



LA TÉLÉPHONIE CELLULAIRE : LES PIÈGES DE LA TRANSACTION

Recherche visant à cerner les problèmes reliés aux transactions
en téléphonie cellulaire

Rapport présenté à Industrie Canada
Bureau de la consommation
par le
Service d'aide au consommateur - Shawinigan
Sous la direction de Julie Plamondon

2004

REMERCIEMENTS

Cette étude a été réalisée par le Service d'aide au consommateur sous la direction de Julie Plamondon avec l'aide de James McDonald comme chargé de projet. La recherche et la rédaction du projet ont été réalisées par James McDonald et Nathalie St-Pierre.

Le Service d'aide au consommateur remercie Jonathan Lamarche, Audrey Crochetière, Nathalie Perreault ainsi que toute l'équipe du SAC qui a collaboré à la recherche et au support technique.

Le Service d'aide au consommateur remercie aussi les organismes qui ont contribué à cette recherche par des documents, des opinions, de l'information, des rencontres et des discussions. Nous remercions aussi toutes les personnes qui ont accepté de répondre à nos multiples questions, tant verbalement que par écrit ainsi que les consommateurs ayant accepté de participer à notre groupe de discussion.

Nous remercions le Bureau de la concurrence, le CRTC, l'Office de la protection du consommateur, l'Union des consommateurs et Option consommateurs, les quatre grands fournisseurs nationaux soit Bell Mobilité, Telus Mobilité, Rogers AT&T communications sans fil et Microcell Solutions (Fido) pour leur collaboration particulière. Nous tenons à remercier aussi tous les autres fournisseurs sans fil canadiens contactés soit Aliant Telecom Inc., Northwestel Inc., Télébec Ltée, Sogetel Mobilité Inc, Northern Telephone Limited, MTS Mobility, Sasktel Mobility, Tbay Tel, KMTS Mobility, Nexicom Mobility, Superior Wireless et Globalstar pour leur contribution à notre étude.

Merci également au Bureau de la consommation d'Industrie Canada, pour son soutien financier, sans lequel cette recherche n'aurait pu être réalisée.

Service d'aide au consommateur

453 – 5^e Rue, Bureau 1

Shawinigan, QC

G9N 1E4

Téléphone : (819) 537-1414

Télécopieur : (819) 537-5259

Courriel : www.sac@cgocable.ca

PRÉSENTATION DU SAC

Service d'aide au consommateur

Fondé en 1974, le SAC est un organisme privé et sans but lucratif. Le Service d'aide au consommateur s'intéresse de très près à tout ce qui touche le domaine de la consommation de biens et de services.

Principales activités

Depuis ses débuts, le SAC offre un service personnalisé au consommateur. Ses buts et objectifs sont les suivants :

- Donner des renseignements
- Offrir des conseils
- Arbitrer les plaintes des consommateurs, lorsque les négociations sont rompues entre les parties
- Orienter les consommateurs vers des organismes spécialisés, si nécessaire
- Fournir de l'aide technique à ses membres : remplir des formulaires divers, dactylographier des lettres, etc...
- Représenter les consommateurs auprès de tout organisme privé ou public
- Faire de la consultation budgétaire.

Réalisations

- L'achat d'une maison : qui représente l'acheteur dans une transaction?
 - Assurances sur Internet
 - Ma Trousse Éco-Max , 30 000 copies imprimées
 - Les consommateurs canadiens : loin de leur institution bancaire !
 - Les «vanishing premium policies »: des assurés pris au piège
 - Valeur à neuf : assurance ou garantie ?
 - Le remplacement de polices : un problème criant en assurance-vie !
-

- L'éducation : source d'enrichissement ou d'endettement ?
- L'assurance crédit au point de vente dans l'automobile
- Les cartes de crédit à l'épicerie
- Assurance-vie : fini de chercher lors d'un décès !!! Il faut un seul endroit
- Bancassurance : La prudence est de mise !
- La carte de débit : le consommateur est-il protégé ?
- Le home-banking : voie d'accès à l'autoroute électronique
- Carte de crédit : problèmes pour les consommateurs, profits pour les émetteurs ?
- Du crédit à tout prix
- Le dossier noir de la vie privée
- Les frais de service et mécanismes de recours dans les institutions financières
- La confidentialité des données dans le secteur privé
- L'étude sur les appellations à connotation médicale apposées sur les matelas
- L'hébergement des personnes âgées
- L'affichage des frais bancaires
- Le décloisonnement des services financiers
- Les systèmes de transferts électroniques de fonds
- Le comportement du consommateur face aux guichets automatiques
- Les problèmes des consommateurs dans le domaine de l'énergie
- L'utilisation des pesticides dans l'environnement
- L'étiquetage des produits alimentaires
- Assurance biens/habitation pour tous
- Et combien d'autres...

SOMMAIRE EXÉCUTIF

L'industrie de la téléphonie cellulaire au Canada et partout dans le monde, connaît depuis quelques années une expansion fulgurante. Certains analystes parlent même de « révolution du cellulaire » tellement l'impact de ce marché de consommation va affecter les différents aspects de notre société. Plus que jamais, le consommateur est sollicité par des publicités vantant la commodité, les bas prix du téléphone cellulaire ou les nombreux forfaits avantageux. Comme pour toute innovation, la nouvelle liberté des consommateurs, en matière de communication, comporte des aspects excitants mais aussi des aspects incertains. Il existe présentement quatre (4) fournisseurs nationaux majeurs en téléphonie cellulaire au Canada. Ce sont, Bell Mobilité, Telus Mobilité, Rogers Sans-fil AT&T et Microcell Solutions (Fido). Plus de la moitié des Canadiens ont le choix de ces quatre fournisseurs de services de téléphonie mobile qui détiennent ensemble plus de 99 % du marché des services mobiles.

Les objectifs de la présente étude

Pour la présente étude, le SAC devait rencontrer les objectifs suivant :

- répertorier la liste des compagnies offrant des produits et des services de téléphonie cellulaire;
- prendre connaissance des contrats de chacune de ces compagnies et dégager les lacunes législatives causant problèmes aux consommateurs;
- recueillir un certain nombre de plaintes des consommateurs concernant les services et la représentation qui en est faite;
- former un groupe de discussion avec des consommateurs afin qu'ils puissent exprimer leurs points de vue et leurs doléances sur les problèmes qu'ils ont rencontrés;
- interroger et discuter avec des représentants de fournisseurs de téléphonie cellulaire canadiens afin d'éclaircir certains aspects de leurs services et de leurs contrats;
- faire des recommandations à l'industrie, aux législateurs et aux consommateurs;
- rendre le rapport publique (dans les deux langues officielles) en diffusant les résultats à la population par l'intermédiaire des médias régionaux et nationaux.

Les pièges de la transaction

Les représentants doivent transmettre aux consommateurs toute l'information qui leur permettra de faire un choix éclairé. Cette information doit être véridique et complète. Cependant, une analyse des contrats, ainsi que des plaintes que le Service d'aide au consommateur (SAC) a reçues, révèle que certains vendeurs font de fausses représentations pour faciliter la conclusion d'une vente. Les représentations trompeuses dont sont le plus souvent victimes les consommateurs concernent :

- des transactions effectuées de façon précipitées ;
- des coûts annoncés qui ne correspondent pas aux coûts apparaissant sur les factures ;
- des appareils gratuits qui ne le sont pas.. ;
- la possibilité d'obtenir des contrats avec plusieurs mois de services sans frais, qui ne s'avèrent pas.... ;
- des zones de couverture qui ne couvrent pas les régions adéquatement, même si les appareils y sont vendus ;

Il s'avère relativement facile pour un représentant en téléphonie cellulaire d'induire un consommateur en erreur. Suite à l'analyse des contrats, et à la lecture des plaintes, il est manifeste que les fournisseurs transgressent l'une ou l'autre, et parfois plusieurs, de ces règles. Toutefois, les consommateurs ne portent pas plainte ou ne poursuivent pas les fournisseurs parce que les frais encourus ne pourraient, même en cas de victoire, être compensés (tel que les consommateurs l'ont dit). Les procédures pour réclamer quelques centaines de dollars, bien que simples, ne sont pas efficaces car trop longues, pour régler de tels problèmes. Pourtant, un litige même aussi minime que 200,00 \$ devrait pouvoir être traité. Quant aux processus internes des fournisseurs, les services à la clientèle, ils ne répondent pas non plus aux attentes des consommateurs qui estiment que ceux-ci sont plutôt des espaces où l'on tente de minimiser les problèmes plutôt que de les régler. Dans l'ensemble, on constate que les consommateurs doivent contacter à plusieurs reprises les fournisseurs, avant que les choses bougent. Les fournisseurs se « cachent » derrière les modalités de l'entente, même si celles-ci sont jugées abusives, intimidant les consommateurs afin qu'ils oublient leurs doléances.

D'autre part, certains représentants cachent des renseignements qui, s'ils étaient révélés, pourraient nuire à la vente à laquelle un client s'intéresse. Les faits connus du représentant et qui sont le plus souvent cachés au consommateur, sont les suivants :

- les modalités de service (contrats) qui ne sont pas remises systématiquement à tous les acheteurs ;
- les frais divers qui s'ajouteront au prix, lors de la réception de la première facture ;

- les modalités prévues en cas de résiliation ;
- les zones de couvertures réelles.

De tels agissements vont à l'encontre du droit du consommateur à une information complète. Ils viennent en contradiction avec les lois applicables qui interdisent aux commerçants, lors de représentations faites aux consommateurs, de passer sous silence des faits importants.

Les clauses jugées abusives

Les fournisseurs étudiés inscrivent dans leur contrat une série de clauses qui précisent leurs obligations et celles de leurs clients. Les lois de protection du consommateur interdisent cependant au commerçant d'insérer dans ses contrats toute disposition lui conférant le droit de décider unilatéralement qu'un consommateur a manqué à l'une ou l'autre de ses obligations, le dégageant des conséquences d'un fait dont lui ou son représentant est responsable, etc.

Les clauses jugées abusives qui sont le plus souvent inscrites dans les contrats des fournisseurs sont les suivants :

- les questions touchant l'arbitrage obligatoire et la médiation
- le refus automatique d'un consommateur d'initier ou de participer à un recours collectif
- les limites de responsabilités des fournisseurs, qui couvrent à peu près tout.

C'est pourquoi le SAC fait les recommandations suivantes :

Quelques recommandations aux consommateurs

1. Avant de s'abonner au service de téléphonie cellulaire, le consommateur devrait estimer clairement ses besoins : où, quand, comment et à quelles fins l'appareil sera utilisé ;
2. Le consommateur devrait prévoir un budget pour ses dépenses en télécommunication et exiger des fournisseurs d'avoir toutes les informations concernant les coûts et modalités de paiement, les coûts des forfaits, le fonctionnement des services et de l'appareil ;
3. Le consommateur devrait prendre le temps nécessaire pour comparer les différents appareils, zones de couverture et les forfaits offerts par les fournisseurs ;
4. Le consommateur devrait toujours exiger un contrat en bonne et due forme incluant l'entente de service ;
5. Lorsqu'il a utilisé toutes les ressources du système de gestion des plaintes d'un fournisseur et qu'il juge que les solutions préconisées par celui-ci sont insatisfaisantes, le consommateur devrait s'adresser au CRTC afin que celui-ci soit mis au courant des problèmes rencontrés.

Quelques recommandations à l'industrie

La représentation sur les produits et services

1. Que les fournisseurs s'assurent de la formation adéquate de leurs représentants au service à la clientèle, dans les points de ventes, les commerces affiliés, les services de télémarketing ainsi que les représentants de leurs revendeurs et qu'ils effectuent un suivi ;
2. Que les représentants s'assurent de vendre un appareil qui corresponde aux besoins du consommateur. Il faut donc qu'ils prennent le temps de s'informer de l'utilisation future du client avant de conclure la vente;
3. Que les représentants donnent toujours l'information adéquate sur l'étendue de la couverture numérique et/ou analogique de leur compagnie, avec des cartes des zones de couverture ;
4. Que les représentants prennent le temps d'expliquer au consommateur les particularités du forfait vendu et/ou l'usage général de l'appareil vendu;
5. Que les représentants informent les consommateurs sur les politiques de retour des appareils défectueux .

Les contrats

1. Concernant l'opportunité pour les consommateurs de lire les contrats avant de les signer, les fournisseurs doivent permettre aux consommateurs d'avoir accès en tout temps, sur demande, aux contrats, et ce préalablement à la conclusion du contrat ;
2. Que les contrats d'un même fournisseur contiennent les mêmes rubriques au niveau de la forme dans tous les points de ventes affiliés ainsi que pour tous les revendeurs affiliés ;
3. Que l'entente ait été verbale ou écrite, une copie du contrat et de l'entente de service devrait toujours être fournie aux clients, qu'ils soient majeurs ou mineurs, même si la facturation est produite de manière électronique comme c'est le cas dans les points de vente ou de revendeurs tels Bureau en gros, Radio-Shack, etc.. ;
4. Que les factures, les contrats, les communications en général soient toujours fournies dans une des deux langues officielles du Canada, au choix du consommateur ;
5. Que le représentant mentionne clairement au consommateur qu'une entente verbale au téléphone équivaut à la signature d'un formulaire de contrat;

6. Que tous les fournisseurs soient tenus d'obtenir le consentement éclairé du consommateur avant de débiter un montant en souffrance dans son compte bancaire ou sur sa carte de crédit.

Les frais et les modalités de paiements

1. Que les consommateurs soient informés des coûts exacts de leur facturation avant même que la transaction ne soit conclue;
2. Que le consommateur soit informé de toutes les conditions applicables lorsqu'il s'agit de rabais ou de crédits offerts par l'entreprise;
3. Qu'une facturation mensuelle détaillée soit disponible sur le site Web de la compagnie et par la poste, pour tous les utilisateurs, et ce gratuitement ;
4. Que le nombre d'années ou de mois restants à l'abonnement soit mentionné sur les factures;
5. Que les frais afférents soient toujours expliqués en détail sur la facture, dans un langage simple, et standard;
6. Que le consommateur n'ait pas à payer pour tout message publicitaire non sollicité reçu sur son appareil cellulaire par le fournisseur;
7. Que le système automatisé du service prépayé puisse mentionner non seulement le montant d'argent restant sur la carte mais aussi le nombre de minutes;
8. Que les entreprises fournissent un préavis de trente jours à leurs abonnés lorsqu'il y a changement dans les coûts de facturation des services ;
9. Que les coûts de téléchargement de sonnerie ou de jeux soient toujours mentionnés au consommateur;
10. Que pour toute interruption de plus de 24 heures, les fournisseurs créditent le compte des consommateurs sans qu'ils aient à le demander;
11. Que l'activation de l'appareil ne soit faite qu'après la signature du contrat à la suite d'une communication du consommateur avec la compagnie.

Le service à la clientèle

1. Que le système de réponse automatique offre une option assignée exclusivement au service des plaintes;
2. Que le système de réponse automatique offre une option pour les consommateurs qui ne sont pas déjà clients et qui désirent uniquement s'informer;

3. Que toutes formes de communication avec la clientèle se fasse dans une des deux langues officielles du Canada, au choix du consommateur, incluant les messages publicitaires entendus lors de l'utilisation du système de réponse automatique ;
4. Qu'au moins le prénom du préposé soit mentionné afin que le consommateur puisse savoir avec qui il avait fait affaire et que le ou les noms des préposés avec qui le consommateur fait affaire soient inscrits à son dossier, ainsi que les raisons de l'appel et les solutions mises de l'avant par le préposé. Ces informations devraient être accessibles au consommateur sur demande ;
5. Que les fournisseurs développent de meilleures politiques concernant la gestion du vol ou de la perte des appareils (par exemple, mettre en place une grille indiquant la valeur de l'appareil après des laps de temps d'utilisation et faire payer le consommateur ce montant plutôt que le forfait au complet; offrir des appareils de remplacement usagés, etc.);
6. Que les demandes de modifications de services ou de résiliation de la part des clients soient acceptées et traitées rapidement et qu'une limite du temps de réponse soit fixée dans l'entente de service (voir recommandations aux instances réglementaires, #6);
7. Que la date d'expiration de la carte prépayée soit mentionnée au consommateur lors de la transaction et que celle-ci soit lisiblement inscrite sur la carte;
8. Que le réapprovisionnement soit disponible 24 heures sur 24 pour les clients du service prépayé et non seulement à une heure spécifique de la journée.

Divers

1. Que les entreprises, pour leurs sites Web, se réfèrent aux normes existantes en matière de sites transactionnels, notamment le Code canadien de pratiques pour la protection des consommateurs dans le commerce électronique ;
2. Que les appareils et accessoires soient compatibles afin d'éviter au consommateur de toujours acheter de nouveaux accessoires lorsqu'il change de téléphone ou d'avoir à changer de téléphone lorsqu'il change de fournisseur;
3. Que les acronymes utilisés pour identifier les types d'appels sur la facture soient expliqués à chaque fois;
4. Que les représentants énoncent clairement aux consommateurs les raisons pour lesquelles ils font une demande de renseignements personnels et en quoi ces renseignements sont nécessaires à la transaction.

Quelques recommandations aux instances réglementaires

1. Qu'on étudie les conséquences de la transférabilité des numéros de téléphonie cellulaire dans l'industrie des télécommunications canadiennes et qu'on explore ce qui se fait aux États-Unis à ce sujet ;
2. Que les fournisseurs soient obligés d'établir des standards de qualité pour le service;
3. Que les contrats soient réglementés afin que tous les fournisseurs utilisent les mêmes rubriques et respectent des normes quant au niveau des caractères (gros, couleur - minimalement de gros de caractère 10 ou 11 ; de couleurs franches - pas de gris pâle sur du rose), à savoir, du contenu et de normes de lisibilité;
4. Concernant les contrats, les informations suivantes doivent y apparaître :
 - les numéros ou sites pertinents permettant l'accès à l'information sur les services d'itinérance;
 - le taux d'intérêt pour tout solde impayé;
 - les motifs pour exiger un dépôt au consommateur ainsi que la période pour laquelle le dépôt sera requis et les modalités de remise de celui-ci;
 - les informations concernant l'itinérance ou la zone de couverture (avec cartes à l'appui);
 - une phrase à cocher « oui ou non » permettant au consommateur d'accepter ou de refuser, sans avoir à le faire plus tard, de recevoir de la publicité et que les informations le concernant soient divulguées ou non à des tiers;
 - en cas de vol ou de perte de l'appareil, il faudrait que toutes les informations ou références pertinentes soient inscrites.
5. En ce qui concerne les dispositions jugées « abusives », les instances réglementaires doivent s'assurer que celles-ci soient modifiées immédiatement, en conformité aux lois applicables notamment :
 - les délais pour demander un ajustement suite à une erreur de facturation;
 - les garanties des fournisseurs concernant les bris ou défauts des appareils;
 - les limites de responsabilité trop larges;
 - les dispositions non conformes concernant l'arbitrage obligatoire;

- l'abrogation des droits des consommateurs de participer à des recours collectifs.
6. En matière de résiliation, les autorités réglementaires devraient prévoir les modalités suivantes :
- Que le consommateur devrait pouvoir, en tout temps et à sa discrétion, résilier le contrat au moyen d'un avis écrit ou verbal au commerçant. Si l'avis est verbal, que la résiliation soit confirmée par écrit par le commerçant. Le contrat devrait être résilié de plein droit à compter de l'envoi de la formule ou de l'avis. Si le consommateur résilie le contrat avant que le commerçant n'ait commencé à exécuter son obligation principale, la résiliation s'effectue sans frais ni pénalité pour le consommateur. Si le consommateur résilie le contrat après que le commerçant ait commencé à exécuter son obligation principale, les seules sommes que le commerçant peut exiger de lui sont:
 - le prix des services qui lui ont été fournis, au taux stipulé dans le contrat, et
 - le prix de l'appareil, tel que stipulé au contrat (dans ce cas, le consommateur garde l'appareil);
 - des frais pour l'utilisation de l'appareil, si le consommateur ne le conserve pas;
 - à titre de pénalité, la moins élevée des sommes suivantes: 50 \$ ou une somme représentant au plus 5 pour cent du prix des services qui ne lui ont pas été fournis (le prix du service n'incluant pas les redevances et autres frais afférents qui ne sont plus payés par le fournisseur de toute façon).
7. Que les fournisseurs règlent les incompatibilités techniques entre les appareils;
8. Que l'on interdise la publicité non sollicitée sur les appareils cellulaires;
9. Concernant les dépôts,
- les fournisseurs devraient être tenus de rembourser des intérêts sur la somme exigée;
 - les montants des dépôts ne devraient jamais dépasser plus de l'équivalent de trois mois incluant les frais d'interurbains.

Nécessité d'un Ombudsman administratif

La définition large d'un Ombudsman est : une personne indépendante et objective qui enquête sur les plaintes des gens contre les organismes gouvernementaux et autres organisations, tant du secteur public que privé. Après un examen approfondi et impartial, il détermine si la plainte est fondée et formule des recommandations à l'intention de l'organisation afin de régler le problème.

L'Ombudsman administratif est une personne nommée dans une juridiction canadienne par une société publique ou privée. Un Ombudsman administratif peut faire rapport au chef de l'organisation sur laquelle il fait enquête, comme les ministères gouvernementaux et les sociétés d'État, les universités et les collèges, ainsi que les entreprises.

Considérant l'impact économique des compagnies de cellulaire dans notre société, le nombre de clients avec lesquels elles font affaire, le SAC estime qu'un service Ombudsman administratif serait nécessaire pour permettre au consommateur d'exercer ses droits lors d'un conflit ou d'une mésentente avec une compagnie. Il pourrait aussi permettre la mise en place d'un système de gestion des plaintes rapide, même pour de petits litiges, améliorant ainsi l'image de l'entreprise et la satisfaction des consommateurs.

Donc,

1. Qu'un Ombudsman indépendant et objectif soit nommé pour traiter les plaintes des consommateurs;
2. Qu'il puisse instaurer un système de gestion des plaintes efficace et qu'il puisse faire des recommandations;
3. Qu'il puisse rendre publics les noms des fournisseurs qui ne se conforment pas au système instauré de gestion des plaintes et que ce dossier soit accessible aux consommateurs;
4. Que tout manquement soit noté au dossier de l'organisme demandant un renouvellement de permis.

TABLE DES MATIÈRES

SOMMAIRE EXÉCUTIF	5
Les objectifs de la présente étude	5
Les pièges de la transaction	6
Les clauses jugées abusives	7
Quelques recommandations aux consommateurs	7
Quelques recommandations à l'industrie.....	8
La représentation sur les produits et services.....	8
Les contrats	8
Les frais et les modalités de paiements.....	9
Le service à la clientèle.....	9
Divers	10
Quelques recommandations aux instances réglementaires.....	11
Nécessité d'un Ombudsman administratif	13
INTRODUCTION.....	16
Contexte.....	16
Méthodologie et présentation de l'étude	18
SECTION I – EN BREF.....	20
L'industrie de la téléphonie cellulaire	20
La réglementation de l'industrie cellulaire	21
Le mandat du CRTC	21
La loi sur les télécommunications	22
SECTION II – LES CONTRATS	25
Les zones de couverture	26
Les dépôts	26
Les frais et les modalités de paiement.....	28
Les garanties	30
Les limites de responsabilité.....	31
Le vol ou la perte.....	33
Le renouvellement du contrat.....	34
L'annulation, la résiliation ou la suspension du service	34
En cas de litige – médiation et arbitrage	36
La confidentialité	38
Sommaire des pratiques relevées dans les contrats et par les expériences des consommateurs	39
Les pratiques jugées illégales	39
Les clauses jugées abusives	42
SECTION III – EXPÉRIENCES DES CONSOMMATEURS	43
Les groupes de discussions	43
Les contrats	43
L'utilisation du service et le service après vente.....	45
La résiliation du contrat.....	47
Plaintes des consommateurs de la Mauricie et d'ailleurs au Québec.....	48
Les offres... « douteuses »	50
La représentation sur les produits et services.....	52
Les zones de couverture	53
Les problèmes d'appareils	54
Les frais et modalités de paiement	54
Le service à la clientèle.....	57
Perte ou vol.....	59
Renouvellement du contrat	59

Annulation, résiliation ou suspension du service	59
Confidentialité	61
Plaintes des consommateurs sur les forums de discussions Internet.....	61
Des problèmes au niveau de la facturation	62
Des problèmes au niveau de la représentation et du service à la clientèle ..	62
Des problèmes au niveau des coûts	63
Les systèmes de réponse automatique.....	63
Quelques mots sur le service de traitement des plaintes.....	64
Hiérarchie du système de traitement des plaintes	66
SECTION IV - RECOMMANDATIONS	69
Quelques recommandations aux consommateurs.....	69
Quelques recommandations à l'industrie.....	69
La représentation sur les produits et services	69
Les contrats.....	70
Les frais et les modalités de paiements	70
Le service à la clientèle	71
Divers	72
Quelques recommandations aux instances réglementaires.....	72
Nécessité d'un Ombudsman administratif	74
ANNEXE 1 - CONTRATS DE SERVICE UTILISÉS PAR LES QUATRE GRANDS FOURNISSEURS NATIONAUX.....	76
ANNEXE 2 – SOMMAIRE PRÉLIMINAIRE SOUMIS POUR COMMENTAIRES AUX FOURNISSEURS ET PARTENAIRES	102
Réponse de Microcell Solutions (FIDO)	106
Réponse de BELL Mobilité.....	108
Réponse de Telus Mobilité	109
Réponse de Rogers Sans-fil	109
Réponse du Bureau de la concurrence	110
ANNEXE 3 – BELL MOBILITÉ, UN EXEMPLE DE SYSTÈME DE RÉPONSE AUTOMATIQUE.....	114
ANNEXE 4 - SERVICE DE QUALITÉ - GESTION EFFICACE DES PLAINTES (GUIDE XI)	117
ANNEXE 5 – DÉTAILS DES PLAINTES FORMULÉES SUR LES FORUMS DE DISCUSSIONS INTERNET	119
Plaintes au sujet des appareils cellulaires.....	119
Plaintes au niveau de la réception du signal	119
Plaintes au niveau de la facturation	120
Plaintes au niveau du service à la clientèle	120
Plaintes au niveau de la représentation des produits et des services.....	122
ANNEXE 6 – LEXIQUE.....	124
Acronymes.....	124
Termes utilisés	125
ANNEXE 7 – CADRE D'INTERVENTION POUR LES GROUPES DE DISCUSSIONS	130
BIBLIOGRAPHIE	133
WEBOGRAPHIE.....	134

INTRODUCTION

Contexte

L'industrie de la téléphonie cellulaire au Canada et partout dans le monde, connaît depuis quelques années une expansion fulgurante. Certains analystes parlent même de « révolution du cellulaire » tellement l'impact de ce marché de consommation va affecter les différents aspects de notre société. Plus que jamais, le consommateur est sollicité par des publicités vantant la commodité, les bas prix du téléphone cellulaire ou les nombreux forfaits avantageux. Comme pour toute innovation, la nouvelle liberté des consommateurs, en matière de communication, comporte des aspects excitants mais aussi des aspects incertains.¹

Au Canada, c'est en 1985 que les services cellulaires ont fait leur apparition. Au troisième trimestre de l'année 2003, on comptait près de 13 millions d'utilisateurs de téléphonie sans-fil. À part Microcell qui a un nombre d'abonnés relativement stable depuis 2002, le nombre d'abonnés n'a cessé d'augmenter pour les fournisseurs durant les quatre dernières années. Même si le taux de croissance général des abonnés a tendance à diminuer depuis quelques années (il est passé de 27% au troisième trimestre 2001 à près de 12% au troisième trimestre 2003), le taux de pénétration du marché continue lentement mais sûrement à augmenter.² Il est passé de 37% en fin 2002 à plus de 40% en 2003 et on prévoit un taux d'environ 50% d'ici 2005.

En raison de la croissance soutenue des recettes et d'une baisse des coûts d'exploitation, les bénéfices du segment des télécommunications sans-fil ont atteint des niveaux record en 2002 avec plus de 1,1 milliards de dollars.³ Cela équivaut à 19 fois le niveau des 60,2 millions de dollars observé en 2001. Les recettes d'exploitation des fournisseurs de services de télécommunications sans-fil ont augmenté de 14,9 % pour se situer à plus de 7,6 milliards de dollars (4^{ème} trimestre de 2002). Si on compare les recettes d'exploitation du segment des télécommunications sans-fil sur une base trimestrielle, celles-ci ont fait un bond de 16,0 % au quatrième trimestre comparativement au quatrième trimestre de 2001, dépassant ainsi le cap des 2,0 milliards de dollars pour la première fois.

Durant la période de 1998 à 2001 la rapidité de croissance des revenus du secteur sans-fil a dépassé ceux du secteur filaire. Autrement dit le sans-fil est devenu plus profitable que le téléphone résidentiel. Les segments sans-fil ont aussi réduit considérablement leurs dépenses en immobilisations en 2002. Pour l'ensemble de l'année, ces dépenses ont reculé de 35,0 % comparativement à 21% pour la technologie des télécommunications avec fil.

¹ Pour un lexique, voir l'ANNEXE 6

² Voir Webographie

³ Statistiques Canada, voir Webographie

Quant à l'utilisation du téléphone cellulaire, celle-ci a poursuivi sa progression; les abonnés aux services numériques représentaient près de 76 % de tous les abonnés aux services sans-fil à la fin de 2002, comparativement à 64 % à la fin de 2001 et à 53 % à la fin de 2000.

L'industrie canadienne des services de télécommunication joue un rôle de plus en plus important dans l'ensemble de l'économie canadienne. En 2001, la part du produit national brut (PNB) réel du Canada pour l'industrie des télécommunications s'établissait à 2,6 %. Ce pourcentage a grimpé de façon marquée entre 1997 et 2002, soit d'environ 45 %, alors que les services de télécommunication représentaient 1,8 % du PNB.⁴

Présentement le marché se dirige lentement mais sûrement vers des technologies de transmission de 3e génération (3G) qui devraient déboucher sur une augmentation de la vitesse de transmission des données de façon à fournir de nombreux nouveaux services Internet et de transmission de données sans-fil. Selon l'EMC World Cellular Data Metrics, il y a aujourd'hui (mars 2003) plus d'un milliard d'utilisateurs de la téléphonie mobile dans le monde.⁵

Déjà, en 1993, en vertu de la *Loi sur les télécommunications*, le CRTC a décidé de ne pas réglementer les services sans-fil. L'organisme a voulu ainsi laisser les forces du marché se concurrencer en calculant que les services de télécommunications seraient accessibles à tous et que les coûts que paie le consommateur se maintiendraient naturellement au plus bas niveau possible. Cependant, cette décision a eu des conséquences suscitées en grande partie par la compétition féroce que se livrent les compagnies pour accaparer la plus grande part du marché possible.

D'abord, le consommateur fait présentement face à une technologie qui utilise une terminologie particulière et relativement complexe. Mentionnons aussi la complexité du « jargon » légal employé dans les ententes de service ainsi que la structure des textes employés dans celles-ci. Ce langage légal rebute la grande majorité des consommateurs qui doivent s'y prendre à plusieurs reprises avant de comprendre quelque chose. Lorsqu'ils prennent la peine de lire les ententes, les consommateurs se rendent aussi compte que celles-ci sont axées davantage sur la protection de la compagnie elle-même que sur l'établissement d'un rapport contractuel équitable pour les deux parties. Le consommateur fait également face à des lacunes importantes au niveau de la lisibilité et de la compréhensibilité des contrats. Certaines clauses contenues dans plusieurs contrats apparaissent même abusives compte tenu des lois applicables en vigueur.

Par ailleurs, cette technologie permet également d'offrir de multiples combinaisons d'offres (les forfaits) qui complexifient les analyses que doivent

⁴ Rapport à la gouverneur en conseil, CRTC, novembre 2003, voir Webographie

⁵ Faits saillants et statistiques, Guide de l'industrie, Acts,

faire les consommateurs pour faire des achats éclairés. À titre d'exemple, dans l'industrie du cellulaire américain, on a dénombré près de 7 000 forfaits différents répartis à travers 120 villes.⁶ Bien qu'au Canada les chiffres ne soient pas aussi démesurés, le consommateur a quand même de quoi se perdre considérant que de nouveaux forfaits apparaissent constamment. D'après le sondage canadien Ipsos-Reid Corporation commandé par le CRTC en 2003, seulement 55% des consommateurs ont affirmé que les catégories de services étaient faciles à comparer. De plus, 64 % des répondants ont dit qu'il était difficile de savoir où obtenir une information objective et non biaisée sur les différents services et prix de télécommunication.⁷

Pourtant, la réalité est loin de combler les attentes des consommateurs. En effet, les plaintes sont nombreuses et les problématiques entourant les produits et services de la téléphonie cellulaire complexes. Compte tenu que dans son Rapport sur le rendement du 31 mars 1999, le CRTC affirmait : « À l'heure où le marché devient plus complexe, la nécessité de consulter l'industrie et les groupes de consommateurs constitue une facette intégrale à la fonction de réglementation », c'est dans cet esprit que le SAC veut apporter sa contribution afin de suggérer à l'industrie et aux instances réglementaires les améliorations pouvant assurer un meilleur service et une protection accrue du consommateur.

Méthodologie et présentation de l'étude

Le Service d'aide au consommateur (SAC) s'est engagé à faire ressortir les problèmes rencontrés par les consommateurs qui se procurent des produits et services rattachés à la téléphonie cellulaire.

Pour ce faire, le SAC a

- brossé un bref portrait des entreprises offrant des produits et des services de téléphonie cellulaire ainsi que de la réglementation afférente pertinente, portrait qui se retrouve à la SECTION I ;
- obtenu, pour fin d'analyse, des copies des contrats incluant les ententes de services afférentes afin d'en dégager les principales failles contractuelles pouvant causer des problèmes (réels ou potentiels) aux consommateurs et ce pour les quatre principaux fournisseurs canadiens, analyse qui se retrouve à la SECTION II ;
- répertorié des plaintes des consommateurs et formé un groupe de discussion avec des consommateurs afin qu'ils puissent exprimer leurs points de vue sur les contrats les liant aux fournisseurs et leurs doléances sur les problèmes qu'ils ont rencontrés (plaintes reçues par

⁶ http://cellphones.about.com/library/bl_service_plans.htm

⁷ Rapport à la gouverneure en conseil, novembre 2003, voir Webographie.

le SAC ou par d'autres organismes ou acteurs du milieu), plaintes qui se retrouvent à la SECTION III ;

- interrogé et discuté avec des représentants de fournisseurs de téléphonie cellulaire canadiens afin d'éclaircir certains aspects de leurs services et de leurs contrats, commentaires qui retrouvent à l'ANNEXE 2 ;

De ces constats, le SAC fait des recommandations s'adressant à l'industrie, aux législateurs et aux consommateurs.

Pour atteindre ses objectifs, le SAC a également établi une communication avec l'industrie et les organismes gouvernementaux concernés afin de :

- faire état du résultat du cheminement du projet ;
- de faire part des constats dégagés sur les problèmes de téléphonie cellulaire;
- d'obtenir des commentaires quant aux améliorations qui pourraient être apportées.

SECTION I – EN BREF...

L'industrie de la téléphonie cellulaire

Il existe présentement quatre (4) fournisseurs nationaux majeurs en téléphonie cellulaire au Canada. Ce sont : Bell Mobilité⁸, Telus Mobilité⁹, Rogers Sans-fil AT&T¹⁰ et Microcell Solutions (Fido)¹¹. Selon les statistiques de l'Association Canadienne des télécommunications sans-fil (ACTS), au troisième trimestre 2003, ces compagnies avaient le nombre d'abonnés suivant : *Alliance Bell Mobilité* avait la plus grande part du marché, avec plus de 4 700 000 abonnés ; *Rogers Wireless* se situait au deuxième rang au Canada pour le nombre d'abonnés au sans-fil avec plus de 3 600 000

⁸ Bell Mobilité, une division de Bell Canada, appartient au groupe BCE (Bell Canada Entreprise) et opère en partenariat avec plusieurs autres compagnies de téléphonie cellulaire au Canada sous le nom de Alliance Bell Mobilité. Parmi ces partenaires on peut nommer: les compagnies fonctionnant sous Aliant (Aliant Telecom Inc.) au Canada atlantique, la compagnie MTS (Manitoba Telecom Services Inc.) au Manitoba et la compagnie SaskTel (Saskatchewan Telecommunications) au Saskatchewan. BCE Inc. est le holding le plus important parmi les sociétés de télécommunication au Canada. BCE détient, directement ou indirectement, en tout ou en partie, Bell Canada, Aliant Telecom Inc., Norouestel Inc., Télébec Ltée, Northern Telephone Limited, Télésat Canada, Téléglobe Inc., Bell Mobility Cellular Inc. et BCE Nexxia Inc. Bell est l'entreprise titulaire pour les services locaux pour la majeure partie du Québec et de l'Ontario.

⁹ Telus Corporation Inc (TCI), basée en Colombie-Britannique et en Alberta, est la deuxième plus importante société en holding au Canada. Elle est née de la fusion avec BC Telecom en 1999. Elle est en même temps affiliée à la compagnie américaine Verizon Communications Inc qui détient une participation minoritaire dans Telus. Plusieurs compagnies dont Telus Communications, Telus Enterprise Solutions, Telus National Systems Inc. opèrent sous la bannière Telus. Au Québec, Telus Corporation a fait l'acquisition de QuébecTel en juin 2000 qui est devenu Telus Québec. Au Canada, la compagnie a acquis en octobre 2000 Clearnet Communications qui est devenu Telus Mobility. Telus Corporation Inc. offre des services locaux en qualité d'entreprise titulaire dans les provinces de l'Alberta et de la Colombie-Britannique alors que TELUS Québec offre ces services dans une partie de la province de Québec. TELUS offre les services sans-fil et Internet presque partout au Canada par l'entremise de ses filiales.

¹⁰ Rogers Wireless Communications Inc. dont le nom d'affaire est Rogers AT&T Wireless Communications est une filiale de Rogers Communications Inc. Cette compagnie est née de la fusion de AT&T Wireless Services Inc. de Redmond, WA, et de Rogers Communications Inc. de Toronto, Ontario. Rogers Communications est propriétaire de la plus grande entreprise de câblodistribution au Canada et fournisseur principal du service Internet haute vitesse surtout aux clients du service de résidence. Sa société affiliée, Rogers AT&T Wireless, est l'un des plus grands fournisseurs de services téléphoniques mobiles. Rogers possède aussi de gros intérêts dans la radiodiffusion et la presse écrite, notamment des chaînes spécialisées et des revues (dont CFMT et MacLean's).

¹¹ Microcell Solutions Inc. est le plus modeste holding parmi les quatre compagnies majeures mais elle est la seule entreprise de télécommunications au Canada à se consacrer exclusivement au sans-fil. Fido est le nom de commerce choisi par Microcell Solutions Inc. pour son service cellulaire et a son siège social à Montréal. Fido, qui a connu le début de ses activités commerciales en 1996, été le premier exploitant canadien à mettre en œuvre un réseau fondé sur la technologie GSM, qui est devenue la norme la plus utilisée et qui connaît la croissance la plus rapide dans le monde. La compagnie mère de Microcell Solutions est Telesystems Ltd et est basée à Montréal.

abonnés ; *Telus Mobilité* comptait quelque 3 265 000 abonnés au sans-fil au Canada la situant ainsi au troisième rang derrière Rogers Wireless et ; *Microcell* , qui comptait 1 137 000 abonnés.

Plus de la moitié des Canadiens ont le choix de ces quatre fournisseurs de services de téléphonie mobile qui détiennent ensemble plus de 99 % du marché des services mobiles. Bien sûr, il existe d'autres compagnies, de moindre envergure, desservant les Canadiens habitant dans des marchés plus localisés. La majorité d'entre elles desservent principalement des régions rurales et presque toutes comptent moins de 25 000 abonnés. Plusieurs d'entre elles ont même moins de 1 000 abonnés. Ces compagnies opèrent, pour la plupart, en affiliation ou en partenariat avec les 4 grandes compagnies nationales. Ainsi, on peut nommer : Nexicom Mobility, NorthernTel Mobility, Northwestel Mobility, Sogetel Mobilité, Télébec Mobilité, KMTS Mobility, Sprint Canada, Superior Wireless, Tbay Tel et GlobalStar (cette dernière compagnie offre le service sans-fil terrestre ainsi que le service sans-fil par satellite).

La réglementation de l'industrie cellulaire

Industrie Canada

Toutes les communications sans-fil reposent sur la transmission par ondes radio et nécessitent par conséquent un accès au spectre des radiofréquences. En vertu de la Loi sur la radiocommunication, Industrie Canada a le pouvoir de réglementer et de contrôler l'attribution des radiofréquences aux utilisateurs et d'octroyer des licences pour l'utilisation de voies radio à l'intérieur de différentes bandes de fréquences aux prestataires de services et aux utilisateurs privés. La transmission de la voix et de données sans-fil par téléphonie cellulaire, RMS¹² *Radiocommunication mobile spécialisée, ou réseaux de communication radio bidirectionnelle publics*, RMSA (*Radiocommunication mobile spécialisée améliorée*) et par SCP *Service de communication personnelle*, entre autres, nécessite une licence.

Donc, Industrie Canada fixe les modalités et les conditions d'accès au segment sans-fil de l'industrie. Par conséquent, en matière de réglementation, le CRTC et Industrie Canada partagent la responsabilité du secteur sans-fil de l'industrie des télécommunications au Canada.

*Le mandat du CRTC*¹³

Les pouvoirs du CRTC en matière de réglementation des télécommunications lui viennent de la *Loi sur les télécommunications*.¹⁴ Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC)

¹² Pour les acronymes, voir le lexique à la fin de la présente étude.

¹³ CRTC, le mandat, voir Webographie

¹⁴ L.C. 1993, chap. 38, modifiée

est un organisme public autonome constitué en vertu de la Loi sur le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes.¹⁵ Établi par le Parlement en 1968, celui-ci a donné au CRTC le mandat de réglementer et de surveiller tous les aspects du système canadien de radiodiffusion de même que les entreprises et les fournisseurs de services télécommunications qui sont du ressort fédéral. Le CRTC rend compte au Parlement par l'entremise de la ministre du Patrimoine canadien, il applique les décrets du Gouverneur en conseil (le Conseil des ministres), et enfin, il est à l'écoute de la population, de l'industrie et des divers groupes d'intérêts.

La loi sur les télécommunications

La *Loi sur les télécommunications* est entrée en vigueur en 1993. L'une des caractéristiques importantes de la loi qui la distingue des lois précédentes est l'inclusion, à l'art. 7, d'un énoncé sur la politique canadienne de télécommunication.

