porte et de coupe-froid, pose d'un clapet pour la sècheuse, installation de pomme de douche à débit réduit, ajout d'aérateur aux robinets, ajustement de la température du chauffe-eau. Dans certains cas, il peut également installer un thermostat électronique.<sup>182</sup> « Ces visites sont une autre occasion de faire de la sensibilisation auprès des consommateurs », dit Sébastien Langlois, responsable du service de l'efficacité énergétique à Option consommateurs.

Malheureusement, même si, en principe, ces visites sont obligatoires pour obtenir une entente personnalisée, les personnes rejointes sont peu nombreuses. Au Québec, 38 741 ménages ont reçu la visite des équipes Éconologis entre octobre 1999 et avril 2007. Sur une population de ménages à faible revenu estimée à 500 000, il s'agit d'un taux de pénétration de 7,7 %.<sup>183</sup>

#### 5.4 AVANTAGEUSES POUR LES CONSOMMATEURS

On s'en doute, les ententes CFR et les ententes personnalisées sont extrêmement utiles aux personnes à faible revenu. « Elles leur procurent une certaine tranquillité d'esprit, dit Étienne Mailhot. Une fois qu'elles ont pris une entente qui respecte leur capacité de payer, elles n'ont plus à s'inquiéter. Elles savent qu'elles vont pouvoir payer une certaine somme chaque mois, et qu'elles ne seront pas coupées. » D'ailleurs, selon Étienne Mailhot, la satisfaction des clients qui sont en processus de recouvrement auprès de l'entreprise s'est améliorée depuis 2001. Parmi ces clients, on trouve les gens qui ont bénéficié d'ententes particulières. Ils ont d'ailleurs été les « clients 'en recouvrement' les

---

<sup>182</sup> Le travail est alors effectué par un électricien .

<sup>183</sup> Source : Propos de Mme Louise Tardif, de l'ACEF des Bois-Francs, dont il est question dans l'Avis du Comité consultatif de lutte contre la pauvreté et l'exclusion sociale publié en 2008 et intitulé « Les répercussions des hausses tarifaires sur les conditions de vie des personnes à faible revenu. Des tarifs qui excluent. Des solutions qui rassemblent. »

plus satisfaits en 2005 avec un taux de satisfaction de 7,6 sur 10, en comparaison à 7,3 pour l'ensemble des clients résidentiels 'en recouvrement' ». <sup>184</sup>

En fait, les nouvelles ententes sont tellement avantageuses qu'elles ne sont plus publicisées... Car Hydro-Québec craint de ne plus pouvoir répondre à la demande si celle-ci devenait trop forte. « Nous faisons une implantation progressive, dit Étienne Mailhot. Si nous avons trop de demandes, nous serions submergés, ce qui risquerait de mettre le programme en péril. »

Lorsque nous regardons la situation à l'ACEF du Sud-Ouest, une des associations de consommateurs qui agit en guise d'intermédiaire entre les personnes à faible revenu et la société d'État <sup>185</sup>, nous ne pouvons que lui donner raison. « Entre avril et octobre 2007, nous avons reçu 616 appels de consommateurs à faible revenu qui avaient du mal à payer leur facture d'électricité et qui étaient 'en recouvrement', dit Mme Isabelle Thibault. C'est plus que ce que nous pouvons recevoir. Nous ne pouvons donc plus donner de rendez-vous aux gens. Lorsque cela se produit, nous leur donnons seulement des trucs pour négocier. »

Il y a aussi autre chose : plus le nombre de consommateurs rejoints est élevé, plus ces consommateurs sont pauvres, et plus ils ont des problèmes psychosociaux. Ce qui représente d'autres défis. « Il y a des gens qu'il est impossible d'accompagner, parce qu'ils sont trop 'poqués', dit Mme Thibault. Souvent, ils sont isolés, ils n'ont personne autour d'eux, et ils ont un problème de santé mentale. Dans leur cas, nous devons intervenir. Cela a pour effet d'augmenter notre charge de travail. Remarquez, le fait que nous puissions avoir accès à cette clientèle est tout de même une bonne nouvelle. »

## 5.5 ...ET POUR HYDRO-QUÉBEC

---

<sup>184</sup> Selon les mots utilisés dans « Actions commerciales destinées à la clientèle à faible revenu », Hydro-Québec Distribution, 16 août 2006. À noter : à la Régie de l'énergie (demande R-3610-2006), ce document porte le numéro HQD-13.

<sup>185</sup> Selon Isabelle Thibault, toutes les associations de consommateurs du Québec acceptent de jouer ce rôle.

Les ententes sont avantageuses, certes. Mais sont-elles respectées? Et surtout, la société d'État réussit-elle à y trouver son compte? D'abord, mentionnons que le taux moyen de respect des ententes CFR est d'environ 50 %<sup>186</sup>. Et que la société d'État refuse de donner des chiffres pour ce qui est du taux de respect des ententes personnalisées. « Nous ne pouvons pas encore faire d'évaluation juste, dit Étienne Mailhot, car aucune entente ne dure depuis 4 ans. En revanche, je peux vous dire que, quelque soit le type d'entente, plus les ententes sont adaptées à la situation du client, plus elles sont respectées. »

Ce que vous venez de lire vous porte à croire qu'Hydro-Québec perd de l'argent dans l'aventure? Selon Étienne Mailhot, ce n'est pas le cas. « Les ententes d'accompagnement ne nous coûtent pas plus cher que le recouvrement traditionnel, dit Étienne Mailhot. En fait, nous arrivons à un impact tarifaire neutre. Ce qui veut dire que les autres clients d'Hydro-Québec ne paient pas pour les ententes que nous prenons avec les personnes à faible revenu. Et ça, c'est important! »

Comment expliquer cela? « Bon an, mal an, nous avons de 35 à 40 millions de mauvaises créances, dit Étienne Mailhot. Pour les récupérer, nous envoyons des avis, nous faisons des appels, nous nous rendons sur place. Parfois, nous débranchons, puis retournons mettre le courant le 1<sup>er</sup> décembre. Tout cela nous coûte de l'argent. » Et, cela va sans dire, sans toujours permettre à la société d'État de récupérer toutes les sommes qui lui sont dues...

