

EYB2014REP1466

Repères, Janvier 2014

Rachel April GIGUÈRE* et Sidney ELBAZ*

Commentaire sur les décisions Dubé c. Nissan Canada Finance, division de Nissan Canada inc. ; Dion c. Compagnie de services de financement automobile Primus Canada ; Daneau c. General Motors Acceptance Corporation du Canada ltée (GMAC) ; St-Pierre c. Banque Royale du Canada – Divulgence des frais dans les contrats types : mieux vaut être clair

Indexation

PROTECTION DU CONSOMMATEUR ; CONTRATS RELATIFS AUX BIENS ET AUX SERVICES ; CONTRATS DE CRÉDIT ; CONTRATS ASSORTIS D'UN CRÉDIT ; VENTE À TEMPÉRAMENT ; PRATIQUES DE COMMERCE ; PRATIQUES INTERDITES ; REPRÉSENTATIONS FAUSSES OU TROMPEUSES ; RECOURS CIVILS ; RÉDUCTION DES OBLIGATIONS ; DOMMAGES-INTÉRÊTS PUNITIFS ; PROCÉDURE CIVILE ; RECOURS COLLECTIF ; JUGEMENT FINAL

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION

I- LES FAITS

II- LES DÉCISIONS

III- LE COMMENTAIRE DES AUTEURS

CONCLUSION

Résumé

Les auteurs discutent de décisions rendues à l'été 2013 par la Cour supérieure du Québec dans quatre recours collectifs traitant de la légalité, eu égard à la Loi sur la protection du consommateur (la Loi), de la divulgation de certains frais figurant dans des contrats de vente ou de location à long terme de véhicules. Les auteurs soulignent la position prise par la Cour voulant que les dispositions de la loi relatives aux représentations fausses ou trompeuses s'appliquent non pas seulement aux représentations précédant la conclusion de contrats avec des consommateurs, mais aussi au contenu de ces contrats. Les auteurs rapportent aussi les démarches entreprises par les défenderesses afin de remédier aux défauts allégués par les demandeurs après l'institution des recours contre elles et en décrivent l'impact sur la décision rendue. Il est à noter que ces quatre décisions ont été portées devant la Cour d'appel, dont la décision constituera une clarification intéressante quant à l'étendue des dispositions de la loi relatives aux représentations, quelle qu'elle soit.

INTRODUCTION

Les quatre recours collectifs¹ ont été institués entre 2007 et 2009, chacun contre une société de financement d'achat ou de location de véhicules automobiles. Alléguant que la description de certains frais contenue aux contrats types de financement des défenderesses était illégale, les demandeurs cherchaient à en obtenir le remboursement. La Cour supérieure a déterminé que dans trois des quatre cas, la description des frais en litige était fautive ou trompeuse, et contrevenait ainsi à la Loi. Toutefois, et malgré ce constat, la Cour a refusé d'accorder le remboursement demandé, constatant que les acheteurs et les locataires de véhicules n'avaient subi aucun dommage en raison de ces représentations illégales. Deux des trois sociétés en faute ont cependant été condamnées à des dommages punitifs parce qu'elles n'avaient pas modifié leurs contrats types afin de se conformer à la Loi², et ce, même après l'institution des procédures qui avaient nécessairement porté à leur attention l'existence de ces lacunes.

I– LES FAITS

Bien que soulevant les mêmes questions juridiques, ces quatre affaires étaient basées sur des faits distincts et ont conséquemment eu pour résultat des jugements différents. Dans chaque cas, le recours collectif a été institué au nom des consommateurs ayant acheté ou loué à long terme des véhicules et obtenu à cette fin du financement des défenderesses (chacune, une défenderesse). Le litige portait sur la description faite, dans les contrats types de financement (les contrats de financement) utilisés par les défenderesses lors de la vente ou l'achat de véhicules, des frais engagés par les défenderesses pour publier les sûretés ou réserves de propriété au Registre des droits réels et personnels mobiliers (le RDPRM) qui garantissaient chaque financement. Les descriptions de ces frais variaient selon les contrats de financement. À titre d'exemple, elles incluaient les intitulés « frais d'inscription au RDPRM », « frais de publication des documents de location », « frais de publication des sûretés mobilières », « autres composantes (frais du RDPRM, etc.) ». Il était invoqué que ces descriptions étaient fausses ou trompeuses au sens de la Loi, en ce qu'elles cherchaient à faire croire que le plein montant facturé sous ce poste correspondait aux frais légalement exigés par le registraire du RDPRM en vertu du Tarif des droits relatifs au RDPRM (le Tarif). Dans les faits, les montants indiqués comportaient les frais exigés en vertu du Tarif, mais aussi les frais facturés par les fournisseurs de service retenus par les défenderesses pour effectuer les publications des sûretés et réserves de propriété au RDPRM. Les demandeurs réclamaient le remboursement, à titre de dommages, de la différence entre les frais demandés par les défenderesses dits associés aux inscriptions au RDPRM et les frais récemment exigés par le registraire en vertu du Tarif, de même que des dommages-intérêts punitifs.