L'art. 7 de la *Loi sur les télécommunications* se lit comme suit :

« La présente loi affirme le caractère essentiel des télécommunications pour l'identité et la souveraineté canadiennes; la politique canadienne de télécommunication vise à :

- a) favoriser le développement ordonné de télécommunication partout au Canada en un système qui contribue à sauvegarder, enrichir et renforcer la structure sociale et économique du Canada et de ses régions;
- b) permettre l'accès aux Canadiens de toutes les régions - rurales ou urbaines - du Canada à des services de télécommunications sûrs, abordables et de qualité;
- c) accroître l'efficacité et la compétitivité, sur les plans national et international, des télécommunications canadiennes;
- d) promouvoir l'accession à la propriété des entreprises canadiennes, et à leur contrôle, par des Canadiens;
- e) promouvoir l'utilisation d'installations de transmission canadiennes pour les télécommunications à l'intérieur du Canada et à destination ou en provenance de l'étranger;
- f) favoriser le libre jeu du marché en ce qui concerne la fourniture de services de télécommunication et assurer l'efficacité de la réglementation, dans le cas où celle-ci est nécessaire;
- g) stimuler la recherche et le développement au Canada dans le domaine des télécommunications ainsi que l'innovation en ce qui touche la fourniture de services dans ce domaine;

¹⁵ L.R.C. 1985, chap. C-22, modifiée

h) satisfaire les exigences économiques et sociales des usagers des services de télécommunication; et

i) contribuer à la protection de la vie privée des personnes. »

La Loi sur les télécommunications confère au CRTC un vaste éventail de pouvoirs qu'il doit exercer en vue de mettre en œuvre la politique énoncée à l'art. 7 de la loi et toute instruction donnée par le Gouverneur en conseil.

En plus de favoriser le développement ordonné de la concurrence dans l'ensemble de l'industrie des télécommunications ainsi que certains tarifs, le CRTC est chargé de réglementer les modalités et les conditions aux termes desquels les services de télécommunication sont fournis. Aussi, un pourcentage significatif des services de télécommunication des compagnies de téléphone titulaires demeure assujetti à la réglementation. Ces services incluent notamment les services locaux de base de résidence, les services locaux d'affaires de ligne individuelle et multiligne, les options et les fonctions locales, les téléphones payants, l'accès au réseau numérique, les voies locales et les services de concurrents.

La loi confère également au CRTC un nouveau pouvoir important et fréquemment exercé ; le pouvoir de s'abstenir d'exercer ses pouvoirs (art. 34). Le paragraphe 34 (1) habilite le CRTC à s'abstenir de réglementer un service ou une catégorie de services fournis par une entreprise canadienne s'il juge que son abstention serait compatible avec les objectifs de la politique de télécommunication de la Loi. En vertu du paragraphe 34(2), le CRTC doit s'abstenir d'exercer ses pouvoirs s'il estime que le cadre de la prestation de services ou de catégories de services est ou sera suffisamment concurrentiel pour protéger les intérêts des usagers. Le Conseil peut s'abstenir d'assumer seulement certaines responsabilités et obligations prévues par la Loi. De plus, il peut le faire en tout ou en partie, avec ou sans condition. Souvent, en s'abstenant d'exercer ses pouvoirs, le CRTC libère les entreprises de l'obligation de soumettre leurs tarifs et leurs accords pour approbation, mais il exerce ses pouvoirs pour éliminer les préférences préjudiciables ou les comportements anticoncurrentiels, lorsqu'ils se présentent.

Le CRTC s'est abstenu de réglementer la plupart des services offerts par les entreprises et les nouveaux venus qui offrent des services de téléphonie sans-fil.

*Historique sommaire de la réglementation des télécommunications sans-fil*¹⁶

En 1984, le gouvernement a établi une structure industrielle concurrentielle dans le marché de la téléphonie cellulaire en accordant une licence à deux

¹⁶ Tiré du Rapport du Comité permanent de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie, avril 2003 (voir Webographie)

fournisseurs (Rogers Cantel Mobile Inc. et au consortium Mobilité Canada (BCE)) dans chaque région du pays.

En 1993, la loi sous le nom de *Loi sur les télécommunications* a été adoptée. Cette loi prévoyait un cadre législatif pour les futures initiatives visant à établir une concurrence dans le marché de la télécommunication.

En 1995, Industrie Canada a délivré des licences d'utilisation pour les spectres de services de communication personnelles (SCP) en vertu de la Loi sur la radiocommunication. Ceci a permis l'arrivée de deux nouveaux concurrents sur le marché, Clearnet et Microcell.

En novembre 2000, le CRTC a décrété par la décision CRTC 2000-745, que tous les fournisseurs canadiens de services de télécommunications devaient fournir une contribution de 4,5% de leurs revenus admissibles à un Fonds de contribution national à partir du 1er janvier 2001. Les paiements de cette contribution servent à subventionner le service local de résidence à coût élevé dans les zones rurales éloignées. Ils sont perçus auprès de la majorité des fournisseurs de services de télécommunication, incluant les fournisseurs de sans-fil.

En novembre 2002, par la Décision de Télécom CRTC 2002-71, le CRTC a réduit de deux tiers le montant de la contribution obligatoire des fournisseurs de services de télécommunications, la faisant passer de 4,5% à 1,3% de leur revenu admissible. Plutôt que d'autoriser le recouvrement de coûts engagés par une entreprise, le CRTC a réduit le montant des coûts pouvant être recouverts par le régime de contribution. Cette charge n'a pas été réduite pour autant pour les usagers et est d'ailleurs toujours assumée par eux, avec ligne distincte sur le compte indiquant ce coût.

En juin 2003, par l'avis public CRTC 2003-6, le conseil amorce une instance en vue d'élaborer une *Déclaration des droits des consommateurs*. Dans cet avis le Conseil a établi que les Modalités et les pages blanches n'étaient pas faciles à comprendre à certains endroits. Il a aussi fait remarquer qu'il y a des cas où les Modalités de services des ELST et les pages blanches ne renferment pas tous les droits des consommateurs ou encore les renseignements pour bien les comprendre. Malheureusement, cet avis ne couvre pas les fournisseurs de sans-fil.

SECTION II – LES CONTRATS

La présente section porte sur l'analyse des contrats – *Entente de service* – des principaux fournisseurs soit BELL Mobilité, FIDO, TELUS Mobilité et ROGERS AT&T, compte tenu que plus de la moitié des Canadiens ont le choix de ces quatre fournisseurs de services de téléphonie mobile qui détiennent ensemble plus de 99 % du marché des services mobiles, tel que mentionné précédemment.

Une première analyse sommaire a été faite par des consommateurs (une personne raisonnable - celle qui est capable de comprendre et de lire mais non expérimentée) afin de cerner l'impression générale. Par la suite, une deuxième analyse a été faite, notamment à partir des critères d'analyse de Gunning.¹⁷ Finalement, les contrats ont été revus plus en détails.

Généralement, les contrats sont peu lisibles¹⁸ – les caractères sont très petits et ils sont écrits en caractères gris pâles sur fond rose, ce qui rend la lecture très difficile pour le consommateur.

Quant à leur contenu (la rédaction), les contrats sont tous similaires à l'exception de celui de FIDO qui se démarque nettement des autres. En effet, le contrat de FIDO est plus clair et compréhensible et les termes utilisés sont simples. Par exemple, concernant la question des numéros de téléphone, avec FIDO le client apprend que :

Numéros de téléphone

Les numéros de téléphone constituent une ressource commune limitée et vous ne pouvez ainsi en devenir propriétaire. De façon à en assurer la sauvegarde et la gestion efficace, nous pourrions être dans l'obligation de changer le numéro de téléphone qui vous a été attribué. Nous prendrons cependant tous les moyens raisonnables pour éviter qu'une telle situation se présente.¹⁹

Par contre, avec les autres entreprises, la disposition est plutôt la suivante :

Numéros de téléphone

20. Vous n'avez aucun droit de propriété à l'égard des numéros de téléphone attribués à votre téléphone et nous

¹⁷ Gunning est un chercheur qui a étudié la question de la lisibilité des textes. Gunning se base sur la longueur des mots et des phrases. Il a créé une formule mathématique pour mesurer le degré de difficulté du texte. Les résultats obtenus à partir de sa grille représentent l'indice de lisibilité.

¹⁸ La lisibilité est l'aptitude d'un texte à être lu rapidement, compris facilement et bien mémorisé.

¹⁹ FIDO, Entente de service, rubrique : Numéros de téléphone

pouvons changer votre numéro en vous avisant au moins trente (30) jours au préalable.²⁰

Il ressort nettement que FIDO tente d'établir, avec son client, un dialogue constructif et éducatif plutôt que de l'assommer avec un jargon « légal », tout en se cantonnant dans un rapport « d'adversaires ». Notons cependant que la lisibilité et la compréhensibilité des textes ne sont pas le gage de la *conformité* du texte à un cadre juridique. Ainsi donc, bien que FIDO emploie un langage clair et simple, il n'en reste pas moins que certaines des dispositions peuvent être jugées abusives, même si mieux écrites !

Les zones de couverture

Bien que l'entente de service de TELUS Mobilité informe le consommateur que la zone dans laquelle TELUS Mobilité offre le service peut être étendue ou réduite dans sa portée, de temps à autre, à l'entière discrétion de TELUS Mobilité, aucune information n'est prévue relativement à la zone de couverture elle-même.²¹ Il en est de même pour FIDO, ROGERS et pour BELL Mobilité.

Les seules informations fournies sont celles relatives à l'itinérance (roaming). ROGERS nous informe du montant des frais d'itinérance pour les États-Unis avec un avertissement de vérifier sur leur site internet.²² BELL Mobilité nous parle de l'utilisation de l'appareil en Amérique du Nord en nous suggérant de nous renseigner sans toutefois nous fournir nulle part le numéro de téléphone permettant au consommateur de le faire.²³ Quant à FIDO, il est question de conditions qui s'appliquent mais elles ne sont pas disponibles et le fournisseur n'indique pas où le consommateur pourrait les trouver.²⁴

Il est donc clair qu'encore une fois le consommateur manque d'informations pertinentes. La question des zones de couverture est très importante pour les consommateurs, particulièrement en régions. Cette question fait d'ailleurs l'objet de nombreuses plaintes de la part des consommateurs (Réf. SECTION III). Dans tous les cas, les consommateurs devraient obtenir les zones de couverture, et cela est d'autant plus important lorsqu'il est question des fournisseurs qui offrent la technologie micro-onde plutôt que cellulaire puisque les zones de couverture sont restreintes.

Les dépôts

TELUS Mobilité exige un dépôt, dans certaines circonstances, à titre de garantie. Cependant, elle ne spécifie pas quels sont les critères utilisés pour déterminer si un consommateur doit ou non, fournir un dépôt, ni en vertu

²⁰ Entente de service – Rogers AT&T, art. 20

²¹ TELUS Mobilité, Modalités de services, art. 5

²² ROGERS, art. 11

²³ BELL Mobilité, rubrique : En voyage.

²⁴ FIDO, Entente de service, rubrique : Itinérance

de quoi le montant exigé sera établi. Bien que la stipulation indique que TELUS remboursera le dépôt, il n'est pas indiqué à quel moment cela sera fait et en vertu de quels motifs non plus. Il n'est pas indiqué si l'entreprise paiera des frais d'intérêt au client.²⁵

ROGERS exige également un dépôt. De plus, cette entreprise se réserve le droit de le faire en tout temps, ce qui veut dire qu'elle peut ne pas avoir exigé un dépôt lors de l'achat mais l'exiger par la suite. Elle ne mentionne pas non plus en vertu de quels critères elle peut exiger un dépôt. Cependant, elle spécifie que le dépôt sera remboursé au client par l'opération d'un crédit au compte, après 12 mois.²⁶ ROGERS ne verse pas d'intérêt sur le dépôt. ROGERS peut également exiger un paiement avant la date de facturation normale si elle estime que l'utilisation représente un risque pour elle. Le consommateur est alors en « souffrance » et on peut fixer une limite de crédit au compte du consommateur.²⁷

BELL Mobilité se donne également le droit d'exiger un dépôt. Le fournisseur n'explique pas les motifs qui pourraient faire qu'il exige un dépôt, ni sur quelle base. Il n'informe pas le consommateur s'il paiera ou non des intérêts sur le montant.

C'est FIDO qui démontre la meilleure approche – l'entreprise fournit toutes les informations pertinentes : le motif (si votre cote de crédit ne répond pas à leurs normes) ; l'intérêt versé sur l'argent (aucun) ; que le dépôt ne sert pas à régler le solde impayé sauf en cas de résiliation ; sur demande du consommateur, après 6 mois de paiements consécutifs en règle, FIDO rembourse le dépôt. Dans tous les cas, après 12 mois, FIDO rembourse le consommateur.²⁸ Le seul défaut de FIDO, ne pas payer des intérêts au consommateur....

En matière de dépôts, quand il s'agit des services de télécommunications, il faudrait prendre exemple sur ce qui se fait pour les services réglementés si les fournisseurs ne veulent pas prendre exemple sur FIDO : un fournisseur ne peut sans motif valable, exiger un dépôt. Font partie des motifs valables :

- le consommateur n'a aucun historique de crédit permettant à l'entreprise d'estimer son risque ou alors
- un consommateur ne veut pas fournir l'information sur son historique de crédit ou alors
- le consommateur n'a pas un bon dossier de crédit ou présente un risque anormalement élevé.

²⁵ TELUS Mobilité, Modalités de services, art. 4

²⁶ ROGERS, art. 13

²⁷ ROGERS, art. 13 et 14

²⁸ FIDO, Entente de service, rubrique : Dépôt

Quant aux montants exigibles, ils varient mais ne peuvent jamais dépasser l'équivalent de trois mois de frais. Le fournisseur peut cependant tenir compte des pratiques du consommateur en matière d'interurbains.

De plus, le consommateur doit être informé de la raison précise qui fait que le fournisseur exige un dépôt ainsi que des autres possibilités pouvant remplacer le dépôt (lettre de crédit, paiement par un tiers, etc.). Tout arrangement doit être révisé dans les 6 mois. Le dépôt doit être remboursé si les conditions ne justifient plus que le fournisseur garde le montant. Le montant doit rapporter des intérêts, ce qui n'est pas le cas pour les fournisseurs de sans-fil.

Il apparaît justifié de mettre de l'ordre dans ce domaine, et de procéder comme pour l'industrie réglementée puisque, de plus en plus, les consommateurs se dotent de système de télécommunications sans-fil comme premier système de télécommunication. La question des dépôts, exigés sans motif et sans limite pourrait donc s'avérer problématique très rapidement si ce ne l'est déjà.²⁹

Les frais et les modalités de paiement

La plupart des ententes de service spécifient les types de frais que le consommateur aura à payer – frais mensuels, frais de service, temps d'antenne, d'interurbain, d'itinérance, de transmissions des données, etc. Par exemple, les taux d'intérêt pour tout solde impayé y sont clairement indiqués – 26,82 % pour BELL Mobilité et TELUS Mobilité ; 19,72 % pour FIDO. Toutefois, dans l'entente de ROGERS, il a été impossible de trouver cette information. Pourtant, elle devrait apparaître.

Chez TELUS Mobilité, les frais facturés seront présumés exacts si vous ne vous y opposez pas dans les trente (30) jours de la date de la facturation.³⁰ Quant à ROGERS, en cas d'erreur en sa défaveur, l'entreprise se donne le droit de facturer le consommateur jusqu'à un an suivant la date où les frais ont été engagés³¹ mais en cas d'erreur en défaveur du consommateur, l'entreprise ne donne que 90 jours au consommateur, suivant la réception de sa facture, pour demander des corrections donnant droit à un crédit.³²

Bien sûr, de telles dispositions ne respectent pas les délais accordés dans les lois applicables. Le consommateur peut toujours faire modifier une erreur en sa défaveur, et ce dans un laps de temps beaucoup plus long, par exemple, au Québec, le délai est de 3 ans en vertu du Code civil du

²⁹ La présente étude ne permet cependant pas de savoir si de nombreux consommateurs se font exiger un dépôt, dans quelles circonstances ni pour combien de temps. Toutefois, il serait intéressant de faire cette recherche ou de demander aux fournisseurs de donner les informations au CRTC afin que l'organisme puisse comprendre ce phénomène.

³⁰ TELUS Mobilité, Modalités de services, art. 2

³¹ ROGERS, art. 9

³² ROGERS, art. 10

Québec.³³ Nous sommes en présence d'une disposition que l'on peut qualifier d'intimidante, c'est-à-dire, une tentative du fournisseur de faire croire au consommateur que seul ce qui est écrit est la vérité. Ainsi, le consommateur n'ose se plaindre s'il a dépassé les délais inscrits au contrat puisqu'il pense que ce que le fournisseur écrit, c'est la vérité. Nous le verrons, il y a plusieurs dispositions intimidantes....

Par ailleurs, dans le cas de ROGERS³⁴, le consommateur reconnaît, en utilisant le service, avoir reçu une copie de la brochure *Forfaits sans-fil* ainsi que le guide de l'utilisateur des services de communications sans fil, et ce même si dans certains cas, ceux-ci n'ont pas été remis aux consommateurs.³⁵ Qui plus est, le consommateur en utilisant le service «reconnait avoir lu toutes les modalités associées à son dispositif (...).»³⁶ (nous soulignons). Cela signifie que le consommateur aurait lu 27 dispositions, écrites en caractères gris pâles, 6 pts sur le verso de l'entente de service. C'est la même chose pour TELUS Mobilité – en signant le contrat, le consommateur reconnaît avoir lu les conditions de l'entente, écrites au verso à savoir; les modalités de l'entente qui comportent 19 dispositions, écrites en gris pâle sur fond rose, en caractère 6 pts.... l'équivalent de 4 pages de texte de 8 ½ X 11, en caractères 12 pts.³⁷

Il en est de même pour BELL Mobilité et pour FIDO, qui spécifient que dès que le consommateur active le téléphone, il est réputé accepter l'entente dans son intégralité.³⁸

Encore ici, les consommateurs sont mal informés. D'abord, en cas de doute, le contrat s'interprète généralement en faveur du consommateur³⁹, et cela est encore plus vrai dans le cas de contrats de consommation ou d'adhésion -lorsqu'il y a une clause qui n'a pas été portée à la connaissance du consommateur, celle-ci est nulle.⁴⁰ Chez ROGERS il est clair que le contrat est d'adhésion : «*Vous convenez que vous ne pouvez pas modifier la présente entente.*». Qui plus est, ROGERS ajoute également que «*Aucune déclaration par un représentant des ventes, un agent, un responsable ou un employé de*

³³ CODE CIVIL DU QUÉBEC, art. 2925. L'action qui tend à faire valoir un droit personnel ou un droit réel mobilier et dont le délai de prescription n'est pas autrement fixé se prescrit par trois ans ; art. 2883. On ne peut pas renoncer d'avance à la prescription, mais on peut renoncer à la prescription acquise et au bénéfice du temps écoulé pour celle commencée. ; art. 2884. On ne peut pas convenir d'un délai de prescription autre que celui prévu par la loi.

³⁴ ROGERS, art. 3

³⁵ Commentaires de participants au Groupe de discussion, 17 décembre 2003.

³⁶ ROGERS, art. 3

³⁷ TELUS Mobilité, Autorisation du client (Recto de l'entente de service)

³⁸ BELL Mobilité, rubrique : Intégralité de l'entente ; FIDO, Entente de service, rubrique : Modalités de l'entente de service et d'acquisition de l'équipement

³⁹ Par exemple, dans le C.c.Q., art. 1432.

⁴⁰ Par exemple, dans le C.c.Q., art. 1435.

ROGERS ne pourra modifier les modalités de la présente entente. »⁴¹ (nous soulignons). C'est aussi ce que dit BELL Mobilité.⁴²

Le fournisseur ne peut prétendre que le consommateur sait tout du seul fait qu'il lui demande de signer qu'il en a pris connaissance. Encore faut-il qu'il démontre qu'il a permis au consommateur d'en prendre connaissance. En ce qui concerne BELL Mobilité, qui ne permet même pas au consommateur de voir le contrat avant d'avoir acheté, il est manifeste que ce n'est pas le cas. Il appartiendrait à un juge de décider le cas échéant.

Au niveau des modes de paiements, ROGERS exige que le consommateur accepte que ROGERS « *porte tout montant en souffrance sur son compte de carte de crédit ou retire un tel montant de tout autre compte bancaire ou compte de carte de crédit pour lequel vous avez donné votre autorisation* ». ⁴³ Toutefois, dans les faits, le consommateur ne donne pas clairement son autorisation puisque les informations concernant la carte de crédit ou le compte bancaire se retrouve sur le recto du formulaire, soit celui qui sert à conclure l'entente, sous la rubrique – *Renseignement sur le crédit* – ce qui ne donne pas l'apparence de servir pour que l'achat soit autorisé. Dans ce cas, cette clause ambiguë, pourrait être jugée illisible ou incompréhensible, ce qui pourrait rendre cette partie du contrat nulle. ⁴⁴

Chez FIDO, si une somme est due au consommateur, le fournisseur n'opère pas une compensation directement sur le compte du consommateur – il doit plutôt attendre un remboursement de la part de FIDO. ⁴⁵ Bien qu'il n'y ait aucune réglementation à cet égard, il s'agit d'une pratique qui pourrait être améliorée pour que le consommateur puisse récupérer rapidement ce qu'on lui doit plutôt que d'avoir à attendre un remboursement. TELUS procède par compensation quand il doit une somme au consommateur, ce qui simplifie le processus.

Les garanties

En matière de garantie des appareils ou des services, les fournisseurs se ressemblent tous passablement – ils prétendent n'avoir aucune responsabilité, et dans certains cas, ils informent les consommateurs que les fabricants sont les seuls responsables en cas de bris ou de défektivité.

Pour TELUS Mobilité, dès le départ, il est clair que l'entreprise dit n'offrir aucune garantie – même le titre de l'art. 6 en est le reflet « Aucune garantie ». Ainsi donc, les services sont fournis tels quels et selon la disponibilité. L'entreprise ne garantit pas un service en temps utile, sûr et sans erreur. L'entreprise se dégage également de toute responsabilité liée aux garanties

⁴¹ ROGERS, art. 2

⁴² BELL Mobilité, rubrique : Intégralité de l'entente

⁴³ ROGERS, art. 7

⁴⁴ Par exemple, dans le Code civil du Québec, art. 1436.

⁴⁵ FIDO, Entente de service, rubrique : Frais

et modalités (expresses, implicites et légales) en ce qui concerne le service ou le téléphone.⁴⁶

Pour sa part, ROGERS ne garantit pas que les services ou l'équipement fonctionnent en tout temps.⁴⁷

Quant à FIDO, l'entreprise exclut toute garantie légale et elle n'accorde aucune garantie conventionnelle de qualité ou de durabilité. Cependant, FIDO informe ses clients que les appareils sont garantis par les fabricants.⁴⁸ BELL Mobilité informe également ses clients que les appareils et accessoires sont assujettis à la garantie du fabricant uniquement.⁴⁹

En fait, les consommateurs ne reçoivent pas toujours la bonne information. En cas de bris ou de défectuosité du téléphone, il est clair que le fournisseur doit engager sa responsabilité. Le principe de base étant que le consommateur a droit de s'attendre que l'appareil qu'il a acheté fonctionne pendant une durée normale.⁵⁰ Les fournisseurs tentent de se déresponsabiliser des problèmes pouvant survenir avec les appareils ou les accessoires et les consommateurs ont tendance à croire que les contrats qu'ils ont signés sont parfaits. Ils hésitent donc à se plaindre et à exercer leur droit parce qu'ils pensent que les entreprises ont raison et que la loi les protège. En réalité, il est probable qu'un juge puisse être convaincu du bien fondé que l'appareil acheté doit avoir une vie utile raisonnable, à tout le moins de l'équivalent à la durée du contrat...

Les limites de responsabilité

TELUS Mobilité prévoit une disposition « Limitation de responsabilité » qui précise que l'entreprise ne saurait engager sa responsabilité envers le client ou *quiconque pour tous les dommages-intérêts (directs, indirects, généraux, spéciaux, conséquents ou autres), les dépenses, pertes de profits, manques à gagner, pertes d'affaires, et autres. De plus, TELUS Mobilité ajoute que « malgré les limites de responsabilité prévues dans la présente entente, le total de la responsabilité de TELUS Mobilité ou de ses sociétés affiliées en matière de dommages, de blessures, de pertes et de causes d'action, qu'elles soient de nature contractuelle, délictuelle ou autre, qui découlent de la fourniture, de l'utilisation ou du défaut du service ou de tout téléphone utilisé avec le services, ne saurait dépasser 20 \$.* »⁵¹

⁴⁶ TELUS Mobilité, Modalités de services, art. 6

⁴⁷ ROGERS, art. 15

⁴⁸ FIDO, Entente de service, rubrique : Limites de responsabilité

⁴⁹ BELL Mobilité, rubrique : Matériel

⁵⁰ Par exemple, Loi de protection du consommateur, c. L.R.Q., chapitre P-40.1, art. 38. Un bien qui fait l'objet d'un contrat doit être tel qu'il puisse servir à un usage normal pendant une durée raisonnable, eu égard à son prix, aux dispositions du contrat et aux conditions d'utilisation du bien.

⁵¹ TELUS Mobilité, Modalités de services, art. 7

À l'instar de TELUS Mobilité, ROGERS, FIDO et Bell Mobilité limitent leur responsabilité et estiment ne pas être responsables envers le consommateur ou quiconque pour, dans le cas de ROGERS « *les dommages, incluant perte de profits, perte de revenus, perte d'occasion d'affaires, blessures corporelles, décès ou autres pertes résultant directement ou indirectement de l'utilisation des services ou de l'équipement (...)* ; ces limites s'appliquent à tout acte ou omission de ROGERS, ses employés ou mandataires qui pourraient autrement faire l'objet d'un recours en justice sur une base contractuelle, délictuelle ou en vertu de quelque autre principe de loi. »⁵²

Notons cependant que FIDO et BELL Mobilité reconnaissent une exception – leur responsabilité en cas de dommages corporels.

Ils ont raison puisque aucun fournisseur ne peut se dégager de sa responsabilité en cas de blessures corporelles. En effet, prenons le cas du Québec, en vertu du Code civil, art. 1458, toute personne a le devoir d'honorer les engagements qu'elle a contractés. *Elle est, lorsqu'elle manque à ce devoir, responsable du préjudice, corporel, moral ou matériel, qu'elle cause à son cocontractant et tenue de réparer ce préjudice; ni elle ni le cocontractant ne peuvent alors se soustraire à l'application des règles du régime contractuel de responsabilité pour opter en faveur de règles qui leur seraient plus profitables (nous soulignons).* Ceci s'applique au fabricant et au fournisseur ou à la personne qui en fait la distribution. Elle est également responsable.⁵³

Pour ce qui est des autres matières, par exemple la limite de responsabilité pour perte d'affaires, en cas de faute lourde, malgré la stipulation contraire, le fournisseur engage, dans la plupart des régimes, sa responsabilité. Cette clause de limitation de responsabilité paraît donc, en principe, abusive. Toutefois, le consommateur n'étant pas au courant, évitera de porter plainte ou de poursuivre, sûr qu'il est de perdre puisque l'entente stipule que le fournisseur n'a aucune responsabilité.

Par ailleurs, en vertu de l'art. 7 b) de la Loi sur les télécommunications, qui nous le rappelons (...) affirme le caractère essentiel des télécommunications pour l'identité et la souveraineté canadienne; la politique canadienne de télécommunication vise à : b) permettre l'accès aux Canadiens de toutes les régions - rurales ou urbaines - du Canada à des services de télécommunications sûrs, abordables et de qualité; (nous soulignons). N'est-il pas raisonnable de croire qu'un juge pourrait décider que les fournisseurs ont des obligations de résultats, et donc qu'ils ne peuvent limiter leur responsabilité ? Une question qui n'est pas tranchée notamment parce que les consommateurs ne poursuivront pas les fournisseurs car les sommes en jeu n'en valent pas la peine à la vue des frais à engager.

⁵² ROGERS, art. 19

⁵³ Code civil du Québec, art. 1468 et 1469

Seul ROGERS s'engage à créditer le compte d'un consommateur pour toute interruption de plus de 24 heures, une pratique que les autres fournisseurs devraient adopter.⁵⁴ Petit bémol cependant, ROGERS exige que le consommateur en fasse la demande par écrit, ce qui est déraisonnable. Un appel devrait suffire. Les transactions peuvent se faire par téléphone, alors pourquoi pas celles favorisant les consommateurs aussi.

Le vol ou la perte

En cas de perte, de vol ou d'endommagement de votre téléphone TELUS Mobilité, le client est tenu de payer tous les frais mensuels et autres pour l'utilisation du service jusqu'au moment où il aura avisé TELUS Mobilité en bonne et due forme.⁵⁵ Cependant, l'expression en «bonne et due forme» n'est pas claire. Est-ce qu'on s'attend à ce que le consommateur écrive ? ou qu'il téléphone ?

Pour ROGERS, il faut que le consommateur avertisse de la perte ou du vol d'équipement. Celui-ci doit remplacer obligatoirement l'équipement ou alors payer les frais de résiliation applicables (voir annulation, résiliation ou suspension).⁵⁶ Encore une fois, aucun délai n'est inscrit dans l'entente. Toutefois, une consommatrice s'est fait répondre qu'elle avait averti trop tard (réf. SECTION III). Que faut-il faire et quand doit-on le faire ?

Quant à BELL Mobilité, en cas de perte ou de vol, le consommateur doit avertir immédiatement. Il doit payer tous les frais encourus et les frais de résiliation s'il décide de mettre fin au service. Toutefois, le consommateur ne sait pas, s'il décide de maintenir le service, quels frais il devra déboursier, par exemple pour replacer le téléphone, obtenir un nouveau numéro, ou s'il lui sera possible d'obtenir le même forfait qu'il avait.⁵⁷ Ces informations sont d'ailleurs manquantes dans tous les cas.

Chez FIDO, c'est clair et rapide, mais comme les autres, incomplet - dès que le consommateur avise, FIDO s'engage à ne plus tenir responsable le consommateur des frais de temps d'antenne, etc.⁵⁸ Bien entendu, le consommateur demeure responsable des transactions effectuées avant la perte ou le vol, ce qui est la même chose pour tous les fournisseurs.

Les consommateurs sont mal informés, encore une fois. Des précisions à cette rubrique seraient importantes. Les consommateurs doivent pouvoir savoir ce qu'il leur en coûtera en cas de perte ou de vol. Ils devraient également avoir le choix entre l'option de poursuivre l'entente avec un nouvel appareil à prix moindre ou le choix de la résilier avec pénalité au prorata du service utilisé jusque là. Dans les deux cas, les coûts afférents

⁵⁴ ROGERS, art. 16

⁵⁵ TELUS Mobilité, Modalités de services, art. 2

⁵⁶ ROGERS, art. 12

⁵⁷ BELL Mobilité, rubrique : Perte ou vol

⁵⁸ FIDO, Entente de service, rubrique : Perte ou vol

devraient être clairement explicités au consommateur. L'analyse des plaintes des consommateurs viendra confirmer ce problème (réf. SECTION III).

Le renouvellement du contrat

Pour TELUS Mobilité⁵⁹, ROGERS⁶⁰ et BELL Mobilité⁶¹, au terme du contrat, le service se poursuit automatiquement, sur une base mensuelle, aux conditions applicables à ce moment. Les fournisseurs utilisent alors une procédure commerciale nommée « option négative » avec laquelle ils présument de l'accord du client à poursuivre l'abonnement sans que celui-ci ait consenti. Dans le cas de BELL Mobilité, c'est le fournisseur qui choisira le forfait, alors que dans le cas de ROGERS, il laisse le consommateur choisir. FIDO ne mentionne rien à ce sujet dans l'entente de service.

Dans tous les cas, il n'est pas mentionné comment le consommateur peut alors mettre fin au contrat mensuel. Finalement, seul ROGERS mentionne qu'il enverra une communication au consommateur pour l'informer de la fin du contrat. Toutefois, il ne mentionne pas le délai qu'il s'engage à respecter.

Encore une fois, le consommateur manque d'informations précieuses pour prendre une décision éclairée lors du renouvellement du service. Par exemple, un consommateur ayant signé un contrat de 3 ans au montant de 50 \$ par mois pour 36 mois, contrat qui arrive à terme, ne devrait-il pas voir son forfait diminuer substantiellement puisque l'appareil est finalement payé ? Comment faire pour décider si les informations pertinentes sont manquantes – coût de l'appareil, coût du forfait, etc. ?

L'annulation, la résiliation ou la suspension du service

Résiliation du service de la part du fournisseur - Pour TELUS Mobilité, il est possible d'interrompre ou faire cesser le service et résilier l'entente si l'entreprise estime que vous êtes un risque de crédit inacceptable (...) ou si TELUS Mobilité estime qu'il est raisonnablement probable que ces événements se produiront (risque de crédit inacceptable, omission de fournir un dépôt de garantie, en cas de violations de l'entente) (nous soulignons).⁶² TELUS Mobilité exige, à titre de dédommagement et non à titre de pénalité la plus élevée des sommes suivantes : des frais d'annulation de 20 \$ pour chaque mois restant au contrat ou 100 \$. Ces frais sont

⁵⁹ TELUS Mobilité, Durée du contrat (Recto de l'entente de service)

⁶⁰ ROGERS, disposition qui n'est pas dans les modalités mais au recto du contrat sous la rubrique autorisation : « J'accepte qu'à la fin de la période mentionnée sur la présente demande, le service sans-fil (...) passeront automatiquement à un abonnement mensuel. À ce moment, je pourrai choisir un autre forfait, et/ou Rogers m'avisera du renouvellement de la présente entente et me permettra de choisir un autre forfait de Rogers AT&T.»

⁶¹ BELL Mobilité, rubrique : Règlement de votre compte « À la fin de votre contrat, votre service sera renouvelé sur une base mensuelle et s'il advenait alors que votre forfait ne soit plus offert, Bell Mobilité vous fournirait un forfait de recharge.»

⁶² TELUS Mobilité, Modalités de services, art. 14

payables même si c'est TELUS Mobilité qui met fin au contrat.⁶³ Quant à ROGERS, celui-ci peut suspendre le service en tout temps et se donne le droit de fixer une limite de crédit au compte du consommateur.⁶⁴ Il n'est pas indiqué clairement quels motifs pourraient être invoqués pour limiter le crédit. Il n'est pas non plus indiqué le délai de l'avis que ROGERS envoie au consommateur pour l'informer de la limite ou de la modification de celle-ci. ROGERS exige des frais de 25 \$ pour rétablir un service suspendu.⁶⁵ Dans le cas de FIDO, notons qu'il indique pouvoir résilier l'entente en tout temps, moyennant un préavis raisonnable – sans indiquer le nombre de jours, alors qu'il serait préférable de le faire. Finalement, BELL Mobilité prévoit qu'il peut interrompre le service en tout temps pour des motifs précis – défaut d'acquitter le compte, défaut de fournir un dépôt lorsque celui-ci est exigé ou défaut de respecter les conditions de l'entente. Ces précisions sont utiles pour le consommateur.⁶⁶

Dans tous ces cas, des précisions additionnelles sont requises pour informer le consommateur des motifs que pourraient invoquer les fournisseurs pour résilier le service. Il faudrait également indiquer le délai d'avis au consommateur.

Résiliation de la part du consommateur - Si c'est le consommateur qui désire mettre fin à l'entente de service, TELUS Mobilité exige, à titre de dédommagement et non à titre de pénalité la plus élevée des sommes suivantes : des frais d'annulation soit 20 \$ pour chaque mois restant au contrat ou 100 \$.⁶⁷

Pour FIDO, il est également possible de résilier le contrat. Il est intéressant de noter que le fournisseur s'engage à mettre fin à l'entente dans les 24 heures après la réception de la demande. Cette pratique devrait être imitée par les autres fournisseurs qui omettent de dire, dans les ententes, le délai qu'ils respecteront pour donner suite à la demande de résiliation du consommateur. Par exemple, dans le cas de ROGERS, les obligations du consommateur sont claires : pour mettre fin au contrat, le consommateur doit aviser ROGERS par écrit au moins trente (30) jours avant la résiliation du service.⁶⁸ Cependant les obligations de ROGERS de répondre à cette demande rapidement, pour éviter des frais mensuels accrus aux consommateurs ne sont pas écrites dans l'entente.

Pour FIDO, au moment de la réalisation de l'étude, il n'y avait pas de frais de résiliation dans l'entente. Toutefois, en consultant l'annexe 2, le lecteur pourra comprendre que FIDO impose maintenant des pénalités :

⁶³ TELUS Mobilité, Durée du contrat (Recto de l'entente de service)

⁶⁴ ROGERS, art. 14 Limite de crédit

⁶⁵ ROGERS, art. 11 Frais de service

⁶⁶ BELL Mobilité, rubrique : Résiliation de votre contrat

⁶⁷ TELUS Mobilité, Durée du contrat (Recto de l'entente de service)

⁶⁸ ROGERS, art. 21

Jusqu'à très récemment, les politiques de Fido ne comprenaient pas de telles pénalités. C'est suite à une demande de notre clientèle que nous avons donc décidé de mettre en application une telle politique de pénalité.

Nos propres études auprès des consommateurs ont révélé que les clients canadiens accordent une grande importance au faible coût payé d'un appareil cellulaire en échange d'un contrat de service à long terme. Ceci implique que les fournisseurs de service sans fil puissent subventionner ces appareils avec les revenus provenant de services supplémentaires. Les pénalités de résiliation avant terme servent donc seulement à assurer au fournisseur de service une occasion de récupérer sa subvention initiale.

En cas de résiliation anticipée, ROGERS exige que le consommateur paie une somme de 20 \$ pour chaque mois restant au contrat, jusqu'à un maximum de 200,00 \$.⁶⁹ Quant à BELL Mobilité l'entreprise exige également des frais de 20 \$ par mois restant avec un maximum de 99 \$ pour un contrat de 12 mois et de 199 \$ pour un contrat de 24 mois.

Bien que ces pénalités ou frais ne soient pas illégales en soit, les consommateurs les trouvent très imposantes. Dans la section suivante, ces pénalités seront discutées à nouveau (réf. SECTION III).

Modification des forfaits ou conditions - Dans le cas de ROGERS et de TELUS Mobilité, ceux-ci se réservent le droit de modifier l'entente unilatéralement, avec un préavis de trente (30) jours. Si le consommateur utilise le service après le 30 jours, cela sera considéré comme une acceptation des modifications.⁷⁰ Cependant, BELL Mobilité⁷¹ ne prend pas la peine d'indiquer le nombre de jours d'avis qu'il donnera aux consommateurs alors que FIDO ne donne que 5 jours de préavis, ce qui est peu.⁷²

Encore ici, les consommateurs manquent d'informations précises.

En cas de litige – médiation et arbitrage

Voici un bel exemple d'une clause abusive. ROGERS exige que toute réclamation ou litige ou controverse (sur une base contractuelle, délictuelle ou en vertu d'une loi, d'un règlement ou autre, de nature préexistante, présente ou future) découlant : a) de cette entente, b) du service ou équipement qu'il fournit c) d'une déclaration orale ou écrite ou de la publicité ou de promotion associée à cette entente, au service ou à l'équipement ou d) aux liens résultants de cette entente (collectivement « La Réclamation») sera réglé par l'arbitrage à l'exclusion des tribunaux. Qui

⁶⁹ ROGERS, art. 22

⁷⁰ ROGERS, art. 18

⁷¹ BELL Mobilité, rubrique : Règlement de votre compte

⁷² FIDO, Entente de service, rubrique : Modifications

plus est, le consommateur convient de renoncer à tout droit qu'il pourrait avoir d'intenter ou de participer à un recours collectif contre ROGERS relativement à une réclamation et, s'il y a lieu, il convient de se retirer de tout recours contre ROGERS.⁷³

Les demandes d'arbitrage doivent parvenir à Toronto et ROGERS indique que l'arbitrage sera effectué conformément aux lois et règlements en vigueur dans la province où le consommateur réside.⁷⁴

Quant à TELUS Mobilité, l'entreprise exige également, à peu de chose près, ce que ROGERS demande : aucune participation à un recours collectif et l'arbitrage obligatoire en cas de litige. Cependant, TELUS Mobilité prévoit de la médiation, avant l'arbitrage. La médiation est privée et confidentielle, devant un seul médiateur choisi par les parties et payée à leurs frais conjoints. De plus, TELUS Mobilité précise qu'en cas d'échec de la médiation, le litige sera soumis à l'Arbitrage privé, confidentiel et final de la même personne qui avait été le médiateur choisi par les deux parties. L'une ou l'autre des parties peut avoir recours aux tribunaux pour exercer la sentence arbitrale. Les avis de demandes d'arbitrage doivent être envoyés à Toronto et les séances d'arbitrage se dérouleront selon le droit en vigueur en Ontario si une entente au niveau des règles de procédures ne survient pas entre le consommateur et TELUS Mobilité.

En fait, nul ne peut exiger du consommateur qu'il renonce *d'avance* à son droit d'exercer un recours devant les tribunaux, que ce soit individuellement ou collectivement. Ainsi, la disposition qui fait de l'arbitrage ou de la médiation le seul moyen de défense des consommateurs serait nulle. Bien qu'il soit possible, une fois que le litige est né, de recourir à l'arbitrage entre les parties, dans certains des contrats, ces dispositions ne respectent pas les procédures prévues dans les différentes provinces, ce qui les rendrait de ce fait nulles.

Par ailleurs, en matière de recours collectif, il appartiendra aux tribunaux de décider, selon les règles de procédures applicables, si ce moyen est le meilleur ou si l'entreprise peut effectivement offrir d'autres modes de résolutions des litiges qui remplaceraient le recours collectif valablement. Les fournisseurs n'ont-ils pas le droit de prendre cette décision?

Le consommateur qui indemnise le fournisseur - TELUS Mobilité prévoit que : « Vous (le consommateur) indemnisez TELUS Mobilité pour toutes pertes et dépenses et dans toutes les actions, réclamations et jugements qui concernent TELUS Mobilité, en demande ou en défense, en relation avec votre utilisation appropriée ou non des services, tout téléphone utilisé pour le service ou toute violation des présentes modalités. »⁷⁵

⁷³ ROGERS, art. 25

⁷⁴ ROGERS, art. 25

⁷⁵ TELUS Mobilité, Modalités de services, art. 8

Si c'est TELUS Mobilité qui a une réclamation contre le consommateur, l'entreprise s'engage à faire parvenir l'avis de médiation à la dernière adresse connue du consommateur.

Ni FIDO ni BELL Mobilité n'ont de dispositions à cet effet. Toutefois, BELL Mobilité prévoit, à l'instar de TELUS Mobilité, que le consommateur s'engage à indemniser de tout dommage, perte ou dépense et de toute mesure, réclamation ou poursuite pouvant être intentée contre BELL Mobilité par un tiers découlant de l'utilisation normale ou abusive du service par le consommateur.⁷⁶

Encore ici, il appartiendra à un juge de trancher, mais une telle disposition semble abusive. Depuis quand une partie au litige pourrait-elle forcer l'autre partie à une indemnisation sans qu'il y ait jugement ?