## 5.6 QUELQUES LACUNES

Les ententes CFR et les ententes personnalisées sont fort utiles, tant pour les consommateurs que pour Hydro-Québec. Ce qui n'empêche pas les associations de consommateurs de constater quelques lacunes, que voici :

---

<sup>186</sup> Source : « Actions commerciales destinées à la clientèle à faible revenu », Hydro-Québec Distribution, 16 août 2006, p. 23.

- le mode de sollicitation n'est pas toujours adéquat

Selon Isabelle Thibault, il est parfois difficile de joindre les personnes à faible revenu qui bénéficieraient des ententes. Car elles ne sont pas suffisamment publicisées. « C'est bien écrit dans le bulletin *Hydro-Contact* publié par Hydro-Québec, dit-elle. Mais le consommateur qui est aux prises avec le service de recouvrement de cette entreprise depuis des années n'appellera pas le service de recouvrement parce que c'est écrit dans le *Hydro-Contact*... Il faut trouver un meilleur moyen de le rejoindre. »

- pour avoir accès à une entente, il faut être en processus de recouvrement

Comme il s'agit d'ententes de recouvrement, il faut évidemment que les consommateurs soient en processus de recouvrement pour en bénéficier. Or, selon Mme Thibault, des ententes semblables pourraient aussi être utiles à des personnes à faible revenu qui ne sont pas en recouvrement. « Les consommateurs qui ont une dette, mais qui ne sont pas en recouvrement doivent attendre d'être en recouvrement pour obtenir une entente, dit-elle. C'est dommage parce que cela a pour effet d'augmenter leur dette. » Une solution consisterait à établir, sur demande, des entente particulières avec les personnes à faible revenu qui ont une dette avec la société d'État.

- la première entente n'est pas toujours celle qui convient le mieux

Quelle que soit la situation de celui qui rencontre l'association de consommateurs, s'il en est à conclure une première entente, il s'agira nécessairement d'une entente CFR. Selon Mme Thibault, cela peut être un problème. « Parfois, nous concluons des ententes CFR avec des gens, tout en sachant qu'ils ne pourront jamais la respecter, dit-elle. Mais c'est la seule solution que nous avons le droit de leur offrir. Dans ce cas, nous savons très bien que le consommateur ne pourra pas respecter son entente, et qu'il reviendra nous voir. Ce n'est qu'à cette étape que nous pourrons lui offrir une entente personnalisée. Et cela, même si nous savons depuis le début que c'est la seule entente qu'il pourra respecter... »

- On ne parvient pas à rejoindre tous les consommateurs

Aussi louables soient-ils, les programmes mis en place par la société d'État ne permettent pas de rejoindre les personnes les plus pauvres de la société. D'une part parce que, même avec la meilleure entente qui existe actuellement, l'obligation qui leur est dévolue est trop élevée. D'autre part, parce que de plus en plus de personnes auxquelles les différents programmes pourraient être utiles « vivent dans des conditions de vie inacceptables en raison de déficiences légères, de maladie mentale ou de problèmes psychosociaux aigus ».<sup>187</sup> « Il faut songer à mettre en place d'autres programmes pour rejoindre ces personnes, dit Isabelle Thibault. Ce qui ne peut se faire qu'en collaboration avec le gouvernement. »

---

<sup>187</sup> Selon les propos tenus par Mme Louise Tardif, de l'ACEF des Bois-Francis, rapportés dans l'Avis du Comité consultatif de lutte contre la pauvreté et l'exclusion sociale publié en 2008 et intitulé « Les répercussions des hausses tarifaires sur les conditions de vie des personnes à faible revenu. Des tarifs qui excluent. Des solutions qui rassemblent ».

---

## VI - ENTENTES ENTRE GAZ MÉTRO ET LES PERSONNES À FAIBLE REVENU

---

### 6.1 US ET COUTUMES

Hydro-Québec n'est pas la seule entreprise à œuvrer dans le domaine de l'énergie. Et elle n'est pas la seule à avoir des clients qui auraient intérêt à bénéficier d'ententes qui s'échelonnent sur une longue période. Gaz Métro est aussi dans cette situation.<sup>188</sup> « Traditionnellement, lorsqu'un client a du mal à payer sa facture, notre service de recouvrement prend une entente avec lui, dit Marie-Ève Charron, chef de groupe, à la Gestion des comptes à recevoir chez Gaz Métro. Mais cette entente ne s'échelonne pas au-delà du mois de juin ».<sup>189</sup>

En agissant de la sorte, Gaz Métro fait preuve de prudence. « Contrairement à Hydro-Québec, nous n'avons pas une clientèle captive, dit Mme Charron. Lorsqu'elles sont locataires, les personnes qui prennent des ententes avec nous peuvent facilement déménager et se retrouver dans un appartement chauffé à l'électricité. Quand cela se produit, nous avons beaucoup de difficulté à entrer en contact avec elles et à récupérer les sommes qui nous sont dues. Comme la plupart des déménagements ont lieu en juillet, nous voulons que leur dette soit réglée avant. »

L'entreprise avait bien entendu parlé des ententes proposées aux consommateurs par Hydro-Québec, en collaboration avec les associations de consommateurs. Mais elle ne croyait pas être en mesure de proposer à sa clientèle des ententes semblables. « Au sein de notre entreprise, il y avait beaucoup de scepticisme, dit Mme Charron. Les gens ne

---

<sup>188</sup> À noter : Gaz Métro participe aussi au programme Éconologis, géré par l'Agence de l'efficacité énergétique.

<sup>189</sup> Ces propos, comme tous ceux de M<sup>e</sup> Nathalie Rancours cités dans ce rapport, ont été tenus dans le cadre d'une entrevue que Mme Rancours a accordé à l'auteur en février 2008. Elle était accompagnée de son collègue Daniel-Marc Paré, conseiller principal au service à la clientèle de Gaz Métro.

croyaient pas que les clients respecteraient des ententes plus longues que celles qui étaient habituellement prises avec eux. »

## 6.2 UN PROJET PILOTE

Pourtant, Gaz Métro a fini par tenter l'expérience par le biais d'un projet-pilote. « Les associations de consommateurs nous ont dit que si nous proposons à nos clients d'effectuer des versements plus petits et échelonnés sur une plus longue période, cela leur permettrait d'avoir des ententes qui respectent leur capacité de payer, dit Mme Charron. Et qu'avec de telles ententes, nos clients prendraient de bonnes habitudes de paiement et auraient moins tendance à déménager. Nous avons voulu essayer. »

Les nouvelles ententes, qui ont été prises à l'hiver 2005-2006 ainsi qu'au printemps 2006, permettaient aux consommateurs de payer leur dette par le biais de versements égaux échelonnés sur une période allant jusqu'à 18 mois, soit jusqu'en juin 2007. Durant cette période, les consommateurs devaient payer la dette qu'ils avaient accumulée l'hiver précédant l'entente, dit Mme Charron, mais aussi payer l'énergie qu'ils utilisaient pendant la durée de l'entente.