II– LES DÉCISIONS

La Cour a commencé par déterminer si les dispositions qui interdisent à un commerçant de faire des représentations fausses ou trompeuses s'appliquaient aux contrats de financement. L'argument soumis par les défenderesses était que les « représentations » au sens de la Loi n'incluaient pas celles qui

* M^{es} Rachel April Giguère et Sidney Elbaz sont tous deux sociétaires au sein du groupe de restructuration du cabinet McMillan, S.E.N.C.R.L., s.r.l.

¹ *Dubé c. Nissan Canada Finance, division de Nissan Canada inc.*, EYB 2013-225180, 2013 QCCS 3653 ; inscription en appel, C.A. Montréal, 500-09-023760-135, 23 juillet 2013; *Dion c. Compagnie de services de financement automobile Primus Canada*, EYB 2013-225181, 2013 QCCS 3654 ; *Daneau c. General Motors Acceptance Corporation du Canada ltée (GMAC)*, EYB 2013-225178, 2013 QCCS 3655 ; *St-Pierre c. Banque Royale du Canada*, EYB 2013-225179, 2013 QCCS 3657.

² *Loi sur la protection du consommateur*, RLRQ, c. P-40.1.

pouvaient être faites dans le cadre même du contrat intervenu entre un commerçant et un consommateur. Cette position s'appuyait sur la récente décision de la Cour suprême dans *Times*³, dans laquelle celle-ci avait défini un cadre d'analyse des dispositions sur les représentations fausses ou trompeuses au stade précontractuel de la relation consommateur-commerçant. Les défenderesses faisaient valoir que ces dispositions ne visaient que les représentations faites préalablement à la conclusion de contrats, comme dans l'affaire *Times*. Ainsi, selon elles, les représentations qui auraient pu être faites dans une publicité ou directement en magasin avant la vente ou la location des véhicules étaient visées, mais pas les mentions se trouvant dans les contrats de financement.

La Cour a écarté cet argument, indiquant que bien que l'arrêt *Times* invoqué applique ces dispositions aux relations précontractuelles, celles-ci touchent aussi le cadre contractuel de la relation. Selon la Cour, le législateur n'a probablement pas voulu limiter l'interdiction de faire de fausses déclarations à la phase précontractuelle de la relation consommateur-marchand.

Ayant déterminé que les dispositions de la Loi s'appliquaient aux contrats de financement, la Cour a appliqué l'analyse faite dans *Times* des représentations en litige aux clauses des contrats de financement afin de déterminer si les descriptions des frais de publication en litige étaient fausses ou trompeuses au sens de la Loi. Cette analyse en deux étapes prévoit qu'il faut i) « décrire d'abord l'impression générale que la représentation est susceptible de donner chez le consommateur crédule et inexpérimenté » ; avant de ii) « déterminer si cette impression générale est conforme à la réalité ». Lorsque la réponse à la seconde partie de l'analyse est négative, il y a eu pratique interdite.

La Cour a ainsi jugé que la divulgation des frais reliés à la publication au RDPRM faite dans les contrats de financement de trois des quatre défenderesses était telle que l'impression donnée au consommateur était que ces frais n'incluaient que ceux exigés en vertu du Tarif alors qu'en réalité d'autres frais étaient facturés au consommateur sous ce même titre. Dans le quatrième cas, l'intitulé était rédigé d'une façon qui laissait comprendre que d'autres frais que ceux prévus au Tarif étaient inclus.