La confidentialité

Dans tous les contrats étudiés, il appert que les entreprises ont prévu sensiblement le même comportement, appliquant *Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques*.⁷⁷

Pour FIDO⁷⁸, TELUS Mobilité⁷⁹, ROGERS et Bell Mobilité, les renseignements recueillis servent généralement à établir et entretenir des relations commerciales et à vendre des produits et services aux consommateurs. Par ailleurs, dans tous les cas, les entreprises divulgueront les informations : a) à toute personne qui donne raison de croire qu'elle est le mandataire du consommateur ; b) à un autre fournisseur de services de télécommunications, et ce, en assurant que le fournisseur respecte la confidentialité de cette information, et à la condition que l'information divulguée serve uniquement à fournir un service de télécommunications efficient et efficace, y compris le service d'itinérance ; c) si le consommateur le demande, à toute personne assurant un service d'assistance annuelle ou un service d'inscription, à la condition que la divulgation de toute information autre que les nom, adresse et numéro de téléphone inscrits se fasse de manière à en respecter la confidentialité et serve exclusivement aux fins de ces services ; d) à un mandataire chargé par les entreprises de recouvrer tout solde impayé et qui est dû ou d'exécuter d'autres activités de nature administrative, pourvu que l'information divulguée serve exclusivement à ces fins.

Dans tous les cas, les entreprises informent le consommateur qu'ils peuvent les contacter pour avoir des informations supplémentaires sur les aspects

⁷⁶ BELL Mobilité, rubrique : Indemnisation

⁷⁷ 2000, ch. 5 Loi visant à faciliter et à promouvoir le commerce électronique en protégeant les renseignements personnels recueillis, utilisés ou communiqués dans certaines circonstances.

⁷⁸ FIDO, Entente de service, rubrique : Protection de la vie privée

⁷⁹ TELUS Mobilité, Modalités de services, art. 12

touchant la confidentialité des données recueillies (TELUS Mobilité⁸⁰ ; ROGERS⁸¹; FIDO⁸² et BELL Mobilité⁸³).

Toutefois, si le consommateur souhaite ne pas recevoir de communications de la part de l'entreprise, il doit expressément prendre des mesures – écrire au Service à la clientèle, par exemple.⁸⁴ En aucun cas cela peut être fait en même temps que la transaction. Le consommateur doit toujours, après la vente, communiquer avec l'entreprise (option négative). Aucune des ententes étudiées ne comportait donc de moyens express de signifier immédiatement à l'entreprise un refus ou une acceptation claire eu égard à l'utilisation que l'entreprise pouvait faire des renseignements personnels obtenus.

Seuls ROGERS et TELUS Mobilité informent le consommateur qu'il peut consulter son dossier, quoique TELUS Mobilité demande des frais.⁸⁵ Toutefois, toutes les entreprises sont tenues de le faire. Elles devraient donc informer les consommateurs.

Dans le cas de FIDO et de BELL Mobilité, si le consommateur préfère que ses renseignements personnels ne soient pas divulgués dans certaines circonstances ou pour du marketing, il doit envoyer un courriel à l'entreprise ou encore écrire.⁸⁶

En définitive, dans la plupart des rubriques qui précèdent, on peut voir, à divers degrés, des dispositions qui semblent abusives, sont illisibles, incompréhensibles ou manquantes.

Sommaire des pratiques relevées dans les contrats et par les expériences des consommateurs

Les pratiques jugées illégales

Les représentants doivent transmettre aux consommateurs toute l'information qui leur permettra de faire un choix éclairé. Cette information doit être véridique et complète. Cependant, une analyse des contrats, ainsi que des plaintes que le SAC a reçues, révèle que certains vendeurs font de fausses représentations pour faciliter la conclusion d'une vente. Les représentations trompeuses dont sont le plus souvent victimes les consommateurs concernent :

- des appareils gratuits qui ne le sont pas.. ;

⁸⁰ TELUS Mobilité, Modalités de services, art. 12

⁸¹ ROGERS, art. 18

⁸² FIDO, Entente de service, rubrique : Protection de la vie privée

⁸³ Bell Mobilité, rubrique : Marketing direct

⁸⁴ Bell Mobilité, rubrique : Marketing direct ; ROGERS, Entente de service sans-fil – Autorisation ; FIDO, Entente de service, rubrique : Protection de la vie privée ; TELUS Mobilité, Modalités de services, art. 12

⁸⁵ TELUS Mobilité, Modalités de services, art. 12

⁸⁶ FIDO, Protection de la vie privée ; Bell Mobilité, Marketing direct.

- la possibilité d'obtenir des contrats avec plusieurs mois de services sans frais, qui ne s'avèrent pas.... ;
- des factures plus élevées que prévu (tous les frais afférents n'ayant pas fait l'objet d'une divulgation adéquate) ;
- des zones de couverture qui ne couvrent pas les régions adéquatement, même si les appareils y sont vendus ;

Il s'avère relativement facile pour un représentant en téléphonie cellulaire d'induire un consommateur en erreur. Un consommateur lésé peut exercer le recours que les lois applicables lui accordent en pareil cas. À titre d'exemple, l'article 42 de la *Loi sur la protection du consommateur* prévoit qu'une déclaration écrite ou verbale faite par le représentant d'un commerçant ou d'un fabricant à propos d'un bien ou d'un service lie ce commerçant ou ce fabricant. Ainsi, un commerçant pourrait être poursuivi en raison de représentations trompeuses faites par un de ses vendeurs. Quant à la *Loi sur la concurrence*, elle prévoit à son article 52. (1) que nul ne peut, de quelque manière que ce soit, aux fins de promouvoir directement ou indirectement soit la fourniture ou l'utilisation d'un produit, soit des intérêts commerciaux quelconques, donner au public, sciemment ou sans se soucier des conséquences, des indications fausses ou trompeuses sur un point important. Qui plus est, en matière de télémarketing, la Loi sur la concurrence, à son *art. 52.1* (3) prévoit que nul ne peut, par télémarketing :

a) donner des indications qui sont fausses ou trompeuses sur un point important;

b) tenir ou prétendre tenir un concours, une loterie, un jeu de hasard ou un jeu d'adresse ou un jeu où se mêlent le hasard et l'adresse, si :

(i) la remise d'un prix ou d'un autre avantage au participant au concours, à la loterie ou au jeu est conditionnelle au paiement préalable d'une somme d'argent par celui-ci, ou est présentée comme telle,

(3) offrir un produit sans frais, ou à un prix inférieur à sa juste valeur marchande, en contrepartie de la fourniture ou de l'utilisation d'un autre produit, si la juste valeur marchande du premier produit et les restrictions, modalités ou conditions de la fourniture de ce produit ne sont pas divulguées à l'acquéreur d'une manière juste, raisonnable et opportune.

De plus, les fournisseurs se disent non responsables des équipements et souvent incapables de trouver des pièces pour remplacer celles défectueuses (par exemple les piles).

En matière de protection des renseignements personnels, rappelons simplement quelques points pertinents de la *Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques*. Selon la loi, l'entreprise doit :

- obtenir le consentement du consommateur avant de recueillir, d'utiliser et de communiquer des renseignements personnels le concernant;
- fournir un produit ou service même si le consommateur refuse de consentir à la collecte, à l'utilisation ou à la communication de renseignements personnels le concernant, sauf si ces renseignements sont jugés essentiels à la transaction;
- recueillir les renseignements de façon honnête et licite;
- établir des politiques claires, compréhensibles et disponibles.
- l'utilisation des informations personnelles des consommateurs.

Si l'entreprise refuse de donner le produit ou le service si le consommateur ne donne pas son numéro d'assurance sociale, le consommateur peut déposer une plainte auprès du Commissaire à la protection de la vie privée du Canada⁸⁷;

Pourtant, suite à l'analyse des contrats, et à la lecture des plaintes qui suivent, il est manifeste que les fournisseurs transgressent régulièrement l'une ou l'autre, et parfois plusieurs, de ces règles. Toutefois, les consommateurs ne portent pas plainte ou ne poursuivent pas les fournisseurs parce que les frais encourus ne pourraient, même en cas de victoire, être compensés (tel que les consommateurs l'ont dit). Les procédures pour réclamer quelques centaines de dollars, bien que simples, ne sont pas efficaces car trop longues, pour régler de tels problèmes. Pourtant, un litige même aussi minime que 200,00 \$ devrait pouvoir être traité. Quant aux processus internes des fournisseurs, les services à la clientèle, ils ne répondent pas non plus aux attentes des consommateurs qui estiment que ceux-ci sont plutôt des espaces où l'on tente de minimiser les problèmes plutôt que de les régler. Dans l'ensemble, on constate que les consommateurs doivent contacter à plusieurs reprises les fournisseurs, avant que les choses bougent. Les fournisseurs se « cachent » derrière les modalités de l'entente, même si celles-ci sont jugées abusives, intimidant les consommateurs afin qu'ils oublient leurs doléances.

D'autre part, certains représentants cachent des renseignements qui, s'ils étaient révélés, pourraient nuire à la vente à laquelle un client s'intéresse. Les faits connus du représentant et qui sont le plus souvent cachés au consommateur, sont les suivants :

- les modalités de service (contrats) qui ne sont pas remises systématiquement à tous les acheteurs ;
- les frais divers qui s'ajouteront au prix, lors de la réception de la première facture ;

⁸⁷ Que puis-je faire si on me demande mon NAS?, site Web du Commissaire à la protection de la vie privée du Canada, voir Webographie

- les modalités prévues en cas de résiliation ;
- les zones de couvertures réelles.

De tels agissements vont à l'encontre du droit du consommateur à une information complète. Ils viennent en contradiction avec les lois applicables qui interdisent aux commerçants, lors de représentations faites aux consommateurs, de passer sous silence des faits importants.

Les clauses jugées abusives

Les fournisseurs étudiés inscrivent dans leur contrat une série de clauses qui précisent leurs obligations et celles de ses clients. Les lois de protection du consommateur interdisent cependant au commerçant d'insérer dans ses contrats toute disposition lui conférant le droit de décider unilatéralement qu'un consommateur a manqué à l'une ou l'autre de ses obligations, le dégageant des conséquences d'un fait dont lui ou son représentant est responsable, etc.

Les clauses jugées abusives qui sont le plus souvent inscrites dans les contrats des fournisseurs sont les suivantes :

- les questions touchant l'arbitrage obligatoire et la médiation ;
- le refus automatique d'un consommateur d'initier ou de participer à un recours collectif ;
- les limites de responsabilités des fournisseurs, qui couvrent à peu près tout.

SECTION III – EXPÉRIENCES DES CONSOMMATEURS

Les groupes de discussions

Dans le cadre de la présente étude, le SAC a formé un groupe de discussion d'une douzaine de consommateurs volontaires ayant été contactés pour ce faire. Les participants à ce groupe de discussion étaient des consommateurs ayant connu divers problèmes au niveau des services en téléphonie cellulaire.

Le groupe de discussion visait à mieux documenter, pour les fins de l'étude, les expériences vécues par les consommateurs sur les questions touchant trois dimensions d'une transaction :

- les contrats ;
- l'utilisation des services et le service après vente ;
- la résiliation des contrats.

Les discussions se sont déroulées sous la forme de trois ateliers pédagogiques animés par le SAC.⁸⁸ Les participants ont été divisés en deux groupes afin de faciliter la discussion.

Voici les principaux constats (les phrases citées entre guillemets sont les commentaires tels que formulés par certains participants) :

Les contrats

Les problèmes soulevés par le groupe de discussion, se résument principalement au fait que les contrats manquent de clarté, que les consommateurs manquent de temps pour les lire et au fait que certaines dispositions apparaissent abusives. Les consommateurs soulèvent la difficulté qu'ils ont de lire les contrats, soit parce ces derniers utilisent pour la plupart des caractères de police très petits, soit que la terminologie employée n'est pas familière au consommateur moyen. Quant à le lire en magasin, impossible ! Les pressions des vendeurs qui doivent voir le plus grand nombre de clients possible et même parfois celles des autres acheteurs qui sont fatigués d'attendre, sont des freins majeurs. Le contrat, selon les participants, devrait être disponible pour étude même avant la vente et non après celle-ci. Concernant les contrats verbaux effectués par téléphone, le consommateur n'a aucun moyen de vérifier les dires du représentant et les conditions de l'entente avant la transaction, ce qui indispose les participants grandement.

Par ailleurs, certaines clauses de contrat leur apparaissent abusives au niveau des coûts (surtout les coûts de résiliation), tandis que d'autres semblent axées sur la protection de la compagnie uniquement. En général, les participants ont dit :

⁸⁸ Voir l'ANNEXE 7

« *Les informations devraient vraiment être plus claires...* » ;

Les contrats sont longs – il y aurait avantage à ce que les consommateurs puissent les lire avant d'acheter, ce qui n'est pas possible car Bell (et les autres compagnies) ne laisse pas lire les contrats sur place. Pourtant, les contrats devraient être accessibles avant la transaction ;

Les contrats sont difficiles à lire ;

On demande trop d'informations sur le client ;

« *Comme pour les contrats d'hypothèque, les contrats de cellulaire devraient être disponibles avant l'achat afin que le client ait le temps d'en prendre connaissance* » ;

Il y a trop d'abréviations (acronymes non définis) et il y aurait avantage à utiliser toujours les mêmes termes, ce qui n'est pas le cas ;

Certains contrats n'indiquent pas clairement la période que couvre le contrat;

L'impression générale qui ressort de la plupart des contrats est que l'on protège l'entreprise plutôt que de décrire la relation contractuelle des parties. On sent donc peu de respect envers le consommateur ;

Il faudrait des titres plus évocateurs pour chaque section afin d'aider le consommateur à se repérer ;

« *Les organismes réglementaires devraient développer des contrats types que les compagnies utiliseraient, ce qui rassurerait les consommateurs qui sont plutôt mis devant les faits accomplis*» (rapidité des transactions, file d'attente de gens qui met des pressions, pressions des représentants de signer rapidement, etc.) »

Concernant la publicité : « Il y a abus quand on me demande de téléphoner ou d'aller sur Internet pour dire que je ne veux pas recevoir de publicité – on devrait me permettre de le faire sur le contrat ! » ;

Clause sur les pénalités de retard : « *Les taux d'intérêts sur les montants en souffrance sont très élevés.* » Ils sont perçus par les participants comme abusifs;

Clause de limitation de la responsabilité : les participants font remarquer que les compagnies ne semblent vouloir être responsables de rien, même de leurs employés et en même temps vouloir rendre le client responsable de pratiquement tout ;

Clause concernant le numéro de téléphone : « *Les fournisseurs devraient fournir au client des raisons valables et un avis avant de changer un numéro de téléphone* » ;

L'utilisation du service et le service après vente

Concernant les services, les problèmes soulevés concernent principalement l'information véhiculée par les représentants. Elle est souvent déficiente, et ce à plusieurs niveaux. Ils constatent que les préposés sont mal formés ou mal informés au niveau des forfaits, des coûts réels de ceux-ci (incluant les coûts afférents) ainsi qu'au niveau de la couverture du réseau cellulaire qu'offre la compagnie qu'ils représentent. On note que souvent les informations données par différents représentants sont contradictoires ou incomplètes.

Par ailleurs, plusieurs des participants trouvent le service après-vente inefficace. L'attente lors de l'utilisation du système automatique de réponse est parfois interminable et le service est généralement impersonnel chez la plupart des compagnies. Enfin, on soulève les problèmes d'incompatibilité des appareils entre eux ou des téléphones entre les divers fournisseurs. Les participants ont dit :

Côtés positifs

Pas de surprise, en général, au niveau du service et de la facturation. Il semble y avoir des standards de base ;

« Les prix sont généralement clairs sur le contrat mais on n'a pas toujours le temps de tout lire ou de l'assimiler » ;

Les consommateurs ont le choix des modes de paiements pour régler leur facture ;

Les compagnies qui fournissent des factures détaillées gratuitement sont bien cotées – pas BELL Mobilité qui charge 3 \$ pour l'obtenir ;

Côtés négatifs

La plupart des participants estiment que les préposés sont mal formés (ne connaissent pas assez les produits et les garanties) ou mal informés (sur les services, les zones de couvertures et les raisons des divers coûts liés au contrat) et qu'ils se protègent entre eux ;

Le libre-service téléphonique de Bell est très long et devrait être amélioré. D'autres libres-services sont mieux, comme celui de FIDO qui semble plus humain (parce qu'un préposé nous répond presque qu'immédiatement), plus proche du client ;

Pour les services prépayés, en baissant le nombre de jours pour l'expiration de 90 à 30, certains participants ont émis le commentaire que la compagnie voulait par ce moyen obliger l'utilisateur à réapprovisionner son compte plus souvent (donc à consommer davantage alors qu'on sait que ce service s'adresse souvent aux jeunes, pour limiter leur consommation) ou à l'inciter à adhérer aux prélèvements automatiques, ce qui est plus avantageux pour les compagnies ;

Malgré le nombre de participants et malgré le fait que les participants aient en main les contrats, personne n'était capable de confirmer ou infirmer si des frais étaient chargés pour les messages préenregistrés des compagnies que les consommateurs entendent lorsqu'ils consultent leur boîte vocale. Certains disaient oui, d'autres affirmaient que non⁸⁹ ;

Les consommateurs devraient recevoir une copie des cartes indiquant les zones de couverture;

« Les services après vente sont exécrables – les délais sont trop longs, on change tout le temps de personne à qui on parle et on doit recommencer son histoire.., souvent il y a des informations conflictuelles entre ce que les personnes disent » ;

Trop de pressions de la part des représentants – *« on fait même signer des jeunes dans les bars... » ;*

« Si on est incapable de payer, on ne peut annuler tant qu'on n'a pas tout payé – mais le fait qu'on ne puisse annuler contribue à augmenter les charges » ;

C'est lorsque qu'il y a un contrat verbal ou des négociations sur un problème que le consommateur découvre que les explications du représentant ne coïncident pas avec ce qu'il retrouve sur le contrat (différence entre perception basée sur ce que le représentant a dit et la réalité) ;

Lorsqu'on change d'appareil, les accessoires ne sont pas compatibles entre eux, ce qui occasionne des dépenses inutiles quand on en possède déjà (par ex : le chargeur, l'appareil pour brancher le téléphone dans la voiture ou pour parler en main libre) ;

Le service à la clientèle, pour obtenir de simples informations comme la date de fin du contrat, est difficile d'accès et les informations sont parfois contradictoires ;

Concernant les systèmes de réponse automatique : *« On veut parler à de vraies personnes ! » ;*

Les façons de vendre sont très tape-à-l'œil et la publicité semble même parfois être frauduleuse ;

L'Office de la protection du consommateur (OPC) et le Conseil de la Radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) devraient mieux informer les consommateurs ;

⁸⁹ Après vérification auprès du service à la clientèle, il s'est avéré que le temps d'antenne est effectivement chargé dès que démarre la communication du message pré-enregistré ainsi que le temps d'antenne utilisé pendant la sonnerie.

La résiliation du contrat

« C'est drôle que l'appareil de téléphone, à certains moments, vaille très cher, alors que quand tu veux le réparer ou le remettre à la compagnie, il ne vaille plus rien... » ;

Les participants considèrent abusifs les montants exigés dans les clauses de résiliation, surtout celle de ROGERS et de BELL Mobilité. Les pénalités sont abusives parce qu'elles font payer de fortes sommes pour un service qui n'a pas été réellement fourni ;

Les participants trouvent douteuse la pratique de renouvellement sur une base mensuelle à la fin d'un contrat (option négative). La compagnie devrait avoir la responsabilité d'informer le client que la fin du contrat approche et des nouvelles conditions, s'il y a lieu, qui s'appliqueraient. Il faut permettre au consommateur de prendre une décision éclairée avant la fin de son contrat.... et non lors de la réception de la première facture surprise suivant la fin du contrat ;

« Au niveau de la résiliation : cela devrait être comme le système téléphonique régulier (mensuellement, sans frais ou frais minimes) » ;

« Les méthodes de recouvrement sont abusives et envahissantes ».

Au niveau des recommandations faites par les consommateurs de ce groupe de discussion, on retrouve surtout le désir d'avoir davantage d'information à propos des contrats, des services (forfaits et couverture du réseau), des coûts de frais d'antenne. Les frais devraient être chargés selon l'utilisation réelle du client et les compagnies devraient offrir une plus grande compatibilité entre les appareils. Voici ce que les participants au groupe de discussion ont proposé, à titre indicatif :

Les préposés ou les commerçants affiliés devraient toujours vendre un forfait et un appareil de téléphone qui correspond aux besoins de l'acheteur. Donc il faut qu'ils prennent le temps de s'informer sur les besoins du client avant de conclure la vente ;

Les préposés ou les commerçants affiliés devraient prendre le temps d'expliquer comment fonctionne les forfaits ainsi que l'usage général de l'appareil ;

Les piles sont, dans certains cas aussi chères que l'appareil lui-même ce qui est inacceptable. Il faut avoir des prix plus abordables pour les piles pour ne pas toujours forcer le consommateur à acheter ;

Il faudrait que les préposés et les commerçants affiliés donnent toujours l'information adéquate sur l'étendue de la couverture numérique et/ou analogique ;

Il faudrait que les contrats soient écrits par des compagnies indépendantes - des contrats-types pour tous les fournisseurs - et que ces contrats soient réglementés par le gouvernement ;

Les consommateurs voudraient connaître de façon détaillée ce qu'ils payent dans le prix d'une carte prépayé, surtout le premier mois ;

Le temps d'antenne devrait être toujours comptabilisé en temps réel et non à la minute supérieure ;

Pour les interurbains, seule la personne qui appelle devrait payer les frais lorsqu'il s'agit de mauvais numéros ;

Les sites Internet de certains fournisseurs auraient avantage à être améliorés surtout en ce qui concerne la simplicité d'accès aux informations. Les services pourraient, par exemple, être répartis en thèmes majeurs à partir desquels toute l'information serait donnée. (Ex : Les forfaits mensuels – Les services prépayés...)

En général, les appareils cellulaires devraient fonctionner avec toutes les compagnies. Cela éviterait au consommateur d'acheter un nouvel appareil ou d'en jeter... ;

Lors de la facturation les frais afférents devraient toujours être expliqués;

Les messages préenregistrés sont souvent trop longs et ne devraient jamais être chargés à celui qui doit les subir sans pouvoir y faire quoique ce soit ;

Itinérance - On devrait connaître d'avance les frais chargés par les compagnies affiliées (américaines) selon les régions où l'on sera en itinérance;

En cas de perte ou de vol, le consommateur ne devrait pas être obligé d'acheter un appareil cellulaire neuf. La compagnie pourrait, par exemple, exiger un petit montant pour le remplacement de l'appareil par appareil usagé mais de bonne qualité ;

Plaintes des consommateurs de la Mauricie et d'ailleurs au Québec

Pendant une période de quelques mois, le SAC a fait appel deux fois à la population locale (de la Mauricie) par l'intermédiaire des quotidiens et hebdomadaires régionaux afin de connaître leurs expériences positives ou négatives avec le monde de la téléphonie cellulaire. Pendant cette période, le SAC a donc reçu plusieurs appels de consommateurs et a pu documenter un certain nombre de cas (plus d'une cinquantaine) ayant connu différents problèmes avec des fournisseurs de services cellulaires. Spécifions que tous les appels reçus au SAC n'étaient pas nécessairement négatifs à l'endroit des fournisseurs ou des représentants de service cellulaire. Les plaintes reçues au sujet de la téléphonie cellulaire s'échelonnent entre juillet 2003 et décembre 2003.

Le SAC a également contacté différents organismes voués à la protection du consommateur tel que La Facture, l'Office de la protection du consommateur, certaines ACEF, l'Union des consommateurs, Option consommateurs et le PIAC afin qu'on lui fournisse des exemples de plaintes ayant été formulées dans leur région respective. Certains de ces organismes

ont acquiescé à notre demande et nous ont fourni un certain nombre de cas supplémentaires (une vingtaine) provenant des divers endroits du Québec.

Les descriptions sommaires de ces plaintes ont été regroupées par thèmes de façon à mieux faire ressortir les problèmes rencontrés par les consommateurs. Les plaintes qui suivent sont identifiées selon le ou les fournisseurs en cause.⁹⁰

Avec plus de soixante-dix plaintes enregistrées, nous pouvons affirmer sans aucun doute qu'il existe des lacunes au niveau des produits et services de téléphonie cellulaire. Comme les consommateurs ne possèdent que peu de connaissances concernant le fonctionnement de la technologie cellulaire, beaucoup de ceux-ci se retrouvent dans une position de vulnérabilité vis-à-vis de l'information qui leur est transmise et doivent s'en remettre uniquement au professionnalisme des représentants.

Plusieurs lacunes apparaissent au niveau de l'information transmise et de la représentation qui est faite au consommateur. Ainsi, on peut constater :

- un manque d'information concernant les coûts réels des services ;
- un manque d'information concernant les contrats et des ententes de service soit lors d'ententes verbales au téléphone, soit lors de transactions effectuées (en vitesse) à la maison, dans les boutiques, kiosques ou autres magasins non spécialisés ;
- un manque d'information de la part de représentants concernant la couverture du réseau ;
- un manque d'information concernant la facturation détaillée ;
- des informations (volontairement ou involontairement) erronées au niveau de la représentation sur les produits et services surtout lorsqu'il s'agit de promotions effectuées par des compagnies affiliées agissant à titre de commerçants affiliés;

Concernant le service à la clientèle on peut constater aussi :

- des lacunes dans le service offert par les représentants : oublis, retards, la lenteur de réponse aux demandes des clients, des erreurs dans les abonnements ou dans les changements de forfait, le service de facturation et les communications en anglais pour des abonnés francophones, le manque de courtoisie dans certains cas, les transactions qui sont souvent effectuées trop rapidement;
- des problèmes au niveau de la gestion du système informatique : difficultés à corriger les erreurs de facturation, un réseau informatique d'assistance routière trop long ou non disponible;

⁹⁰ Les cas au complets, avec nom et autres références sont conservés au SAC.

- des lacunes concernant les systèmes de réponse automatique : longueur du temps d'attente, coût du temps d'antenne, difficulté d'accéder à un préposé, difficulté d'accéder une deuxième fois au même préposé, service de publicité en anglais inutile pour les francophones qui choisissent le service en français.

Les offres... « douteuses »

- On offre un téléphone cellulaire « gratuit » à un consommateur qui n'y connaît rien et qui n'a pas été informé qu'il doit appeler le service à la clientèle pour activer le téléphone. Quelque temps après, comme il ne sait pas s'en servir et qu'il ne s'en sert pas, la compagnie lui envoie une facture de 280,00 \$ pour bris de contrat (ROGERS).
- Dans certains cas, le prix du téléphone gratuit est chargé lors de la réception de la première facture même si on avait prétendu qu'il n'en coûterait rien (BELL) ou même après un arrangement avec le représentant à la clientèle pour étaler les paiements (BELL).
- Dans un autre cas, un représentant offre un deuxième téléphone à un consommateur qui en possède déjà un lui assurant que le deuxième ne lui coûtera rien de plus (ROGERS). Pourtant à la réception de la première facture du deuxième téléphone des frais supplémentaires de 15,00 \$ sont ajoutés. Le consommateur téléphone à la compagnie pour désactiver le second appareil dont il se sert rarement. On l'avertit alors qu'un bris de contrat engendrait des coûts de 200\$. Pourtant, on ne lui avait pas dit que le deuxième téléphone comprenait aussi un contrat de deux ans. Devant cette situation, il se résigne donc à garder le deuxième téléphone pour le temps restant au contrat.
- Des consommateurs ont été sollicités par téléphone durant des campagnes de promotion de diverses compagnies où on leur affirmait qu'ils étaient les *heureux élus*, choisis au hasard, ayant gagné un appareil cellulaire gratuit. Cependant, à la réception de la première facture, certains de ces consommateurs se rendaient vite compte qu'il n'y avait rien de gratuit. Leur état de compte affichait des montants variant entre 87,00 \$ et 187,00 \$ à payer. Ces coûts n'avaient pas été mentionnés au départ (ROGERS - 4 - TELUS -3- BELL - 2).
- Dans certains cas, on leur offrait, en plus, quelques mois de service gratuit ou un chèque de 100,00 \$ (TELUS) qu'ils pouvaient dépenser à leur guise. On leur exigeait un paiement de 20,00 \$ pour profiter de l'offre. Certains représentants omettaient cependant de mentionner qu'il ne s'agissait là que d'un seul service (appels locaux illimités) et non le coût du forfait au complet comme le consommateur pouvait être porté à le croire. Enfin, on omettait aussi de dire que cette offre comportait la signature d'un contrat de deux ou trois ans.

- Un représentant de la section marketing d'une compagnie affirme à une consommatrice qui veut s'abonner à la carte que l'appareil et l'activation seraient gratuits. Effectivement lorsqu'elle reçoit l'appareil, une facture fait état des coûts qui sont indiqués à 0\$ partout. Intriguée, elle appelle tout de même au service à la clientèle de la compagnie pour apprendre que son premier compte serait de 179,00 \$ (BELL).
- Un autre cas de promotion : une consommatrice a été « choisie » pour une offre spéciale comprenant 100 minutes d'utilisation gratuite, pas de frais d'activation, pas de frais d'installation et pas de frais mensuels. Elle n'avait qu'à payer 150,00 \$ pour l'appareil cellulaire. Après l'accord de la consommatrice pour recevoir l'appareil en question par courrier postal, celle-ci se rend compte qu'il s'agit en fait d'un contrat « *qu'elle doit signer et retourner dans les plus brefs délais* » tel que mentionné dans la trousse. De plus, à la réception de la première facture, le montant à payer s'élève à 165,00 \$. Après vérification, elle se rend compte aussi qu'il ne lui reste que 30 minutes gratuites dans son compte et non 100 minutes comme on lui avait affirmé au départ (BELL).
- Lors de la campagne promotionnelle d'un fournisseur, un représentant assure un consommateur au téléphone qu'il recevrait la première facture 4 mois plus tard au coût d'environ 31,00\$. Au lieu de cela, le consommateur reçoit, après le premier mois, une facture de 99,00 \$ (TELUS).
- Un consommateur prend une entente par téléphone après que le représentant d'une compagnie de cellulaire lui avait affirmé qu'il avait été choisi pour recevoir un téléphone gratuit. On lui dit qu'il recevra son appareil cellulaire dans une semaine. Au bout d'un mois, il n'a encore rien reçu à part une facture d'environ 175,00 \$. La facture comportait le bon nom mais pas la bonne adresse. Il contacte la compagnie qui lui assure que c'est une erreur et que tout sera réglé dans une semaine. Au bout de deux semaines, le consommateur reçoit trois autres factures et un compte d'une agence de recouvrement lui réclamant la somme de 376,67 \$ et toujours pas de téléphone (ROGERS).

Hors Mauricie

- Une consommatrice, lors d'une visite dans une boutique pour acheter du temps d'antenne pour son appareil, se fait convaincre par le représentant d'acheter un nouvel appareil au coût de 198,00 \$. Selon les prétentions du représentant cet appareil serait gratuit au bout de 2 mois d'utilisation du service à cause des rabais offerts par la compagnie. Après trois mois de facturation, la dame refait les calculs du représentant et s'aperçoit qu'elle a payé tout de même 99,00 \$ pour l'appareil. Elle se plaint de fausse représentation de la part du représentant (BELL Mobilité).
- Un consommateur se fait offrir, par un représentant d'une compagnie, une option sans frais pour un an. Quelques mois plus tard, il se rend

compte que les montants de ses cartes prépayées baissent plus vite qu'auparavant. Il appelle à la compagnie pour apprendre que l'offre du représentant était erronée, que celle-ci ne devait pas durer plus de trois mois contrairement à un an comme l'avait affirmé le premier représentant (BELL Mobilité).

- Une consommatrice a reçu un téléphone cellulaire en cadeau lors d'une sollicitation par télémarketing. Elle croyait avoir signé un formulaire de livraison mais en réalité, elle a signé un contrat de trois ans la liant à l'entreprise. Réalisant dès le début qu'elle serait incapable de payer ses factures, elle a voulu annuler son contrat mais il lui en aurait coûté plus de 800,00 \$ (ROGERS).

La représentation sur les produits et services

- Tout en affirmant que les factures mensuelles seront peu élevées, des représentants « oublient » de mentionner à ces consommateurs les coûts afférents (frais d'activation, frais d'accès au système, service 9-1-1, facturation 1 mois à l'avance, taxes). Ceci occasionne, lors de la réception de la première facture, des coûts pouvant être trois fois plus élevés que ce qui avait été affirmé au départ par le représentant (TELUS- 3 - ROGERS- 4 - BELL - 2).
- Une dame dans un état mental instable et qui ne connaît rien dans la technologie cellulaire se laisse convaincre lors d'une campagne promotionnelle par une représentante de s'abonner à un service cellulaire. Elle se rend vite compte qu'elle ne peut assumer les coûts et veut résilier. Lors de l'arrivée de la première facture, on lui impose une pénalité de près de 800,00 \$ pour bris de contrat (ROGERS).
- Un consommateur qui n'avait jamais connu de problèmes avec son vieil appareil analogique, se plaint que le nouvel appareil « plus moderne » qu'on lui a vendu, fonctionne mal dans son secteur. Le consommateur communique avec le SAC et découvre que l'appareil « tri-mode » qu'on lui avait vendu ne correspondait pas à ses besoins, cela malgré les affirmations du représentant. Après avoir effectué une recherche, il a été constaté que l'appareil vendu ne possédait pas le mode analogique dont le consommateur avait besoin pour communiquer dans son secteur (ROGERS).
- Une consommatrice à qui l'on a offert un nouveau forfait, veut se renseigner sur les coûts du temps d'antenne en itinérance aux États-Unis. Le représentant interprète cette demande de renseignement comme un nouveau forfait et abonne la consommatrice à ce nouveau forfait sans qu'elle le sache (ROGERS).

Hors Mauricie

- Une consommatrice se plaint que l'appareil et le service à la carte qu'on lui a vendu et pour lequel elle a payé 175,00 \$ ne correspond pas du tout à ce qu'elle avait demandé. Elle désirait s'en servir en cas d'urgence mais son appareil ne fonctionne pas dans certains secteurs où elle travaille (ROGERS).
- Une consommatrice se plaint que le fournisseur lui a chargé un mois plutôt que de lui offrir un rabais, tel qu'on le lui avait promis au départ, parce qu'elle a changé d'un forfait mensuel à un service prépayé un mois avant la fin de la période de rabais. Elle mentionne que le représentant ne l'avait pas informé à ce sujet et qu'elle a eu la surprise à la réception de sa facture (BELL).
- Un résident de Valleyfield se fait vendre un appareil inapproprié par un représentant. Le représentant lui vend un appareil qu'il appelle « tri-mode » alors que l'appareil était plutôt un appareil tri-bande et monomode, c'est-à-dire sans mode analogique. Cet appareil fonctionnait mal dans sa région et a demandé à ce qu'il soit remplacé par un téléphone possédant le mode analogique. Il a aussi connu des difficultés à obtenir, de la gérante du magasin, que l'appareil soit remplacé (ROGERS).

Les zones de couverture

- Plusieurs cas ont été rapportés concernant une mauvaise réception du signal (BELL Mobility -3- et ROGERS -2).
- Certains consommateurs se sont fait vendre des appareils pour une région où n'existait pas de tour émettrice ou dans une région où la réception est moins bonne (ROGERS). On propose à un utilisateur (BELL) de faire poser une antenne sur son automobile afin améliorer la réception dans certains secteurs (BELL et ROGERS).
- Un consommateur se plaint de réception inégale du signal dans son secteur, ce qui ne lui avait pas été mentionné par le représentant au départ (BELL).
- Dans un autre cas, un consommateur se fait vendre un appareil dernier cri mais qui ne fonctionne pas dans son secteur *malgré ce qu'avait prétendu* le représentant (ROGERS).

Hors Mauricie

- Contrairement à ce que le représentant lui avait affirmé, une dame se plaint qu'on lui a vendu un appareil cellulaire qui ne fonctionne pas aux Îles de la Madeleine. De plus, l'appareil ne fonctionne pas sur la majeure partie de la route qu'elle utilise pour s'y rendre, ce qui ne répond pas à ses attentes (ROGERS).

- Un consommateur affirme avoir des problèmes de communications avec son appareil. Il semble que le signal se perd constamment (ROGERS).
- Un consommateur se plaint de divers problèmes de réception de son appareil dont la perte régulière de la communication, un réseau surchargé et un fort phénomène d'écho (BELL Mobilité).

Les problèmes d'appareils

- Un consommateur rapporte en magasin son cellulaire de 225,00 \$ acheté trois mois plutôt car il ne fonctionne plus à cause de la corrosion. Le fabricant refuse de dédommager le consommateur prétextant qu'il est responsable du bris tandis que la compagnie de cellulaire affirme ne pas être responsable du fonctionnement des appareils. Pourtant, d'après ce consommateur, le représentant du commerce où il s'était procuré l'appareil avait affirmé que son cas n'est pas unique (TELUS).

Hors Mauricie

- Une consommatrice abonnée à un forfait de 200 minutes par mois se plaint que le compteur de minutes de son appareil fonctionne mal et ne lui permet pas de savoir où elle en est dans son temps d'utilisation (FIDO).
- Après 10 mois d'utilisation, l'écran de l'appareil d'un consommateur surchauffe après 5 minutes d'utilisation. À un certain moment l'écran craque. Il l'envoie pour réparation et on lui exige 110,00 \$. Le fabricant n'a pas voulu reconnaître le problème. Lorsqu'il appelle le fournisseur, on lui offre de payer 70,00 \$ pour la réparation mais à condition que le consommateur contracte une nouvelle entente d'un an avec eux (ROGERS).
- Un consommateur se plaint de la qualité de l'appareil que le fournisseur lui a vendu. L'appareil perd le signal et parfois s'éteint de lui-même (TELUS).

Les frais et modalités de paiement

- Un consommateur trouve que le contrat qu'on lui fait signer en boutique lors d'un achat est écrit en très petits caractères et que ces caractères sont imprimés de façon pâle (ROGERS).
- *Facturation annuelle.* Une consommatrice déplore le fait que la compagnie avec laquelle elle fait affaire n'envoie aucun état de compte ou facture décrivant l'utilisation du service ainsi que leurs coûts (BELL).
- *Changement des coûts sans avis.* Des consommateurs se plaignent du fait que les coûts de leur service prépayé ont été changés sans aucun préavis de la part de la compagnie. C'est à l'achat de nouvelles cartes qu'ils ont constaté que le prix du temps d'antenne était passé de 25,00 \$ pour trois mois à 25,00 \$ pour deux mois (BELL-2).

- *Des frais exagérés de modifications de forfaits.* Un consommateur désire passer du forfait mensuel à un forfait à la carte. Le représentant lui mentionne que des frais de 40,00 \$ lui seront exigés pour effectuer ce changement (BELL).
- *Temps de sonnerie payant.* Une consommatrice a constaté qu'on lui a chargé pour le temps de la sonnerie du téléphone même si personne n'a répondu à l'appel. Elle ne trouve pas cela équitable (BELL).
- *Facturation à la minute supérieure.*⁹¹ Un consommateur utilisant le système prépayé affirme que parfois il appelle ses enfants et leur parle pendant quelques secondes seulement. Pourtant, sur sa facture, il constate qu'à chaque fois il a été facturé pour une minute au complet

⁹¹ Une compagnie canadienne utilisant la facturation à la seconde prétend que celle-ci permet à l'utilisateur de parler jusqu'à 40% plus longtemps. Inversement, peut-on dire qu'avec la facturation à la minute, l'abonné peut perdre jusqu'à 40% de son temps d'antenne..? Un consommateur abonné à un forfait de 600 minutes par mois n'obtiendrait en fait que 360 minutes de temps d'antenne réels. Autrement dit, avec cette méthode de facturation, qu'elle soit par palier d'une minute ou de 30 secondes, le consommateur perd une bonne partie du temps d'antenne pour lequel il a payé.

Le fournisseur de téléphonie mobile SFR a d'ailleurs été condamné par la le tribunal de Nanterre pour avoir utilisé de connivence avec deux autres fournisseurs, un système de facturation semblable. Ce système de facturation permettait aux compagnies de facturer 25 à 30 % d'un temps de communication en réalité jamais consommé par les utilisateurs...

Voici à titre d'exemple, ce que l'Union Fédérale des Consommateurs (UFC) dit à ce sujet, ce qui peut expliquer pourquoi certains consommateurs ont l'impression de se faire flouer. L'UFC a calculé qu'un consommateur voulant communiquer 6 heures prend un forfait de 6 heures et non pas de 8 heures. Après environ 4 h 30 min de communication réelle, il est facturé 6 heures, son forfait est terminé. Pourtant, il lui reste plusieurs jours à tenir pour attendre la remise à zéro du compteur, il continue à téléphoner... mais hors forfait, c'est-à-dire à un tarif beaucoup plus élevé. Au total, sa consommation globale réelle n'est pas forcément supérieure à 6 heures, mais sa facture, elle, est largement supérieure au prix de l'abonnement.

Le tribunal de Nanterre a également condamné Orange et Bouygues Télécom (les deux autres fournisseurs) pour publicités trompeuses. En effet, le tribunal a reconnu que les publicités de ces sociétés induisaient en erreur le consommateur sur le temps de communication réellement mis à disposition, en omettant de préciser que ce temps était décompté par palier d'une minute, puis de 30 secondes.

Voyons aussi ce que Eric Bernatchez du site *What you need to know about (voir la Webographie)* écrit à propos de la facturation à la minute:

"I tested it for myself last fall, when I bought my new cell phone. The phone I use, a Motorola StarTac, features a «usage counter» that tells me how many minutes I have used, but it counts partial minutes as full minutes. Since I was on a «by the second» plan, I could eventually see compare both counts. After 15 days, my phone indicated that I had already used up 127 minutes of my 200 monthly allowances. But when I called customer service to check my remaining minutes, they told me I had only used 76 minutes.

That's a big difference of 50 minutes and a significant saving over a «by the minute plan». That month, I didn't bust my maximum minutes allowance, but I would have had to pay extra, had I been on a «by the minute» plan."

(BELL).⁹² Note : La facturation à la seconde a été abandonnée par la plupart des fournisseurs en 2002 au profit de la facturation à la minute supérieure.

- *Consultation de l'état de compte.* Un consommateur trouve regrettable le fait que lorsque qu'il compose le numéro pour connaître son état de compte, le système automatisé ne lui donne que le montant d'argent qui lui reste à utiliser sur sa carte prépayée et non le nombre de minutes restantes (BELL).

Hors Mauricie

- Un consommateur se plaint qu'il est surfacturé lors de son changement de forfait autant au niveau du temps pris pour effectuer le changement qu'au niveau du coût du forfait lui-même. Le problème proviendrait du fait que sa demande a été prise en compte trop tard, c'est-à-dire 10 jours après la date de sa facturation habituelle. Donc il y aurait eu ajout d'un mois de facturation en trop sur son compte (FIDO).
- Un consommateur prétend qu'il paye (jusqu'à deux minutes) pour le temps utilisé par la compagnie pour l'informer du temps ou de l'argent restant à utiliser sur son compte prépayé (ROGERS).
- Une consommatrice déplore le fait que son temps d'antenne a diminué (de trois mois à deux mois) pour le même prix (BELL Mobilité).
- Des consommateurs se plaignent de l'augmentation du coût du service prépayé qui coûte plus cher pour un temps plus réduit (le forfait passe de trois mois à deux mois pour le même prix) (ROGERS - 4).
- Un consommateur se plaint du fait qu'il n'existe pas de facture pour le service prépayé et que les détails de son utilisation ne soient pas affichés sur son compte via Internet (BELL Mobilité).
- Un consommateur prétend qu'il n'a jamais reçu le temps d'antenne pour lequel il avait payé par Internet. Pourtant, après vérification du compte de sa carte de crédit, il constate que le montant avait été prélevé (BELL Mobilité).