Comment l'entreprise a-t-elle procédé pour conclure ces ententes ? Elle l'a fait, *via* son service de recouvrement. « Nous proposons ces nouvelles ententes aux personnes qui affirmaient ne pas pouvoir rencontrer nos ententes habituelles », dit Mme Charron. Pour en bénéficier, les clients de Gaz Métro devaient s'engager formellement à rembourser leur dette et fournir une copie du renouvellement de leur bail.

Contrairement à ce qui s'est fait à Hydro-Québec, les consommateurs qui ont participé à ce projet-pilote n'étaient pas tous des consommateurs à faible revenu. « Nous n'avons aucune idée de leur revenu ni de leur situation financières, dit Mme Charron. Comme nous n'avons pas besoin de ces renseignements pour servir nos clients, nous ne pouvons pas les leur demander. » De plus, les participants ignoraient qu'ils participaient à un projet pilote.



### 6.3 DES RÉSULTATS DÉCEVANTS

Que dire des résultats? Ils sont extrêmement décevants. Car les personnes qui ont participé au projet pilote ont été moins enclines à payer leurs dettes que celles qui prennent des ententes plus courtes avec le service de recouvrement. Voici quelques chiffres qui se passent de commentaires.

- Un grand nombre de participant a déménagé

Quelques 46 % de participants ont déménagé. Habituellement, c'est seulement 14 % de cette clientèle qui déménage », dit Mme Charron. Selon Mme Charron, cela signifie qu'une entente plus longue n'incite pas les consommateurs à rester dans leur logement.

- Le petit nombre de participants ayant respecté l'entente jusqu'à la fin

« Seulement 9 % l'ont fait, dit Mme Charron. Alors que normalement, 56 % de nos clients respectent leur première entente de paiement. »

- La dette élevée accumulée par les mauvais payeurs

« Dans le cadre du projet-pilote, les participants qui n'ont pas payé leur dette nous doivent en moyenne 953 \$, alors que généralement, parmi cette clientèle, la dette moyenne est de 427 \$. Cela signifie que les participants ont une dette deux fois plus élevée que notre clientèle habituelle. »

De si mauvais résultats ont laissé un goût amer chez Gaz Métro. « La conclusion du projet-pilote, c'est que lorsque les ententes sont trop longues, ça ne fonctionne pas, dit Mme Charron. Nos hypothèses de départ se sont avérées fausses ».

## 6.4 CONCLUSION ET EXPLICATIONS

De si mauvais résultats peuvent-ils être l'objet du hasard ou faut-il tenter une explication? « Peut-être qu'il y a avait une plus grande proportion de locataire parmi les participants que parmi notre clientèle, dit Mme Charron. Cela, nous ne le savons pas. »

M. Sébastien Langlois, propose d'autres explications. Et il est particulièrement critique. Voici les principaux points qu'il a portés à notre attention.

- Des ententes offertes en dernier recours

Gaz Métro offrait les ententes plus longues seulement en dernier recours. Ce qui veut dire que pour les obtenir, il fallait que les participants aient refusé plusieurs autres propositions. Selon M. Langlois, cela a peut-être eu pour effet de les rendre réfractaires. « Si un consommateur doit se battre pour obtenir une entente qui lui convient, dit-il, il risque d'être peu porté à la respecter. »

- Des participants qui s'ignorent

Le fait que Gaz Métro n'ait pas dit aux personnes choisies qu'elles participeraient à un projet-pilote préoccupe M. Langlois. « Pour les consommateurs, savoir qu'ils participent à un projet-pilote a quelque chose de valorisant, dit-il. Cela les amène à respecter davantage leurs ententes. »

- L'absence des associations de consommateurs

Selon M. Langlois, le fait qu'aucune association de consommateurs n'a été invitée à participer au projet constitue aussi un problème. « Les consommateurs qui ne parviennent pas à payer leurs comptes ne font pas seulement face à des problèmes économiques, ils font aussi face à des problèmes psychosociaux, dit-il. Parfois, ils n'ont pas d'argent parce qu'ils ne sont pas capables d'aller chercher tous les revenus auxquels ils ont droit, comme

les allocations familiales ou le supplément de revenu garanti. D'autres fois, ils ont suffisamment d'argent pour payer leur compte, mais ils ne le font pas parce qu'ils sont alcooliques ou dépressifs. » C'est notamment dans ce genre de situations que les associations de consommateurs interviennent. Comme elles constituent un intervenant neutre, la personne endettée lui parlera en toute confiance. Ce qu'elle ne fera probablement pas avec un agent de recouvrement.

- Des chiffres tronqués?

M. Langlois regarde avec scepticisme les chiffres présentés par Gaz Métro. Parmi les choses qui lui semblent incongrues, mentionnons le fait que les participants ayant payé leur dette plus vite que prévu ont été considérés comme ne respectant pas l'entente. « Ils n'ont peut-être pas respecté l'entente à la lettre, mais ils ont payé leur dette, dit-il. N'était-ce pas cela le but visé? »

---

## VII - DES CRITÈRES DE RÉUSSITE

---

Les deux expériences que nous venons de décrire ont eu des résultats diamétralement opposés. Cela nous porte à croire que, pour que les projets de ce type soient une réussite, il faut respecter certains critères. En voici une liste.

- La présence d'un guichet unique

Lorsque les agents de recouvrement travaillant pour Hydro-Québec réalisaient que la personne qu'ils avaient au bout de la ligne ne pouvait pas payer sa dette parce qu'elle n'avait pas suffisamment de revenus ou parce qu'elle avait des problèmes psychosociaux, ils transféraient l'appel à un guichet unique. Les personnes qui travaillaient à ce guichet unique avaient été choisies selon leurs aptitudes et leur ouverture. Elles avaient aussi suivi une formation particulière. Tant les consommateurs ciblés que les associations de consommateurs du Québec avaient accès à ce guichet unique.