Malgré tout, les trois défenderesses en faute n'ont pas été condamnées aux dommages-intérêts demandés. Les représentations fausses ou trompeuses doivent être susceptibles d'influencer le comportement du consommateur pour arriver à la conclusion qu'un dommage a été subi, tel que le rappelle aussi la Cour suprême dans *Times*. En l'espèce, le remboursement des sommes facturées pour l'inscription des droits en sus des frais exigés au Tarif pour la publication au RDPRM a été refusé, même si la description qui en était faite était insuffisante et contrevenait à la Loi. En effet, la Cour a pris acte de l'aveu que les membres du recours collectif auraient acheté ou loué les véhicules même si les frais avaient été correctement détaillés. Les membres n'avaient, par conséquent, subi aucun dommage.

Quant aux dommages punitifs réclamés contre les défenderesses, la Cour a considéré que leur comportement malveillant ou vexatoire n'avait pas été prouvé. Toutefois, deux des trois défenderesses fautives ont été condamnées à 150 000 \$ à titre de dommages-intérêts punitifs. Ces derniers n'avaient pas modifié leurs contrats de financement afin d'en retirer les représentations litigieuses, malgré les procédures entamées contre elles. La troisième défenderesse en faute avait pour sa part modifié ses contrats types afin de clarifier la description des frais associés à la publication au RDPRM, avant même que les procédures de recours collectif ne soient instituées. Par conséquent, il aurait été inapproprié de la condamner à des dommages punitifs.

³ *Richard c. Times*, 2012 CSC 8, EYB 2012-202688.

III- LE COMMENTAIRE DES AUTEURS

Les quatre décisions ont été portées en appel par les demandeurs. Bien que l'issue des débats qu'elles soulèvent soit incertaine, il est important de souligner l'approche mise de l'avant par la Cour supérieure selon laquelle le texte des contrats de consommation ferait aussi partie des représentations faites aux consommateurs. Cela doit constituer un rappel aux commerçants de porter une attention toute particulière à ce que leurs représentations aux consommateurs soient aussi claires que possible, incluant quant aux frais attribuables à de tierces parties et refacturés aux consommateurs. Plus encore, ils devront être conscients que leurs représentations incluent non seulement toutes celles qu'ils pourraient faire en vue de signer un contrat avec le consommateur, tel que dans le cadre publicitaire ou dans les explications données par leurs représentants en magasin, mais aussi le contenu des contrats qu'ils feront signer. En effet, ils contreviennent à la Loi si quelque partie de ces représentations est fautive ou trompeuse, sans égard à l'influence de cette représentation sur le consommateur.

Si le raisonnement de ces décisions est confirmé en appel, les entreprises devront faire en sorte d'être proactives dès lors qu'une de leurs pratiques est dénoncée comme pouvant être en violation de la Loi afin de mitiger les risques de condamnation à des dommages punitifs. C'est ainsi que dans l'un des cas discutés, la Cour a reconnu l'initiative de la défenderesse de corriger ses formulaires dès que l'insuffisance de la description des frais s'y trouvant a été portée à son attention. La Cour y a vu une raison pour refuser d'ordonner les dommages punitifs, jugés inappropriés dans ces circonstances. Il semble que cette observation peut être faite de toute pratique contestée sous la Loi, puisque le régime qu'elle crée est, conformément à sa raison d'être, favorable aux consommateurs et que les risques de condamnation à certains dommages, compensatoires ou punitifs existent même si l'entreprise en cause n'est pas nécessairement de mauvaise foi.

CONCLUSION

Il est intéressant, surtout après *Times*, que la Cour se soit penchée sur la portée des dispositions relatives aux représentations faites aux consommateurs. Ainsi, bien que les observations faites ci-devant puissent changer en appel, il demeure que la volonté de la Cour d'étendre la protection de la Loi autant que possible est perceptible. Ainsi, recommandation est faite aux entreprises qui traitent avec des consommateurs d'être tout aussi vigilantes dans l'élaboration de leurs contrats qu'ils le seraient pour leurs publicités, par exemple. Il nous semble utile de rappeler que ces entreprises devraient se comporter avec les consommateurs comme si chacune de leurs interactions avec le consommateur était visée par les dispositions relatives aux représentations fausses ou trompeuses, incluant au stade précontractuel de la relation et dans le contenu du contrat.