⁹² « En outre, Telus Mobility et Rogers At&T ont annoncé, en juin 2002, qu'elles allaient passer à la facturation par minute et non plus par seconde, comme c'est la norme actuellement, pour tenter de gonfler leurs revenus par abonné. Bell Mobilité a pris la même mesure en juillet 2002. » Site Web d'Industrie Canada, Service de télécommunication au Canada : Un aperçu de l'industrie, section 2-4, voir webographie.

*Le service à la clientèle*⁹³

- *Transaction précipitée.* Une dame âgée se fait solliciter au téléphone. Le représentant se présente chez elle et effectue la transaction de façon précipitée en répondant peu à ses questions et lui assure que le service correspondra à ses besoins. La dame se rend compte par la suite que ce n'est pas le cas et renvoie le téléphone par la poste. Au bout de quelques mois, elle reçoit une facture lui réclamant plus de 900,00 \$. (Rogers).
- *Manque d'information.* Une consommatrice qui s'est abonnée à un service prépayé dans une boutique, se plaint du fait que le représentant ait omis d'indiquer qu'il fallait renouveler les cartes pour activer le service en tout temps. Elle souligne aussi qu'elle n'avait pas été informée sur le nombre de minutes des cartes. Selon elle, le service de téléphonie cellulaire est dispendieux et cache des coûts inconnus (BELL).
- Une dame s'étant abonnée au service prépayé d'un fournisseur oublie de se procurer une nouvelle carte et voit son service coupé la journée même de la date d'expiration de son ancienne carte. Elle appelle une représentante du service à la clientèle et celle-ci l'informe de la politique de la compagnie : elle doit renouveler sa carte la journée même de la date d'expiration de son ancienne carte sinon le service est coupé (BELL) ..
- Problèmes avec le service d'assistance routière. Selon la description d'une publicité envoyée par courriel à un consommateur : « *L'Assistance routière, à 5\$ par mois, est un service disponible 7 jours sur 7, 24 heures sur 24, partout au Canada et aux États-Unis. Les services offerts sont : changer un pneu crevé, livraison d'essence lors de panne, survoltage de la batterie, service de serrurier, et remorquage suite à des ennuis mécaniques.* » Un consommateur abonné au service d'assistance routière tombe en panne avec son auto. Il a eu beau appeler pendant près d'une heure (vingt minutes d'attente en ligne à chaque appel) pour avoir droit au service, il ne l'a jamais obtenu. Avant d'épuiser la pile de son cellulaire, il a fait appel à un service de dépannage de la région. Plus tard, lorsqu'il a réussi à rejoindre le service d'assistance routière, on lui donne comme raison que ce dernier était surchargé. Le consommateur trouve que le service d'assistance routière de la compagnie est mal structuré⁹⁴. Lors de son premier appel, c'est un préposé du Nouveau-

⁹³ Parmi les plaintes reçues, plusieurs font état des questions touchant le service à la clientèle. Il est offert principalement sous trois formes : dans les boutiques des fournisseurs, par les commerçants affiliés et via les services téléphoniques de chacun des fournisseurs.

⁹⁴ La compagnie vous rendra le service d'assistance routière à la seule condition que vous ayez votre téléphone cellulaire sur vous. De plus, pour certaines compagnies, le service n'est disponible que 72 heures après l'abonnement initial.

Brunswick qui lui a répondu et qui l'a référé ensuite à un autre poste à Montréal alors qu'il se trouvait en Mauricie (BELL).

- *Erreurs dans les services fournis.* Dans certains cas, les consommateurs ont précisé qu'ils désiraient un service spécifique et ils en ont obtenu un autre. Dans le premier cas (BELL), la dame a spécifié qu'elle désirait le système prépayé pour l'appareil cellulaire qu'elle avait reçu en cadeau. En plus de son abonnement au système prépayé, on l'a abonné, sans qu'elle le sache, à un forfait mensuel et la compagnie récupérait les paiements du forfait mensuel avec l'argent des cartes prépayées que la dame se procurait. Lorsque la dame s'est rendu compte qu'elle était toujours « *dans le rouge* », elle a communiqué avec le service à la clientèle qui s'est rendu compte de l'erreur du représentant avec qui elle avait parlé la première fois. Dans le deuxième cas (BELL), le client avait bien spécifié qu'il désirait l'abonnement offert par la compagnie pour laquelle il travaille. Au bout d'une semaine il s'aperçoit que le service ne correspondait pas à ce qu'il avait demandé. Il appelle à la boutique pour faire réparer l'erreur mais on lui répond qu'il est impossible de changer quoi que ce soit une fois les données entrées dans le système de facturation électronique. Après de rudes négociations, on a finalement accepté d'effectuer le changement demandé (BELL - 2).
- *Oubli de changement de forfait.* Dans un autre cas semblable, suite à une plainte concernant le mauvais forfait, un consommateur n'avait toujours pas eu de modifications après deux semaines après la demande à un représentant. De plus, il a reçu une facture de 32,10 \$ provenant de son ancien forfait qui n'avait pas été annulé, même si sa ligne était inutilisable entre-temps. Le transfert de forfait est finalement fait plus d'un mois après la demande initiale (BELL).
- *Temps d'attente long et coûteux.* Des consommateurs se sont plaints du temps d'attente parfois très long avant de pouvoir rejoindre un représentant avec le libre-service téléphonique (BELL-2).
- Un consommateur dénonce le fait qu'il doit payer le temps d'attente lorsqu'il veut rejoindre, par son cellulaire, un représentant du service à la clientèle (BELL).
- *Option service en français.* Un consommateur trouve regrettable que l'option "*service en français*", lorsqu'il veut rejoindre un représentant du service à la clientèle par son cellulaire, fasse jouer des messages publicitaires autant en anglais qu'en français durant le temps d'attente, et cela à ses propres frais (BELL).
- *La courtoisie de certains représentants.* Certains consommateurs ont mentionné le manque de courtoisie de certains représentants. Ces représentants utilisent un ton rude ou arrogant et vont parfois jusqu'à fermer la ligne au nez du client (BELL-4).

- *On ne diminue pas son service comme on veut.* Après une deuxième demande pour faire diminuer son forfait, un consommateur se fait refuser et avertir que cette deuxième demande sera considérée comme un bris de contrat occasionnant une pénalité de 200,00 \$ (ROGERS).
- Un autre consommateur a dû faire plusieurs appels avant que sa demande de passer à un service à la carte soit acceptée. Lorsque son fils fait le même type de demande, il doit faire la demande trois fois sur une période de trois mois avant que cette question ne soit réglée (BELL).

Perte ou vol

- Une consommatrice achète un appareil cellulaire dans une boutique. Après un mois d'utilisation la dame perd son appareil. N'ayant plus d'appareil et ne désirant pas s'en acheter un autre, elle demande une annulation de contrat. À la compagnie, on lui répond qu'on n'annulera pas le contrat et que celui-ci continuera pour deux mois. À la réception de la facture, on lui réclame la somme de 591,00 \$ c'est-à-dire 200,00 \$ pour l'appareil et 391,00 \$ pour l'annulation du contrat. Pourtant, le prix de l'appareil est supposé être inclus dans le coût mensuel puisque la dame avait un contrat (ROGERS) et le maximum, pour bris de contrat, est fixé à 200,00 \$.

Renouvellement du contrat

- *Abonné ou ré-abonné sans le savoir.* Une personne âgée se laisse convaincre au téléphone, par un représentant, qu'il ne lui en coûtera que 35,00 \$ par mois pour utiliser un cellulaire. Comme ce coût apparaît moindre que le coût de sa ligne résidentielle, elle accepte verbalement sans se rendre compte qu'elle vient de contracter une entente de deux ans, ce que le représentant ne lui avait pas mentionné (BELL).
- *Contre-offre surprise.* À la fin de son contrat de un an, une consommatrice désire résilier son abonnement, mais la compagnie de téléphonie cellulaire lui fait une nouvelle offre qui, selon elle, n'est pas annoncée dans les dépliants disponibles à ce moment (ROGERS).

Annulation, résiliation ou suspension du service

- Bien qu'ils admettent que leur jeune adolescent ait eu un comportement irresponsable concernant le paiement de son compte, des parents trouvent abusive la façon d'agir d'un fournisseur (ROGERS). Les retards de paiements auraient occasionné au jeune abonné six coupures de service en deux ans. À chaque fois, il a été réactivé mais il a dû payer le service d'activation (25,00 \$) en plus du service pour le mois *durant lequel il avait été coupé*, donc près de 50,00 \$ à chaque fois.

- Dans un autre cas, la compagnie réactivait aussi le service après chaque coupure (25,00 \$ chaque fois) et rajoutait une marge de crédit de 200,00 \$ au compte du jeune abonné (ROGERS).
- Un consommateur, désirant faire annuler l'option de prélèvement automatique de son service prépayé, contacte un représentant qui lui affirme que ce service sera annulé. Un mois après, lors de la réception de son compte mensuel Visa, le consommateur remarque qu'un montant équivalent à son utilisation du cellulaire a été débité. Le mode de prélèvement automatique est toujours actif donc non annulé, malgré le fait qu'il ait demandé par deux fois l'annulation de ce service (BELL).
- Bien qu'il ait eu deux contrats avec un fournisseur, un consommateur soutient qu'il n'a jamais eu de copie en papier des contrats à signer qu'il avait conclu avec ce fournisseur. Les ententes avaient été conclues par téléphone uniquement (ROGERS).
- Un jeune de 17 ans se rend à une boutique pour s'engager contractuellement. On l'informe que le contrat devait être au nom de l'un des deux parents. À la boutique, on communique avec la mère qui donne son consentement verbal par téléphone. Dix jours après l'activation de l'appareil, la mère et le fils demandent l'annulation du contrat, ce qui est refusé. La compagnie dit qu'il a dépassé le nombre de minutes allouées dans le contrat pour qu'une résiliation soit possible. Cependant, elle n'a jamais pu prendre connaissance des termes et conditions du contrat comme elle n'a jamais reçu de contrat papier ou de copie de contrat. On les informe que la pénalité est de 200,00 \$ plus d'autres frais afférents (ROGERS).
- Un consommateur signe un contrat de deux ans dans une boutique et aucune information ne lui est fournie sur les conditions du contrat. Le « contrat » qui lui a été fourni ressemble davantage à une facture qu'un contrat. Ce « contrat de service », comme il est nommé, vient d'un site Internet de facturation électronique utilisé par les représentants de boutiques et ne comporte aucune condition de contrats au verso. On ne fait que mentionner l'existence de ces conditions au bas de la page (ROGERS).

Hors Mauricie

- Un consommateur affirme qu'on l'a fait attendre une heure et demie au téléphone lorsqu'il a voulu faire une demande de résiliation (ROGERS).
- Un consommateur, désirant résilier le service parce qu'il ne travaille plus dans la région où il en faisait l'utilisation, suit à la lettre les démarches mentionnées dans le contrat de service. Trois semaines après, au lieu de recevoir une réponse à sa demande de résiliation, il reçoit une nouvelle facture à payer comme si le fournisseur avait fait fi de sa demande (ROGERS).

- Une consommatrice de Pierrefonds se plaint que l'agence de recouvrement et l'avocat de son fournisseur de service cellulaire lui font différentes menaces dont la possibilité de saisir son salaire si elle ne paye pas une pénalité de résiliation de 700,00 \$. La dame avait un contrat d'un an et n'avait utilisé le service que pendant 4 mois. De plus, le montant de la pénalité exigé ne semble pas correspondre au montant de pénalité indiqué dans les modalités de service de la compagnie soit 20,00 \$ par mois multiplié par le nombre de mois restants (TELUS).
- Une consommatrice trouve abusif de devoir acheter un nouvel appareil cellulaire (même si celui-ci est compatible) à chaque fois qu'elle change de fournisseur (BELL Mobilité).

Confidentialité

- Lors de campagnes publicitaires par télémarketing, des consommateurs mentionnent qu'on leur a demandé leur date de naissance, leur n° de téléphone, leur n° de permis de conduire, leur n° de carte de crédit ou leur n° d'assurance sociale (TELUS-BELL-ROGERS). Lorsqu'un consommateur a demandé pourquoi on voulait connaître toutes ces informations, le représentant a répondu que son nom avait été choisi « par ordinateur » et que la demande de son NAS était pour avoir une preuve qu'elle est bien la bonne personne choisie (TELUS).

Plaintes des consommateurs sur les forums de discussions Internet

Afin d'obtenir une idée des problèmes rencontrés dans les autres provinces du Canada, le SAC a utilisé les forums de discussions. En effet, comme les sites Web d'Internet sont souvent utilisés par les consommateurs pour exprimer leurs opinions sur différents sujets, nous avons cherché à savoir s'il existait des forums de discussion sur la téléphonie cellulaire. Nous en avons trouvé deux principaux : d'abord le « *Howard Forum* »⁹⁵ et ensuite le « *Complaints.com* ». ⁹⁶ Spécifions que les problèmes cités dans cette partie de notre étude ont été résumés à leur plus simple expression pour une question d'espace.⁹⁷

Il est entendu que la liberté des opinions émises sur les forums de discussion ne crée pas un cadre aussi scientifique qu'un sondage officiel

⁹⁵ Howard Forums, <http://www.howardforums.com/archive/>

⁹⁶ Complaints.com, <http://www.complaints.com/>

⁹⁷ Nous n'avons pas cru bon de mettre l'adresse URL de chaque cas-problème vu le nombre important de plaintes. Nous spécifierons cependant le site où la plainte a été formulée ainsi le numéro de la plainte lorsque disponible, le surnom du participant et l'endroit d'où provient la plainte lorsque mentionné. Avec ces informations, il suffira d'effectuer une recherche dans le site même pour retrouver la description des plaintes des participants. Il faut préciser que le SAC n'endosse pas nécessairement la façon (le langage) dont les plaintes sont formulées sur ces forums et l'objectivité des plaignants. Le SAC n'a fait que relater les plaintes venant de consommateurs canadiens qui semblent pertinents à cette étude.

effectué par une maison de sondage. Cependant le SAC croit que ces forums démontrent quand même, de façon révélatrice, les problèmes que peuvent rencontrer certains abonnés aux services de téléphonie cellulaire au Canada. Comme les participants sont autant des personnes ayant travaillé dans l'industrie du cellulaire que des consommateurs ordinaires, les opinions émises méritent d'être prises en considération. Soulignons, finalement, que tous les participants à ces forums ne sont pas critiques à l'endroit des fournisseurs de services cellulaires. Au contraire, certains participants affirment être très satisfaits des services offerts.

Voici donc un résumé des principales plaintes retrouvées dans les forums de discussion canadiens sur Internet.

Des problèmes au niveau de la facturation

- des participants se plaignent du manque de clarté et du manque d'information sur les factures de certains fournisseurs;
- certains se plaignent d'erreurs de facturation (appels facturés inutilement, appels facturés en double);
- des participants aimeraient être avertis avant une hausse de tarif;
- un participant se demande pourquoi il devrait payer pour avoir une facturation détaillée;
- d'autres critiquent la façon dont sont représentés les coûts ou les crédits sur les factures;

Des problèmes au niveau de la représentation et du service à la clientèle

- des représentants essaient de décourager la résiliation demandée par le consommateur ;
- des représentants oublient ou négligent de rappeler le consommateur alors qu'ils avaient dit qu'ils le feraient ;
- des participants se plaignent qu'on leur a vendu un appareil cellulaire inadéquat pour leurs besoins;
- d'autres imputent la faute à la qualité du réseau et à la faiblesse du signal du fournisseur qui les dessert ;
- des participants se plaignent d'erreurs ou de manque d'information concernant les tarifs d'appels ;
- des participants reçoivent par courriel des publicités (spams) non désirées de la part de compagnies affiliées à leur fournisseur;
- des participants ont reçu de la publicité (spams) non désirée sur leur service de messagerie de la part d'un fournisseur concurrent. De plus, ils ont dû assumer les coûts de cette publicité;

- un participant dénonce la perte d'une journée de temps d'antenne lors du renouvellement de la carte prépayée;
- des représentants ne prennent pas en note les problèmes des clients ;
- un participant se plaint du fait qu'un fournisseur ne possède pas de «*Bureau du Président*» pour loger une plainte⁹⁸;
- le service à la clientèle est discutable dans certaines boutiques ;
- le service après vente est lent, inefficace et discutable dans certains cas;
- on déplore une information parfois déficiente concernant les gratuités ou les politiques de retour des appareils ;
- on note des contradictions entre les représentants concernant les politiques de la compagnie ;
- on se plaint du manque de formation de certains représentants.

Des problèmes au niveau des coûts

Les internautes formulent des plaintes suivantes :

- on déplore le fait que les promotions ne soient offertes qu'aux nouveaux clients ;
- un participant se dit irrité par la perte de temps d'antenne qui n'est pas additionné à l'achat d'une nouvelle carte prépayée;
- un participant se plaint qu'on ne mentionne pas les coûts de téléchargement lors de promotions par courriels;
- concernant les coûts de communication ou de téléchargement par Internet sans-fil ;
- concernant le fait que les minutes prépayées perdues ne sont pas créditées ;
- concernant le prix trop élevé pour reprogrammer un appareil cellulaire ;
- concernant la facturation à la minute.

Les systèmes de réponse automatique

Plusieurs consommateurs ont fait état de divers problèmes concernant les systèmes de réponse automatique des services à la clientèle des compagnies. Les commentaires émis font référence surtout au côté moins « personnalisé » et très fastidieux du système, avec son labyrinthe d'options. Pour illustrer cet aspect du service téléphonique le SAC a retracé le chemin que doit parcourir un client potentiel qui veut obtenir de l'information sur

⁹⁸ Certaines compagnies n'ont de Bureau du président identifié comme tel. Dans ce cas, l'adresse pour communiquer une plainte peut être la même que celle du Bureau de l'Ombudsman pour la confidentialité.

divers aspects de la téléphonie cellulaire et qui surtout veut parler directement à un préposé du service à la clientèle (voir ANNEXE 3 – BELL Mobilité, un exemple de système de réponse automatique). En général, ces systèmes de réponse automatique ne semblent conçus que pour les clients déjà abonnés et non pour les clients potentiels qui désirent simplement s'informer. C'est pourquoi on exige dès les premiers instants de la communication le numéro de cellulaire à dix chiffres. Ceux qui n'en possèdent pas doivent attendre longtemps avant de trouver ou tout simplement abandonner.

Pour les consommateurs, suite à l'analyse des plaintes et des systèmes, il est possible de conclure :

- Il est difficile pour un non abonné d'obtenir des renseignements sur un sujet précis de la part d'un préposé;
- Certaines options sont accessibles seulement si vous êtes un abonné, on vous demande votre numéro de cellulaire pour y avoir accès;
- Lorsqu'on n'a pas de numéro de cellulaire, il faut attendre la fin des messages pour que notre appel soit transféré ;
- Pourtant, lorsqu'on fait une demande pour activer une nouvelle ligne ou pour répondre à une offre, l'accès et la réponse du préposé sont rapides ;
- Certains messages sont uniquement en anglais;
- Après certains messages, la ligne se coupe tout simplement;
- Les textes des options sont parfois longs et pour bien choisir il faut les faire répéter une deuxième et même une troisième fois;
- Certaines explications techniques sur l'utilisation de certaines fonctions ou options du cellulaire sont très longues et impossibles à retenir du premier coup pour une personne non-initiée au langage du cellulaire. Il faut y revenir plusieurs fois pour les comprendre;
- Certains choix d'options sont complexes (jusqu'à 5 niveaux de choix) et il est très facile pour une personne de s'y perdre;
- Il faut souvent appeler plusieurs fois dans une journée avant de rejoindre un préposé ;
- La longueur du temps d'accès et la quantité de messages et d'options du libre-service téléphonique font qu'il peut être excessivement coûteux d'y accéder avec un téléphone cellulaire.

Quelques mots sur le service de traitement des plaintes

Recevoir les plaintes, ainsi que divers commentaires de la part de consommateurs ont permis au SAC de faire plusieurs conciliations pour des consommateurs ayant eu des problèmes sérieux à divers niveaux. Dans tous ces cas, des expériences autant négatives que positives vis-à-vis le

système de traitement des plaintes des compagnies ont été relevées ce qui permet au SAC d'émettre les constats suivants :

Aspects positifs :

- Certains préposés sont polis, compréhensifs et prêts à aider;
- Même chose pour certains superviseurs ou chefs d'équipe;
- D'après les demandes de conciliation faites par le SAC auprès des personnes responsables des plaintes au plus haut niveau, celles-ci se sont montrées disponibles, attentives et objectives dans leurs décisions;
- Dans ces conditions les problèmes se règlent rapidement et souvent à la satisfaction de la clientèle;

Aspects négatifs :

- Sur la plupart des sites Web des compagnies cellulaires, il est mentionné qu'un client peut émettre des commentaires, des suggestions dans un encadré ou envoyer une lettre à une adresse spécifiée mais il n'y a pas de service de règlement des plaintes identifié comme tel sur les sites ou dans les publicités;
- Il n'y a pas non plus de service téléphonique exclusivement dédié aux plaintes;
- Les compagnies veulent que les consommateurs passent obligatoirement par les préposés du service à la clientèle pour faire régler leurs plaintes;
- L'attente pour rejoindre un préposé est parfois très longue :
 - Le consommateur doit faire affaire avec un des nombreux préposés du service à la clientèle et il faut parfois attendre longtemps avant d'entrer en contact avec un;
- L'attente au téléphone peut être très longue, surtout lorsqu'on transfère les appels vers d'autres départements;
- Les préposés ne sont pas tous aptes également à répondre aux plaintes des clients. Ceux-ci laissent le client dans un état d'insatisfaction;
- De plus, il n'est pas facile d'accéder à un superviseur et la plupart des préposés hésitent à vous référer à leur superviseur et essaieront de régler la plainte par eux-mêmes;
- Certains préposés lorsqu'ils ne peuvent régler la plainte vous disent que le superviseur vous rappellera dans quelques jours ou dans une semaine :
 - Souvent on ne rappelle pas le client et c'est le client qui doit le faire.

- Dans certains cas les préposés sont arrogants et vont jusqu'à fermer la ligne au nez du client;
- Les compagnies ne disposent pas toutes d'une personne responsable des plaintes, clairement attitrée à cette fonction, où l'on peut écrire lorsque la plainte ne se résout pas à la satisfaction du consommateur ;
- Les compagnies ont pour la plupart des Ombudsmen pour la Confidentialité mais n'ont pas d'Ombudsman administratif pour le règlement des plaintes relatives aux produits et services.

Hiérarchie du système de traitement des plaintes

Le SAC a communiqué avec les quatre grandes compagnies nationales afin de connaître la hiérarchie de leur service de traitement des plaintes. Cette demande avait pour but de :

- faire connaître au consommateur les étapes à suivre lorsqu'il désire formuler une plainte;
- faciliter les communications pour le SAC lorsque celui-ci avait une conciliation à faire;
- faire état des services offerts aux consommateurs pour la transmission de leurs plaintes ou insatisfaction;
- relever les lacunes du système de règlement des plaintes des compagnies;

D'après les informations obtenues des compagnies et d'après l'étude des services offerts par leurs services Internet ou téléphonique, le SAC a constaté qu'il existe une certaine hiérarchie dans le système de traitement des plaintes pour les quatre grandes compagnies étudiées. Toutefois cette hiérarchie n'est mentionnée nulle part dans les ententes de service, sur les sites Web ou par le service à la clientèle de la plupart des compagnies. Seule exception partielle, BELL Mobilité décrit dans la page « Sécurité et Confidentialité » de son site Web », les démarches à prendre pour le client qui veut émettre des commentaires ou des suggestions à propos du site Web. Rien cependant à propos des plaintes relatives au service.

On retrouve aussi sur les sites Web de toutes les compagnies une page dans laquelle le consommateur est invité à formuler ses commentaires. Encore là, aucune allusion aux notions de plaintes ou d'insatisfaction de la clientèle n'y est mentionnée. Les termes « plaintes » ou « insatisfactions » semblent volontairement évités. L'autre possibilité offerte aux clients sur les sites Web est celle d'écrire une lettre à une adresse spécifique du *Service à la clientèle* ou du *Bureau du Président*.

Il semble donc que la hiérarchie du service de règlement des plaintes des compagnies de cellulaire n'offre pas l'image d'un service spécifiquement structuré pour traiter les insatisfactions et les plaintes des consommateurs.

Pourtant, divers modèles pouvant s'appliquer existent (voir l'ANNEXE 4 – Service de qualité – Gestion efficace des plaintes). Même si celle-ci semble exister, elle n'est pas clairement affichée. Voici ce que les fournisseurs ont dit :

BELL Mobilité

1. Pour un problème d'appareil, le client doit retourner à la boutique ou appeler au service à la clientèle;
2. Pour un problème de facturation ou autre, le client doit s'adresser au service à la clientèle;
3. Si le problème subsiste, le client demande au service à la clientèle de porter son dossier au département des superviseurs (des préposés à la clientèle peuvent aussi agir en tant que superviseurs);
4. Si le problème persiste, appeler ou écrire au Bureau des relations clients de la haute direction de Bell.

TELUS Mobilité

1. Appeler au service à la clientèle;
2. Si les réponses ne sont pas satisfaisantes, demander le superviseur;
3. Si la plainte n'est pas réglée au goût du client appeler ou écrire au Bureau du Président.

ROGERS AT&T

Réponse de Rogers par courriel: « Nous ne désirons pas élaborer sur ce sujet et donner trop de détails pour ensuite constater une hausse des plaintes. »

Il faut savoir que les conseillers sont formés adéquatement et ont tous les outils nécessaires afin de donner la réponse et/ou rendre la décision appropriée aux clients. Ils ont des procédures et politiques à suivre, applicables pour tous les clients.

Lorsqu'ils sont insatisfaits d'une réponse, les abonnés peuvent demander à parler à un Chef d'équipe. Normalement avant le transfert d'un appel au Chef d'équipe, ce dernier a vérifié le dossier avec le conseiller et a souvent fait des recommandations au conseiller afin d'éviter l'escalade de cet appel. Si le client a refusé ces alternatives, le conseiller peut transférer l'appel. Si après avoir parlé à un Chef d'équipe le client est toujours insatisfait, il peut demander à parler au Directeur.

Nous nous en tiendrons à ces explications, en précisant que peu d'appels se rendent à ce niveau. »

FIDO (Microcell Solutions Inc.)

1. Appeler au service à la clientèle
2. Selon leur nature, certaines plaintes sont ensuite acheminées vers un supérieur par le préposé
3. On peut ensuite placer une plainte à partir du site Web à la section Fido-Accueil

4. On peut finalement envoyer sa plainte par écrit au Bureau du Président.

SECTION IV - RECOMMANDATIONS

Quelques recommandations aux consommateurs

1. Avant de s'abonner au service de téléphonie cellulaire, le consommateur devrait estimer clairement ses besoins : où, quand, comment et à quelles fins l'appareil sera utilisé ;
2. Le consommateur devrait prévoir un budget pour ses dépenses en télécommunication et exiger des fournisseurs d'avoir toutes les informations concernant les coûts et modalités de paiement, les coûts des forfaits, le fonctionnement des services et de l'appareil ;
3. Le consommateur devrait prendre le temps nécessaire pour comparer les différents appareils, zones de couverture et les forfaits offerts par les fournisseurs ;
4. Le consommateur devrait toujours exiger un contrat en bonne et due forme incluant l'entente de service ;
5. Lorsqu'il a utilisé toutes les ressources du système de gestion des plaintes d'un fournisseur et qu'il juge que les solutions préconisées par celui-ci sont insatisfaisantes, le consommateur devrait s'adresser au CRTC afin que celui-ci soit mis au courant des problèmes rencontrés..

Quelques recommandations à l'industrie

La représentation sur les produits et services

1. Que les fournisseurs s'assurent de la formation adéquate de leurs représentants au service à la clientèle, dans les points de ventes, les commerces affiliés, les services de télémarketing ainsi que les représentants de leurs revendeurs et qu'ils effectuent un suivi ;
2. Que les représentants s'assurent de vendre un appareil qui corresponde aux besoins du consommateur. Il faut donc qu'ils prennent le temps de s'informer de l'utilisation future du client avant de conclure la vente.
3. Que les représentants donnent toujours l'information adéquate sur l'étendue de la couverture numérique et/ou analogique de leur compagnie, avec des cartes des zones de couverture ;
4. Que les représentants prennent le temps d'expliquer au consommateur les particularités du forfait vendu et/ou l'usage général de l'appareil vendu;
5. Que les représentants informent les consommateurs sur les politiques de retour des appareils défectueux .

Les contrats

1. Concernant l'opportunité pour les consommateurs de lire les contrats avant de les signer, les fournisseurs doivent permettre aux consommateurs d'avoir accès en tout temps, sur demande, aux contrats, et ce préalablement à la conclusion du contrat ;
2. Que les contrats d'un même fournisseur offrant le même service contiennent les mêmes rubriques au niveau de la forme dans tous les points de ventes affiliés ainsi que pour tous les revendeurs affiliés ;
3. Que l'entente ait été verbale ou écrite, une copie du contrat et de l'entente de service devrait toujours être fournie aux clients, qu'ils soient majeurs ou mineurs, même si la facturation est produite de manière électronique comme c'est le cas dans les points de vente ou de revendeurs comme Bureau en gros, Radio-Shack, etc.. ;
4. Que les factures, les contrats, les communications en général soient toujours fournies dans une des deux langues officielles du Canada, au choix du consommateur ;
5. Que le représentant mentionne clairement au consommateur qu'une entente verbale au téléphone équivaut à la signature d'un formulaire de contrat;
6. Que tous les fournisseurs soient tenus d'obtenir le consentement éclairé du consommateur avant de débiter un montant en souffrance dans son compte bancaire ou sur sa carte de crédit.
7. Que les fournisseurs de téléphonie cellulaire utilisent « l'option positive » lors du renouvellement de contrat et non « l'option négative ».

Les frais et les modalités de paiements

1. Que les consommateurs soient informés des coûts exacts de leur facturation avant même que la transaction ne soit conclue;
2. Que le consommateur soit informé de toutes les conditions applicables lorsqu'il s'agit de rabais ou de crédits offerts par l'entreprise;
3. Qu'une facturation mensuelle détaillée soit disponible sur le site Web de la compagnie et par la poste, pour tous les utilisateurs, et ce gratuitement ;
4. Que le nombre d'années ou de mois restants à l'abonnement soit mentionné sur les factures ;
5. Que les frais afférents soient toujours être expliqués en détail sur la facture, dans un langage simple, et standard ;

6. Que le consommateur n'ait pas à payer pour tout message publicitaire non sollicité fait sur son appareil cellulaire par le fournisseur ;
7. Que le système automatisé du service prépayé puisse mentionner non seulement le montant d'argent restant sur la carte mais aussi le nombre de minutes;
8. Que les entreprises fournissent un préavis de trente jours à leurs abonnés lorsqu'il y a changement dans les coûts de facturation des services ;
9. Que les coûts de téléchargement de sonnerie ou de jeux soient toujours mentionnés au consommateur;
10. Que pour toute interruption de plus de 24 heures, les fournisseurs créditent le compte des consommateurs sans qu'ils aient à le demander;
11. Que l'activation de l'appareil ne soit faite qu'après la signature du contrat à la suite d'une communication du consommateur avec la compagnie.

Le service à la clientèle

1. Que le système de réponse automatique offre une option assignée exclusivement au service des plaintes ;
2. Que les fournisseurs développent de meilleures politiques concernant la gestion du vol ou de la perte des appareils (par exemple, mettre en place une grille indiquant la valeur de l'appareil après des laps de temps d'utilisation et faire payer le consommateur ce montant plutôt que le forfait au complet; offrir des appareils de remplacement usagés, etc.) ;
3. Que les demandes de modifications de services ou de résiliation de la part des clients soient acceptées et traitées rapidement et qu'une limite du temps de réponse soit fixée dans l'entente de service (voir recommandations aux instances réglementaires, #6);
4. Que la date d'expiration de la carte prépayée soit mentionnée au consommateur lors de la transaction et que celle-ci soit lisiblement inscrite sur la carte;
5. Que le réapprovisionnement soit disponible 24 heures sur 24 pour les clients du service prépayé et non seulement à une heure spécifique de la journée;
6. Que toutes formes de communication avec la clientèle se fasse dans une des deux langues officielles du Canada, au choix du consommateur, incluant les messages publicitaires entendus lors de l'utilisation du système de réponse automatique ;

7. Que le système de réponse automatique offre une option pour les consommateurs qui ne sont pas déjà clients et qui désirent uniquement s'informer ;
8. Qu'au moins le prénom du préposé soit mentionné afin que le consommateur puisse savoir avec qui il avait fait affaire et que le ou les noms des préposés avec qui le consommateur fait affaire soient inscrits à son dossier, ainsi que les raisons de l'appel et les solutions mises de l'avant par le préposé. Ces informations devraient être accessibles au consommateur sur demande.

Divers

1. Que les entreprises, pour leurs sites Web, se réfèrent aux normes existantes en matière de sites transactionnels, notamment le Code canadien de pratiques pour la protection des consommateurs dans le commerce électronique;
2. Que les appareils et accessoires soient compatibles afin d'éviter au consommateur de toujours acheter de nouveaux accessoires lorsqu'il change de téléphone ou d'avoir à changer de téléphone lorsqu'il change de fournisseur ;
3. Que les acronymes utilisés pour identifier les types d'appels sur la facture soient expliqués à chaque fois ;
4. Que les représentants énoncent clairement aux consommateurs les raisons pour lesquelles ils font une demande de renseignements personnels et en quoi ces renseignements sont nécessaires à la transaction.

Quelques recommandations aux instances réglementaires

1. Qu'on étudie les conséquences de la transférabilité des numéros dans l'industrie des télécommunications canadiennes et qu'on explore ce qui se fait aux États-Unis à ce sujet;
 2. Que les fournisseurs soient obligés d'établir des standards de qualité pour le service;
 3. Que les contrats soient réglementés afin que tous les fournisseurs utilisent les mêmes rubriques et respectent des normes quant au niveau des caractères (gros, couleur - minimalement de gros de caractère 10 ou 11 ; de couleurs franches - pas de gris pâle sur du rose), à savoir, du contenu et de normes de lisibilité;
 4. Concernant les contrats, les informations suivantes doivent y apparaître :
 - les numéros ou sites pertinents permettant l'accès à l'information sur les services d'itinérance;
-

- le taux d'intérêt pour tout solde impayé;
 - les motifs pour exiger un dépôt au consommateur ainsi que la période pour laquelle le dépôt sera requis et les modalités de remise de celui-ci;
 - les informations concernant l'itinérance ou la zone de couverture (avec cartes à l'appui);
 - une phrase à cocher « oui ou non » permettant au consommateur d'accepter ou de refuser, sans avoir à le faire plus tard, de recevoir de la publicité et que les informations le concernant soient divulguées ou non à des tiers;
 - concernant le vol ou la perte de l'appareil, il faudrait que toutes les informations ou références pertinentes soient inscrites;
5. Concernant les dispositions jugées « abusives », les instances réglementaires doivent s'assurer que celles-ci soient modifiées immédiatement, en conformité avec les lois applicables, notamment :
- les délais pour demander un ajustement suite à une erreur de facturation;
 - les garanties des fournisseurs concernant les bris ou défauts des appareils;
 - les limites de responsabilité trop larges;
 - les dispositions non conformes concernant l'arbitrage obligatoire;
 - l'abrogation des droits des consommateurs de participer à des recours collectifs;
6. En matière de résiliation, les autorités réglementaires devraient prévoir les modalités suivantes :
- que le consommateur devrait pouvoir, en tout temps et à sa discrétion, résilier le contrat au moyen d'un avis écrit ou verbal au commerçant. Si l'avis est verbal, que la résiliation soit confirmée par écrit par le commerçant. Le contrat devrait être résilié de plein droit à compter de l'envoi de la formule ou de l'avis. Si le consommateur résilie le contrat avant que le commerçant n'ait commencé à exécuter son obligation principale, la résiliation s'effectue sans frais ni pénalité pour le consommateur. Si le consommateur résilie le contrat après que le commerçant ait commencé à exécuter son obligation principale, les seules sommes que le commerçant peut exiger de lui sont:
 - le prix des services qui lui ont été fournis, au taux stipulé dans le contrat, et;

- le prix de l'appareil, tel que stipulé au contrat (dans ce cas, le consommateur garde l'appareil);
 - des frais pour l'utilisation de l'appareil, si le consommateur ne le conserve pas;
 - à titre de pénalité, la moins élevée des sommes suivantes: 50 \$ ou une somme représentant au plus 5 pour cent du prix des services qui ne lui ont pas été fournis (le prix du service n'incluant pas les redevances et autres frais afférents qui ne sont plus payés par le fournisseur de toute façon).
7. Que les fournisseurs règlent les incompatibilités techniques entre les appareils;
 8. Que l'on interdise la publicité non sollicitée sur les appareils cellulaires ;
 9. Concernant le dépôt,
 - les fournisseurs devraient être tenus de rembourser des intérêts sur la somme exigée;
 - les montants des dépôts ne devraient jamais dépasser plus de l'équivalent de trois mois incluant les frais d'interurbains.

Nécessité d'un Ombudsman administratif

La définition large d'un Ombudsman est : une personne indépendante et objective qui enquête sur les plaintes des gens contre les organismes gouvernementaux et autres organisations, tant du secteur public que privé. Après un examen approfondi et impartial, il détermine si la plainte est fondée et formule des recommandations à l'intention de l'organisation afin de régler le problème⁹⁹.

L'Ombudsman administratif est une personne nommée dans une juridiction canadienne par une société publique ou privée. Un Ombudsman administratif peut faire rapport au chef de l'organisation sur laquelle il fait enquête, comme les ministères gouvernementaux et les sociétés d'État, les universités et les collèges, ainsi que les entreprises.

Considérant l'impact économique des compagnies de cellulaire dans notre société, le nombre de clients avec lesquels elles font affaire, le SAC estime qu'un service Ombudsman administratif serait nécessaire pour permettre au consommateur d'exercer ses droits lors d'un conflit ou d'une mésentente avec une compagnie. Il pourrait aussi permettre la mise en place d'un système de gestion des plaintes rapide, même pour de petits litiges,

⁹⁹ Définition tirée du site du Forum canadien des Ombudsman. Voir Webographie

améliorant ainsi l'image de l'entreprise et la satisfaction des consommateurs.

Donc,

1. Qu'un Ombudsman indépendant et objectif soit nommé pour traiter les plaintes des consommateurs;
2. Qu'il puisse instaurer un système de gestion des plaintes efficace et qu'il puisse faire des recommandations;
3. Qu'il puisse rendre publics les noms des fournisseurs qui ne se conforment pas au système instauré de gestion des plaintes et que ce dossier soit accessible aux consommateurs;
4. Que tout manquement soit noté au dossier de l'organisme demandant un renouvellement de permis.

ANNEXE 1 - CONTRATS DE SERVICE UTILISÉS PAR LES QUATRE GRANDS FOURNISSEURS NATIONAUX

	Modalités du service	INVALID NUMBER
N° de téléphone mobile: () _____	Date: _____ Code de dépositaire: _____	
NSE: _____	Dépôttaire: _____ Repr.: _____	
Compte actuel: _____	N° de tél.: () _____	
<input type="checkbox"/> Référence seul <input type="checkbox"/> Ajout Mobile <input type="checkbox"/> Migration SCP <input type="checkbox"/> EPP	N° de téléc.: () _____	
Renseignements sur le client		Renseignements sur le crédit personnel
<input type="checkbox"/> M. <input type="checkbox"/> Mme Langue de correspondance: <input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/> A		<small>(2 pièces d'identité exigées)</small>
Nom: _____		Carte de crédit: _____
Adresse: _____		Expiration: ____/____/____ Date de naissance: ____/____/____
Ville: _____ Prov: _____ Code postal: _____		Permis de conduire: _____
Tél. bur.:() _____		NAS (facultatif): _____
Tél. rés.:() _____		J'autorise Bell Mobilité à obtenir de l'information sur mes antécédents de solvabilité en faisant appel à une agence indépendante et à partager cette information avec des directeurs de crédit
2 utilisateur: _____		Plan d'achat d'employés
Contrats de Service		Nom de la compagnie: _____
Mobilité Loisirs: <input type="checkbox"/> 29\$ <input type="checkbox"/> 35\$ <input type="checkbox"/> 49\$	Fortaits Mobilité: <input type="checkbox"/> 25\$ <input type="checkbox"/> 45\$ <input type="checkbox"/> 69\$ <input type="checkbox"/> 89\$ <input type="checkbox"/> 159\$ <input type="checkbox"/> 249\$	Numéro d'employé: _____
Amérique numérique: <input type="checkbox"/> 69\$ <input type="checkbox"/> 99\$ <input type="checkbox"/> 169\$ <input type="checkbox"/> 299\$	Mobilité pancanadienne: <input type="checkbox"/> 39\$ <input type="checkbox"/> 59\$ <input type="checkbox"/> 109\$ <input type="checkbox"/> 199\$	Code GRAN (s'il y a lieu): _____
Mobilité Famille: <input type="checkbox"/> 20\$ <input type="checkbox"/> 35\$ <input type="checkbox"/> 50\$	<input type="checkbox"/> Service prépayé SOLO <input type="checkbox"/> InterLocal	Forfait: <input type="checkbox"/> EPP Entreprise <input type="checkbox"/> Autre _____
<input type="checkbox"/> Autre _____	Contrat: <input type="checkbox"/> 30 jours <input type="checkbox"/> 12 mois <input type="checkbox"/> 24 mois <input type="checkbox"/> Autre _____	Services
<input type="checkbox"/> Compte conjoint: Nom: _____	N° de tél. mobile: () _____	<input type="checkbox"/> Centre de messages <input type="checkbox"/> M. SECOURS
NSE: _____		<input type="checkbox"/> Centre de messages Express <input type="checkbox"/> Composition vocale
<input type="checkbox"/> Membre de la famille #1: Nom: _____	N° de tél. mobile: () _____	<input type="checkbox"/> Facturation détaillée <input type="checkbox"/> Solo Soirées de semaine
NSE: _____		<input type="checkbox"/> Solo Week-ends <input type="checkbox"/> Solo M. SECOURS
<input type="checkbox"/> Membre de la famille #2: Nom: _____	N° de tél. mobile: () _____	<input type="checkbox"/> Messagerie textuelle (SCP) <input type="checkbox"/> Solo Afficheur
NSE: _____		<input type="checkbox"/> Option Téléfureteur à 5 \$ <input type="checkbox"/> Solo Téléfureteur
<input type="checkbox"/> Membre de la famille #3: Nom: _____	N° de tél. mobile: () _____	<input type="checkbox"/> Afficheur (option prix): <input type="checkbox"/> Ne pas afficher mon n° de tél. mobile
NSE: _____		<input type="checkbox"/> Service Messageur refusé
		<input type="checkbox"/> Autre: _____
Autorisation du client		Modalités de paiement
Abonné autorisé		<input type="checkbox"/> Relevé mensuel <input type="checkbox"/> Prélèvement automatique <small>(joindre un spécimen de chèque et indiquer le n° de tél. mobile au recto)</small>
Agent autorisé/Bell Mobilité Cellulaire Inc.		<input type="checkbox"/> N° de carte de crédit: _____ Expiration _____
* Les services en promotion sont gratuits pour la période indiquée, après quoi leurs tarifs mensuels réguliers s'appliquent.		Options de paiement anticipé
* Il est entendu que je dois aussi acquitter les frais de branchement, les frais mensuels d'accès au réseau ainsi que les frais d'accès mensuels au service 9-1-1, tels que décrits par Bell Mobilité.		Nombre de mois _____ Paiement anticipé total _____ <small>(non remboursable et taxes en sus)</small>
* J'ai lu et j'accepte les conditions qui figurent sur la page couverture et la deuxième page de ce contrat.		<input type="checkbox"/> Relevé mensuel
		<input type="checkbox"/> N° de carte de crédit: _____ Expiration: _____
		Instructions spéciales
		_____ _____ _____
		ORIGINAL - CLIENT COPIE - DÉPOSITAIRE AUTORISÉ

Page 1 de 2

Bell Mobilité

Notre entente réciproque

Les conditions qui suivent constituent notre entente avec vous, comme client de Bell Mobilité. Aux fins de ces conditions, les mots « nous », « notre » et « nos » se rapportent à Bell Mobilité. Si vous souhaitez obtenir des éclaircissements sur le contenu qui suit, veuillez communiquer avec le Service à la clientèle de Bell Mobilité.