- Des critères précis

Selon Sébastien Langlois, les personnes qui obtiennent des ententes particulières doivent être choisies selon des critères très précis. Il doit s'agir de personnes à faible revenu. Et pour s'assurer qu'elles sont bel et bien dans cette situation, il faut tenir compte de certains critères; le nombre de personne vivant dans le même logement, par exemple.

- Des intervenants ayant des dispositions particulières et une formation adéquate.

Les personnes qui contribuent à faire en sorte que les personnes à faible revenu obtiennent des ententes qui leur conviennent doivent être de bonne foi et sensibilisé à la problématique de la pauvreté. Cela était le cas à Hydro-Québec. « Les employés de la société d'État qui travaillaient avec nous avaient une certaine sensibilité à l'égard de la

clientèle à faible revenu, dit Isabelle Thibault. Et ils se sont battus pour que les choses avancent. Je crois que cela y a été beaucoup dans la réussite du programme... »

- Des employés formés adéquatement

Il faut aussi une formation sur mesure. « Les agents de recouvrement de la société d'État ont reçu une formation qui était vraiment excellente, dit Isabelle Thibault. Ni complaisante, ni misérabilisme, elle leur procurait de l'information pertinente. Cela est essentiel. Car en faisant ce travail, il est facile et beaucoup plus confortable de se fermer les yeux. La réalité à laquelle les personnes à faible revenu font face est tellement difficile... »

- La présence des associations de consommateurs

Selon toutes les personnes consultées, il s'agit là d'intervenants de première importance sans lesquels un tel programme ne pourrait voir le jour. « Une association de consommateur doit être présente afin de rencontrer les consommateurs et de s'assurer que les ententes qui leur sont proposées leur conviennent vraiment, dit Sébastien Langlois.<sup>190</sup> Cela crée un genre de tampon entre entreprise et consommateurs. Et permet aux consommateurs d'avoir un intervenant en qui ils ont confiance. » Cela a été le cas chez Hydro-Québec, pas chez Gaz Métro.

Comment convaincre les entreprises? « En leur présentant des arguments qu'elles sont capables d'entendre, dit Mme Thibault. C'est ce que nous avons fait avec Hydro-Québec. Tenter de les apitoyer sur la situation des consommateurs à faible revenu n'aurait rien donné. Nous leur avons plutôt demandé s'ils faisaient de l'argent en agissant comme ils le faisaient, soit en interrompant le service de certains clients en avril et en procédant à un « rebranchement » en novembre. Comme ils n'en faisaient pas, ils se sont mis à nous écouter... »

---

<sup>190</sup> À noter : dans le cadre de l'étude SEPA, un groupe expérimental a été traité par les représentants du distributeur plutôt que par le personnel des associations de consommateurs. Source : « Actions commerciales destinées à la clientèle à faible revenu », Hydro-Québec Distribution, 16 août 2006.

Cela dit, selon Mme Thibault, il ne faut pas que les associations de consommateurs baissent la garde. « Nous avons toujours été transparents, dit-elle. Nous avons dit à Hydro-Québec ‘nous travaillons ensemble, mais nous ne sommes pas devenus amis pour autant. Et si nous avons des intérêts qui convergent, nous avons aussi des intérêts qui divergent.’ C’est dans le respect de ces aspects que nous avons réussi à collaborer. »

- Des ententes intéressantes pour les consommateurs

L’entente doit être intéressante pour les consommateurs, ce n’est qu’à cette condition qu’ils la respecteront. Pour être intéressante, une entente doit :

- o Répondre à un besoin

C’est le cas des ententes prises par Hydro-Québec. D’ailleurs, ces ententes sont populaires dans les HLM, où le locataire n’est pas imputable de sa consommation d’énergie, du moins pas proportionnellement à sa consommation.<sup>191</sup>

- o Être connue

« Savoir qu’on leur a proposé une entente particulière et qu’ils peuvent rembourser leurs dette développe chez les consommateurs un sentiment de fierté qui les amène à respecter leurs obligations », dit Sébastien Langlois.

- o Respecter la capacité de payer des consommateurs

Cela est particulièrement important, tant pour ne pas se mettre les consommateurs à dos que pour obtenir son dû. Les personnes qui donnaient de la formation aux employés d’Hydro-Québec choisis pour travailler auprès des

---

<sup>191</sup> Source : « Actions commerciales destinées à la clientèle à faible revenu », Hydro-Québec Distribution, 16 août 2006. À noter : à la Régie de l’énergie (demande R-3610-2006), ce document porte le numéro HQD-13

personnes à faible revenu utilisaient une métaphore pour expliquer le bien fondé de cette affirmation. Comparant les débiteurs à un pommier, il leur disait que s'il n'y avait que trois pommes dans le pommier, ils auraient beau le brasser, ils ne pourraient pas en récolter plus. Il est aisé de déduire que s'ils prenaient des ententes correctes, ils pourraient éventuellement en récolter d'autres.

- Permettre une certaine flexibilité

Selon Étienne Mailhot, cela est nécessaire, particulièrement pour la clientèle à faible revenu. « Les personnes vulnérables ont besoin de cela », dit-il.

- L'expérience ne doit pas être coûteuse pour l'entreprise et, si possible, lui procurer d'autres avantages.

C'est le cas pour Hydro-Québec, à qui le programme ne coûte pas un sous. Aux dires de l'entreprise, la satisfaction de la clientèle aurait augmentée et les clients à faible revenu qui le peuvent paieraient plus rapidement. Cela ressemble à une réussite.

---

## VIII - REGARD VERS L'AVENIR

---

Maintenant que nous avons entendu les consommateurs, parcouru les lois, règlements et codes d'éthique, regardé de près les pratiques de deux grandes entreprises, peut-on envisager l'avenir avec optimisme? Tout dépend de la volonté des principaux intervenants.

Pour faire en sorte que les choses changent, il faudrait que les organismes chargés de faire respecter les lois dans chaque province aient les moyens de ramener à l'ordre les agences récalcitrantes. Il faudrait que les associations regroupant les agences de recouvrement se dotent d'un code d'éthique convenable et utilisent leur autorité morale pour faire en sorte que leurs membres le respectent. Et il faudrait que des mesures soient mises en place afin de renseigner les consommateurs sur leurs droits ainsi que sur les nouvelles pratiques des agences de recouvrement.