Règles relatives au service

Bell Mobilité compte sur vous pour que vous n'utilisiez pas son service à des fins illégales ou offensantes. Pour votre propre sécurité et afin de préserver l'intégrité du réseau de Bell Mobilité, ne revendez pas votre service et ne permettez pas non plus que le numéro de série électronique de votre téléphone mobile soit modifié de quelque façon que ce soit. En outre, vous êtes tenu de vous conformer à l'ensemble de la réglementation que Bell Mobilité a émise ou adoptée à l'égard du service.

Numéros de téléphone

Un numéro de téléphone mobile vous a été attribué, mais vous n'êtes pas pour autant propriétaire de ce numéro. Ainsi, Bell Mobilité pourrait éventuellement être dans l'obligation de le remplacer. Le cas échéant, nous n'assumerons aucune responsabilité à cet égard, mais vous en serez averti à l'avance.

Dépôt

Selon votre cote de crédit ou les frais d'utilisation visés,

Bell Mobilité pourrait exiger que vous lui versiez un dépôt remboursable. Ce dépôt pourra être utilisé pour régler le solde échu de votre compte.

Règlement de votre compte

Avec votre première facture de Bell Mobilité que vous recevrez de notre part, vous recevrez également des renseignements détaillés sur la façon de lire et d'interpréter votre facture. Votre première facture comprendra également des frais d'activation uniques et chaque facture mensuelle comprendra les frais suivants : plan tarifaire mensuel, tout temps d'antenne supplémentaire (facturé à la minute), appels interurbains, frais d'itinérance; options et services optionnels choisis; frais d'accès au réseau;

frais du service d'urgence 9-1-1; taxes applicables et frais relatifs à un compte conjoint, le cas échéant. Vous devez régler votre compte au plus tard à sa date d'échéance, faute de quoi des intérêts composés vous seront facturés au taux de 2 % par mois (26,82 % par année), ainsi que d'autres frais de retard établis par Bell Mobilité lorsque nécessaire. Votre facture de Bell Mobilité peut être réglée en postant un chèque à l'adresse indiquée sur votre facture, en espèces ou par chèque à n'importe quelle banque ou magasin de vente au détail Bell, ou au moyen d'un programme de paiement préautorisé par chèque qui peut être établi en

communiquant avec le Service à la clientèle de Bell Mobilité. Bell Mobilité vous garantit que ni le tarif de temps d'antenne ni les frais de votre plan tarifaire mensuel ne seront augmentés pendant la durée de votre contrat. Toutefois, certains frais relatifs à diverses options ou services optionnels, d'accès au réseau, du service d'urgence 9-1-1, de retard de paiement ou de frais d'inscription à l'annuaire pourraient être modifiés pendant la durée de votre contrat. À la fin de votre contrat, votre service sera renouvelé sur une base mensuelle et s'il advenait alors que votre forfait ne soit plus offert, Bell Mobilité vous fournirait un forfait de recharge. Si votre emploi vous permet de participer à un forfait d'entreprise, les tarifs et les offres promotionnelles devront faire l'objet d'une entente entre votre employeur et nous.

Clients du service prépayé

Pour les clients du service prépayé, chaque mois, les frais mensuels d'accès au réseau, de temps d'antenne (facturé à la minute), d'interurbain, d'itinérance et de fonctions optionnelles que vous avez choisies et les taxes, le cas échéant, seront déduits de votre compte du service prépayé de Bell Mobilité et pourraient réduire votre solde à un montant inférieur à 0 \$ (solde négatif/fonds insuffisants). Les clients sont tenus de s'abonner à un service de réapprovisionnement automatique pour tous les forfaits du service prépayé Soirs et week-ends. Les tarifs de temps d'antenne, les frais de service mensuels et les frais de services optionnels sont sujets à changements. Bell Mobilité se réserve le droit de mettre fin à votre service si vous avez un solde de 0 \$ pendant plus de 240 jours, bien que cette période soit sujette à changements sans préavis. Les cartes prépayées de Bell Mobilité ne peuvent être utilisées de pair avec le service prépayé de Bell Mobilité que dans le territoire de Bell Mobilité. Les cartes de la Colombie-Britannique, de l'Alberta, de l'Ontario et du Québec ne sont pas remboursables. Bell Mobilité n'est pas responsable de la perte, du vol ou de l'utilisation non autorisée des cartes prépayées ou des numéros de cartes prépayées de Bell Mobilité.

Interruption temporaire de service

Bell Mobilité ne peut être tenue responsable de toute mauvaise communication attribuable à une interruption temporaire du service en cas d'entretien, de réparation ou de panne de son réseau.

Limitations de responsabilité

Sauf en ce qui concerne les préjudices corporels, un décès ou les dommages à des biens causés par sa négligence, Bell Mobilité n'est pas responsable de ce qui suit :

- Tout défaut ou échec de transmission ;
- Tout dommage, perte d'exploitation, perte de biens, perte de revenus, perte d'occasions d'affaires, préjudice personnel, décès ou toute autre perte, quelle qu'en soit la cause, découlant directement ou indirectement de la présente entente ou de votre utilisation du service, y compris le service d'urgence 9-1-1, l'itinérance ou tout autre service ou option ;
- Les actes ou omissions de Bell Mobilité, de ses employés et de ses mandataires, ainsi que des personnes dont elle est légalement responsable ayant fait preuve de négligence ou autrement ;
- Tout contenu transmis sur notre réseau, y compris un contenu pouvant être considéré comme dangereux, diffamatoire ou contrariant, ou susceptible de violer les droits intellectuels, privés ou autres d'un tiers ;
- Toute inscription à l'annuaire ou refus de fournir ou de créer une inscription à l'annuaire. La présente limitation ne s'applique pas à la divulgation d'information confidentielle au sujet de clients. Bell Mobilité n'accorde aucune garantie et ne fait aucune déclaration en ce qui a trait à votre téléphone ou à tout équipement, autres que celles

du fabricant. Bell Mobilité n'accorde aucune garantie et ne fait aucune déclaration, expresse ou implicite, en ce qui a trait à l'adéquation du service, du téléphone ou de tout autre équipement à des fins particulières.

Indemnisation

Vous vous engagez à nous indemniser de tout dommage, perte ou dépense et de toute mesure, réclamation ou poursuite pouvant être intentée contre nous par un tiers et découlant de votre utilisation normale ou abusive du service ou de la violation des présentes modalités de service.

Perte ou vol

Vous avez la responsabilité de nous signaler immédiatement la perte, le vol ou la destruction de votre téléphone. Vous serez tenu responsable du remplacement de votre combiné et du remboursement de tous les frais accumulés entre-temps. Ces frais comprendront une pénalité de résiliation si vous décidez de mettre fin au service.

En voyage

Vous pouvez utiliser votre téléphone cellulaire dans toute l'Amérique du Nord en ayant recours à nos services d'itinérance, y compris nos services Connexion Floride et Connexion É.-U. Vous pouvez également utiliser votre téléphone cellulaire à l'extérieur du territoire de Bell Mobilité dans plus de 100 pays grâce à notre service d'itinérance Connexion monde. En cours de déplacement, vous utiliserez le réseau d'un autre fournisseur de services sans fil et serez donc assujéti aux dispositions en matière de responsabilité imposées par cet autre fournisseur. Veuillez noter que la portée étendue de l'itinérance peut être limitée selon les services que vous avez choisis. Veuillez communiquer avec le Service à la clientèle de Bell Mobilité.

NOTE : Si vous choisissez d'utiliser les services d'itinérance, vous serez responsable de tous les frais applicables.

Matériel

Le téléphone et les accessoires que vous avez achetés ou loués auprès de Bell Mobilité sont assujéti à la garantie du fabricant seulement. La propriété de tout matériel loué vous sera transférée à la réception du paiement final. Dans l'intervalle, Bell Mobilité sera réputée être le propriétaire du matériel et pourra prendre possession du matériel et vous facturer le solde impayé.

Transfert de responsabilité

Si vous avez reçu votre téléphone cellulaire de Bell Mobilité en cadeau et qu'il a déjà été activé, vous pouvez choisir de transférer le compte de Bell Mobilité à votre nom. Pour ce faire, vous et la personne qui a acheté votre cadeau devez communiquer avec le Service à la clientèle de Bell Mobilité. Des frais de transfert du service seront facturés au nouveau titulaire.

Confidentialité

À l'exception de vos nom et adresse, tout renseignement que vous pourriez nous confier demeurera confidentiel et nous ne le communiquerons, sans votre consentement, à personne d'autre que vous ou les personnes suivantes :

- Une personne que Bell Mobilité peut raisonnablement considérer comme votre mandataire;
- Un autre fournisseur de services de télécommunications, pourvu que les renseignements demeurent confidentiels et qu'ils soient utilisés uniquement pour établir ou fournir des services de télécommunications de façon efficace et rentable;
- Une entreprise que nous avons engagée à contrat pour effectuer des travaux en notre nom dans le but d'établir ou de fournir des services de télécommunications, l'information étant alors fournie à titre confidentiel et ne devant être utilisée qu'aux fins prévues;

• (si vous le demandez) Toute personne offrant un service d'assistance annuaire ou d'annuaire téléphonique, à condition que toute communication de renseignements autres que vos nom, adresse et numéro de téléphone inscrit se fasse à titre confidentiel et que ces renseignements soient utilisés seulement à de telles fins;

- Une agence de recouvrement ou de vérification du crédit ou toute autre entreprise chargée d'une fonction administrative quelconque, à condition que les renseignements ne soient divulgués qu'à ces fins;
- Un représentant de la loi, si Bell Mobilité a de bonnes raisons de croire que vous lui avez fourni, sciemment, des renseignements faux ou trompeurs ou que vous participez à des activités illégales contre Bell Mobilité;
- Toute personne à qui nous sommes tenus par la loi de divulguer l'information.

Renseignements partagés avec les compagnies de Bell

Le Code de protection des renseignements confidentiels et la Politique sur la vie privée de Bell Canada énoncent l'engagement de Bell à protéger votre droit à la vie privée et nos obligations afin de protéger vos renseignements personnels. Un renseignement personnel est un renseignement qui permet de vous identifier ou qui concerne votre produit, votre abonnement à des services ou l'utilisation que vous en faites. Le Code de protection des renseignements confidentiels s'applique aux compagnies de Bell, y compris Bell Canada, Bell Mobilité, Bell ExpressVu, Bell Nexxia et les boutiques Espace Bell ou Bell World. Vous pouvez consulter une copie complète du Code et de la Politique sur www.bell.ca ou en appelant au 1 800 667-0123 pour plus de détails. Bell Mobilité peut partager des renseignements vous concernant avec des entreprises affiliées comme Bell Canada et Bell ExpressVu dans le but de mieux cerner vos besoins en matière de services d'information, de communication et de divertissement, et de vous fournir de l'information, des conseils et des solutions adaptés. Si vous préférez que Bell Mobilité ne partage pas vos renseignements personnels avec les compagnies de Bell, visitez www.bell.ca ou appelez-nous au 1 800 667-0123 pour plus de détails. Les compagnies de Bell ne fournissent ni ne vendent vos renseignements personnels à aucune compagnie indépendante pour l'utilisation en marketing ou la sollicitation, sauf avec votre permission explicite.

Marketing direct

De temps à autre, Bell Mobilité, et ses agents et dépositaires peuvent vous contacter à des fins de promotion ou de commercialisation de nouveaux produits et services. Si vous ne désirez pas être contacté à ces fins, veuillez aviser Bell Mobilité en écrivant à : Soutien au Service à la clientèle, 200, boul. Bouchard, Dorval (Québec) H9S 5X5 ou appelez-nous au 1 800 667-0123.

Afficheur

À moins que vous ne nous avisiez expressément du contraire, vous consentez à l'affichage de votre numéro de téléphone dans le cadre des appels sortants. Vous pouvez effectuer un blocage par appel de l'affichage du nom et du numéro en composant *67 avant le numéro de la personne que vous désirez joindre.

Résiliation de votre contrat

Si vous décidez de cesser de bénéficier des services de Bell Mobilité après avoir activé votre nouveau téléphone cellulaire, aucun remboursement total ou partiel du prix d'achat ne vous sera accordé.

Bell Mobilité exige un préavis de trente (30) jours avant de mettre fin à vos services. Si vous décidez de cesser de bénéficier des services avant l'expiration de votre contrat, vous devez acquitter des frais de résiliation d'au plus 99 \$ avec contrat de 12 mois et d'au plus 199 \$ avec contrat de 24 mois. Bell Mobilité peut interrompre ou mettre un terme à la fourniture de vos services en tout temps si vous faites défaut d'acquitter l'échéance tout montant dû, y compris un dépôt exigé, ou si vous manquez aux conditions du présent contrat. Il vous incombe d'acquitter tous les frais en souffrance à la date de résiliation.

Intégralité de l'entente

Vous convenez du fait qu'aucun conseiller en communications, agent ou employé de Bell Mobilité ne peut modifier la présente entente. Vous convenez également que la présente entente ne peut être cédée sans

le consentement écrit de Bell Mobilité. En activant votre téléphone cellulaire et en utilisant les services de Bell Mobilité, vous êtes réputé accepter la présente entente. Si vous n'acceptez pas toutes les conditions de la présente entente, veuillez ne pas activer votre nouveau

téléphone cellulaire, et retournez-le, non activé, intact et avec tous les éléments de l'emballage initial, à Bell Mobilité. Une fois que le téléphone cellulaire a été activé, les retours ne sont pas acceptés.

Bell Mobility

Our Agreement With You

The following terms and conditions outline our agreement with you, as a Bell Mobility customer. Within these terms and conditions, the words "we" and "our" refer to Bell Mobility. Should you have any questions or concerns about anything you may read here, please contact the Bell Mobility Customer Service Centre.

Service Rules

Bell Mobility trusts that you will not use any of our services for any illegal or abusive purpose. For your own safety, and to protect the integrity of the Bell Mobility network, do not resell any of our services or allow any alteration of the electronic serial number located on your cellphone. In addition, you must agree to follow all other service regulations issued or adopted by Bell Mobility.

Telephone Numbers

You have been assigned a cellphone number by Bell Mobility; however, you do not own this number. Bell Mobility reserves the right to change this cellphone number in the future, if required. If this is necessary, we will notify you in advance and we will not be liable for this change.

Deposit

Should your credit rating or usage charges warrant, Bell Mobility may require a refundable deposit from you. This deposit may be used to pay any account balance you have with us that is in arrears.

Paying Your Bill

With the first Bell Mobility bill you receive from us, you will also receive detailed information about how to read and interpret your bill. Your first bill will also include a one-time activation fee and each monthly bill will include the following charges: your monthly rate plan; any additional airtime usage (billed by the minute); long distance calls; roaming charges; any optional features or services you may have selected; System Access Fee; 9-1-1 emergency service fee; applicable taxes; and Joint Account™ charges, if applicable. Your monthly Bell Mobility bill must be paid by the due date indicated or you will be charged interest on the balance owing at the rate of 2% per month (26.82% compounded annually) or another such late payment charge rate established by Bell Mobility, from time to time. Your Bell Mobility bill may be paid by mailing a cheque to the address specified on your bill; by cash or cheque at any bank or Bell retail outlet; or through a pre-authorized chequing plan which may be set up by contacting the Bell Mobility Customer Service Centre. Bell Mobility guarantees that you will not experience an increase in your airtime rate and monthly service fee for the term of your contract. However, fees and charges for other miscellaneous features or services, system access, 9-1-1 emergency service, late payment charge or directory charges may increase over the course of your contract. At the end of your contract term, your Bell Mobility services will be renewed on a monthly basis and if, at this time, your original rate plan is no longer available, Bell Mobility will provide you with an alternative rate plan. If your employment entitles you to participate in a corporate account plan, your rates and promotional offers will be subject to your employer's agreement with us.

Prepaid Service Customers

For Prepaid service customers, charges for monthly access, airtime usage (billed per minute), long distance calls, roaming charges, optional features you have selected and taxes, if applicable, will be deducted from your Bell Mobility Prepaid account every month, and may reduce your balance to below \$0 (negative balance/insufficient funds). Customers are required to subscribe to an Auto Top Up Feature with all Weekend/ Weeknight Prepaid service plans. Airtime rates, monthly service fees and optional features fees are subject to change. Bell Mobility reserves the right to terminate your service if you carry a \$0 balance for more than 240 days, provided that such time period is subject to change without notice. Bell Mobility Prepaid cards can only be used in conjunction with Bell Mobility Prepaid service throughout the Bell Mobility territory. British Columbia, Alberta, Ontario and Quebec cards are non-refundable. Bell Mobility is not responsible for loss, theft or unauthorized use of any Bell Mobility Prepaid cards or card numbers.

Temporary Service Interruption

Bell Mobility will not be liable for any miscommunication that occurs if you experience a temporary disruption of services due to maintenance, repair or failure of our network.

Limitations of Liability

Except for physical injuries, death or damage to property caused by our negligence, Bell Mobility is not liable for the following::

- Defects or failures in transmission;
- Any damages, loss of profits, loss of property, loss of earning, loss of business opportunities, personal injury, death or any other loss, however caused, resulting directly or indirectly in connection with this Agreement or your use of Bell Mobility services, including any 9-1-1 emergency service, roaming or other services and features;
- Acts or omissions of Bell Mobility, its employees, agents and persons for whom it is legally responsible, whether negligent or otherwise;
- Any content transmitted on our network, including content that may be dangerous, defamatory or annoying or which may infringe upon a person's intellectual, privacy or other rights;
- Any directory listing or failure to provide or create a directory listing. These limitations do not apply to the disclosure of confidential customer information.

Bell Mobility makes no representation and gives no warranties with respect to your cellphone or any other equipment, other than those provided by the manufacturer.

Bell Mobility also makes no representation and gives no warranties, express or implied, with respect to the suitability for any particular purpose of our services, your cellphone or any other equipment.

Indemnity

You will indemnify us from all damages, losses, expenses and any action, claim and judgement which may be made against us by anyone in connection with your use or misuse of our services or violation of these terms of service.

Loss or Theft

It is your responsibility to notify Bell Mobility immediately if your cellphone is lost, stolen or destroyed. You will be responsible for replacing it and for all fees and charges incurred prior to notifying us. These charges will include a termination penalty, should you decide to discontinue your service.

Travelling

You may use your cellphone beyond Bell Mobility territory throughout North America with the help of our roaming services, including our Connect Florida and Connect USA services. You may also use your cellphone beyond Bell Mobility territory in over 100 countries around the world with the help of our Worldwide Connect roaming service. While roaming, you will be using another service provider's network and will be subject to the terms and conditions of their service, including liability provisions imposed by the other service provider. Note that roaming capabilities may be limited depending on the services you have chosen. Please contact the Bell Mobility Customer Service Centre.

NOTE: If you choose to roam, you will be responsible for all applicable charges.

Equipment

Your cellphone and any other accessories or equipment purchased or leased through Bell Mobility are limited to the manufacturer's warranty. The ownership of any leased items will be transferred to you once we receive your final payment. Until that time, Bell Mobility may take possession of the items and charge you for any outstanding balance owing.

Transfer of Responsibility

If you have received your Bell Mobility cellphone as a gift and it has already been activated, you may choose to transfer the Bell Mobility account into your name. To do so, both you and the gift purchaser must contact the Bell Mobility Customer Service Centre. A transfer service fee will be charged to the new account holder.

Confidentiality

With the exception of your name and address, all information you may provide to us is considered confidential and will not be disclosed by us without your consent to anyone other than you or the following:

- A person who, in the reasonable judgement of Bell Mobility, is acting as your agent;
- Another telecommunications service provider, on a confidential basis, and provided the information is to be used solely to offer efficient and cost-effective establishment or provision of telecommunications services;
- A company with which we have contracted to carry out work on our behalf, in relation to the establishment or provision of telecommunications services, where information is provided on a confidential basis and is to be used solely for the intended purpose;
- Upon your request, to any person providing a directory assistance or listing service, provided that disclosure of information other than your name, address and listed phone number is made on a confidential basis, with the information to be used only for such purposes;
- An agency regarding collection and credit performance or other administrative functions, provided the information is released only for such purposes;
- A law enforcement agency whenever Bell Mobility has reasonable grounds for believing that you have knowingly supplied Bell Mobility with false or misleading information or that you are involved in unlawful activities directed against Bell Mobility;
- Any party to whom disclosure is required by law.

Information Shared with Bell Companies

The Bell Code of Fair Information Practices and Bell Customer Privacy Policy set out Bell's commitment to protect your privacy rights and details our obligations for safeguarding your personal information. Personal information is information about an identifiable individual, and includes information about your product and service subscriptions and usage. The Bell Code of Fair Information Practices and Customer Privacy Policy apply to the Bell companies, including Bell Canada, Bell Mobility, Bell ExpressVu, Bell Nexxia, and Bell World or Espace Bell stores. You can view the full Code and Privacy Policy at www.bell.ca or call 1 800 667-0123 for more details. Bell Mobility may share your customer information with affiliated companies such as Bell Canada and Bell ExpressVu to help us identify your information, communication, and entertainment needs, and provide you with relevant

information, advice and solutions. If you prefer that Bell Mobility not share your personal information among the Bell companies, please visit www.bell.ca or call us at 1 800 667-0123 for more details. The Bell companies do not provide or sell personal information about you to any outside company for use in marketing or solicitation, except with your explicit permission.

Direct Marketing

From time to time, Bell Mobility and its agents and dealers may contact you in order to promote or market new products and services. If you do not wish to be contacted in this regard, please notify Bell Mobility in writing at: Customer Service Support, 5099 Creebank Road, Mississauga, ON L4W 5N2 or call 1 800-667-0123.

Call Display

Unless you specifically notify Bell Mobility otherwise, you consent to the display of your phone number on outgoing calls. You may block the display on a per call basis by dialing *67 before you dial the desired phone number.

Terminating Your Agreement

Should you choose to discontinue Bell Mobility services after activating your new cellphone, no refund of all or part of the purchase price will be remitted. Bell Mobility requires 30 days written notice prior to terminating your service. Should you choose to terminate your services prior to the expiration of your contract agreement, you will be required to pay an early termination charge of no more than \$99 on a 12-month contract and no more than \$199 on a 24-month contract. Bell Mobility may interrupt or cancel your services at any time if you do not pay any amount owing when due, including a required deposit, or if you violate any of the terms and conditions of this agreement. You will be held responsible for all charges outstanding as of the date of termination.

Complete Agreement

You accept that this agreement cannot be modified by any sales representative, agent or Bell Mobility employee. You also understand that this agreement is not transferable without the written consent of Bell Mobility. By activating your cellphone and using Bell Mobility services, you agree to these terms. If you do not agree to all of the terms and

conditions here, do not proceed with the activation of your new cellphone and return it to Bell Mobility unactivated, undamaged and in all of its original packaging. Once activated, no returns will be accepted.

TELUS mobilité- **Contrat de services**

RENSEIGNEMENTS SUR LE DÉTAILLANT

Nom du détaillant : _____ Code du détaillant / NIP : _____
 Nom du représentant du détaillant : _____ N° de tél. du détaillant : (____)____-____

RENSEIGNEMENTS POUR LA FACTURATION Personne chargée de payer le compte

PARTICULIER, PROPRIÉTAIRE UNIQUE OU **SOCIÉTÉ PAR ACTIONS À RESPONSABILITÉ LIMITÉE OU INCORPORÉE**

Nom de famille : _____ Raison ou dénomination sociale : _____
 Prénom : _____ À l'attention de : _____

Adresse : _____ Bureau / App. : _____

Ville : _____ Province : _____ Code postal : _____

Courriel : _____ Langue : Français Anglais Autre _____

Si vous faites affaire à la présente adresse depuis moins d'un an, veuillez inscrire votre adresse précédente :

Adresse : _____ Bureau / App. : _____

Ville : _____ Province : _____ Code postal : _____

Facturer à votre compte existant ? Oui Non, facturer séparément. N° de téléphone sans fil actuel : (____)____-____

Paiement préautorisé Oui (veuillez remplir le formulaire) Non Nom de la personne qui utilisera ce téléphone : _____

Si les factures doivent être envoyées à une autre adresse, inscrivez les renseignements suivants : A/S : _____

Adresse : _____ Bureau / App. : _____

Ville : _____ Province : _____ Code postal : _____

RENSEIGNEMENTS DE CRÉDIT (au moins 2 pièces d'identité doivent être fournies)

PARTICULIER, PROPRIÉTAIRE UNIQUE OU **SOCIÉTÉ PAR ACTIONS À RESPONSABILITÉ LIMITÉE OU INCORPORÉE**

N° de téléphone à la maison : (____)____-____ N° de téléphone-établissement principal : (____)____-____

N° de téléphone au travail : (____)____-____ Directeur / Directeur principal : _____

Date de naissance : (j/mm/aaaa) _____ Nature de l'entreprise : _____

NAS (facultatif) _____ Adresse du siège social : _____

N° de permis de conduire : _____ Date d'expiration : _____ Photo vérifiée

Autre pièce d'identité avec photo - Type et N° : _____ Photo vérifiée

Renseignements sur la carte de crédit : American Express MasterCard Visa
 Oui, je désire que mon compte de TELUS Mobilité soit porté au débit de ma carte de crédit chaque mois pour le paiement de ma facture.*

N° de carte de crédit : _____ Date d'expiration (mm/aa) : _____



La téléphonie cellulaire : les pièges de la transaction

RENSEIGNEMENTS SUR LE TÉLÉPHONE SANS FIL

N° de téléphone sans fil : () - N° ESN :

Analogique Numérique Type de téléphone / modèle : _____

FORFAIT ET FONCTIONS FACULTATIVES*

Nom du forfait : _____

Option soirs et fins de semaine Appel en attente Messagerie vocale de base Autre _____

Afficheur Appel à trois Messagerie vocale évoluée Autre _____

Renvoi d'appel Autre _____

Notes: _____

SERVICES INTERNET SANS FIL*

Naviguez un peu Naviguez beaucoup SCP en ligne Autre _____

Naviguez Naviguez affaires Messagerie textuelle Autre _____

DURÉE DU CONTRAT

1 an 2 ans 3 ans Base mensuelle Promotion de contrat : _____

Quand mon contrat entrera-t-il en vigueur ?
 Votre contrat entrera en vigueur dès que TELUS Mobilité aura accepté le présent formulaire dûment rempli.

Que me garantit-on pendant la durée du contrat ?
 Pendant cette période, TELUS Mobilité n'augmentera pas votre forfait mensuel pour le service et ne diminuera pas le nombre de minutes prévu dans votre forfait mensuel, mais d'autres frais pourront changer et des frais supplémentaires pourront être appliqués, moyennant un préavis de trente (30) jours de TELUS Mobilité.

Quand puis-je changer de forfait ?
 Si vous voulez augmenter votre engagement mensuel, vous pouvez le faire quand vous le souhaitez. Après les six premiers mois, vous pouvez diminuer votre forfait mensuel, mais des frais de 25 \$ peuvent s'appliquer.

Qu'arrive-t-il si je veux annuler mon abonnement ?
 Si vous décidez d'annuler votre abonnement avant la fin du contrat, vous devrez payer (à titre de dommages-intérêts liquidés et non de pénalité) des frais d'annulation pour chaque numéro de téléphone débranché, en plus des autres frais alors dus à TELUS Mobilité. Les frais d'annulation correspondront à la somme la plus élevée entre les deux sommes suivantes : (i) 20 \$, multiplié par le nombre de mois qui restent à courir en vertu du contrat et (ii) 100 \$. Les frais d'annulation doivent être payés, que le service soit annulé par TELUS Mobilité ou par vous.

Que se passe-t-il à la fin du contrat ?
 À la fin du contrat, votre service continuera de mois en mois, sous réserve des modalités de service applicables.

AUTORISATION DU CLIENT

À TELUS Mobilité : J'ai lu et j'accepte les modalités qui se trouvent au recto et au verso du présent contrat (et de le faire respecter par tous les abonnés dont le nom figure sur le présent formulaire). Toutes les modalités de service sont considérées comme incluses dans toute télécopie du présent formulaire.

Nonobstant l'article 12 des modalités de service de TELUS Mobilité figurant au verso, j'accepte (ou je n'accepte pas) : (1) la publication des numéros TELUS Mobilité qui se rapportent à mon compte de TELUS Mobilité, et (2) l'affichage de l'identification de l'appelant.

J'autorise TELUS Mobilité à obtenir les renseignements concernant mes antécédents en matière de crédit. J'autorise toute personne, tout agent de renseignements sur la consommation ou tout distributeur de crédit à vérifier les renseignements fournis aux présentes, et les charge de le faire, et j'accepte que les renseignements de crédit me concernant soient échangés avec d'autres personnes en tout temps.

 JJ/MM/AAAA Nom du client (en lettres moulées) Signature du client

 JJ/MM/AAAA Nom du détaillant (en lettres moulées) Signature du détaillant

NOUVEAU - TELUS MOBILITÉ TOP - JALINE - VENDEUR COPIE ROUGE - CLIENT * Les forfaits, fonctions et services offerts peuvent varier d'une région à l'autre.

Telus – Entente de service

L'entente

TELUS Mobilité s'engage à vous fournir des services de communication sans fil d'appel vocal et de données (le « service ») dans la zone de couverture de TELUS Mobilité, selon les modalités de service suivantes. D'après ces modalités, (i) « vous » et « votre » désignent la personne qui accepte la responsabilité en matière de facturation et de paiement pour le service; et (ii) « téléphone » désigne tout matériel (y compris appareils, téléavertisseurs et modems sans fil) utilisé en relation avec le service. Nous n'aurons pas d'entente valide tant que TELUS Mobilité n'aura pas mis votre téléphone en service.

Frais et modalités de paiement

Tous les frais de service et d'accès, ainsi que tous les autres frais, y compris les taxes, sont dus et exigibles, comme il est stipulé par TELUS Mobilité sur les relevés qui sont envoyés par TELUS Mobilité à vous, ou à la personne physique ou morale responsable du paiement des factures, ou selon des arrangements particuliers établis entre vous et TELUS Mobilité. Les frais seront présumés exacts si vous ne vous y opposez pas dans les trente (30) jours de la date de facturation. Vos frais de service, frais d'accès et autres frais continueront à s'accumuler jusqu'au débranchement du service. Si vous déménagez pour aller vivre dans une autre province, un différent forfait de TELUS Mobilité pourrait s'appliquer. En cas de perte, de vol ou d'endommagement de votre téléphone, vous serez tenu de payer tous les frais mensuels et autres pour l'utilisation du service jusqu'au moment où vous aurez avisé TELUS Mobilité en bonne et due forme. Toute somme qui n'est pas acquittée à la date d'échéance sera considérée comme étant en souffrance et vous devrez payer des frais de retard de 2 % par mois (26,82 % par an) sur toutes les sommes en souffrance. Tout solde créditeur égal ou inférieur à 5 \$ au moment de l'annulation de votre compte TELUS Mobilité ne vous sera pas remboursé. Des frais d'administration pour retour de paiement seront portés à votre prochain relevé pour tout paiement non honoré par une institution financière ou une compagnie de crédit. Pour toutes données mesurées en kilooctets, le compte inclura à la fois les en-têtes de protocole et les données de l'utilisateur.

Payez & Parlez

Une carte Payez & Parlez peut seulement être utilisée pour le service Payez & Parlez de TELUS Mobilité. TELUS Mobilité n'est pas responsable de la perte, du vol ou de l'usage non autorisé de toute carte Payez & Parlez. Lorsque vous déposez le montant que vaut la carte Payez & Parlez (voir les directives sur la carte) ou que vous utilisez votre carte de crédit pour faire un dépôt, vous obtenez cette valeur à titre de crédits Payez & Parlez dans votre compte TELUS Mobilité. Les crédits Payez & Parlez sont valables jusqu'à la date d'expiration indiquée sur la carte Payez & Parlez ou, dans le cas des dépôts effectués à l'aide d'une carte de crédit, ils sont valables jusqu'à la date d'expiration mentionnée au moment du dépôt. Les tarifs de temps d'antenne sont établis au moment du dépôt de crédits Payez & Parlez dans votre compte. Les autres tarifs de Payez & Parlez peuvent être modifiés sans préavis. Les crédits Payez & Parlez ne sont pas remboursables ni transférables. À l'expiration de tous les crédits Payez & Parlez, votre compte TELUS Mobilité affichera un solde de zéro.

Dépôts

TELUS Mobilité peut, dans certaines circonstances, exiger un dépôt de garantie de votre part. Dans pareil cas, et si votre compte TELUS Mobilité demeure ouvert pendant le délai exigé, TELUS Mobilité vous remboursera le montant du dépôt sous forme de crédit à votre compte. Autrement, TELUS Mobilité vous remboursera le montant du dépôt (sous réserve du paragraphe 2 ci-dessus) à l'annulation de votre compte TELUS Mobilité et elle ne retiendra que les sommes que vous devez.

Utilisation de service

Vous utiliserez le service en conformité avec la loi et les règles de service adoptées par TELUS Mobilité de temps à autre, y compris les directives sur la courtoisie, la bonne conduite au volant et la santé et la sécurité. Vous utiliserez le service à des fins normales d'appel et de messagerie seulement. Vous ne pourrez pas revendre le service à un tiers. Vous n'utiliserez pas le forfait à tarif fixe ou le service d'utilisation illimitée offert par TELUS Mobilité de façon abusive. Vous ne vous servirez pas du service pour exploiter un service de courriel, de page Web, de nouvelles ou autres activités de cette nature. Vous vous engagez à ne pas utiliser le service pour transmettre ou envoyer des messages importuns, inappropriés, indus, excessifs, menaçants ou obscènes, ou pour autrement harceler, offenser, menacer, humilier ou inquiéter qui que ce soit ou de façon à porter atteinte à la vie privée de quiconque, qu'il s'agisse d'une personne physique ou morale. Vous ne vous livrerez à aucune activité de façon à compromettre la sécurité du service ou des réseaux ou des ordinateurs sur Internet, ou le service de tout fournisseur de services Internet, ou à le déranger. Vous n'utiliserez que du matériel autorisé pour le service. Vous ne permettrez pas à quiconque (si ce n'est une personne autorisée de TELUS Mobilité) de reproduire, de régler, de réparer, de modifier ou d'ajuster les dispositifs de signalisation, d'identification (y compris les numéros d'identification du fabricant, ESN, IMEI, IMSI et autres) ou de transmission, de même que toute pièce du téléphone utilisée dans le cadre de l'abonnement au service et ne le ferez pas vous-même. Le service utilisera certaines installations de réseau ou autres. La zone dans laquelle TELUS Mobilité offre le service peut être étendue ou réduite dans sa portée, de temps à autre, à l'entière discrétion de TELUS Mobilité.

Vous reconnaissez que pour maintenir le service ou pour l'améliorer, ou pour toute autre raison commerciale, TELUS Mobilité peut, à sa discrétion, suspendre, restreindre, modifier ou annuler le service, en tout ou en partie, ou faire des changements au réseau ou à d'autres installations sans autre avis.

Aucune garantie

Les services sont fournis « tels quels » et « selon la disponibilité ». Vous utilisez les services à vos propres risques. TELUS Mobilité ne garantit pas un service en temps utile, sûr, sans erreur et ininterrompu, ni la réception de documents ou de messages transmis sur le réseau de TELUS Mobilité ou les réseaux d'autres sociétés ou par Internet. Le service peut tomber en panne ou être interrompu pour des motifs qui incluent, mais sans s'y limiter, les conditions environnementales, les limites techniques, les défauts ou lacunes, les limites des systèmes d'autres entreprises des télécommunications, les exigences d'urgence ou de sécurité publique, ou les causes indépendantes de la volonté de TELUS Mobilité. TELUS Mobilité se dégage de toute responsabilité liée aux garanties et aux modalités (expresses, implicites ou légales) en ce qui concerne le service et tout téléphone.

Limitation de responsabilité

TELUS Mobilité ne saurait engager sa responsabilité envers vous ou quiconque pour quelques dommages (directs, indirects, conséquents ou autres, y compris le décès, un préjudice corporel ou des dommages causés à vos biens ou à vos locaux), dépenses, pertes de profits, manques à gagner, pertes d'occasions d'affaires, pertes de données, ou autres pertes semblables, qui découlent de la fourniture, de l'utilisation ou d'une panne du service, ou de tout téléphone utilisé pour le service, ou qui y sont liés, qu'ils soient causés par la négligence ou autrement, et qu'ils soient réclamés en responsabilité contractuelle, délictuelle ou autre. Nonobstant ce qui précède, la responsabilité de TELUS Mobilité relativement aux dommages causés par la négligence de la part de TELUS Mobilité en ce qui a trait à la fourniture obligatoire de services d'urgence, sauf lorsqu'une telle négligence entraîne le décès, un préjudice corporel ou des dommages causés à vos biens ou à vos locaux, ou lorsque de tels dommages sont causés par la faute délibérée, la négligence grave ou le comportement anticoncurrentiel de TELUS Mobilité, est limitée à 20 \$. TELUS Mobilité ne peut être tenue responsable à l'égard de ce qui suit : (a) la diffamation écrite ou verbale ou la violation du droit d'auteur résultant de données ou de messages transmis grâce au réseau de télécommunications de TELUS Mobilité ou enregistrés à l'aide du matériel de TELUS Mobilité ; (b) les dommages résultant d'un acte, d'une omission ou d'une faute de votre part dans l'utilisation du matériel fourni par TELUS Mobilité ; (c) les dommages causés par la transmission de données ou de messages grâce au réseau de télécommunications de TELUS Mobilité pour votre compte, qui se révèlent illicites sous quelque rapport ; (d) des actes, des omissions ou des fautes imputables aux autres entreprises ou aux autres systèmes de télécommunications lorsque les installations d'autres entreprises ou d'autres systèmes de télécommunications sont utilisées pour établir des connexions avec vos installations ou votre matériel, ou à partir de ces installations et de ce matériel ; sauf dans les cas de faute délibérée, de négligence grave ou de comportement anticoncurrentiel de la part de TELUS Mobilité relativement à la fourniture obligatoire de services d'urgence.

Indemnisation

Vous indemniserez TELUS Mobilité pour toutes les pertes et dépenses et dans toutes les actions, réclamations et jugements qui concernent TELUS Mobilité, en demande ou en défense, en relation avec votre utilisation appropriée ou non des services, tout téléphone utilisé pour le service ou toute violation des présentes modalités.

Numéros

Vous ne détenez aucun droit de propriété sur les numéros de téléphone, numéros d'appel de groupe ou privé, adresses IP, RCC, noms de domaine, identifications de courriel ou autres moyens d'identification que TELUS Mobilité vous aura attribués. Sur avis préalable de trente (30) jours, TELUS Mobilité peut modifier ces numéros sans engager sa responsabilité.

Itinérance

Lorsque vous utilisez votre téléphone en itinérance en dehors de la zone de service de TELUS Mobilité, vous devez payer tous les frais applicables et êtes assujéti aux modalités de service (y compris, mais sans s'y limiter, aux conditions imposées par le fournisseur de service sans fil en matière d'itinérance). Lorsque le téléphone sans fil (sauf le téléphone Mike) est utilisé dans les Territoires du Nord-Ouest ou dans le nord de la Colombie-Britannique, le service est fourni par d'autres sociétés d'exploitation de télécommunications et des frais additionnels s'appliquent.

Annulation ou suspension du service

Sauf entente contraire, vous pouvez annuler votre service (sauf le service Mike) en tout temps en demandant la désactivation de votre téléphone (vous pouvez annuler votre service Mike en tout temps moyennant un préavis de trente (30) jours à TELUS Mobilité). TELUS Mobilité peut interrompre ou faire cesser le service et résilier la présente entente en tout temps, sans préavis et sans responsabilité : si vous ne payez pas les montants dans les délais prescrits (y compris, tout dépôt requis); si TELUS Mobilité, à son entière discrétion, estime que vous êtes un risque de crédit inacceptable et que vous omettez de fournir un dépôt de garantie acceptable pour TELUS Mobilité; si vous violez les présentes modalités ou toute autre entente de service entre vous et TELUS Mobilité, un détaillant TELUS Mobilité ou tout autre cessionnaire ou si TELUS Mobilité estime qu'il est raisonnablement probable que ces événements se produiront. De plus, sauf entente contraire, TELUS Mobilité peut annuler votre service (sauf le service Mike) en tout temps moyennant un préavis de trois (3) jours (TELUS Mobilité peut annuler votre service Mike en tout temps moyennant un préavis de trente (30) jours). En cas de cessation de service, vous demeurez responsable de tous les frais à payer.