Pour protéger certains débiteurs particulièrement vulnérables,<sup>192</sup> il faudrait aussi que les associations de consommateurs se penchent sur la possibilité d'agir comme intermédiaire entre eux et les agences de recouvrement et/ ou les entreprises, de manière à faire en sorte que les pratiques abusives cessent et qu'un arrangement puisse être pris. Il faudrait aussi que ces dernières admettent que dans certain cas, aucune entente n'est possible. Enfin, il faudrait que les entreprises se penchent sur le programme mis en place chez Hydro-Québec et sur le projet pilote réalisé chez Gaz Métro, cela afin de s'inspirer du premier et d'éviter les pièges mis au jour par le second..

Par ailleurs, nous pouvons nous demander ce que la société d'État peut faire de plus. Selon Isabelle Thibault, elle a fait le maximum qu'elle pouvait faire, et la suite passe nécessairement par une action du gouvernement. « Hydro-Québec n'a pas pour mandat de redistribuer la richesse et de prendre soin des pauvres, dit Mme Thibault. C'est au gouvernement de faire ça. Il faudrait qu'il mette en place un système parapluie. »

---

<sup>192</sup> C'est notamment le cas des personnes assistées sociales.



La spécialiste ajoute qu'il y a des gens que la société d'État ne rejoindra jamais. « Même avec un soutien à la facturation de 40 %, il y a des gens qui ne sont pas capables de payer, dit Mme Thibault. Et puis, Hydro-Québec ne fournit de l'énergie qu'à 70 % de la population. Il y a donc un 30 % de la population qui n'est pas rejoint par les programmes qu'elle mets en place. »

Pour cette raison, l'ACEF du Sud-Ouest envoie les cas les plus problématiques au député concerné. « Nous demandons aux gens de nous dire comment ils ont été reçus, dit Mme Thibault, et ce qu'ils ont obtenu. S'ils sont parvenus à avoir une entente, nous voulons la connaître. » En agissant de la sorte, Mme Thibault affirme vouloir sensibiliser les députés à la réalité des consommateurs à faible revenu. « Nous voulons leur dire : 'Hydro-Québec a fait un bon bout de chemin, c'est à vous maintenant de prendre la relève ' », dit-elle.

Il semble bien que sa demande soit entendue. Au moment d'écrire ces lignes, l'ACEF du Sud-Ouest et quelques autres associations de consommateurs s'apprêtaient à rencontrer le caucus des députés. Ce faisant, l'association voulait sensibiliser le gouvernement aux limites que peuvent avoir des programmes destinées aux personnes à faible revenu – « malgré neuf ans de travail avec Hydro-Québec, nous ne parvenons pas encore à aider les personnes les plus pauvres de la société », dit Mme Thibault-, et la nécessité d'aider autrement ces personnes – par exemple, par le biais d'une aide qui garantie, à tous, l'accès à l'énergie de façon permanente.

Parmi les demandes qui étaient alors sur la table, mentionnons des solutions qui sont faciles d'accès, qui tiennent compte du revenu et de la taille du ménage, qui sont administrées par l'État, qui sont appliquées à toutes les formes d'énergie (peu importe le fournisseur) et qui sont offertes tant aux ménages à faible revenu qui paient leur facture d'énergie directement au fournisseur qu'à celle qui la paient à leur propriétaire, via leur loyer. « Cela pourrait s'inspirer du LIHEAP<sup>193</sup>, dit Sébastien Langlois. Ce programme, qui est « le principal programme national aux États-Unis » vise principalement « à aider

---

<sup>193</sup> Tel que mentionné précédemment, cette abréviation signifie *Low Income Home Energy Assistance Program*.

les ménages à faible revenu et les personnes âgées à payer leurs factures de chauffage en hiver et de climatisation en été ». <sup>194</sup>

Il faut aussi mettre en place d'autres mesures qui s'attaqueront aux causes des problèmes tels l'insuffisance de revenu et « la mauvaise qualité des logements occupés par les personnes et les familles en situation de pauvreté qui n'ont pas accès au logement social ou aux coopératives d'habitation », peut-on lire dans l'Avis du comité consultatif de lutte contre la pauvreté et l'exclusion sociale<sup>195</sup>. C'est le cas de 80 % des ménages à faible revenu, malgré les investissements importants consentis pour le logement social dans le cadre du Plan d'action gouvernemental en matière de lutte contre la pauvreté et l'exclusion sociale. » Il ne reste qu'à espérer que cela aura des suites positives. Cela est d'autant plus important que la pauvreté ne cesse d'augmenter. Tout comme le coût de l'énergie d'ailleurs. Ce qui ne présage rien de bon pour les personnes en recouvrement. Du moins, si rien n'est fait pour améliorer leur sort.

## **NOS CONCLUSIONS ET NOS RECOMMANDATIONS**

Notre recherche nous permet de constater qu'il y a encore beaucoup d'abus dans l'industrie du recouvrement et qu'il y a peu de chance que la situation s'améliore rapidement. Mais cela ne veut pas dire qu'il n'y a pas d'espoir. En faisant en sorte que son service de recouvrement adopte de nouvelles pratiques, Hydro-Québec a démontré qu'il est possible de recouvrer des créances d'une manière humaine et responsable, sans coûts supplémentaires. Entreprises et agences de recouvrement auraient intérêt à s'inspirer des réalisations de la société d'État. Espérons que ce rapport les y aidera.

---

<sup>194</sup> Selon les mots utilisés dans « Prise en considération des consommateurs à faible revenu dans les prestations des services publics : où en est le Canada ? L'eau et l'énergie », publié par l'Union des consommateurs en juillet 2006. On y mentionne aussi que, au cours de l'année fiscale 2005, « ce programme est venu en aide à plus de 4,9 millions de ménages à faible revenu. À noter : ce document fait état d'autres programmes mis en place par différents états américains. URL : <http://www.consommateur.qc.ca/union-des-consommateurs/docu/energie/10-services-pub-f2.pdf>

<sup>195</sup> Source : Comité consultatif de lutte contre la pauvreté et l'exclusion sociale, « Les répercussions des hausses tarifaires sur les conditions de vie des personnes à faible revenu. Des tarifs qui excluent. Des solutions qui rassemblent », 2008. URL : <http://www.cclp.gouv.qc.ca/publications/index-avis.asp?categorie=1501101#liste>

À la suite de l'analyse des résultats de cette recherche, Option consommateurs émet les recommandations suivantes :

Recommandation 1

**Option consommateurs recommande que, dans chaque province, les législateurs s'inspirent de la loi américaine afin d'améliorer leurs lois respectives.**

Recommandation 2

**Option consommateurs recommande que les tribunaux, commission et agences compétentes fassent de même pour les interpréter.**

Recommandation 3

**Option consommateurs recommande que les organismes responsables de l'application de la loi dans chaque province aient des budgets et des ressources leur permettant de faire toutes les enquêtes qui s'imposent.**

Recommandation 4

**Option consommateurs recommande que les entreprises et les agences de recouvrement soient sensibilisées à la situation que vivent les personnes à faible revenu lorsqu'elles sont « en recouvrement » et informées des conséquences que peuvent avoir sur elles les tactiques de recouvrement abusives.**

Recommandation 5

**Option consommateurs recommande que des mesures soient mises afin de faire connaître aux grandes entreprises et aux agences de recouvrement le programme mis en place chez Hydro-Québec Distribution et de les inciter mettre en place un programme semblable chez elles.**

Recommandation 6

**Option consommateurs recommande que les organismes regroupant des agences de recouvrement adoptent des codes de conduite qui incitent leurs membres à tenir compte de la réalité des personnes à faible revenu ainsi que de la capacité de payer de leurs clients.**

Recommandation 7

**Option consommateurs recommande que des mesures soient prises afin de faire en sorte que les consommateurs, notamment les consommateurs à faible revenu, soient informés de leurs droits lorsqu'ils font face à une agence de recouvrement.**

Recommandation 8

**Option consommateurs recommande que des mécanismes soient mis en place afin de soutenir les personnes à faible revenu aux prises avec une agence de recouvrement.**

---

## BIBLIOGRAPHIE

---

### Documents divers

Association des comptables généraux certifiés du Canada, « Où va l'argent ? La croissance de l'endettement des ménages au Canada », 2007. URL : [http://www.cga-canada.org/fr-ca/ResearchAndAdvocacy/AreasOfInterest/DebtandConsumption/Pages/ca\\_debt\\_index.aspx](http://www.cga-canada.org/fr-ca/ResearchAndAdvocacy/AreasOfInterest/DebtandConsumption/Pages/ca_debt_index.aspx)

Bureau de la consommation du Canada. Liste harmonisée des pratiques de recouvrement interdites. URL : [http://www.ic.gc.ca/epic/site/oca-bc.nsf/fr/ca01786f\\_2.html](http://www.ic.gc.ca/epic/site/oca-bc.nsf/fr/ca01786f_2.html).

Bureau d'Études socio-graphique, « Analyse comparée des profils de consommation des MFR<sup>196</sup> et des non MFR », 17 mars 2008.

Comité consultatif de lutte contre la pauvreté et l'exclusion sociale, « Les répercussions des hausses tarifaires sur les conditions de vie des personnes à faible revenu. Des tarifs qui excluent. Des solutions qui rassemblent », 2008. URL : <http://www.cclp.gouv.qc.ca/publications/index-avis.asp?categorie=1501101#liste>

Hydro-Québec, « Notre choix est clair. Notre choix est vert. », Rapport annuel 2006. URL : [http://www.hydroquebec.com/publications/fr/rapport\\_annuel/2006/index.html](http://www.hydroquebec.com/publications/fr/rapport_annuel/2006/index.html)

Hydro-Québec, « Une énergie durable », Rapport sur le développement durable 2007. URL : [http://www.hydroquebec.com/publications/fr/rapport\\_perf\\_enviro/2007/pdf/rdd\\_2007\\_fr.pdf](http://www.hydroquebec.com/publications/fr/rapport_perf_enviro/2007/pdf/rdd_2007_fr.pdf)

Hydro-Québec Distribution, « Actions commerciales destinées à la clientèle à faible revenu », 16 août 2006. (demande R-3610 – 2006 ; HQD-13)

Hydro-Québec Distribution, « Stratégie clientèle à faible revenu », 1<sup>er</sup> août 2007 (demande R-3644-2007, HQD-14) (document 2).

National Low Income Energy Consortium, « *Paid but Unaffordable. The Consequences of Energy Poverty in Missouri – and Elsewhere* », juin 2004. URL : <http://www.nliec.org/2004%20Conference/MOoverview.pdf>

---

<sup>196</sup> MFR est l'abréviation de ménages à faible revenu.

Office de la protection du consommateur. « À tous les agents de recouvrement. Informations sur les nouvelles exigences de la loi. » Communiqué. URL : [http://www.opc.gouv.qc.ca/Documents/Publications/Commerçants/AgentRecouvrement/LA\\_Infomations\\_Nouvelles\\_Exigences\\_Loi.pdf](http://www.opc.gouv.qc.ca/Documents/Publications/Commerçants/AgentRecouvrement/LA_Infomations_Nouvelles_Exigences_Loi.pdf)

RAINVILLE, Bertrand, « Le surendettement. Fracture individuelle et sociale », Centre d'intervention budgétaire et sociale (CIBES) de la Mauricie, 2006.

RICARD, Philippe, « La part du budget des ménages québécois consacrée aux dépenses d'électricité », Bureau d'Études socio-graphiques, juin 1998.

RICARD, Philippe, « L'étude SEPA, l'expérience MART. Analyse et rapport d'évaluation ». Bureau d'Études socio-graphiques. Décembre 2004.

UNION DES CONSOMMATEURS, « Prise en considération des consommateurs à faible revenu dans les prestations des services publics : où en est le Canada ? L'eau et l'énergie », juillet 2006.

### **Lois, règlements et codes d'éthique**

#### En Ontario :

Loi sur les agences de recouvrement. Chapitre C-14. URL : [http://www.e-laws.gov.on.ca/html/statutes/french/elaws\\_statutes\\_90c14\\_f.htm](http://www.e-laws.gov.on.ca/html/statutes/french/elaws_statutes_90c14_f.htm).

Règlement 74 de la Loi sur les agences de recouvrement. URL : [http://www.e-laws.gov.on.ca/html/regs/english/elaws\\_regs\\_900074\\_e.htm](http://www.e-laws.gov.on.ca/html/regs/english/elaws_regs_900074_e.htm)

Code d'éthique de l'*Ontario Society of Collection Agencies*. URL : <http://www.oscagencies.com/8.html>.