Confidentialité

1. À moins que vous ne donniez un consentement explicite ou qu'une autorité judiciaire exige la divulgation de vos renseignements personnels, tout renseignement détenu par TELUS Mobilité à votre sujet, à l'exception de vos nom et adresse, est confidentiel et TELUS Mobilité ne les divulguera à personne d'autre qu'à : vous ou à une personne qui, de l'avis raisonnable de TELUS Mobilité, cherche à obtenir ces renseignements en qualité de mandataire agissant pour vous; une autre société d'exploitation de télécommunications ou à une personne fournissant des services à TELUS Mobilité ou à une autre société d'exploitation de télécommunications, mais seulement si les renseignements servent à établir un service de télécommunications ou à fournir un tel service de manière efficace et rentable, et que la divulgation de renseignements s'effectue à titre confidentiel et que les renseignements sont utilisés à cette fin seulement; une société offrant un service d'inscription à un annuaire dans le but d'y inscrire vos nom, adresse et numéro de téléphone, si vous y consentez et si cette société accepte d'utiliser ces renseignements à cette fin seulement; un mandataire de

TELUS Mobilité chargé de faire la vérification de votre crédit ou d'effectuer le recouvrement de sommes que vous devez à TELUS Mobilité, à condition que le mandataire ait besoin de ces renseignements et accepte de les utiliser à cette fin seulement; une autorité publique ou son mandataire, si TELUS Mobilité a des motifs valables de croire qu'il serait possible d'éviter ou de minimiser un danger imminent pour la vie ou la propriété en divulguant ces renseignements; un organisme chargé de l'application de la loi, si TELUS Mobilité a des motifs valables de croire que vous ou quelqu'un qui utilise votre téléphone êtes impliqué dans des activités frauduleuses ou illicites à l'encontre de TELUS Mobilité. Vous êtes censé donner votre consentement explicite à la divulgation de vos renseignements personnels si : vous y consentez par écrit; vous confirmez oralement que vous y consentez et les faits sont vérifiés par une tierce partie indépendante; vous confirmez électroniquement que vous y consentez lors

d'un appel à un numéro sans frais; ou vous confirmez électroniquement que vous y consentez par l'entremise d'Internet. La responsabilité de TELUS Mobilité en ce qui a trait à la divulgation de renseignements en violation de ces modalités n'est pas limitée par la limitation de responsabilité établie ci-dessus. Vous êtes autorisé à inspecter tout dossier de TELUS Mobilité lié à la prestation de vos services, pourvu que vous acquittiez les coûts supplémentaires engagés par TELUS Mobilité. Vous pouvez demander à ce que vos nom et adresse ne figurent pas sur une liste utilisée par TELUS Mobilité ou remise à une autre personne.

2. 12. (2) Sous réserve du paragraphe 12 (1) ci-dessus, vous acceptez que TELUS Mobilité continue à recueillir, à utiliser et à divulguer des renseignements personnels à votre sujet pour les objets identifiés dans la Politique d'engagement en matière de protection de la vie privée de TELUS Mobilité (telle qu'elle peut être modifiée de temps à autre), que vous pouvez consulter à l'adresse www.telusmobilite.com. Ces objets sont les suivants : 1. établir et maintenir une relation commerciale digne de confiance avec vous et vous fournir un service continu; 2. comprendre vos besoins et vos préférences; 3. concevoir, améliorer, commercialiser ou fournir des produits et des services; 4. gérer et exploiter l'entreprise et ses activités; et 5. répondre aux exigences juridiques et réglementaires. Vous trouverez de plus amples renseignements sur les pratiques de TELUS Mobilité en matière de protection de la vie privée en visitant le site Web susmentionné. Si vous avez des questions ou des préoccupations au sujet de ces pratiques, vous pouvez composer le 1 800 567-0000 ou envoyer un courriel à l'adresse suivante : privacy@telus.com

Surveillance

TELUS Mobilité est en droit, mais sans en avoir l'obligation, de surveiller tout site Internet TELUS Mobilité ou l'utilisation du service, ou d'en faire le compte rendu. Vous consentez à une telle surveillance ou à un tel compte rendu qui s'avère nécessaire ou utile pour respecter toute loi, réglementation ou autre demande gouvernementale ou pour rehausser l'efficacité d'exploitation, améliorer la qualité des services, évaluer la satisfaction de la clientèle ou protéger TELUS Mobilité ou ses clients d'un usage indésirable de certains services ou de certaines applications. TELUS Mobilité se réserve le droit de radier ou de retirer ou de bloquer l'accès à toute capacité sur Internet, ou au contenu, à l'information ou aux produits et services de tiers qui sont offerts ou transmis par le service et que TELUS Mobilité, à sa seule discrétion, estime être inacceptables ou contraires aux modalités des présentes.

Services en ligne

Vous serez responsable du maintien de la confidentialité de votre compte TELUS Mobilité (y compris tous les noms d'utilisateur et tous les mots de passe) et également de toutes les activités qui y sont inscrites, qu'elles soient autorisées ou non par vous. TELUS Mobilité peut, à sa seule discrétion, modifier, limiter ou supprimer toute partie des services en ligne en tout temps. Bien que TELUS Mobilité puisse modifier la durée des intervalles de manière occasionnelle, sans préavis, TELUS Mobilité prévoit actuellement supprimer : (i) les éléments dans votre dossier « éléments supprimés » depuis plus de sept (7) jours; (ii) les éléments dans votre dossier « éléments envoyés » depuis plus de trente (30) jours; et (iii) les comptes auxquels vous n'avez pas accédé depuis quatre-vingt-dix (90) jours consécutifs. TELUS Mobilité ne fait que fournir l'accès à des services en ligne qui sont maintenus par des fournisseurs d'applications, de services et de contenu, et TELUS Mobilité n'est pas responsable de tout acte ou omission de ces tiers fournisseurs.

Arbitrage

Tout différend, controverse ou réclamation (de nature contractuelle ou délictuelle, en vertu de la loi ou d'un règlement, ou autrement, passé, présent ou futur - sauf en ce qui concerne la perception par TELUS Mobilité de toute somme auprès de vous) qu'il découle des causes suivantes ou y soit lié : a) la présente entente; b) un téléphone ou le service; c) des déclarations verbales ou écrites, ou des publicités ou promotions concernant la présente entente ou un produit ou un service; ou d) les relations qui découlent de la présente entente (y compris les relations avec les tiers qui ne sont pas parties), (chacune étant, individuellement, une « réclamation ») feront l'objet d'une médiation privée et confidentielle devant un seul médiateur choisi par les parties à leurs frais conjoints. Si les parties n'arrivent pas à un règlement après une médiation de bonne foi, le litige sera alors soumis à l'arbitrage privé, confidentiel et final de la même personne que celle qui a été choisie à l'origine comme médiateur. L'une ou l'autre des parties peut intenter une action en justice aux fins de faire respecter et exécuter la sentence arbitrale rendue, à condition qu'une sentence arbitrale ait été rendue et seulement à ce moment-là, après un délai de trente (30) jours à compter de la date de cette sentence. En acceptant ce qui précède, vous renoncez à tout droit que vous pouvez avoir d'intenter un recours collectif ou d'y participer, à l'encontre de TELUS Mobilité, en ce qui concerne toute réclamation, et le cas échéant, vous convenez, par les présentes, de vous retirer de tout recours collectif autrement intenté contre TELUS Mobilité. Si vous avez une réclamation, vous devez envoyer un avis de médiation et d'arbitrage à TELUS Mobilité a/s de TELUS Mobilité, 200, Consilium Place, bureau 1600, Scarborough (Ontario) M1H 3J3, à l'attention du vice-président et chef du contentieux. Si nous avons une réclamation, nous vous enverrons un avis de médiation et d'arbitrage à votre dernière adresse indiquée dans nos dossiers. La médiation et l'arbitrage des réclamations se dérouleront devant l'instance et selon les règles convenues et, à défaut d'entente, seront menés par un médiateur-arbitre, conformément aux lois et aux règlements concernant l'arbitrage commercial dans la province de l'Ontario, en vigueur à la date de l'avis de médiation et d'arbitrage.

Généralités

Les présentes modalités de service sont soumises aux lois de votre province de résidence, qui gouvernent leur interprétation. Vous ne devez pas céder la présente entente sans le consentement préalable écrit de TELUS Mobilité. Si vous êtes une entreprise commerciale, une corporation ou autre entité, alors vous-même et l'utilisateur individuel du service assumerez la responsabilité conjointe de ces modalités de service, conjointement et solidairement. Si une partie de la présente entente est nulle, interdite ou non exécutoire, l'entente sera interprétée comme si cette partie n'y avait jamais figuré. La présente entente est faite au bénéfice de vos successeurs, ayants droit et ayants cause, et de ceux de TELUS Mobilité, et elle liera ces personnes.

Langue

Les parties aux présentes ont demandé que ces modalités de service et tous les documents ou avis en résultant ou y étant assujettis soient rédigés en langue française.

Modifications

Les présentes modalités de service (y compris, les tarifs et frais) peuvent être modifiées unilatéralement par TELUS Mobilité de temps à autre, avec un préavis minimal de trente (30) jours à votre attention, et les modifications n'entrent en vigueur que quand vous utiliserez le service après ce délai de trente (30) jours (utilisation qui sera réputée de façon péremptoire comme signifiant votre acceptation des modifications).

Dénomination sociale

TELUS Mobilité est un nom commercial de SOCIETE TELE-MOBILE, TELE-MOBILE COMPANY. TELUS Mobilité vous invite à faire des commentaires sur son service et sur les présentes modalités de service. Communiquez avec nous en vous rendant sur notre site à telusmobilite.com.

Telus - Service Terms & Conditions

This Agreement

TELUS Mobility agrees to provide you with wireless voice and data services (the "service") within the TELUS Mobility coverage area on these terms and conditions. In these service terms, (i) "you" and "your" means the person accepting billing and payment responsibility for the service; and (ii) "phone" means all equipment (including handsets, pagers and wireless modems) used in connection with the service. We will not have a binding agreement until TELUS Mobility has activated your phone on the service.

Charges and Payment:

All service use and access fees and other charges, including taxes, are due and payable as specified by TELUS Mobility on invoices to you or the person or company paying the bill or as otherwise arranged with you by TELUS Mobility. Charges will be deemed to be correct if not disputed by you within thirty (30) days of the invoice date. Your service use, access fees and other charges will continue until the service is terminated. If you change your residence from one province to another, a different TELUS Mobility rate plan may apply. If your phone is lost, stolen or damaged, you must pay all monthly and other charges for the use of the service up to the time that TELUS Mobility is properly notified. All amounts not paid by the due date are overdue and you must also pay a late payment charge of 2% per month (26.82% per annum) on all overdue amounts. Any credit balance less than or equal to \$5 at the time of cancellation of your TELUS Mobility account will not be refunded to you. A returned payment administration fee will be charged on your next invoice for any payments not honoured by a financial institution or credit card company. Where data is measured in kilobytes, the kilobyte count will include both protocol headers and user data.

Pay & Talk:

A Pay & Talk card may only be used with the TELUS Mobility Pay & Talk service. TELUS Mobility is not responsible for loss, theft or unauthorized use of any Pay & Talk card. When you deposit the Pay & Talk card value (following instructions indicated on the card) or use a credit card to make a deposit, you get the value as Pay & Talk credits in your TELUS Mobility account. Pay & Talk credits are valid for use until expiration indicated on the Pay & Talk card or, in the case of credit card deposits, are valid for use until expiration as communicated to you at the time of deposit. Airtime rates are established at time of deposit of Pay & Talk credits into your account. Other Pay & Talk rates are subject to change without notice. Pay & Talk credits are non-refundable and non-transferable. Upon expiry of all Pay & Talk credits your TELUS Mobility account will show a zero balance

Deposit:

Under certain circumstances, TELUS Mobility may require a security deposit from you. If a deposit is required and your TELUS Mobility account is kept current for the required time, TELUS Mobility will return the deposit to you by applying the deposited amount to your TELUS Mobility account. Otherwise, TELUS Mobility will refund the deposit to you (subject to paragraph 2 above) upon cancellation of your TELUS Mobility account, retaining only the amount then owed by you.

Use of the service:

You will use the service in compliance with law and with service rules adopted by TELUS Mobility from time to time, including safe driving and health and safety guidelines. You will use the service for customary voice and messaging purposes only. You will not resell the service to any other person. You will not abuse any flat rate or unlimited use service plan offered by TELUS Mobility. You will not use the service to operate an e-mail, web, news or other similar service. You will not use the service to transmit or send any annoying, inappropriate, improper, excessive, threatening or obscene material or to otherwise harass, offend, threaten, embarrass, distress or invade the privacy of any individual or entity. You will not engage in any activity that could compromise the security of or disrupt or interfere with the service or any network or computers on the Internet or disrupt or interfere with the services of any Internet access provider. You will use only authorized equipment on the service. You will not (and will not permit anyone other than a TELUS Mobility authorized person to) reproduce, alter, adjust, repair or tamper with any signaling, identification (including the MIN, ESN, IMEI, IMSI, and other numbers) or transmission function or component of any phone used on the service. The service will use certain network and other facilities. The area in which TELUS Mobility provides the service may be enlarged or reduced in scope from time to time in TELUS Mobility's sole discretion.

You agree that, to maintain or improve the service, or for other business reasons, TELUS Mobility can in its sole discretion, suspend, restrict, modify or terminate all or any part of the service or make changes to the network and other facilities without notice to you.

No warranties:

The service is provided on an "as is" and "as available" basis. Your use of the service is at your sole risk. TELUS Mobility does not guarantee timely, secure, error-free or uninterrupted service or receipt of material or messages transmitted over or through TELUS Mobility's network or the networks of other companies or in respect of the Internet. The service may fail or be interrupted for reasons including, but not limited to, environmental conditions, technical limitations, defects or failures, limitations of the systems of other telecommunications companies, emergency or public safety requirements, or causes beyond TELUS Mobility's reasonable control. TELUS Mobility disclaims all warranties and conditions (express, implied or statutory) relating to the service and any phone.

Limitation of Liability:

TELUS Mobility will not be liable to you or any other person for any damages (direct, indirect, consequential or other, including physical injury, death or damage to your property or premises), expenses, loss of profits, loss of earnings, loss of business opportunities, loss of data, or other similar loss, arising out of or in connection with the provision, use or failure of the service, or any phone used with the service, whether caused by negligence or otherwise, and whether claimed in contract, tort or otherwise. Notwithstanding the foregoing, the liability of TELUS Mobility for damages caused by negligence

on the part of TELUS Mobility in the provision of mandatory emergency services, except in cases where such negligence results in physical injury, death or damage to your property or premises, or where such damages are caused by the deliberate fault, gross negligence or anti-competitive behaviour of TELUS Mobility, is limited to \$20. TELUS Mobility shall not be responsible for (a) libel, slander, defamation or the infringement of copyright arising from material or messages transmitted over the telecommunications network of TELUS Mobility or recorded on the equipment of TELUS Mobility; (b) damages arising out of your act, default, neglect or omission in the use or operation of equipment activated on the telecommunications network of TELUS Mobility; (c) damages arising out of the transmission of material or messages over the telecommunications network of TELUS Mobility on your behalf, which is in any way unlawful; or (d) any act, omission or negligence of other companies or telecommunications systems in relation to the provision of the service to you, when the facilities of such other companies or telecommunications systems are used in establishing connections to or from facilities and equipment controlled by you; except in cases of deliberate fault, gross negligence or anti-competitive behaviour by TELUS Mobility in the provision of mandatory emergency service to you.

Indemnity:

You will indemnify TELUS Mobility from all losses, expenses and all manner of actions, claims and judgments sustained by or made against TELUS Mobility in connection with your use or misuse of the service, any phone used with the service or violation of these terms and conditions.

Numbers:

You do not own or have any property rights in any phone, group call or private call number, IP address, NEI, domain name, e-mail i.d. or other addresses assigned by TELUS Mobility to you. TELUS Mobility may, on at least 30 days notice, change any such numbers without liability.

Roaming:

When roaming outside of TELUS Mobility's service area, you are responsible for all applicable charges, and are subject to the terms and conditions of service (including limitations of liability) imposed by the wireless service provider providing the roaming services. When using your wireless phone (excluding Mike) in the Northwest Territories and Northern British Columbia, coverage is to be provided by other telecommunication carriers and additional rates will apply.

Termination/Suspension of service:

Unless otherwise agreed, you may terminate your service (excluding Mike service) at any time by requesting the deactivation of your phone (you may terminate your Mike service at any time by providing TELUS Mobility with thirty (30) days' notice). TELUS Mobility may suspend or terminate the service and this agreement at any time, without any notice or liability: if you fail to pay any amount when due (including any required deposit); if TELUS Mobility, in its sole discretion, considers you an unacceptable credit risk and you fail to provide a security deposit acceptable to TELUS Mobility; if you are in default under these terms and conditions or any other agreement between you and TELUS Mobility, a TELUS Mobility dealer or any assignee; or if TELUS Mobility reasonably apprehends the occurrence of any such events. Further, unless otherwise agreed, TELUS Mobility may terminate your service (excluding Mike service) at any time by providing you with three (3) days' notice (TELUS Mobility may terminate your Mike service at any time by providing you with thirty (30) days' notice). If service is terminated you will remain liable for all accrued fees and charges.

Confidentiality:

1. Unless you provide express consent or disclosure is pursuant to a legal power, all information kept by TELUS Mobility regarding you, other than your name and address, is confidential and may not be disclosed by TELUS Mobility to anyone other than: you or a person who in the reasonable judgement of TELUS Mobility is seeking the information as your agent; another telecommunications company or a person providing services to TELUS Mobility or another telecommunications company, but only if the information is to be used for the establishment of, or the efficient and cost effective provision of, telecommunications service and the disclosure is made on a confidential basis with the information to be used only for that purpose; a directory or listing service company for the purpose of listing your name, address and phone number if you consent and if that company agrees to use the information only for that purpose; an agent used by TELUS Mobility to evaluate your credit or collect outstanding balances owed to TELUS Mobility by you, if the agent requires the information and agrees to use the information only for that purpose; a public authority or its agent if TELUS Mobility reasonably believes that there is imminent danger to life or property that could be avoided or minimized by disclosure of the information; a law enforcement agency if TELUS Mobility reasonably believes that you or anyone using your phone is engaged in fraudulent or unlawful activities against TELUS Mobility. Express consent may be taken to be given by you where you provide: written consent; oral confirmation verified by an independent third party; electronic confirmation through the use of a toll-free number; or electronic confirmation via the Internet. TELUS Mobility's liability for disclosure of information contrary to these terms is not limited by the limitation of liability set out above. You may inspect any TELUS Mobility records related to the provision of your service, provided that you pay TELUS Mobility's related extraordinary costs. You may request that your name and address not be included on any list provided to any other person or used by TELUS Mobility.
12. (2) Subject to Section 12 (1) above, you agree that TELUS Mobility may continue to collect, use and disclose personal information about you for the purposes identified in the TELUS Mobility Privacy Commitment (as it may be amended from time to time), which can be viewed at www.telusmobility.com.

La téléphonie cellulaire : les pièges de la transaction

Those purposes are: 1. to establish and maintain a responsible commercial relationship with you and to provide ongoing service; 2. to understand your needs and preferences; 3. to develop, enhance, market or provide products and services; 4. to manage and develop our business and operation; and 5. to meet legal and regulatory requirements. More information about TELUS Mobility's privacy practices is available at the above Web site. If you have any questions or concerns about these privacy practices, you may call 1-800-567-0000 or send an e-mail to privacy@telus.com.

Monitoring:

TELUS Mobility has the right, but not the obligation, to monitor or log any TELUS Mobility Internet site or use of the service. You consent to any such monitoring and logging that is necessary to satisfy any law, regulation or other government request, or to enhance operating efficiencies, improve service levels, assess client satisfaction, or protect TELUS Mobility or its clients from unwanted use of certain services or applications. TELUS Mobility reserves the right to delete, remove or block access to any Internet capability, content, information or third party products or services available or transmitted through the service that TELUS Mobility, in its sole discretion, believes is unacceptable or in violation of these terms and conditions.

Online services:

You shall be responsible for maintaining the confidentiality of your TELUS Mobility account, (including all login names and passwords) and you are similarly responsible for all uses of your TELUS Mobility account whether or not such uses are actually authorized by you. TELUS Mobility may, in its sole discretion, alter, limit or delete any part of the online services at any time. Although TELUS Mobility may change the timing from time to time without notice, TELUS Mobility currently intends to delete: (i) items that are in your "Deleted Items" folder for more than seven (7) days; (ii) items that are in your "Sent Items" folder for more than thirty (30) days; and (iii) accounts to which you have not logged on for ninety (90) consecutive days. TELUS Mobility is merely providing access to online services that are maintained by third party providers of applications, services and content and TELUS Mobility is not responsible for any act or omission of those third party service providers.

Arbitration:

Any claim, dispute or controversy (whether in contract or tort, pursuant to statute or regulation, or otherwise and whether pre-existing, present or future - except for the collection from you of any amount by TELUS Mobility) arising out of or relating to: (a) this agreement; (b) a phone or the service; (c) oral or written statements, or advertisements or promotions relating to this agreement or to a product or service; or (d) the relationships which result from this agreement (including relationships with third parties who are not parties to this agreement), (each, a "Claim") will be referred to and determined by private and confidential mediation before a single mediator chosen by the parties and at their joint cost. Should the parties after mediation in good faith fail to reach a settlement, the issue between them shall then be determined by private, confidential and binding arbitration by the same person originally chosen as mediator. Either party may commence court proceedings to enforce the arbitration result when an arbitration decision shall have been rendered and thirty (30) days have passed from the date of such decision. By so agreeing, you waive any right you may have to commence or participate in any class action against TELUS Mobility related to any Claim and, where applicable, you hereby agree to opt out of any class proceeding against TELUS Mobility otherwise commenced. If you have a Claim you should give notice to mediate and arbitrate to TELUS Mobility c/o TELUS Mobility, 200 Consilium Place, Suite 1600, Scarborough, Ontario, M1H 3J3, Attention: Vice President and Associate General Counsel. If we have a Claim we will give you notice to mediate/arbitrate at your last known address of record. Mediation and arbitration of Claims will be conducted in such forum and pursuant to such rules as you and we agree upon, and failing agreement will be conducted by one mediator-arbitrator pursuant to the laws and rules relating to commercial arbitration in the province in which you reside that are in effect on the date of the notice to mediate and arbitrate.

General:

These terms and conditions shall be governed by and construed in accordance with the laws of the province in which you reside. You must not assign this agreement without TELUS Mobility's written consent in advance. If you are a business, corporation or other entity, then you and the individual user of the service shall be jointly responsible for all obligations in these terms and conditions, individually and together. If any part of this agreement is void, prohibited or unenforceable, the agreement shall be construed as if such part had never been part of the agreement. This agreement shall enure to the benefit of and bind the successors, assigns and personal representatives of you and TELUS Mobility.

Language:

The parties have required that these terms and conditions and all documents or notices resulting therefrom or ancillary thereto be drawn up in the English language. Les parties aux présentes ont demandé que ce contrat et tous les documents ou avis en résultant ou y étant assujettis soient rédigés en langue anglaise.

Changes:

These service terms (including any rates and charges) may be changed unilaterally by TELUS Mobility from time to time on at least thirty (30) days' notice to you, and such changes shall become effective once you use the service after such thirty (30) day period (which use shall be deemed conclusively to indicate acceptance of such changes).

Legal name:

TELUS Mobility is a business name of TELE-MOBILE COMPANY, SOCIÉTÉ TELE-MOBILE.

TELUS Mobility would welcome your comments on its service and these service terms. Contact us at telusmobility.com.

Entente de service sans-fil



Renseignements sur le client

Ajout à un numéro de compte existant (précisez) _____
 Compte individuel : Le demandeur doit avoir atteint l'âge de la majorité
 M. Mme Langue F A
 Compte d'entreprise : Individuelle Partenariat Corporation
 Nom (Prénom, Nom) _____
 Nom de l'entreprise _____
 Courriel _____
 Adresse _____ App. _____
 Ville _____ Prov. _____ Code postal _____
 Téléphone : Domicile () _____ Travail () _____
 N° de télécopieur () _____
 Employeur : _____ Code d'entreprise : _____ Emploi vérifié

Nouvelle mise en service Rehaussement Autre (précisez) _____
 Numéro de téléphone sans fil () _____
 Numéro de compte _____
 Date (mm/jj/aa) _____ Code de concessionnaire _____
 Nom agent/rep. ventes _____ Tél. agent/rep. ventes () _____
 Marque/modèle du tél. _____ Code de verrouillage _____
 Numéro de série/NSÉ/IMEI _____
 SIM _____

Renseignements sur le crédit

Facturer à l'adresse suivante (si différent des renseignements sur le client)
Facturer à : _____
 Adresse _____ App. _____
 Ville _____ Prov. _____ Code postal _____
Si compte individuel :
Fournir trois des éléments suivants :
 NAS _____ Date de naissance (mm/jj/aa) _____
 Permis de conduire _____ Province/date d'expiration _____
 Carte de crédit _____ Date d'expiration _____
 N° de banque _____ N° de succursale _____ N° de compte _____
 Autre _____
Si compte d'entreprise :
Renseignements sur l'entreprise :
 Nom de l'entreprise _____
 Nom du contact _____ Téléphone () _____
 Nom de l'entreprise _____
 Nom du contact _____ Téléphone () _____

Important : Lire cette section
 Si vous êtes abonné à Rogers Cable, vous recevrez une seule facture regroupant vos frais de services sans-fil et de câble (non offert au Québec).
 Non, je désire recevoir une facture distincte pour mon service sans-fil.
Options de paiement par prélèvement automatique
 J'autorise Rogers Sans-fil Inc. à percevoir chaque mois le montant exigible sur :
 Mon compte bancaire (chèque marqué « NUL » ci-joint)
 Numéro de compte bancaire _____
 MC VISA AMEX DINERS CLUB
 Numéro de carte _____ Date d'expiration _____
 X Signature du client _____
 Dépôt obtenu : \$ _____ Chèque/Comptant Carte de crédit _____
 Montant de la limite de crédit : \$ _____

Forfait et options

N° de forfait : _____ Frais mensuels : _____
 Forfait Famille Option d'ajout de téléphone
 Abonnement : mensuel un an deux ans
Services en option :
 Boîte vocale Renvoi d'appel et Renvoi sur occupation/non-réponse Trousse
 Boîte vocale Évoluée Mess. en attente Mess. texte à 5 \$*
 Commande vocale Appel de groupe Boîte vocale, Mess. texte à 5 \$, Internet sans fil à 5 \$**
 Message texte* Affichage des appels* Boîte vocale Évoluée, Affichage des appels, Mess. texte à 5 \$*
 \$ _____ Première minute entrante Boîte vocale Évoluée, Affichage des appels, Mess. texte à 5 \$*
 Ma page d'accueil sans fil** InterÉpargne Boîte vocale Évoluée, Affichage des appels, Mess. texte à 5 \$*
 \$ _____ SuperÉpargne Internet sans fil à 5 \$**
 Partenaire Messenger
Service de dépannage routier
 Le Service de dépannage routier est offert sans frais au cours des 2 premiers mois de service. Ensuite, des frais de 4 \$ (taxes exigibles en sus) par mois s'appliquent.
 Je désire le Service de dépannage routier. X paraissez ici _____
 (Pour annuler le service, composez 1 866 327-3399)
 *Non offert en Alberta. **Nécessite un téléphone numérique. ***Nécessite un appareil GSM.

Affichage des appels?
 Empêcher l'affichage de mon numéro sur les téléphones dotés de la fonction d'affichage des appels, moyennant des frais uniques de 25 \$, taxes exigibles en sus.
Appels internationaux?
 Non, je ne souhaite pas que la composition internationale soit ajoutée à mon compte. X paraissez ici _____
En plus des frais mensuels, votre première facture comprendra les montants suivants :
 • des frais uniques de mise en service de 35 \$ (1^{re} facture seulement)
 • des frais mensuels d'accès au système de 6,95 \$ (non remboursables)
 • des frais mensuels d'accès au service d'urgence 9-1-1 de 25 \$ pour l'accès sans fil au 9-1-1. Toutefois, il n'y a aucuns frais de temps d'antenne pour les appels au 9-1-1 effectués à partir d'un téléphone sans fil Rogers™ AT&T.
Vous convenez que :
 • des frais de résiliation anticipée (FRA) de 20 \$ (taxes exigibles en sus), multipliés par le nombre de mois restant à l'entente, jusqu'à un maximum de 200 \$, sont applicables en cas d'annulation de l'entente avant la fin de la garantie tarifaire.
 • les frais de temps d'antenne, d'interurbain, de déplacement et d'assistance annuelle ainsi que les taxes exigibles sont en sus. X paraissez ici _____
Service de messagerie texte facturé selon l'utilisation
 Le service de messagerie texte sera activé sur toutes les nouvelles mises en service de téléphones AMRT ou GSM. Des frais facturés selon l'utilisation s'appliqueront à chaque message texte envoyé (non applicable dans le cas d'un abonnement à un forfait de messagerie texte). Les messages texte reçus sont sans frais jusqu'à un maximum de 2 500 messages par mois; au-delà de cette limite, des frais s'appliqueront pour chaque message texte reçu.
Service Internet sans fil facturé selon l'utilisation
 Le service Internet sans fil sera activé sur toutes les nouvelles mises en service de téléphones GSM. Des frais facturés selon l'utilisation s'appliqueront à chaque kilo-octet (ko) de données envoyées et/ou reçues sur le réseau de Rogers AT&T Communications sans fil (non applicable dans le cas d'un abonnement à un forfait de transmission de données de Ma page d'accueil sans fil).

Autorisation

La présente entente est conclue entre Rogers Sans-fil Inc. (« Rogers ») et l'utilisateur individuel ainsi que l'entreprise ou la société mentionnée sur la demande. L'utilisateur individuel et l'entreprise ou la société mentionnée seront responsables, conjointement et solidairement, du respect des obligations du client en vertu de la présente entente.
 La présente entente doit être lue en conjonction avec les modalités du service, qui vous ont été fournies et qui sont également accessibles sur le site www.rogers.com/sans-fil, la brochure Forfaits sans-fil (qui décrit le forfait choisi) et le guide de l'utilisateur des services de communications sans fil en vigueur.
 En signant ce formulaire :
 • j'autorise Rogers à obtenir de l'information concernant les antécédents de crédit de l'utilisateur ou de toute entreprise ou société mentionnée dans la présente demande et reconnais que Rogers pourra fournir de l'information à d'autres concernant mon expérience de crédit auprès de Rogers;
 • j'accepte la responsabilité du paiement de tous les frais exigibles en vertu de la présente entente ainsi que de toutes mes obligations en vertu de la présente entente.
 • je reconnais avoir reçu une copie des modalités du service faisant partie et incluses à la présente entente et les avoir lues.
 J'accepte qu'à la fin de la période mentionnée sur la présente demande, le service sans-fil ou le service de télémessagerie passeront automatiquement à un abonnement mensuel.

À ce moment, je pourrais choisir un autre forfait, et/ou Rogers m'aviserait du renouvellement de la présente entente et me permettra de choisir un autre forfait de Rogers AT&T. Dans l'éventualité où mon forfait ne serait plus offert, je pourrais choisir un autre forfait de Rogers AT&T.
 Pour mieux vous servir et pour répondre adéquatement à vos besoins, il est possible que Rogers vous présente de nouveaux produits et services. Pour ce faire, Rogers peut communiquer certains renseignements de votre dossier à ses agents, concessionnaires ou sociétés affiliées. Si vous ne désirez pas que l'on communique avec vous à ces fins, veuillez vous rendre sur le site www.rogers.com/confidentialite ou communiquer avec le Service à la clientèle de Rogers à l'une des adresses suivantes : 333, rue Bloor Est, Toronto (Ontario) M4W 1G9, 6315, Côte-de-Liesse, St-Laurent (Québec) H4T 1E5 ou 1600-4710, Kingsway, Burnaby (C.-B.) V5H 4M5. Pour communiquer avec le Service à la clientèle, composez simplement *811 à partir de votre téléphone sans fil.
 X _____
 Signature du client _____ Date _____
 X _____
 Signature d'un représentant autorisé de l'entreprise/détenteur du compte _____ Date _____
 X _____
 Signataire autorisé de Rogers Sans-fil inc. _____ Date _____

SIF35-52-01

Copie blanche : Concessionnaire Copie jaune : Client Copie rose : Représentant des ventes

10/02

Ce que vous devez savoir à propos de votre Service Rogers AT&T

1. La présente constitue notre entente avec vous. Le mot « Service(s) » tel qu'utilisé aux présentes signifie les services de télécommunications qui vous sont offerts par Rogers.
2. Dans le présent document, les mots nous, nos, notre font référence à Rogers.

Vous convenez de ne pas :

- utiliser nos Services à des fins illicites, y compris sans toutefois s'y limiter, en contravention avec la loi, pour faire des appels offensants ou dans le but de nuire aux Services de Rogers offerts à d'autres clients;
- revendre, transférer ou partager votre Service de Rogers;
- reproduire, modifier ni altérer le numéro de série électronique (NSÉ) ou d'identité internationale d'équipement mobile (IMEI) de votre dispositif sans fil ni de permettre à quiconque de le faire.

Vous convenez que vous ne pouvez pas modifier la présente entente. Aucune déclaration par un représentant des ventes, un agent, un responsable ou un employé de Rogers ne pourra modifier les modalités de la présente entente.

Tarifs et frais

3. En utilisant ce Service, vous
 - reconnaissez avoir reçu une copie de la brochure Forfaits sans-fil ainsi que le guide de l'utilisateur des services de communications sans fil;
 - reconnaissez avoir lu toutes les modalités associées à votre dispositif, et vous acceptez ces modalités;
 - certifiez que les renseignements que vous nous transmettez sont à jour et exacts, et vous convenez de nous aviser de tout changement à l'information fournie.
4. Vous acceptez de nous payer à la date d'exigibilité
 - les frais pour tous les appels et autres services, incluant les taxes applicables, effectués ou reçus avec votre dispositif sans fil;
 - pour l'utilisation des Services et de l'équipement tels que décrits dans la présente entente;
 - pour les appels interurbains ou pour l'accès aux services d'autres compagnies de téléphone ou fournisseurs de services de télécommunications; et
 - pour l'utilisation des services de déplacement d'autres fournisseurs de services sans-fil avec qui nous avons conclu des ententes de déplacement.
5. Si vous désirez annuler le paiement par prélèvement automatique sur carte de crédit ou compte chèques, vous convenez de nous aviser au moins quinze (15) jours au préalable.
6. Si vous avez un abonnement de 1 ou de 2 ans, nous garantissons le tarif des frais de service mensuels et du temps d'antenne local pour toute la durée de l'abonnement. Nous pouvons modifier les autres frais et tarifs ainsi que les modalités de votre Service en tout temps.
7. Si vous ne payez pas les frais exigibles, vous acceptez que Rogers porte tout montant en souffrance sur votre compte de carte de crédit ou retire un tel montant de tout autre compte bancaire ou compte de carte de crédit pour lequel vous avez donné votre autorisation.
8. Si vous avez choisi un de nos forfaits d'entreprise ou un forfait pour employés, nous vérifierons votre statut auprès de votre employeur. Si vous n'êtes pas admissible au compte de votre employeur ou en cas de cessation d'emploi, votre Service sera automatiquement transféré à notre tarif de base (tel que déterminé par nous).
9. Nous pouvons vous facturer jusqu'à un (1) an suivant la date où les frais ont été engagés.
10. Le cas échéant, nous pourrions appliquer des crédits à votre compte si vous nous avisez dans les quatre-vingt-dix (90) jours suivant la réception de votre facture.
11. Si nous devons interrompre ou annuler votre ou vos Services pour cause de non-paiement ou en raison d'un solde excédentaire, y compris pour l'utilisation de temps d'antenne et les frais non facturés ainsi que les ajustements, des frais de rétablissement de service pourront être appliqués à votre compte.

Tarifs et temps d'antenne

Pour les appels acheminés, entrants ou sortants, les frais sont basés sur le temps total d'utilisation du réseau, et sont facturés par tranches d'une minute. Les frais de temps d'antenne sont arrondis à la prochaine minute complète.

Pour l'option « Première minute pour 400 appels reçus », aucuns frais ne sont exigibles pour la première minute de chaque appel, jusqu'à un maximum de 400 appels entrants par mois.

Le Renvoi d'appel, le Renvoi sur non-réponse et le Renvoi sur occupation comprennent jusqu'à 2 500 minutes locales par mois et chaque minute supplémentaire est facturée au tarif de 10 ¢ la minute (jusqu'à 500 minutes locales par mois dans le cas des forfaits Tarifixe numérique et Tarifixe canadien, chaque minute supplémentaire étant facturée au tarif indiqué dans le forfait).

Dans le cas de la Mise en attente et de l'Appel de groupe, le tarif par minute du forfait est exigible.

Les frais d'interurbain de Rogers applicables seront exigibles pour les appels faits par l'abonné à destination d'endroits situés à l'extérieur de la zone d'appel local, pour les appels entrants reçus à l'extérieur de la zone d'appel local, ainsi que pour les appels réacheminés vers des endroits situés à l'extérieur de la zone d'appel local de la compagnie de téléphone traditionnel. Les frais d'interurbain ne sont pas exigibles pour les appels entrants reçus à l'intérieur de la zone d'appel local de l'abonné.

Le temps d'antenne et les frais d'interurbain (si applicables) s'appliquent à la cueillette des messages dans la boîte vocale à partir de votre sans-fil de Rogers AT&T.

Des frais par message texte envoyé selon le forfait s'appliquent, que le message ait été reçu ou non par le destinataire.

Il n'y a aucuns frais pour les messages texte reçus dans la limite d'une utilisation personnelle raisonnable. Les messages texte reçus sont sans frais jusqu'à un maximum de 2 500 messages par mois; au-delà de cette limite, des frais s'appliqueront pour chaque message texte reçu. Rogers se réserve le droit de facturer des frais pour les messages texte reçus d'un ordinateur personnel et d'autres appareils téléphoniques ou non mobiles.

La téléphonie cellulaire : les pièges de la transaction

Des frais de 4 \$CAN par minute seront facturés pour le service de déplacement dans certaines régions des États-Unis. Pour obtenir la liste de ces régions, consultez wvny.rogers.com/deplacement_e-u.

Frais de service

- Des frais de 25 \$ seront exigibles pour un changement de numéro de téléphone (prenant effet au prochain cycle de facturation).
- Lors d'une suspension temporaire du Service sans-fil, les frais mensuels demeurent exigibles. Des frais de 25 \$ seront exigés pour le rétablissement d'un compte suspendu.
- Les frais de rétablissement de service sont annulés dans le cas d'un téléphone perdu ou volé.

Équipement perdu ou volé

12. Veuillez nous aviser immédiatement si votre appareil ou votre carte SIM sont perdus, volés ou détruits. Vous devrez remplacer votre dispositif ou votre carte SIM et vous serez responsable de nous payer pour tous les frais engagés jusqu'au moment où vous nous avez avisés. Si vous ne désirez pas remplacer votre appareil ou votre carte SIM, vous devrez nous payer les frais de résiliation applicables (tels que décrits ci-après).

Dépôt

13. Un dépôt peut être exigé en tout temps. Tout dépôt sera crédité à votre compte après une période minimale de douze (12) mois consécutifs au cours desquels vos comptes auprès de nous sont demeurés en règle. Aucun intérêt ne sera versé sur les dépôts retenus par Rogers. Si votre Service est annulé, nous appliquerons le montant du dépôt au solde dû de votre compte.

Si vous faites beaucoup d'appels interurbains ou si votre compte présente un risque anormal selon l'avis de Rogers, nous pourrions exiger un paiement intérimaire avant la date de facturation normale. Dans un tel cas, nous considérerons votre paiement comme étant en souffrance dans les trois (3) jours suivant la date où de tels frais sont engagés, ou après que nous ayons fait une demande de paiement en ce sens, selon la plus tardive des deux éventualités. Si après vous avoir avisé, le risque de perte pour Rogers augmente de façon notable ou si Rogers croit que vous avez l'intention de ne pas payer le montant dû, Rogers pourra demander immédiatement le paiement complet de votre compte.

Limite de crédit

14. Nous pouvons en tout temps fixer une limite de crédit à votre compte. Le Service pourra être suspendu en tout temps pour n'importe quel de vos comptes si le solde exigible, y compris l'utilisation de temps d'antenne et les frais non facturés ainsi que les ajustements, dépasse cette limite. Nous nous réservons également le droit de modifier votre limite de crédit en tout temps. Vous recevrez un avis si une limite de crédit est attribuée à votre compte ou si cette limite est modifiée.

Problèmes de service ou d'équipement

15. Nous ne garantissons pas que les Services ou l'équipement, ni ceux de toute autre société de télécommunications, fonctionneront sans interruption. Par exemple, lorsque vous utilisez les Services à l'extérieur du Canada, il est possible que vous ne puissiez faire d'appels internationaux.

16. Si votre Service est interrompu pour plus de vingt-quatre (24) heures, nous pourrions céder votre compte si nous recevons une demande écrite de votre part à cet effet. Si la demande est approuvée, votre compte sera crédité en fonction du temps d'interruption de votre Service. Si l'interruption du Service est attribuable à un mauvais traitement subi par votre dispositif sans fil ou par une quelconque négligence de votre part, aucun crédit ne sera porté à votre compte.

Caractères privés des communications

17. Nous ne garantissons pas la nature privée des communications transmises lors de l'utilisation du Service ou de l'équipement.

Confidentialité des renseignements sur le client

18. A moins d'un consentement écrit de votre part ou d'une obligation légale, toute l'information que nous conservons, autre que vos nom et adresse, sera traitée comme étant confidentielle et ne pourra être divulguée par Rogers à quiconque autre que :

- vous ou un de vos mandataires;
- un autre fournisseur de télécommunications ou d'autres personnes offrant des services à un fournisseur de services de télécommunications, dans la mesure où (information fournie sera utilisée pour établir la communication ou offrir un service de téléphonie sans fil efficace et économique, et qu'une telle divulgation est faite sur une base confidentielle en stipulant que l'information sera utilisée uniquement à ces fins;
- à votre demande, à une entreprise fournissant un service d'annuaire, dans la mesure où la divulgation de renseignements autres que le nom, (adresse et le numéro de téléphone est faite sur une base confidentielle en stipulant que (information sera utilisée uniquement à ces fins;
- un agent mandaté par Rogers pour la perception d'un solde en souffrance dû à Rogers ou encore pour l'exécution de tâches administratives, dans la mesure où (information est divulguée uniquement à ces fins;
- à un corps policier, si Rogers a des motifs raisonnables de «offre que vous avez sciemment fourni à Rogers des renseignements faux ou trompeurs ou que vous êtes engagé de quelque autre façon dans des activités illégales contre Rogers.

Sur demande, vous pouvez consulter les dossiers de Rogers concernant votre Service.