#### Au Québec :

Loi sur le recouvrement de certaines créances. L.R.Q., chapitre R-2.2. URL : [http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=2&file=/R\\_2\\_2/R2\\_2.html](http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=2&file=/R_2_2/R2_2.html)

Règlement d'application de la Loi sur le recouvrement de certaines créances, c. R-2.2, r.1.  
URL :

[http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=2&file=/R\\_2\\_2/R2\\_2R1.html](http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=2&file=/R_2_2/R2_2R1.html)

Code d'éthique et de déontologie de l'Association des directeurs de crédit de Montréal (voir annexe 2).

Règlement sur l'éthique et la déontologie des administrateurs publics. URL : [http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=2&file=/M\\_30/M30R0\\_1.htm](http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=2&file=/M_30/M30R0_1.htm).

#### Au Nouveau-Brunswick :

Loi sur les agences de recouvrement. Chapitre C-8. URL : <http://www.canlii.org/nb/legis/loi/c-8/20040210/tout.html>

Règlement général 84-256 de la Loi sur les agences de recouvrement. URL : <http://www.canlii.org/nb/legis/regl/1984r.256/index.html>

#### Aux États-Unis :

*The Fair Debt Collection Practices Act*. URL : <http://www.ftc.gov/bcp/edu/pubs/consumer/credit/cre27.pdf>.

Code d'éthique et code des opérations de l'ACA International. URL : [http://www.acainternational.org/images/88/code\\_of\\_ethics.pdf](http://www.acainternational.org/images/88/code_of_ethics.pdf).

#### En Belgique :

Code de déontologie de l'Association Belge des Sociétés de recouvrement. URL : <http://www.abrbvi.be/fr/codetekst.aspx>.

#### Autres sites Web consultés :

Campaign for Home Energy Assistance. URL: <http://www.liheap.org/>

Gaz Métro. URL: <http://www.gazmetro.com/Residentiel/Default.aspx?fr-CA>

Hydro-Québec. URL : <http://www.hydroquebec.com/>.

Ministère des Services gouvernementaux et des Services aux consommateurs de l'Ontario.  
URL : <http://www.gov.on.ca/mgs/>.

Services à la consommation du ministère de la Justice du Nouveau-Brunswick. URL :  
<http://www.gnb.ca/0062/Rentalsman/index-f.asp>



---

**ANNEXES**

---

## ANNEXE 1 – QUESTIONNAIRES D'ENTREVUE AVEC LES PERSONNES EN RECOUVREMENT

### QUESTIONNAIRE

(Entrevues avec personnes « en recouvrement »)

|   |  |   |   |   |   |   |
|---|--|---|---|---|---|---|
| Vous êtes :   | <input type="radio"/> un homme           | <input type="radio"/> une femme             |   |   |   |   |
| Vous avez entre :                                     | <input type="radio"/> 18 à 30 ans        | <input type="radio"/> 31 à 40 ans           | <input type="radio"/> 41 à 50 ans           | <input type="radio"/> 51 à 60 ans             | <input type="radio"/> 61 ans et +           |   |
| Est-ce que vous travaillez ?                          | <input type="radio"/> oui                | <input type="radio"/> non                   |   |   |   |   |
| Sinon, quelle est votre principale source de revenu ? | <input type="radio"/> aide sociale       | <input type="radio"/> assurance emploi      | <input type="radio"/> prêts et bourses      | <input type="radio"/> pension du gouvernement | <input type="radio"/> autre _____           |   |
| Vous revenu familial est de :                         | <input type="radio"/> moins de 30 000 \$ | <input type="radio"/> entre 30 et 45 000 \$ | <input type="radio"/> entre 45 et 60 000 \$ | <input type="radio"/> entre 60 et 75 000 \$   | <input type="radio"/> entre 75 et 90 000 \$ | <input type="radio"/> plus de 90 000 \$ |
| Votre famille est composée de _____                   | personnes                                |   |   |   |   |   |

1. Pour quelle(s) dette(s) êtes-vous en recouvrement ? \_\_\_\_\_  
Quel est le montant de cette / ces dette(s) \_\_\_\_\_  
Après de quelle(s) entreprise(s) a-t-elle / ont-elles été contractée(s) ?  
\_\_\_\_\_
2. Le recouvrement a-t-il été fait par une entreprise ou par une agence de recouvrement ? \_\_\_\_\_  
S'il s'agit d'une agence de recouvrement, mentionner son nom \_\_\_\_\_
3. Quand vous a-t-on contacté pour la première fois ? \_\_\_\_\_
4. Comment vous a-t-on contacté ?  
Par téléphone \_\_\_\_\_ Par la poste \_\_\_\_\_ Les deux \_\_\_\_\_ Autres \_\_\_\_\_

Si c'est par écrit, quelle allure avait le(s) document(s) ?

Lettre \_\_\_\_\_ Document légal \_\_\_\_\_ Les deux \_\_\_\_\_ Autre \_\_\_\_\_

5. Quel(s) jour(s) vous a-t-on appelé ? \_\_\_\_\_

À quelle(s) heure(s)? \_\_\_\_\_

6. À quelle fréquence vous a-t-on appelé \_\_\_\_\_

7. L'agent qui vous a contacté vous a-t-il donné : Par écrit / par  
tél.

|                                       |                       |                       |
|---------------------------------------|-----------------------|-----------------------|
| son nom                               | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| le nom de l'agence de recouvrement    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| l'adresse de l'agence de recouvrement | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| un numéro de permis                   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| le nom du créancier                   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| le montant de la créance              | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

7. A-t-il communiqué avec d'autres personnes au sujet de votre créance ?

oui  non

Si oui, qui a-t-il contacté ?  voisin  parent  ami  employeur  autre

8. Est-ce que cela vous a nuit ? \_\_\_\_\_

Comment ? \_\_\_\_\_

9. Vous êtes-vous senti menacé de quelque manière que ce soit ?  oui  non

Si oui, de quoi avez-vous été menacé ? \_\_\_\_\_

Que vous a-t-on dit exactement ? \_\_\_\_\_

10. L'agent de recouvrement qui vous a contacté vous a-t-il d'abord demandé de payer la totalité de la somme due ?  oui  non

12. Par la suite, vous a-t-il proposé une entente ?  oui  non

Si oui, laquelle ? \_\_\_\_\_

Cette entente tenait-elle compte de votre capacité de payer ? \_\_\_\_\_

13. Avez-vous eu une confirmation écrite de l'entente ? \_\_\_\_\_

14. L'entreprise ou l'agence ont-ils respecté l'entente ? \_\_\_\_\_

15. De votre côté, êtes-vous parvenu à respecter l'entente?    o oui    o non

Si non, pourquoi ? \_\_\_\_\_

16. Vous a-t-on demandé de payer des frais ? o oui    o non

Si oui, lesquels ?

o frais de recouvrement    o intérêts    o frais d'administration    o pénalités    o autres

De combien étaient ces frais? \_\_\_\_\_

17. Avez-vous l'impression d'avoir été victime de harcèlement ?    o oui    o non

Si oui, pourquoi (décrire les comportements harcelants)?