Limites de responsabilité de Rogers

19. Nous ne pourrions être tenus responsables envers vous ou quiconque (sauf pour blessures corporelles résultant de notre négligence) pour:

- les dommages, incluant perte de profits, perte de revenus, perte d'occasions d'affaires, blessures corporelles, décès ou autres pertes résultant directement ou indirectement de (utilisation des Services ou de (équipement, incluant tout appel au 9-1-1, les appels en déplacement ou découlant de (utilisation de nos installations par d'autres fournisseurs de services de télécommunications;
 - les actes ou omissions d'un fournisseur de services de télécommunications dont tes installations sont utilisées pour établir une communication aux endroits que nous ne desservons pas;
 - la diffamation ou les violations de droits d'auteurs résultant des éléments transmis ou reçus par le biais de nos installations;
 - la violation d'un brevet attribuable à (utilisation de vos propres installations avec celles de Rogers.
-

La téléphonie cellulaire : les pièges de la transaction

Ces limites s'appliquent à tout acte ou omission de Rogers, ses employés ou mandataires qui pourraient autrement faire (objet d'un recours en justice sur une base contractuelle, délictuelle ou en vertu de quelque autre principe de loi.

Numéros de téléphone

20. Vous n'avez aucun droit de propriété à l'égard des numéros de téléphone attribués à votre téléphone et nous pouvons changer votre numéro en vous avisant au moins trente (30) jours au préalable.

Résiliation

21. Sauf mention contraire dans les présentes modalités, l'une ou (autre des parties peut mettre fin au service en avisant l'autre partie par écrit au moins trente (30) jours avant la résiliation du Service. (Veuillez voir ci-après, des frais de résiliation peuvent s'appliquer).

Nous pouvons annuler ou suspendre tout service ou la totalité de vos Services sans préavis, dans les cas suivants :

- si vous négligez de payer un montant exigible au moment où ce montant est dû;
- si vous ne pouvez fournir ou maintenir un dépôt de garantie, tel que requis à la présente entente;
- si vous ne respectez pas la limite de crédit établie pour l'utilisation du service;
- si vous ne respectez pas la présente entente ou toute entente révisée;
- si nous soupçonnons que votre (vos) lignes) ont été obtenues de façon frauduleuse, illicite ou qu'elles sont utilisées à des fins abusives;
- si vous nous fournissez des renseignements faux ou trompeurs;
- si vous utilisez les Services ou les installations de Rogers de façon à nuire à (exploitation de Rogers ou à (utilisation des Services de Rogers par d'autres clients; ou
- si vous tentez par des manœuvres frauduleuses ou malhonnêtes de ne pas payer à Rogers les frais exigibles pour votre Service.

Si nous suspendons ou annulons votre Service, (i) vous devrez quand même payer tous les montants dus à Rogers; et (ii) nous pouvons également suspendre ou annuler votre Service sans préavis relativement à toute autre entente ou compte que vous avez avec Rogers. Si vous avez payé votre compte à l'avance, vous renoncez à tout remboursement.

Résiliation anticipée

22. Si votre Service est annulé, pour quelle que raison que ce soit, avant la fin de la période d'abonnement de l'entente de service sans-fil (s'il y a lieu), vous convenez de nous payer une somme égale à vingt dollars (20 \$) multipliés par le nombre de mois restants dans l'entente, jusqu'à un maximum de deux cents dollars (200 \$).

Rogers peut permettre la résiliation de votre Service sans frais aux conditions suivantes :

- 1) l'appareil est remis avec toutes ses composantes et en son état d'origine au magasin où il a été acheté (si le client est propriétaire de l'appareil, cette condition ne s'applique pas) et
- 2) l'annulation est demandée dans les trente (30) jours suivant la date de mise en service et
- 3) votre compte a encouru moins de trente (30) minutes d'utilisation de temps d'antenne ou une utilisation inférieure à 150 kilo-octets de données.

Vous serez facturé pour tous les frais d'utilisation de temps d'antenne local ou de transmission de données, les frais de déplacement et les frais d'appels interurbains encourus jusqu'au moment de (annulation.

Facture unique

23. Vous reconnaissez qu'il pourra vous être attribué un numéro de compte qui vous permettra de recevoir une facture pour tous vos comptes Rogers.

Comptes supplémentaires

24. Vous devrez autoriser les comptes supplémentaires à être intégrés à votre compte (c'est-à-dire les comptes associés à un forfait Famille et à l'option d'ajout de téléphone). Vous convenez d'être financièrement responsable pour tous les frais engagés par tout compte supplémentaire que vous aurez autorisé, incluant les services rehaussés qui peuvent être ajoutés à votre compte de temps à autre.

Arbitrage

25. Toute réclamation, tout litige ou toute controverse (sur une base contractuelle, délictuelle ou en vertu d'une loi, d'un règlement ou autre, de nature préexistante, présente ou future) découlant de : a) cette entente b) du Service ou équipement que nous vous fournissons c) d'une déclaration orale ou écrite ou de la publicité ou de promotions associés à cette entente, au service ou à (équipement ou d) aux liens résultant de cette entente (collectivement la v Réclamation v) sera réglé par arbitrage à l'exclusion des tribunaux. Vous convenez de renoncer à tout droit que vous pouvez avoir d'intenter ou de participer à un recours collectif contre nous relativement à une Réclamation et, s'il y a lieu, vous convenez de vous retirer de tout recours contre nous. Veuillez faire parvenir tout avis d'arbitrage au Service juridique, 333, rue Bloor Est, Toronto (Ontario) M4W 1G9. L'arbitrage sera effectué devant un arbitre, conformément aux lois et règlements sur (arbitrage commercial dans la province où vous habitez et en vigueur au moment de la date de l'avis d'arbitrage.

Nouveaux produits et services

26. Rogers peut utiliser des courriels, de courts messages texte et du publipostage pour vous informer des nouveaux produits et services susceptibles de vous intéresser, offerts par Rogers et autres sociétés affiliées à Rogers. Si vous ne désirez pas recevoir ce type de communications, veuillez vous rendre sur le site www.rogers.com/consentement pour remplir un formulaire et nous indiquer vos préférences. Vous pouvez aussi communiquer avec le Service à la clientèle de Rogers, à l'une des adresses indiquées ci-dessous, ou encore composer *811 à partir de votre sans-fil.

Avis

27. Tous les avis juridiques doivent être envoyés à l'attention du Service juridique de Rogers Sans-fil inc, au 333, rue Bloor Est. Toronto (Ontario) M4W 1G9.

Centres de Service à la clientèle de Rogers Sans-fil inc.

rue Bloor Est. Toronto (Ontario) M4W 1G9

5315, chemin de la Côte-de-liesse, Saint-Laurent (Québec) H4t 1P5

1600-4710, Kingsway, Burnaby (C.-B.) VSH 4M5

What you need to know about your service

General

1. This is our agreement with you. The word Service(s) used in this agreement means telecommunications services being provided to you by Rogers.

2. Throughout this document, the word(s) us, we, and our(s) means Rogers.

You agree not to:

- use our Service for any illegal purpose, including but not limited to, violating the law, making annoying or offensive calls, or interfering with other customers' Service.
- resell, transfer or share your Service.
- reproduce, change or tamper with the Electronic Serial Number (ESN) or the International Mobile Equipment Identity (IMEI) on your wireless device or to allow anyone else to do so.

You agree that this agreement cannot be changed by you. No oral representation of any sales representative, agent, officer or employee of ours shall vary the terms of this agreement.

Rates and Charges

3. By using this Service, you:

- acknowledge that you have received a copy of the Wireless Plans Brochure and the Wireless Services User Guide;
- acknowledge that you have read all the terms and conditions included with your device, and accept those terms;
- confirm that the information filled out on this form is up-to-date and accurate and you agree to notify us of any change in the information provided.

4. You agree to pay us by the due date:

- the cost of any calls and other services including applicable taxes made from or received on your wireless device;
- for using the Services and equipment described in this agreement;
- long distance calls or access to the services of other telephone companies or telecommunications carriers, and roaming privileges in these areas served by other wireless telephone operators with whom we have roaming agreements.

5. If you want to cancel pre-authorized credit card or chequing payments, you agree to notify us at least 15 days in advance.

6. If you subscribe to one of our term plans, we guarantee the monthly fee and local per minute airtime rates for the length of your plan. We may change the other charges and any other terms and conditions of your Service at any time.

7. If you do not pay for the charges you owe us, you agree that we can charge any outstanding amount to your credit card or withdraw it from any other authorized bank account or credit card.

8. If you have selected one of our corporate plans or one of our employee plans, we will verify your employment with your employer. If you are not eligible to be included under your employer's account or your employment is terminated, your Service will be transferred to our basic plan (as determined by us).

9. We may bill you up to one year from the date the charge was incurred.

10. If applicable, we may apply credits to your account if you notify us within sixty (60) days of receipt of your invoice.

11. If we suspend or terminate your Service(s) for non-payment or excessive balance, including unbilled usage, a restoral fee may be charged to your account.

Rates and Airtime

For completed calls, both received and placed, charges are based on total network usage time and are billed in one-minute increments. Airtime charges are rounded up to the next full minute. For the 400 first incoming Minutes service option, there is no charge for the first minutes of up to 400 incoming calls each month. Call Forwarding, No Answer, and Busy Transfer services include up to 2,500 local minutes per month (up to 500 local minutes per month on Digital One Rate and Canadian One Rate plans); each minute thereafter is charged at 10¢ per minute. Call Waiting and Group Calling are charged according to the minute rate of your price plan.

Applicable Rogers long distance charges will be incurred for customer-initiated calls made to points outside the local calling area, for incoming calls received outside the local calling area and for calls transferred to points outside the landline telephone company local calling area long distance rates are not charged for incoming calls received within the customer's local calling area. Airtime and long distance (if applicable) apply to voicemail message retrieved from your Rogers AT&T Wireless phone. A charge applies per text message sent according to your price plan regardless if the message was received by recipient. No charge for received text messages is for reasonable personal use only. Received text messages are no charge up to 2,500 messages per month a charge will apply for each received text message thereafter. Rogers reserves the right to charge the messages received from Personal Computers or other non-mobile phone devices.

Service Charges

- A \$25 fee may apply for a phone-number change (effective next billing cycle).
- During temporary suspension of wireless Service, the monthly fees still apply. A \$25 fee will be charged to reinstate a suspended account.
- Service-restoration charges are waived if the device is lost or stolen.

Lost or Stolen Equipment

12. Please immediately notify us if your device or SIM card is lost, stolen or destroyed. You will need to replace your device or SIM card and you will be responsible to pay us for all charges up to the time you notify us. Should you not wish to replace your device or SIM card, you will be required to pay us for any applicable early cancellation fees (as outlined below).

Deposit

13. We may require a deposit from you at any time. Any deposit will be credited to your account after at least 12 consecutive months in good standing on all your accounts with us. You will not earn any interest on any deposits held by us. If your Service is cancelled, we will apply the deposit against the outstanding balance on your account.

La téléphonie cellulaire : les pièges de la transaction

If you incur significant long distance charges or you present an abnormal risk to us, we may require an interim payment before your normal billing date. In this case, we will consider your payment past due 3 days after the due date or after we demand payment, whichever is later. If, after we notify you, the risk of loss to us substantially increases, or we believe you have no intention of paying the amount you owe, we can request immediate payment of your entire account.

Credit Limit

14. We may assign a credit limit on your account at any time. Service may be suspended at any time to any and all of your accounts if your balance, including unbilled usage and pending charges, fees and adjustments, exceeds this limit. We also reserve the right to change your limit at any time. Notice will be given for any assignment of or change to the credit limit amount.

Service or Equipment Problems

15. We do not warrant that all or any part of the Services, any equipment that you purchase, or the Services or equipment of any third party will always be working without interruption. For example, when you use the Services outside of Canada, you may not be able to make international calls.

16. If your Service is interrupted for more than 24 hours, we may credit your account if we receive written request from you. If approved, the credit amount will be based on the time your Service was interrupted. If the interruption in Service results from improper care of your wireless device, or negligence by you, no credit will be applied.

Privacy of Communications

17. We do not guarantee the privacy of any communications while you are using our Services or equipment.

Confidentiality of Customer Information

18. Unless you consent or disclosure is pursuant to a legal power, all information kept by us, other than your name and address, is considered as confidential and may not be released by us to anyone other than:

- you or your agent;
 - another telecommunications carrier or other person(s) providing services to a telecommunications carrier, provided the information is to be used for the establishment of, or the efficient and cost effective provision of wireless service and disclosure is made on a confidential basis, with the information to be used solely for that purpose;
 - at your request, to a company providing a directory listing service, provided that disclosure of information other than name, address and listed telephone number is made on a confidential basis, with the information to be used solely for that purpose;
 - an agent retained by us to collect outstanding balances owed to us by you, or to perform other administrative functions for us, provided that the information is released solely for those purposes; or
 - to a law enforcement agency whenever we have reasonable grounds to believe that you have knowingly supplied us with false or misleading information or are otherwise involved in unlawful activities directed against us.
- Upon request, you may inspect any of our records related to your Service.

Limits on Rogers Liability

19. We will not be liable to you or anyone else (except for physical injuries as a result of our negligence) for:

- any damages, including loss of profit, loss of earnings, financial loss, loss of business opportunities, personal injury, death or any other loss however caused, resulting directly or indirectly in connection with the terms and conditions herein and the Service or equipment, including any 911 calls, roaming calls or from the use of our facilities by other telecommunications carriers;

- any acts or omissions of a telecommunications carrier whose facilities are used to establish connections to points that we do not serve;
- defamation or copyright infringement that results from material transmitted or received over our facilities;
- infringement of patents arising from combining or using your own facilities with our facilities.

These limits apply to any act or omission of us, our employees, or agents, which would otherwise be a cause of action in contract, tort or any other doctrine of law.

Telephone numbers

20. You do not own the wireless phone number assigned to you and we may change this number by providing you with 30 days notice.

Termination

21. Unless otherwise stated in these terms of service, either party can cancel your Service by notifying the other in writing at least 30 days before the Service is to be cancelled. (See below – early cancellation fee may apply.)

We may cancel or suspend any or all of your Services without notifying you if:

- you do not pay any amount you owe to us when due;
- you do not provide or maintain a deposit as required by this agreement;
- you do not maintain Service usage within the prescribed credit limit;
- you do not follow this or any revised agreement;

We can also cancel your Service without notifying you if you:

- give us false or misleading information;
- use the Services in a way that adversely affects our operation or the use of services by other customers; or
- fraudulently or improperly seek to avoid payment to us.

If we cancel your Service, you must still pay any amount you owe to us; If you have prepaid your account, you will forfeit the amount paid.

Early Cancellation

22. If you terminate your Service prior to the end of term, (if applicable) you agree to pay us \$20 times the number of months remaining in the term, to a maximum of \$200.

Rogers may allow for the cancellation of your Service without penalty with the following conditions:

- 1) device is returned in complete and original condition to the store where it was purchased (if customer-owned hardware, this condition does not apply) and
 - 2) cancellation is requested within 30 days from date of activation and
 - 3) your account has incurred less than 30 minutes of airtime usage or 150 Kilobytes of data usage.
-

La téléphonie cellulaire : les pièges de la transaction

You will be billed for any local airtime, data roaming and long distance charges incurred up to the point of deactivation.

Additional Accounts

23. You acknowledge that you may be given an account number so that you will receive one invoice for all your Rogers accounts. You will be required to authorize additional accounts to be linked to your account (i.e. Add-A-Phone or Family Plan). You agree to be financially liable for all charges incurred by any additional lines or Services that you authorize, including Wireless Options, that may be added to your account from time to time. Should your account be terminated for any reason, any additional account activated under your Service will also be terminated at Roger's sole discretion unless the subscriber activates under new Rogers pricing in effect at that time.

Arbitration

24. Any claim, dispute or controversy (whether in contract or tort, pursuant to statute or regulation, or otherwise, and whether pre-existing, present or future) arising out of or relating to: (a) this agreement; (b) the services or equipment provided to you by us; (c) oral or written statements, or advertisements or promotions relating to this agreement or to the services or equipment; or (d) the relationships that result from this agreement (collectively the "Claim") will be determined by arbitration to the exclusion of the courts. You agree to waive any right you may have to commence or participate in any class action against us related to any Claim and, where applicable, you also agree to opt out of any class proceeding against us. Please give notices of any Claims to: Legal Department, 333 Bloor Street East, Toronto, Ontario M4W 1G9. Arbitration will be conducted by one arbitrator pursuant to the laws and rules relating to commercial arbitration in the province in which you reside, that are in effect on the date of the notice.

Notices

25. All legal notices must be forwarded to Rogers Wireless Inc., Legal Dept., 333 Bloor St. E., Toronto, ON M4W 1G9

Rogers Wireless Inc. Customer Care Centres
333 Bloor St. E., 2nd Floor, Toronto, Ont, M4W 1G9
6315 Cote de Liesse, St. Laurent, Que, H4T 1E5
1600-4710 Kingsway, Burnaby, B.C. V5H 4M5

TMRogers Communications Inc. Used under License. ®AT&T Corp. Used under License.

Entente de service Fido

Modalités de l'Entente de service et d'acquisition de l'équipement

La présente Entente de service intervient entre vous, le client (et, s'il y a lieu, la personne responsable du compte), et nous, Microcell Solutions Inc. (ou « Fido »).

En faisant activer votre Service Fido, vous confirmez votre acceptation des modalités de la présente Entente de service et vous consentez à ce que Microcell procède à une enquête sur votre solvabilité, le cas échéant. Le respect des modalités de service est une condition essentielle au maintien du Service Fido. **Les clients du Service prépayé Fido ou d'un forfait mensuel payé d'avance doivent prêter une attention particulière aux modalités décrites à la page suivante.**

Nous vous remercions de nous accorder votre confiance. Votre satisfaction est notre principale préoccupation. Si des problèmes survenaient, n'hésitez pas à communiquer avec notre Service à la clientèle au **1 888 481-FIDO** (3436). Nous mettrons tout en œuvre pour les résoudre.

Garantie de satisfaction

Notre garantie de satisfaction est à la hauteur de la réputation de Fido. Si vous n'êtes pas entièrement satisfait du Service Fido, vous pouvez résilier l'Entente en faisant désactiver votre service et en retournant votre équipement dans un délai de **quinze (15) jours** à compter de sa date d'achat. Pour obtenir un remboursement, vous devez retourner, exempts de tout dommage, l'équipement et la carte à puce originaux dans leur boîte d'emballage.

Nous vous rembourserons le coût de l'équipement, le cas échéant, dans les trente (30) jours suivant l'émission de votre prochain relevé de compte. Vous demeurez toutefois responsable du paiement des frais mensuels de service et des frais de temps d'antenne, d'interurbain, d'itinérance, de transmission de données et de tous les autres frais que vous avez engagés.

Frais

Vous êtes responsable du paiement de tous les frais engagés pour l'utilisation des Services Fido, y compris les frais mensuels d'accès au réseau, les frais mensuels de service, les frais de temps d'antenne, d'interurbain, d'itinérance, de transmission de données et tous les autres frais que vous pouvez engager, ainsi que les frais de résiliation hâtive et les frais d'administration, le cas échéant.

Chaque mois, vous recevrez une facture que vous devrez payer sur réception. Tout solde impayé portera intérêt au taux de 1,50, % par mois, composé quotidiennement (19,72% par année), qui sera ajouté à votre facture mensuelle. La compensation du solde de votre facture par un montant que nous pourrions vous devoir pour quelque raison que ce soit n'est pas autorisée.

Itinérance

Pour tous les abonnés à un forfait mensuel, selon le service et l'équipement choisi, vous pourrez utiliser celui-ci en mode itinérance dans les systèmes des autres exploitants de réseau sans fil avec lesquels nous avons des accords d'itinérance.

Si vous utilisez le service d'itinérance dans un autre réseau SCP ou dans un réseau de téléphonie cellulaire, au Canada ou à l'étranger, vous êtes responsable du paiement de tous les frais engagés résultant de l'utilisation du service d'itinérance. Vous êtes également soumis aux dispositions relatives aux limites de responsabilité ainsi qu'aux modalités des Ententes de service qui s'appliquent aux abonnés des exploitants de ces systèmes ou réseaux.

Certaines conditions s'appliquent au moment de l'activation du service.

Restrictions d'utilisation d'équipement et de services

L'équipement est destiné à l'utilisation exclusive du Service Fido. Afin d'assurer un service de qualité à l'ensemble de notre clientèle, il est entendu que vous ne pouvez utiliser le Service Fido de façon à en gêner l'utilisation par d'autres clients. De plus, notre service ne peut être utilisé à des fins illégales ou pour faire des appels importuns ou offensants. Nous nous réservons le droit de vous demander de réduire votre usage ou nous pouvons prendre toute autre mesure que nous jugeons appropriée si votre utilisation mensuelle dépasse 5 000 minutes de temps, 2 500 messages textes ou 1 Go de données transmises dans le cadre de l'une ou l'autre de nos options illimitées. Enfin, vous ne pouvez ni céder cette Entente de service sans notre approbation écrite préalable, ni revendre, ni même redistribuer, de quelque façon que ce soit, le Service Fido. Ainsi, le Service Fido ne peut être utilisé qu'à vos propres fins.

Perte ou vol

Vous devrez nous aviser de la perte ou du vol de votre équipement ou de votre carte à puce dans les meilleurs délais. Dès que vous nous aurez avisés de la perte ou du vol, vous ne serez plus responsable des frais de temps d'antenne, d'interurbain, d'itinérance ou de transmission de données. Vous demeurez cependant responsable du paiement de tous les frais non mentionnés précédemment ou portés à votre compte antérieurement à votre appel nous avisant de la perte ou du vol.

Résiliation de votre part

Vous pouvez nous demander de résilier la présente Entente de service en tout temps. Nous nous engageons alors à mettre fin à votre Service Fido dans un délai de vingt-quatre (24) heures après la réception de votre demande.

Vous demeurez responsable du paiement de tous les frais engagés pour l'utilisation du Service Fido jusqu'à ce que nous y ayons mis fin.

Résiliation de notre part

Nous pouvons, sans préavis, suspendre votre Service Fido ou résilier la présente Entente de service, si vous ne respectez pas les modalités qui y sont prévues, si vous revendez le Service Fido ou si vous faites une déclaration fautive ou trompeuse. Nous pouvons également résilier l'Entente en tout temps, moyennant un préavis raisonnable.

Vous demeurez responsable du paiement de tous les frais engagés pour l'utilisation du Service Fido jusqu'à ce que nous y ayons mis fin.

Suspension temporaire de service

Nous pouvons suspendre temporairement le Service Fido en tout temps pour des raisons d'entretien ou de

réparation ou pour toute autre cause raisonnable, notamment pour non-paiement de votre part. Une telle suspension n'a pas pour effet de réduire vos obligations envers nous.

Dépôt

Nous pouvons vous exiger un dépôt ou appliquer certaines restrictions à votre Service Fido si votre cote de crédit ne répond pas à nos normes. Nous ne paierons aucun intérêt sur les dépôts. À la désactivation de votre compte, nous pourrions utiliser une partie ou la totalité de votre dépôt pour régler tout solde impayé. La partie restante de votre dépôt vous sera retournée. Votre dépôt ne servira en aucune circonstance à régler tout solde impayé d'un compte qui n'a pas été fermé (désactivé). Sur votre demande et après six (6) mois de paiements consécutifs en règle, nous vous rembourserons votre dépôt. De plus, toute restriction appliquée à votre service sera levée après neuf (9) mois de paiements consécutifs en règle.

Numéros de téléphone

Les numéros de téléphone constituent une ressource commune limitée et vous ne pouvez ainsi en devenir propriétaire. De façon à en assurer la sauvegarde et la gestion efficace, nous pourrions être dans l'obligation de changer le numéro de téléphone qui vous a été attribué. Nous prendrons cependant tous les moyens raisonnables pour éviter qu'une telle situation se présente.

Limites de responsabilité

Nous ne sommes pas responsables des dommages, matériels ou corporels, à l'exception des dommages corporels causés par notre négligence, ni de toutes pertes directement ou indirectement attribuables à :

- a) l'utilisation du Service Fido, de notre équipement ou de nos accessoires, ou aux installations ou équipements que nous utilisons;
 - b) l'interruption, ou au mauvais acheminement des communications ou à toute défaillance du réseau, des installations ou équipements que nous utilisons;
 - c) tout acte ou à toute omission d'un fournisseur de services de télécommunications ou autre service auquel notre service est interconnecté, y compris tout autre réseau de télécommunications que vous pourriez utiliser en mode itinérance;
 - d) toute diffamation, atteinte à la vie privée ou violation de droits relatifs à la propriété intellectuelle qui peut survenir du fait de l'utilisation de notre service ou des installations et des équipements que nous utilisons;
- Nous excluons toute garantie légale et n'accordons aucune garantie conventionnelle de qualité ou de durabilité de la carte à puce, de l'équipement ou des accessoires autres que les garanties fournies par le fabricant. De plus, nous ne faisons aucune assertion selon laquelle le service, la carte à puce, l'équipement ou les accessoires conviennent à l'usage particulier auquel ils sont destinés.

Protection de la vie privée

Nous recueillons, utilisons et divulguons des renseignements personnels à votre sujet uniquement pour les motifs suivants :

- a) établir et entretenir avec vous une relation commerciale responsable et vous fournir un service soutenu et continu ;
- b) comprendre vos besoins et vos préférences ;
- c) concevoir, améliorer, vendre ou fournir nos produits et nos services;
- d) gérer et développer notre entreprise et nos activités ;
- e) respecter les exigences juridiques et réglementaires.

Nous considérons comme confidentielle toute information personnelle que nous avons en notre possession et qui vous concerne. À moins que vous n'y consentiez par écrit ou que la divulgation d'une information ne soit exigée par la loi, nous ne divulguons pas cette information à qui que ce soit, sauf :

- a) à toute personne qui nous donne raison de croire qu'elle est votre mandataire ;
- b) à un autre fournisseur de services de télécommunications, et ce, en nous assurant que ce fournisseur respecte la confidentialité de cette information, et à la condition que l'information divulguée serve uniquement à fournir un service de télécommunications efficient et efficace, y compris le service d'itinérance ;
- c) si vous le demandez, à toute personne assurant un service d'assistance annuelle ou un service d'inscription, à la condition que la divulgation de toute information autre que vos nom, adresse et numéro de téléphone inscrits se fasse de manière à en respecter la confidentialité et serve exclusivement aux fins de ces services ;
- d) à un mandataire chargé par nous de recouvrer tout solde impayé et qui nous est dû ou d'exécuter d'autres activités de nature administrative, pourvu que l'information divulguée serve exclusivement à ces fins; à une autre société ou personne afin de vous fournir le Service Fido, pourvu que les renseignements personnels soient communiqués en toute confidentialité et servent uniquement aux fins décrites ci-dessus.

Si vous souhaitez obtenir plus d'information sur nos politiques de protection des renseignements personnels ou si vous préférez que vos renseignements personnels ne soient pas divulgués dans certaines circonstances, vous pouvez envoyer un courriel à vie.privee@microcell.ca ou écrire au Bureau de l'Ombudsman pour la Confidentialité, Microcell Solutions Inc.,

800, rue de La Gauchetière Ouest, bureau 4000,
Montréal (Québec) H5A 1K3.

Modifications

Nous pouvons modifier, en tout ou en partie, les modalités de la présente Entente de service. Nous nous engageons à vous en informer dans les meilleurs délais. Ces modifications entreront en vigueur cinq (5) jours après leur envoi.

Nous pouvons modifier en tout temps, sans avis, les frais relatifs à l'utilisation du Service Fido. Nous tenterons de vous en informer dans les meilleurs délais, mais vous êtes responsable du paiement de ces frais modifiés dès qu'ils entrent en vigueur.

Service prépayé Fido

Si vous avez opté pour le Service prépayé Fido, les modalités ci-dessus s'appliquent, sous réserve de ce qui suit :

- > Les cartes de temps d'antenne prépayé sont offertes uniquement dans le cadre du Service prépayé Fido.
- > Les cartes de temps d'antenne prépayé ou tout crédit de temps d'antenne porté à votre compte ne sont pas

remboursables.

> Tout crédit porté à votre compte expire dans un délai déterminé suivant la date du dernier crédit porté à votre compte. Ce délai varie en fonction de la valeur de la carte de temps d'antenne prépayé ou du réapprovisionnement comme suit : 15 jours pour une valeur de 15 \$, 30 jours pour une valeur de 10 \$ ou

30 \$ et 60 jours pour une valeur de 25\$. Toutefois, lorsque vous réapprovisionnez votre compte avant l'expiration de la période de validité en cours, si la période de validité actuelle de votre compte et celle de la carte que vous avez achetée sont différentes, c'est la plus longue des deux qui prévaudra.

> De plus, si aucun crédit n'a été porté à votre compte pendant une période de cent vingt (120) jours suivant l'activation initiale de votre service prépayé ou de cent vingt (120) jours de la date d'expiration de votre dernier crédit inutilisé, **votre numéro de téléphone sera désactivé et votre carte à puce deviendra inutilisable.**

> Le temps d'antenne du service prépayé est calculé à la minute.

> Chaque mois, des frais de 25 ¢ seront débités du solde de votre compte pour le service d'appel d'urgence 911.

> Nous ne sommes pas responsables de la perte, du vol ou de l'utilisation non autorisée des cartes de temps d'antenne prépayé.

> Même si vous nous signalez la perte ou le vol de votre équipement ou de votre carte à puce, toute partie inutilisée d'un crédit porté à votre compte ne sera pas remboursée.

> Les clients du service prépayé ne peuvent utiliser le service d'itinérance sur d'autres réseaux de télécommunications ni faire d'appels internationaux.

Forfait mensuel payé d'avance

Si vous avez opté pour un forfait mensuel payé d'avance Plein contrôle, les modalités ci-dessous s'appliquent, sous réserve de ce qui suit :

Garantie de satisfaction

Si vous résiliez l'Entente dans la période prescrite de quinze (15) jours, les frais de gestion vous seront remboursés par chèque. Les frais mensuels payés d'avance ne vous seront cependant pas remboursés.

Frais

Nous ne vous posterons pas de facture. Vous pouvez consulter votre relevé électronique sur fido.ca. Vous devez vous assurer que vous effectuez le paiement de vos frais mensuels à la date de début de chacun de vos cycles. Vous devez également vous assurer que votre compte Fido comporte les fonds suffisants pour couvrir l'utilisation des services qui ne sont pas compris dans votre forfait (les « extras »). Tout retard dans le paiement de vos frais mensuels entraînera la suspension immédiate de votre service. Votre service sera accessible à nouveau sans frais lorsque vous aurez effectué votre paiement dans un délai de quinze (15) jours de la date où le paiement aurait dû être fait. Il vous en coûtera 30 \$ de frais de remise en service si vous effectuez votre paiement après la période de quinze (15) jours susmentionnée. Si vous n'effectuez pas votre paiement dans les cent vingt (120) jours suivant la date où le paiement aurait dû être fait, nous résilierons votre service. Bien que nous vous fassions parvenir des messages textes vous informant de votre utilisation et du solde de votre compte, vous êtes entièrement responsable d'effectuer les paiements requis. En conséquence, nous ne sommes pas responsables des frais supplémentaires que vous pourriez engager ou de toute suspension de votre service en raison du fait que vous n'auriez pas reçu ou que nous n'aurions pas envoyé tout message texte concernant votre utilisation ou le solde de votre compte.

Extras

À l'activation de votre service, nous déposerons un montant initial de 5 \$ dans votre compte Fido pour l'utilisation d'extras. Vous ne pourrez utiliser aucun extra s'il n'y a pas suffisamment de fonds dans votre compte Fido.

Perte ou vol

En cas de perte ou de vol, les frais mensuels payés d'avance ne vous seront pas remboursés.

Résiliation de votre part

En cas de résiliation de votre part, le solde de votre compte Fido de même que les frais de gestion ne vous seront pas remboursés.

Restrictions

Certains services ne sont pas accessibles aux abonnés d'un forfait mensuel payé d'avance.

Fido service Agreement

Service Agreement and equipment purchase: terms and conditions

These are the terms and conditions of the Agreement between you, the customer (and, where applicable, the person responsible for the account) and us, Microcell Solutions Inc. (or "Fido").

When you activate your Fido Service, you acknowledge receipt of the terms and conditions of this Service Agreement, and consent to a credit check, if necessary. The terms and conditions of this Service Agreement must be respected in order for Fido Service to remain active. **Customers activating Fido Prepaid Service should pay particular attention to the terms and conditions appearing on the next page.**

We thank you for the confidence you have shown in Microcell. Your satisfaction is our primary concern. If a problem does arise, please contact Customer Service at **1 888 481 FIDO** (3436). We will do everything possible to resolve the matter.

Satisfaction guarantee

Our satisfaction guarantee lives up to Fido's reputation. If you are not completely satisfied with Fido Service, you may terminate this Agreement by cancelling your service and returning your equipment within **fifteen (15) days** of its purchase date. A refund will be issued for the equipment and smart card originally contained in the box, on the condition they are returned undamaged.

The equipment cost, if applicable, will be refunded within thirty (30) days of the date the next statement is issued. You remain responsible for payment of the monthly service charge and for any airtime, long-distance, data transfer, roaming and any other charges you have incurred.

Charges

You are responsible for all charges incurred for Fido Service, including the system access fee, monthly service charges, any applicable airtime, long-distance, data transfer, roaming and other charges you may incur. You will receive an invoice each month, which must be paid upon receipt. Interest at the rate of 1.50% per month, compounded daily (19.72% per annum) will be charged on any outstanding balance and will be added to your monthly invoice. Offsetting your invoices by an amount that we may owe you, for any reason whatsoever, is not permitted.

Roaming

When you subscribe to a monthly airtime package, depending on the equipment you have selected, you may be able to roam on the systems of other wireless network operators with which we have commercial arrangements. If you roam on another PCS or cellular telephone system in Canada or abroad, you will be responsible for all charges resulting from such roaming. You will also be subject to the same limitation of liability provisions and terms of service that apply to subscribers of the other system. Certain conditions may apply at the time of service activation.

Limitations concerning use of equipment and service

The equipment is intended for the exclusive use of Fido Service. In order to allow all our customers to expect high-quality service, it is understood that you will not use our service in a manner that adversely affects other customers. Moreover, you cannot use our service for any unlawful or abusive purpose. We reserve the right, or we may take any other measures we deem appropriate, if your monthly usage exceeds 5,000 minutes of airtime or 2,500 text messages or 1 GB of transmitted data with any of our unlimited offers. You may not transfer this Agreement to any other persons without our prior written approval, or resell or redistribute Fido Service by any means whatsoever. As such, Fido Service may only be used for your own purposes.

Loss or theft

You should notify us immediately if your equipment or smart card is lost or stolen. Once you have notified us, you will no longer be responsible for airtime, long-distance, roaming or data transfer charges. However, you remain responsible for all other charges not mentioned above or incurred prior to your call notifying us of the loss or theft of your equipment or smart card.

Termination by you

You may ask us to terminate this Agreement at any time. We will cancel service within twenty-four (24) hours of receiving your request.

You remain responsible for all service charges incurred for the use of Fido Service up to the time of cancellation. Furthermore, if you received a credit or rebate as part of a special promotion that requires you to keep your service activated for a specific period of time, you will have to reimburse us an amount equivalent to the credit or rebate you received should you terminate your service within that period of time.

Termination by us

We may interrupt your Fido Service or cancel this Agreement, without notice, if you fail to respect any of the terms and conditions of this Agreement, if you resell Fido Service or if you make a false or misleading representation to us. We may also cancel this Agreement for any other reason, at any time, upon reasonable notice.

You remain responsible for all service charges incurred up to the time of cancellation.

Temporary interruption of service

We may interrupt our service temporarily, at any time, in order to perform system maintenance and repairs, or for other reasonable cause, in particular, non-payment. Any such temporary interruption will not reduce your obligations to us.

Deposits

We may require a deposit or apply certain restrictions to your Fido Service if your credit rating does not meet our standards. No interest will be paid on any deposit. Upon deactivation of your account, some or all of your deposit may be applied to pay off any outstanding balance. The remainder of the deposit will be returned to you. The deposit will not, under any circumstances, be used to pay off any outstanding balance on an account that has not been closed (deactivated).

Upon request and after six (6) months of consecutive good payments, we will refund your deposit. As well, any restrictions applied to your service will be removed after nine (9) months of consecutive good payments

Telephone numbers

Telephone numbers are a limited public resource. Therefore, you cannot own them. To ensure their conservation and effective management, we may be required to change the number assigned to you. However, we will take all reasonable measures to prevent such an occurrence.

Limitation of liability

We will not be liable for any damages, losses of any kind or personal injury (except for personal injuries caused by the negligence) arising directly or indirectly from any of the following:

- (a) the use of our Fido Service, equipment or accessories, or the facilities and equipment that we employ;
- (b) any interruption or misrouting of communication, or any failures that may arise from the facilities or equipment;
- (c) any acts or omissions of a telecommunications or other service provider interconnected with our service, including any other telecommunications system used by you as a roamer; or
- (d) any defamation, infringement of privacy, or violations of intellectual property rights arising from the use of our service or the facilities and equipment that we employ

We exclude all legal warranties and do not grant any conventional warranties of quality or durability with respect to the smart card, equipment, or accessories, other than those provided by the manufacturer.

Furthermore, we make no representations to the effect that the service, smart card, equipment or accessories are suitable for the use for which they are intended.

Privacy

We collect, use and disclose your personal information for the following purposes only:

- a) to establish and maintain a responsible commercial relationship with you and to provide ongoing service;

- b) to understand your needs and preferences;
- c) to develop, enhance, market or provide products and services;
- d) to manage and develop our business and operations; and
- e) to meet legal and regulatory requirements.

All personal information that we hold concerning you is treated as confidential. Unless you consent in writing or unless disclosure is otherwise required by law, we will not release this information to anyone other than:

- a) a person, who, in our reasonable judgement, is acting as your agent;
- b) another telecommunications service provider, on a confidential basis, and provided that the information is to be used solely to offer efficient and effective telecommunications services, including roaming;
- c) upon your request, to any person providing a directory assistance or listing service, provided that disclosure of information other than your name, address and listed telephone number is made on a confidential basis, with the information to be used solely to provide such services; or
- d) an agent retained by us to collect any outstanding balances owed by you, or to perform other administrative functions, provided that the information is released solely for such purposes; or another company or individual in order to supply you with Fido Service, provided that the information is disclosed on a confidential basis and is used solely for such a purpose.

If you would like more information about our privacy policies or would prefer that your personal information not be disclosed in certain circumstances, send an e-mail message to my.privacy@microcell.ca, or write to: The Privacy Ombudsman, Microcell Solutions Inc., 800 de La Gauchetière Street West, Suite 4000, Montréal, Quebec H5A1K3.

Modifications

We may modify, in whole or in part, the terms and conditions of this Agreement. We will inform you of any changes as soon as is reasonably possible, with such changes taking effect five (5) days after being issued. We may also modify, at any time and without notice, the charges for using our service. We will inform you as quickly as possible of such changes; however, you shall be liable for any modified charges as soon as they come into force.

Fido Prepaid Service

If you have selected Fido Prepaid Service, the above terms and conditions shall apply, subject to the following:

- Prepaid airtime vouchers are only available in conjunction with Fido Prepaid Service.
- Prepaid airtime vouchers or other airtime credits applied to your account are non-refundable.
- All credits to your account will expire within a pre-determined period from the date your account was last credited. This period varies and is based on the amount of the prepaid airtime voucher or the refill as follows: 15 days for \$15 of airtime, 30 days for \$10 or \$30 of airtime and 60 days for \$25 of airtime.. However, if you refill your account before the expiry date, and the current validity period of your account and that of the voucher purchased are different, the longer period of the two will prevail.
- Moreover, if your account is not credited for a period of one hundred and twenty (120) days following activation of your prepaid service, or for a period of one hundred and twenty (120) days following the expiration of your last unused credit, **your telephone number will be deactivated and your smart card will become unusable.**
- Prepaid airtime is calculated by the minute.
- Every month, a 25¢ fee will be debited from your account balance for 911 emergency service.
- We are not responsible for the loss, theft or unauthorized use of prepaid airtime vouchers.
- Even if we are notified of the loss or theft of your equipment or smart card, unused credit on your account will not be reimbursed.
- Fido Prepaid Service customers cannot roam on other telecommunications systems or make international calls.

Monthly packages paid in advance

If you have chosen a monthly Full Control package paid in advance, the above terms and conditions apply, subject to the following:

Satisfaction guarantee

If you terminate this Agreement within the fifteen (15) day satisfaction guarantee period, you will be refunded the management fees by cheque. You will not be refunded the monthly fees paid in advance.

Fees

We will not send your invoices by mail. You can view your e-statement on our Web site at fido.ca. You must pay your monthly fees on the start date of each of your cycles. You must also make sure that your Fido account has sufficient funds to cover the use of the services not included in your package (the “extras”). Late payment of your monthly fees will result in the immediate suspension of your service. Your service will be reactivated, at no charge, if you make a payment within fifteen (15) days of the date your payment would have been due. You will be charged a \$30 service resumption fee if you make your payment after the above-mentioned fifteen (15) day period. If you fail to make a payment within the one hundred and twenty (120) days following the date on which your payment would have been due, we will terminate your service. Although we send you text messages informing you of your usage and account balance, you are entirely responsible for making the required payments. Consequently, we are not responsible for any additional fees you may incur or service suspensions due to your not having received or our not having sent all the text messages concerning your usage or account balance.

Extras

Upon activation of your service, we will deposit \$5 in your Fido account for the use of extras. You will be unable to use any extras if your Fido account does not have sufficient funds.

Loss or theft

In the event that your handset is lost or stolen, you will not be refunded the monthly fees paid in advance.

Customer termination

If you want to terminate this Agreement, neither the balance of your Fido account nor the administration fees will be refunded.

Restrictions

Certain services are not available to customers who subscribe to monthly packages paid in advance.

**ANNEXE 2 – SOMMAIRE PRÉLIMINAIRE SOUMIS POUR
COMMENTAIRES AUX FOURNISSEURS ET PARTENAIRES**

2004-03-01,

Projet d'étude : La téléphonie cellulaire : les pièges de la transaction

Projet subventionné par le Bureau de la consommation d'Industrie Canada.

Référence : http://strategis.ic.gc.ca/epic/internet/inoca-bc.nsf/vwGeneratedInterF/h_ca01910f.html

L'étude sera rendue publique en mai 2004.

L'un des objectifs de cette étude est :

- d'établir une communication avec l'industrie et les organismes gouvernementaux concernés afin de faire état du résultat du cheminement de notre projet ;
- de leur faire part des constats dégagés à date (décembre 2003) sur les problèmes de téléphonie cellulaire;
- d'obtenir des commentaires de leur part quant aux améliorations qui pourraient être apportées (ces commentaires et suggestions seront mentionnés dans notre étude).

Voici un résumé du cheminement de notre étude jusqu'à maintenant :

Par cette étude le Service d'aide au consommateur (SAC) s'engageait à faire ressortir les problèmes rencontrés par les consommateurs qui se procurent des services rattachés à la téléphonie cellulaire. Le Sac entend assurer une meilleure protection des droits des consommateurs en proposant aux compagnies concernées des changements à apporter à leur processus de vente et de services après vente. Le Sac veut aussi proposer aux législateurs des modifications et/ou ajouts aux lois applicables et règlements existants en matière de protection du consommateur.