\_\_\_\_\_

18. Avez-vous envoyé une lettre? \_\_\_\_\_ Que demandiez-vous ? \_\_\_\_\_

Quels ont été les résultats ? \_\_\_\_\_

19. Durant cette expérience, vous êtes-vous senti...

o stressé    o jugé    o infantilisé    o traité de manière dégradante    o autre  
(décrire)\_\_\_\_\_

20. Autres éléments dont vous voulez nous faire part.

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

## ANNEXE 2 – CODE D'ÉTHIQUE ET DE DÉONTOLOGIE DE L'ASSOCIATION DES DIRECTEURS DE CRÉDIT DE MONTRÉAL

# 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'Association des directeurs de crédit de Montréal, de favoriser la transparence et de responsabiliser l'administration.

Ce code d'éthique et de déontologie s'applique à tous les membres de l'Association des directeurs de crédit de Montréal incluant les administrateurs et le directeur général.

### CHAPITRE II

#### PRINCIPES D'ÉTHIQUE ET RÈGLES GÉNÉRALES DE DÉONTOLOGIE

2. Les administrateurs sont élus pour contribuer, dans le cadre de leur mandat, à la réalisation de la mission de l'Association des directeurs de crédit de Montréal.

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

3. Le membre 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 Règlement sur l'éthique et la déontologie des administrateurs publics*, ainsi que ceux établis dans le présent code d'éthique et de déontologie. 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 s'assurer que ses affaires personnelles ne puissent nuire à l'exercice de ses fonctions.

Le membre qui, à la demande de l'Association des directeurs de crédit de Montréal, exerce des fonctions dans un autre organisme ou entreprise, ou en est membre, est tenu aux mêmes obligations.

4. Le membre 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 une personne 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.

5. Le président du conseil d'administration, le directeur général et les administrateurs doivent faire preuve de réserve dans la manifestation publique de leurs opinions politiques.
6. Le membre 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'Association des directeurs de crédit de Montréal 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'Association des directeurs de crédit de Montréal, en indiquant, le cas échéant, leur nature et leur valeur.

Sous réserve de l'article 4, la personne nommée ou désignée dans un autre organisme ou entreprise doit aussi faire cette dénonciation à l'autorité qui l'a nommé ou désigné.

7. L'administrateur 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'Association des directeurs de crédit de Montréal doit, sous peine de révocation, dénoncer par écrit cet intérêt au président 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 relatif à cette question.

Le présent article n'a toutefois pas pour effet d'empêcher un administrateur 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.

8. L'administrateur ne doit pas confondre les biens de l'Association des directeurs de crédit de Montréal avec les siens et ne peut les utiliser à son profit ou au profit de tiers.
9. L'administrateur 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 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.

10. L'administrateur 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.
11. Lorsque l'administrateur se voit offrir un cadeau, marque d'hospitalité ou avantage qui pourrait ne pas être d'usage ou de valeur modeste, il en informe par écrit le président du conseil d'administration et le directeur général. Ceux-ci devront évaluer si l'administrateur peut accepter tel cadeau selon les règles du présent code et les coutumes et aviseront l'administrateur par écrit de la décision prise à cet effet.
12. L'administrateur ne peut, directement ou indirectement, accorder, solliciter ou accepter une faveur ou un avantage indu pour lui-même ou pour un tiers.
13. L'administrateur 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'Association des directeurs de crédit de Montréal.
14. L'administrateur 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'Association des directeurs de crédit de Montréal, ou un autre organisme ou entreprise avec lequel il avait des rapports directs importants pendant la dernière année qui a précédé la fin de son mandat comme administrateur de l'Association des directeurs de crédit de Montréal.
15. Le président du conseil d'administration doit s'assurer du respect des principes d'éthique et des règles de déontologie par les administrateurs de l'Association des directeurs de crédit de Montréal.

Le conseil d'administration doit s'assurer du respect des principes d'éthique et des règles de déontologie par les membres de l'Association des directeurs de crédit de Montréal.

### **CHAPITRE III**

#### **ACTIVITÉS POLITIQUES**

16. L'administrateur, le président du conseil d'administration ou le directeur général qui a l'intention de présenter sa candidature à une charge publique électorale doit en informer le Conseil exécutif.

17. Le conseil d'administration décidera si l'administrateur peut combiner ses deux fonctions sans nuire à l'une ou à l'autre tel que décrits dans le présent code d'éthique et de déontologie.

Si les nouvelles fonctions de l'administrateur nuisent ou peuvent nuire à celles qu'il exerce au sein de l'Association des directeurs de crédit de Montréal, il devra se démettre de ses fonctions d'administrateur de l'Association des directeurs de crédit de Montréal

## **CHAPITRE IV**

### **RÉMUNÉRATION**

18. L'administrateur n'a droit qu'à la rémunération et au remboursement des dépenses prévues par le conseil d'administration de l'Association des directeurs de crédit de Montréal.
19. L'administrateur révoqué pour une cause juste et suffisante ne peut recevoir d'allocation ni d'indemnité de départ.

## **CHAPITRE V**

### **PROCESSUS DISCIPLINAIRE**

20. En cas de manquement aux devoirs d'éthique et de déontologie prévus au présent code, le membre impliqué sera soumis au processus disciplinaire de l'Association des directeurs de crédit de Montréal.

La sanction sera en fonction de la gravité de la faute: réprimande, suspension sans rémunération d'une durée à être évaluée ou la révocation.

2005.