Plus spécifiquement,

- le SAC a répertorié la liste des compagnies offrant des produits et des services de téléphonie cellulaire;
- il a pris connaissance des contrats de chacune de ces compagnies et en a dégagé les lacunes législatives causant problèmes aux consommateurs;
- il a reçu et reçoit encore des plaintes des consommateurs concernant les services et la représentation qui en est faite;
- il a formé (au mois de décembre) un groupe de discussion avec des consommateurs afin qu'ils puissent exprimer leurs points de vue et leurs doléances sur les problèmes qu'ils ont rencontrés;
- il a interrogé et discuté avec des représentants de fournisseurs de téléphonie cellulaire canadiens afin d'éclaircir certains aspects de leurs services et de leurs contrats;

La téléphonie cellulaire : les pièges de la transaction

- il fera finalement des recommandations à l'industrie, aux législateurs et aux consommateurs afin que ces derniers soient mieux protégés.

Voici un résumé général des constats faits en décembre 2003 par le SAC sur les problèmes reliés à la téléphonie cellulaire.

Sur les contrats :

La plupart des contrats obtenus sont écrits en caractères de police très petits (grosseur 5 ou 6) et/ou utilisent des types de papiers transparent qui rendent les textes illisibles pour le consommateur moyen;

Les textes utilisés sont écrits dans un « jargon » légal qui rend pratiquement incompréhensibles certaines parties du texte pour un consommateur moyen. Ce « jargon » légal peut comprendre des mots inconnus du vocabulaire commun utilisé par le consommateur (ex : péremptoire, nonobstant), des formulations de phrases longues (jusqu'à 120 mots dans certains cas) ayant des structures compliquées et enfin des acronymes (ex : ESN, IMEI, IMSI) qui ne sont pas définis;

Le Sac a constaté que dans les contrats les compagnies se déresponsabilisent de presque tous les aspects du service et des actes ou omissions de leurs employés;

Le Sac a remarqué les clauses interdisant les poursuites en recours collectif. Ces clauses sont illégales dans certaines provinces du Canada. Si le client ne lit pas le contrat il est lié sans le savoir à cette clause par sa signature;

Le Sac a constaté qu'à la fin d'un contrat la plupart des compagnies continuent le service de mois en mois (option négative) sans l'assentiment nécessaire du consommateur. Le SAC trouve anormal que ce soit le client qui doit faire la demande d'interrompre le service;

Le SAC s'interroge aussi au niveau de la protection de la vie privée du consommateur comme les compagnies s'arrogent le droit de transmettre des informations confidentielles à d'autres fournisseurs de services de télécommunications;

Pas de service de transférabilité des numéros pour la plupart des compagnies;

Enfin les pénalités de résiliation apparaissent particulièrement élevées pour des services qui ne seront finalement pas rendus pendant les mois résiliés.

Il existe d'autres clauses posant problèmes dans les contrats mais le but présent n'est pas d'aller dans tous les détails.

Sur les services

Plusieurs consommateurs se sont plaints au SAC quant à la représentativité que l'on fait des produits et services de téléphonie cellulaire. Souvent les coûts ne correspondent pas à ce qui avait été annoncé au départ. Par exemple, on « oublie » de mentionner les frais de redevances, les frais de 911, les coûts des options, les frais d'interurbains, les frais d'itinérance, les jours chargés du présent mois et les taxes; ce qui peut dans certains cas

La téléphonie cellulaire : les pièges de la transaction

faire doubler ou tripler le montant de la première facture. Les abonnés sont alors désagréablement surpris lors de la réception de cette première facture.

Les annonces publicitaires dans les journaux et sur Internet mettent trop l'accent sur la gratuité. Lorsqu'on lit plus précisément, on se rend compte qu'un seul service est gratuit pendant un certain temps et qu'il faut aussi s'abonner à un contrat de 2 ou 3 ans. Donc on met beaucoup d'emphase sur un aspect du texte de l'offre publicitaire et on en met très peu (très petits caractères au bas d'une page) sur un aspect d'importance majeure pour le consommateur;

Certains représentants ou revendeurs affirment ne donner que ce que le client demande à titre d'information. Comme la majorité des clients sont peu au courant de la complexité de la technologie cellulaire, ces revendeurs, lorsque arrive un problème, s'en tirent en disant que le client ne lui avait pas demandé l'information adéquate;

Certaines informations cruciales pouvant causer des pertes d'argent et de temps d'antenne ne sont pas toujours transmises au client ex : les dates d'expiration des cartes prépayées, la facturation à la minute supérieure, le temps d'écoute des messages ou de la sonnerie lors de la consultation d'une boîte vocale;

Certains représentants ne possèdent pas une formation suffisante pour répondre adéquatement aux questions des consommateurs sur la technologie cellulaire. Cela vaut autant pour certains revendeurs en boutique, sur la route que pour les représentants des libres-services téléphoniques;

Les libres-services téléphoniques sont pour la plupart d'une utilisation très fastidieuse. Les consommateurs sont souvent découragés par la longueur du temps d'attente avant de pouvoir rejoindre un préposé;

La formation de certains préposés au libre-service téléphonique laisse parfois à désirer :

Il est pratiquement impossible de parler au même préposé lors du précédent appel car ils sont très nombreux (entre 500 et 1000 pour une même compagnie);

Pour certaines compagnies, les chemins des multiples options rendent l'atteinte d'un préposé très laborieuse et même décourageante pour les consommateurs;

L'accès à un préposé est souvent très long à cause de l'encombrement des lignes;

Les préposés ne donnent pas toujours la même réponse à la même question;

Certains ne donnent tout simplement pas la bonne réponse ou l'ignorent;

Lorsqu'il s'agit d'une plainte, certains préposés se montrent plus ou moins coopératifs quant au règlement de celle-ci;

Cette énumération des problèmes liés aux services n'est pas exhaustive. Comme il est mentionné plus haut pour les contrats, d'autres problèmes de

La téléphonie cellulaire : les pièges de la transaction

moins importante mais tout de même significatifs seront soulignés dans notre étude.

Selon les constats actuels nous voudrions donc faire les recommandations suivantes :

- Que les contrats soient écrits avec des caractères lisibles, en langage clair et accessible au consommateur moyen;
- Que certaines clauses de contrat apparaissant comme abusives soient révisées afin de mieux protéger le consommateur;
- Que les pénalités de résiliation soient révisées au prorata du service réellement rendu;
- Que la représentation faite des produits et services de téléphonie cellulaire corresponde exactement aux produits et services qu'obtiendra le consommateur;
- Que les représentants soient formés afin d'informer adéquatement et complètement les consommateurs sur les produits et services cellulaires ainsi que sur leurs coûts;
- Que le service de libre-service téléphonique soit plus personnalisé;
- Que l'accès aux préposés du libre-service téléphonique soit plus rapide dans le cas d'une plainte ou d'une simple demande d'information;
- Que le préposé contacté une première fois puisse être facilement rejoint de nouveau;

Comme nous l'avons mentionné plus haut, un des objectifs de notre étude est d'obtenir quelques commentaires des fournisseurs et des organismes gouvernementaux concernés sur les constats que nous avons ressortis jusqu'à maintenant. Nous vous serions très obligés de bien vouloir nous les fournir à l'aide des coordonnées inscrites dans ce courriel. Nous apprécierions de préférence une réponse sous format Word par courriel.

Merci de votre coopération

James McDonald

Service d'aide au consommateur - Shawinigan

Réponse de Microcell Solutions (FIDO)

Fido appreciates this opportunity to comment on the preliminary findings of the Consumer Aide Service's study of wireless telephony. As the newest of Canada's four national wireless service providers and the provider that has focused on making wireless services available and affordable for the mass market, we clearly understand the importance of maintaining excellent relations with our customers.

The Fido brand is built on the principles of fairness and simplicity. We are the only wireless provider that offers per-second billing on all our monthly service plans. Additionally, we are the only wireless provider in Canada that offers Local Number Portability, which means that customers switching from a wireline telephone provider to Fido can generally keep their existing phone number. Unfortunately, the other Canadian wireless providers do not offer this consumer-friendly option.

We note that many of the study's preliminary findings relate to poor customer experience with wireless service agreements. Fido has always strived to draft our service agreements in a language that is friendly and accessible, while reflecting proper legal principles. Some of the language is imposed by regulatory bodies, such as the CRTC in the case of 9-1-1 liability provisions, and therefore we cannot make alterations. Everywhere else, we regularly review our agreement language to ensure it is consistent with our core principles of fairness and simplicity.

We also note the concern raised regarding the financial penalties for early termination of multi-year wireless service agreements. Until very recently, Fido had no such agreements. Our decision to begin offering them was made in response to customer demand. Our own consumer studies have repeatedly shown that Canadian customers place a high importance on low up-front handset prices, in exchange for a commitment to a service agreement. This implies that wireless service providers must subsidize handsets with future service revenue streams. Early termination penalties serve only to ensure that service providers have a fair opportunity to recover their initial subsidy.

At Fido, we limit early termination penalties to \$20 per month remaining under the service agreement, to a maximum of \$200. We believe these amounts are reasonable. It should also be remembered that at Fido, multi-year service agreements are optional. Customers always have the choice of a service plan with no agreement, at handset prices that remain competitive with the prices tied to one-year agreements from the other carriers.

Finally, Fido appreciates the preliminary recommendations put forward in the study regarding customer call centre policies and practices. Wireless service providers receive an enormous variety of enquiries at their call centres, ranging from simple requests for store locations, to requests for assistance activating specialized handset functions, to complex requests related to international roaming services. Ensuring a positive customer experience for all of these enquiries is an important challenge.

Fido's objective is to provide the assistance the customer needs in a professional and timely manner. Unfortunately, some of the preliminary recommendations put forward in the study may work at cross-purposes to this objective. For example, the recommendation that a customer making a follow-up call to our customer service centre be allowed to speak to the same customer service representative as before is problematic. Leaving aside the practical problem of matching employee work schedules with customer calling schedules, such a measure would likely result in a substantial increase in call centre waiting times. It may also work

La téléphonie cellulaire : les pièges de la transaction

against the desirable practice of transferring specialized calls to specialized service teams to ensure an optimal service experience for each customer.

At the end of the day, it is in the service provider's own interest to provide its customers with the most expeditious and quality service through its call centre. At Fido, we use internal and external evaluations to continuously track and search for ways to improve the call centre experience for our customers. We view the Consumer Aide Service's preliminary findings as very valuable input in this regard.

From: Beland, Dennis

Sent: Wednesday, February 18, 2004 4:27 PM

To: 'James McDonald'

TRADUCTION EN FRANÇAIS DES COMMENTAIRES DE FIDO

Fido apprécie l'opportunité de présenter ses commentaires sur les résultats préliminaires de l'étude du Service d'aide au consommateur au sujet de la téléphonie sans fil.

En tant que quatrième plus important parmi les quatre grands fournisseurs nationaux de téléphonie sans fil au Canada et s'étant appliqué à rendre des services sans fil disponibles et accessibles pour le grand public, nous comprenons clairement l'importance de maintenir d'excellentes relations avec nos clients.

La marque de Fido est établie selon les principes de l'équité et de la simplicité. Nous sommes le seul fournisseur sans fil offrant la facturation à la seconde dans tous nos forfaits mensuels de service. En plus, nous sommes le seul fournisseur sans fil au Canada offrant la transférabilité locale des numéros de téléphone, ce qui signifie que les clients voulant passer d'un autre fournisseur de téléphone à Fido peuvent généralement garder leur numéro de téléphone existant. Présentement, aucun autre fournisseur sans fil canadien n'offre cette option au consommateur.

Nous avons remarqué que plusieurs des résultats préliminaires de la présente étude réfèrent à une mauvaise expérience des clients relativement aux ententes de service sans fil. Fido s'est toujours appliqué à rédiger ses ententes de service dans une langue facile et accessible tout en respectant les principes légaux concernés. Une partie du langage utilisé dans ces ententes est imposée par les organismes de normalisation tel le CRTC; par exemple, le cas du service 9-1-1 auquel nous ne pouvons effectuer aucun changement. Autrement, nous révisons régulièrement les textes de nos ententes afin de s'assurer qu'ils sont conformes à nos principes primordiaux d'équité et de simplicité.

Nous prenons également note de l'inquiétude soulevée par les pénalités financières lors de résiliation des contrats de service à long terme. Jusqu'à très récemment, les politiques de Fido ne comprenaient pas de telles pénalités. C'est suite à une demande de notre clientèle que nous avons donc décidé de mettre en application une telle politique de pénalité.

Nos propres études auprès des consommateurs ont révélé que les clients canadiens accordent une grande importance au faible coût payé d'un appareil cellulaire en échange d'un contrat de service à long terme. Ceci implique que les fournisseurs de service sans fil puissent subventionner ces appareils avec les revenus provenant de services supplémentaires. Les pénalités de résiliation avant terme servent donc seulement à assurer au fournisseur de service une occasion de récupérer sa subvention initiale.

La téléphonie cellulaire : les pièges de la transaction

Chez Fido, nous limitons les pénalités de résiliation avant terme à \$20 multiplié par le nombre de mois restant à l'entente de service, jusqu'à un maximum de \$200. Nous croyons que ces montants sont raisonnables. Nous désirons également rappeler que chez Fido, les ententes de service sur plusieurs années sont facultatives. Les clients ont toujours le choix d'un forfait de service sans contrat comportant des prix d'appareils concurrentiels à ceux des appareils offerts par les autres fournisseurs utilisant des contrats d'un an.

En conclusion, Fido apprécie les recommandations préliminaires proposées dans la présente étude concernant les politiques et les pratiques en matière de centre d'appel de client. Les fournisseurs de service sans fil reçoivent une quantité énorme de questions à leurs centres d'appel, allant de l'emplacement des points de vente, des questions sur le fonctionnement de l'appareil cellulaire aux demandes complexes liées aux services d'itinérance internationale. S'assurer que toutes ces demandes, de la part du client, deviennent des expériences positives est un défi important.

L'objectif de Fido est de fournir un service à la clientèle professionnel et efficace. Malheureusement, certaines des recommandations préliminaires proposées dans l'étude ne peuvent rencontrer cet objectif. Par exemple, la recommandation selon laquelle un client faisant appel à notre centre de service à la clientèle puisse parler de nouveau au même représentant est problématique. Mis à part le problème pratique d'assortir l'horaire de travail de l'employé avec celui du client, une telle mesure aurait probablement comme conséquence une hausse substantielle du temps d'attente. Cela pourrait aussi aller à l'encontre de la pratique de rediriger les appels vers les équipes spécialisées de service qui assure ainsi un service optimal pour chaque client.

Finalement, il est dans l'intérêt du fournisseur de rendre un service téléphonique efficace et de qualité. Chez Fido, nous effectuons constamment des évaluations à l'interne et à l'externe afin de trouver de nouvelles manières d'améliorer l'expérience de centre d'appel pour nos clients. En ce sens, nous estimons très utiles les constats préliminaires du Service d'aide au consommateur.

DE: Beland, Dennis

Envoyé, mercredi 18 février, 2004 4:27 PM

À: 'James McDonald'

Réponse de BELL Mobilité

Réponse de Bell mobilité par courriel le 8 mars 2004, suite à notre demande de commentaires sur le sommaire préliminaire de notre étude.

Bonjour,

Nous avons pris soin d'étudier votre demande avec notre service légal. Encore une fois¹⁰⁰, nous préférons nous abstenir de commenter.

N'hésiter pas à communiquer avec moi si vous avez besoin de plus d'information.

Merci,

Mélanie Destrempes

Communications de l'entreprise / Corporate Communications

¹⁰⁰ Bell Mobilité avait déjà refusé auparavant de répondre à un questionnaire du SAC sur différents aspects de leurs services de téléphonie cellulaire

Réponse de Telus Mobilité

Le SAC a reçu réponse par téléphone le 16 mars 2004 par l'intermédiaire d'Estelle Lacroix (Chef de projets – Communications) que Telus Mobilité n'émettrait aucun commentaire sur les constats du sommaire préliminaire de notre étude sur la téléphonie cellulaire.

Réponse de Rogers Sans-fil

Réponse de Rogers Sans-fil par courriel le 24 mars 2004, suite à notre demande de commentaires sur le sommaire préliminaire de notre étude.

Bonjour M. McDonald:

"Rogers Sans-fil a pris note des constats émis par le SAC, mais n'a pas de commentaires particuliers à formuler à ce moment-ci. Rogers Sans-fil met en priorité la satisfaction de sa clientèle, et continuera de le faire, y compris dans l'élaboration de ses ententes contractuelles, dans le respect des lois en vigueur et des impératifs d'affaires."

Merci,

Rogers Sans-fil

Réponse du Bureau de la concurrence

La présente faite suite à votre courriel du 7 janvier 2004, adressé à Mme Chantale Potvin, dans lequel vous nous demandiez de commenter certains constats que vous avez obtenus dans le cadre de votre recherche sur les problèmes que pose le marché de la téléphonie cellulaire au Canada.

Le Bureau de la concurrence assure l'application des dispositions de quatre lois : *La Loi sur la concurrence*, la *Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation*, la *Loi sur l'étiquetage des textiles* et la *Loi sur le poinçonnage des métaux précieux*. Le Bureau s'efforce d'offrir à tous les Canadiens la possibilité de profiter d'un marché concurrentiel.

Je note que certains des constats que vous avez obtenus dans le cadre de vos recherches concernent les représentations qui sont données au public pour la fourniture de produits et services de téléphonie cellulaire.

Au sein du Bureau de la concurrence, la Direction générale des pratiques loyales des affaires s'occupe de la mise en application des dispositions de la *Loi sur la concurrence* relatives à la publicité trompeuse et aux pratiques commerciales déloyales.

Ces dispositions s'appliquent aux représentations qui sont données au public dans le domaine de la téléphonie cellulaire. J'ai donc pris le soins d'annexer un document qui apporte certaines précisions et explications au niveau de l'application de ces dispositions. La plupart de ces concepts proviennent de la jurisprudence en matière de publicité fausse ou trompeuse et servent autant de guide pour la mise en application de la loi que de guide pour les gens d'affaires dans la création de leur publicité.

Je note également que l'un des constats que vous avez obtenu dans le cadre de votre recherche concerne l'état de la concurrence dans le marché de la téléphonie cellulaire. Le Bureau de la concurrence est d'avis que le marché de la téléphonie cellulaire est concurrentiel et ne devrait pas être réglementé.

Le 28 avril 2003, le CRTC a conclu que le marché de la téléphonie cellulaire était concurrentiel (Décision de télécom CRTC 2003-26). Plus récemment le CRTC a conclu dans son rapport annuel sur l'état de la concurrence dans les marchés des télécommunications au Canada publié au mois de novembre 2003 qu'aucune des quatre grandes entités dans le marché de la téléphonie cellulaire ne domine en terme de revenu ou d'abonnés. À la lumière de ces informations, le Bureau ne possède aucune preuve lui permettant d'adopter une position contraire.

Dans un contexte plus large, la réglementation devrait céder le pas aux forces du marché lorsque cela est possible dans les services de télécommunications. La concurrence est un moyen plus efficace pour réduire l'écart entre les prix et les coûts de production, pour inciter les entreprises à produire des biens et des services répondant aux exigences des consommatrices et des consommateurs et pour favoriser l'innovation dans les domaines des nouvelles technologies, des services et de la mise en marché.

Contrairement à la concurrence, la réglementation n'incite pas à réduire les coûts et à innover. De plus, la réglementation elle-même peut être très coûteuse, non seulement en coûts directs, mais elle entraîne aussi des pertes pour la société résultant de la rigidité du régime et de la lenteur dans la prise de décisions concernant les prix et les investissements. La réglementation peut retarder l'offre

La téléphonie cellulaire : les pièges de la transaction

de nouveaux services et l'adoption de nouvelles technologies et, partant, priver les consommateurs de produits ou services utiles qui amélioreraient leur bien-être.

Il faut aussi comprendre qu'il n'est pas nécessaire que la concurrence soit parfaite pour que celle-ci soit préférable à la réglementation. Même si la concurrence était imparfaite les avantages que procure la concurrence compenseront largement les coûts et l'inefficacité de la réglementation.

Le Bureau désire toutefois souligner que, même si le marché canadien de la téléphonie cellulaire est concurrentiel et que lier l'appareil au service n'est pas en soit une pratique anticoncurrentielle, le marché pourrait bénéficier d'une meilleure transparence au niveau de la vente. Il est important que le client puisse faire une décision d'achat éclairée et qu'il sache que l'appareil d'un fournisseur de service ne peut pas être utilisé sur les réseaux des concurrents.

De plus, il serait possible de s'inspirer du régime américain où la Federal Communications Commission a instauré de nouvelles règles qui permettent à un abonné de changer de fournisseur de service sans avoir besoin de numéro de téléphone. Ceci permet de minimiser les coûts associés au changement de fournisseur de service et donc favorise la concurrence.

Le Bureau de la concurrence attache une grande importance à des communications efficaces; c'est un élément essentiel de son travail. Les consommateurs doivent être bien renseignés pour pouvoir comprendre les mécanismes du commerce ainsi que la façon dont le Bureau surveille le marché et en fait état. Les entreprises doivent recevoir du Bureau les renseignements dont ils ont besoin pour se conformer à la loi.

Le Bureau communique de diverses façons avec les Canadiennes et les Canadiens, y compris au moyen de publications telles que bulletins d'information, lignes directrices et avis aux consommateurs, de son site Web, de son Centre des renseignements, de ses consultations auprès des intervenants et des allocutions que donnent ses représentants.

Si vous avez des questions ou des commentaires, ou si vous désirez nous rencontrer pour obtenir de plus amples informations sur nos différents services offerts au public ou sur notre programme d'application de la loi, n'hésitez surtout pas à communiquer directement avec moi.

Veillez agréer, Monsieur, l'expression de mes sentiments les meilleurs.

Andrea Rosen

Sous-commissaire adjoint de la concurrence
Direction générale des pratiques loyales des affaires

Le Bureau de la concurrence

Le Bureau de la concurrence (le Bureau) est un organisme d'application de la loi indépendant qui veille à ce que toutes les Canadiennes et tous les Canadiens jouissent des avantages d'une économie équitable et concurrentielle, de bas prix, d'un bon choix de produits et d'un service de qualité. Il est dirigé par le commissaire de la concurrence qui supervise l'application de la *Loi sur la concurrence*, de la *Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation*, de la *Loi sur l'étiquetage des textiles* ainsi que de la *Loi sur le poinçonnage des métaux précieux*.

La Loi sur la concurrence

La Loi sur la concurrence est une loi fédérale qui régit les affaires au Canada. La plupart des entreprises du Canada, quelle que soit leur taille, sont soumises aux dispositions de la Loi relative au droit civil ou criminel.

Dispositions de la loi sur la concurrence sur les indications et pratiques commerciales trompeuses

Représentations fausses ou trompeuses : La Loi sur la concurrence contient des dispositions interdisant les indications et pratiques commerciales trompeuses ayant pour but de promouvoir la fourniture ou l'utilisation d'un produit ou tout intérêt commercial. Toutes les indications, de quelque forme que ce soit, qui sont fausses ou trompeuse sur un point important sont interdites. L'indication est fausse ou trompeuse sur un point important si elle peut inciter le consommateur à acheter le produit ou le service annoncé. Pour déterminer si l'indication est fausse ou trompeuse, les tribunaux tiennent compte de « l'impression générale » qu'elle donne ainsi que son sens littéral.

Omission de renseignements importants : Tout renseignement qui peut influencer sur la décision d'achat doit être indiqué.

Frais dissimulés ou frais additionnels : Cette question est semblable à l'omission de renseignements, mais porte uniquement sur les frais qui n'ont pas été prévus par l'acheteur. Ainsi, toute indication faite au sujet du prix d'un produit, doit aussi inclure les frais additionnels exigés.

Utilisation d'illustrations : En raison de l'épreuve de l'impression générale, une cour examinera tous les aspects d'une indication, elle doit correspondre au texte publicitaire qui l'accompagne ou, dans le cas d'une annonce diffusée sur les ondes, au scénario. Il faut prendre garde de ne produire aucune impression trompeuse.

Astérisques, exclusions de responsabilité et autres petits caractères : Il arrive souvent que la publicité écrite ou télédiffusée s'accompagne d'un ou de plusieurs astérisques ainsi que de petits caractères au bas de la page. En fait, l'utilisation des exclusions de responsabilité est maintenant si

répandue que certaines firmes ne manquent pas de souligner à leur clientèle potentielle que leur publicité est exempte de petits caractères. L'exclusion de responsabilité est souvent utile; elle peut même s'imposer lorsque l'espace disponible est restreint ou encore lorsque des contraintes financières entrent en jeu. Toutefois, il y a lieu de s'arrêter à son impact et à sa capacité de modifier l'impression générale laissée par le texte auquel elle se rapporte. Le commissaire de la concurrence encourage l'utilisation réfléchie de l'information accompagnée d'un astérisque, dans la mesure où le but est d'éclairer et non d'embrouiller le consommateur. Comme il est facile d'abuser de ce moyen, par ailleurs légitime, de diffusion de l'information, les annonceurs doivent cependant se servir judicieusement des astérisques, exclusions et autres petits caractères.

-Contenu de l'exclusion de responsabilité : les exclusions ne doivent pas normalement refermer une information qui, sur un point important, limite la portée du texte principal ou lui est contraire. Souvent, les annonceurs ne comprennent pas que les annonces ne sont pas des contrats légaux. Ils ne pourront pas miser constamment sur les petits caractères. Même s'il n'est peut-être pas nécessaire d'avoir signalé à l'autre partie à un contrat l'existence de clauses restrictives ou d'exclusion pour les invoquer, en publicité la Loi sur la concurrence exige effectivement que de telles clauses soient présentées de façon que les personnes

La téléphonie cellulaire : les pièges de la transaction

qui lisent le texte principal soient susceptibles d'en prendre connaissance. Il ne suffit pas d'ajouter l'exclusion; celle-ci ne doit pas avoir pour effet probable de modifier chez le lecteur l'impression générale laissée par l'annonce.

-Emplacement de l'exclusion : L'emplacement de l'exclusion fait souvent problème parce qu'il n'y a pas d'uniformité à ce chapitre. L'exclusion peut en effet être mise autour ou près du texte principal, au bas de la page, ou encore au bas de la dernière page d'un prospectus. En outre, il peut arriver que, dans le corps du texte, des astérisques similaires ou identiques ou d'autres symboles renvoient à des exclusions interposées mais différentes. Le lecteur ne devrait pas avoir à chercher l'exclusion dans toute l'annonce, simplement parce que son emplacement prête à confusion.

-Présentation de l'exclusion : Le lecteur ne devrait pas davantage, pour cette même raison, avoir à scruter tous les petits caractères pour trouver ceux qui l'intéressent plus particulièrement. S'il y a plusieurs exclusions au bas d'une même page, ou si elles sont proches l'une de l'autre, les annonceurs doivent s'assurer que le début de chaque exclusion (d'ordinaire identifié à l'aide du même symbole qui figure dans le corps du texte) est facilement repérable. Pour ce faire, il est évidemment préférable de placer le symbole en début de ligne.

-Symboles utilisés : Les annonceurs doivent éviter d'utiliser le même symbole pour différentes exclusions sur une même page et, dans toute la mesure du possible, ne pas se servir de symboles identiques sur des pages différentes. En outre, les symboles doivent être distinctifs. Ainsi, il faut se garder d'utiliser deux astérisques différents (l'un à cinq branches, l'autre à six) sur une même page.

-Emplacement du symbole : Le symbole doit être placé assez près du texte auquel renvoie l'exclusion de sorte que le lecteur associera vraisemblablement le symbole à l'exclusion appropriée.

-Grosceur des petits caractères : Généralement, les petits caractères doivent être suffisamment gros pour être non seulement clairement visibles, mais aussi lisibles sans devoir recourir à des moyens inhabituels (une loupe, par exemple). En outre, le commissaire estime que la grosseur des caractères doit être proportionnelle à l'importance du message à communiquer. Dans cette optique, « proportionnelle » ne veut pas dire pour l'annonceur en ce qui a trait à son message principal, mais « proportionnelle » selon les termes de la Loi sur la concurrence. Enfin, de l'avis de commissaire, l'annonceur ne peut espérer rendre son annonce moins trompeuse en utilisant un caractère de moins de 7 points pour ses exclusions. Il ne faut pas par ailleurs en conclure que les exclusions pourront automatiquement influencer sur l'impression générale donnée par le message si une exclusion de caractères de 7 points ou plus est utilisée. L'impact variera en fonction de chaque cas.

ANNEXE 3 – BELL MOBILITÉ, UN EXEMPLE DE SYSTÈME DE RÉPONSE AUTOMATIQUE

Voici un exemple de ce que peut être une demande de renseignement lorsqu'un consommateur signale le numéro 1-800 pour accéder au service à la clientèle et qui désire parler à un préposé.

Cette demande de renseignement simulée par un membre du SAC se fait au département de marketing par une personne francophone qui veut parler à un représentant et non à une boîte vocale à propos d'une information sur une promotion.

Après avoir signalé le numéro 1-800 une voix masculine enregistrée répond :

1^{ère} étape (2 choix de messages – répété une seule fois)

« Merci d'avoir appelé X Mobilité, Thank you for calling X Mobility, pour un service en français appuyer sur le 1, for service in English press 2.»

Réponse : Appui sur le 1.

2^e étape (3 choix de messages pouvant être répétés deux fois)

Choix 1 – « Pour activer une nouvelle ligne ou pour répondre à une offre de X Mobilité, appuyer sur le 1. »

Choix 2 – « Pour activer ou obtenir de plus amples renseignements sur les forfaits de X, appuyer sur le 2. »

Choix 3 – « Si vous désirez rejoindre notre système automatisé pour le service à la clientèle ou pour parler à un conseiller, appuyer sur le 3 ».

Réponses : Appui sur le 2

Pour le choix 2, si vous appuyez sur le 2, un autre message démarre : « Bienvenue chez X. For English instructions press 2. Veuillez entrer l'indicatif régional et le numéro de téléphone pour lequel vous désirez obtenir des renseignements ».

Si après 2 fois on ne répond pas, on obtient « Ne quittez pas » et un autre message démarre en anglais seulement: « *Your call is being transfered. For quality monitoring purposes, your call may be recorded* ».

Ensuite la ligne sonne occupée ou on obtient un message comme quoi on ne peut nous répondre pour le moment et on nous demande de rappeler plus tard ou si on est chanceux, un préposé nous répondra en français.

Cette démarche peut prendre entre 2^{1/2} et 3 minutes selon le besoin de faire répéter les messages pour bien les comprendre.

Si cette façon ne fonctionne pas, le consommateur pourra décider d'utiliser le système automatisé pour le service à la clientèle pour rejoindre un préposé. Cette démarche est beaucoup plus laborieuse :

Voici les étapes

1^{ère} étape (2 choix de messages – répété une seule fois)

La téléphonie cellulaire : les pièges de la transaction

« Merci d'avoir appelé X Mobilité, Thank you for calling X Mobility, pour un service en français appuyer sur le 1, for service in English press 2. »

Ce message est énoncé une fois seulement.

Réponse : Appui sur le 1

2^e étape (3 choix de messages pouvant être répétés deux fois)

Choix 1 – « Pour activer une nouvelle ligne ou pour répondre à une offre de X Mobilité, appuyer sur le 1. »

Choix 2 – « Pour activer ou obtenir de plus amples renseignements sur les forfaits de X, appuyer sur le 2. »

Choix 3 – « Si vous désirez rejoindre notre système automatisé pour le service à la clientèle ou pour parler à un conseiller, appuyer sur le 3 ».

Réponse : Appui sur le 3

3^e étape (1 choix de message pouvant être énoncés trois fois)

On entend d'abord « *Ne quittez pas.* »

et peu après : « Bienvenue à X Mobilité, pour le service en français, faites le 1, for service in English, press 2 ».

Réponse : Appui sur le 1

4^e étape (2 choix de messages pouvant être énoncés trois fois)

Vous appuyez sur le 1 et vous obtenez ce message : « Pour vous aider à mieux vous servir, s'il vous plaît entrer votre numéro de cellulaire en incluant le code régional. Si vous ne connaissez pas votre numéro, faites le carré, »

Comme le consommateur n'est pas un client de X Mobilité, il appuie sur le #.

5^e étape (4 choix de messages pouvant être énoncés trois fois)

Cette section est très complexe et peut nous amener à une multitude de nouveaux choix.

Voici les quatre choix principaux :

Choix 1 – « Pour connaître votre solde de temps d'antenne et votre solde de compte, pour effectuer un paiement ou pour obtenir d'autres renseignements sur la facturation, faites le 1 ».

Choix 2 – « Pour activer des options ou pour obtenir des renseignements au sujet de vos déplacements avec votre téléphone, faites le 2 ».

Choix 3 – « Pour connaître les nouveautés chez Bell Mobilité et pour obtenir les réponses aux questions fréquemment posées, faites le 3 ».

Choix 4 – « Pour devenir un client X Mobilité, faites le 4 ».

Comme le consommateur veut de l'information sur une nouvelle promotion, il choisit l'option 3 :

La téléphonie cellulaire : les pièges de la transaction

Avec le choix 3 on obtient 4 nouveaux choix et de multiples sous-choix.

1. « Pour obtenir des renseignements au sujet des nouveautés chez Bell Mobilité, faites le 1 »
2. « Pour obtenir des réponses aux questions fréquemment posées au sujet du service SCP numérique, faites le 2 »
3. « Pour obtenir des réponses à d'autres questions fréquemment posées, faites le 3 ».
4. « Pour parler à un conseiller de X Mobilité, faites le 0 ».

Comme le consommateur désire parler à un préposé, il peut aussi choisir l'option 4

1. « Pour parler à un conseiller de X Mobilité, faites le 0 ».

L'attente est souvent très longue et il est même parfois impossible d'avoir un préposé tellement les lignes sont occupées.

Dans le contexte du cas présent, si un préposé répond, il s'identifie par son prénom, écoute la demande et transfère l'appel au département de marketing de X Mobilité, c'est-à-dire au même endroit où le consommateur était au début de l'appel et il doit repasser par les 2 premières étapes.

ANNEXE 4 - SERVICE DE QUALITÉ - GESTION EFFICACE DES PLAINTES (GUIDE XI)¹⁰¹

Textes tirés du site du Conseil du Trésor du Canada sur la gestion des plaintes des consommateurs. Nous citons ces textes car ils prévoient particulièrement bien comment les plaintes doivent être traitées.

« L'existence d'un système efficace de gestion des plaintes est un élément indispensable à la prestation d'un service de qualité par le secteur public. Les plaintes - et les compliments - constituent de précieuses sources d'information pouvant servir à améliorer l'exécution des programmes et la prestation des services.

La satisfaction s'améliore lorsque l'organisation connaît les attentes de sa clientèle et collabore avec celle-ci pour améliorer ses services.

La gestion efficace des plaintes est un atout pour tout organisme et ce, en fonction des quatre points de vue suivants :

- elle permet de cerner les secteurs qui doivent être modifiés et donne aux clients l'occasion de dire comment contribuer à l'amélioration du service;
- elle donne à l'organisme une deuxième chance de fournir un service à la satisfaction de ses clients insatisfaits;
- elle fournit l'occasion de consolider l'appui de la population envers l'organisme;
- elle aide à réduire la charge de travail d'un organisme.

Selon des études effectuées, relativement peu de clients insatisfaits se donnent la peine de présenter des plaintes. En conséquence, toute plainte déposée est susceptible d'être l'occasion de lever le voile sur une manifestation beaucoup plus importante d'insatisfaction. En s'attaquant à l'origine des plaintes, on réduira à la fois le nombre de plaintes et l'insatisfaction à l'égard du programme ou du service.

Les recherches révèlent en outre que des clients insatisfaits font habituellement part de leur problème à une bonne vingtaine d'amis et de connaissances, alors que les clients dont on règle les problèmes rapidement sont habituellement plus loyaux et mieux disposés à l'égard de l'organisme que ceux qui n'éprouvent aucun problème.

Même si les plaintes peuvent engendrer des efforts supplémentaires au début, elles peuvent à long terme réduire la charge de travail de l'organisme. En traitant les plaintes, on s'occupe des problèmes systémiques ou répétitifs, ce qui réduit l'apparition d'autres plaintes dans ce domaine.

Il est plus efficace d'utiliser un système pour traiter les plaintes que d'offrir des réponses ponctuelles, qui risquent d'entraîner des plaintes plus graves. En outre, un système de gestion vous permet d'alimenter en données le

¹⁰¹ Extrait du Guide XI intitulé : Service de qualité – Gestion efficace des plaintes, Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada, voir Webographie

processus d'amélioration permanent afin d'éviter la récurrence de plaintes semblables dans l'avenir.

Un grand nombre de plaintes sont attribuable au fait que l'organisme n'a pas communiqué clairement ses règlements, programmes, politiques et services à ses clients. Si les clients se plaignent fréquemment pour des motifs de mauvaise communication, les gestionnaires devraient modifier leur système.

Lorsque les gens ont une idée juste de ce qu'ils sont en droit de s'attendre d'un organisme, leurs attentes concernant le niveau de service fourni seront plus justes et les plaintes formulées seront mieux ciblées.

Un système de règlement des plaintes devrait :

1. être d'accès facile et bien connu du public;
2. être accessible dans les deux langues officielles;
3. être simple à comprendre et à utiliser;
4. permettre de traiter rapidement les plaintes, dans les délais impartis, et de tenir les gens au courant de l'évolution de la situation;
5. assurer la tenue d'une enquête complète et impartiale;
6. respecter la confidentialité souhaitée par les clients;
7. permettre de résoudre efficacement les problèmes et prévoir les recours appropriés;
8. servir à renseigner les gestionnaires de sorte qu'ils puissent améliorer les services.

Les systèmes de gestion des plaintes dotés de telles caractéristiques aident les organismes à régler les plaintes rapidement et donnent lieu à une amélioration de la satisfaction de la clientèle.

Les plaintes sont une forme positive de rétroaction et un moyen d'établir de meilleurs rapports avec les clients. Elles sont une invitation plus générale en vue d'obtenir une rétroaction du public avec l'intention d'améliorer les services. Le message destiné au public doit être que l'organisme accorde l'importance de ce qu'il a à dire, que ce soit bon ou mauvais. Le message à l'intention des employés doit être que le fait de recevoir des plaintes ne doit pas être une expérience négative : la direction ne s'intéresse pas à répartir les torts, mais plutôt à utiliser la rétroaction de façon constructive. Les organismes peuvent tirer profit aussi bien des plaintes que des compliments reçus pour améliorer les services et accroître la satisfaction de la population. »

ANNEXE 5 – DÉTAILS DES PLAINTES FORMULÉES SUR LES FORUMS DE DISCUSSIONS INTERNET

Plaintes au sujet des appareils cellulaires

Un consommateur se plaint que le téléphone qu'on lui a vendu est de mauvaise qualité. (Cellmam, Registered: Jan 2002, Location: Canada – Howard forum)

Plaintes au niveau de la réception du signal

Un consommateur de la province d'Ontario affirme que l'appareil de l'une des deux compagnies de cellulaires avec qui il fait affaire ne fonctionne pas bien aux heures de pointes. (Torontonion 2001, Registered: Jul 2001 – Howard forums)

Un consommateur se plaint que les lignes d'une compagnie sont toujours surchargées aux heures importantes de la journée. (DTS, Registered: Jan 2002 – Howard forum)

Des abonnés se plaignent qu'ils doivent sortir de l'édifice ou changer d'endroit dans leur maison ou à l'extérieur pour recevoir le signal. Certains d'entre eux croient qu'on leur a vendu un appareil défectueux ou impuissant à capter les signaux. D'autres imputent la faute au réseau de communication cellulaire de leur secteur dont l'émission du signal ne serait pas assez puissant. (posted by vtecman - Howard forum)

Un consommateur de Toronto ne parvient pas à obtenir un bon signal avec son appareil. Au service à la clientèle, on lui recommande de se tenir près d'une fenêtre pour obtenir une meilleure communication. (Consumer Message # 12 for June 6, 2003 - Complaints.com)

Un autre résident de Toronto affirme avoir beaucoup de difficulté à obtenir un bon signal avec l'appareil qu'on lui a vendu. Consumer Message # 27 for September 26, 2003 – Complaints.com)

Des clients se plaignent de la réception n'est pas égale partout; (Posted by: jrviollette – Howard forum)

Lors d'une panne d'automobile, un consommateur se plaint qu'il ne peut rejoindre le service d'urgence de la compagnie parce que la réception de son signal coupe constamment; (Posted by Kat Registered: Mar 2003 - Howard forum)

Un consommateur se plaint de la mauvaise couverture du réseau 1X dans la région de Toronto. (Prowlers, Registered: Jan 2003, Location: Canada – Howard forum)

Un consommateur se plaint de la mauvaise qualité du signal dans la grande région de Vancouver lorsqu'il y a des arbres ou des édifices. (Calyth, Registered: Oct 2002, Location: Burnaby – Howard forum)

Un consommateur se plaint de la qualité de la réception d'une compagnie dans la grande région de Toronto. (Rob1, Registered: Apr 2002, Location: Great Toronto Area – Howard forum)

Un consommateur du Nouveau-Brunswick de plaint de la mauvaise qualité de la couverture cellulaire à Tracadie. (Paf, Registered: Oct 2003, Location: New-Brunswick, Canada – Howard forum)

Plaintes au niveau de la facturation

Un consommateur se plaint qu'il a été surfacturé; (Howard forum - SKY LAI, Registered: June 2003)

Un consommateur affirme qu'il a signé un contrat d'un an alors que le service à la clientèle d'une compagnie affirme qu'il a signé un contrat de deux ans. Rien ne peut prouver ces affirmations car rien n'est mentionné à ce sujet sur les factures...(bdoonn Registered: Sep 2002, Location: Toronto, Canada – Howard forum)

Des appels sont chargés comme « entrants et longue distance » dans la boîte vocale d'un consommateur de Toronto alors que celui-ci est en itinérance à Chicago ce qui amène des charges supplémentaires de près de 100,00 \$; (Tabernac, Registered: May 2002 – Howard forum)

Un consommateur se plaint qu'il a été surfacturé deux fois (400,00 \$ à chaque fois) à cause d'oublis des préposés à la clientèle d'effectuer le changement de forfait qu'il avait demandé deux mois auparavant. (cocci83, Registered: Oct 2002 – Howard forum)

Un consommateur se plaint qu'il n'a pas été averti par la compagnie lors d'une hausse du tarif de son forfait. (radeon_x, Registered: Mar 2002, Location: Vancouver - Howard forum)

Un consommateur se plaint que le forfait de la compagnie avec laquelle il fait affaire lui charge 3,00 \$ pour obtenir la facturation détaillée. (8000Red, Registered: Jul 2001 – Howard forum)

Un consommateur de Mississauga en Ontario se plaint que les crédits offerts par une compagnie sur sa facture ne sont qu'une façon de confondre les clients pour mieux faire accepter les coûts chargés. (Vindicator, Registered: Jul 2001, Location: Mississauga, Ontario – Howard forum)

Un autre consommateur de Surrey en Colombie Britannique émet l'opinion que la confusion dans la facturation est délibérée.(Meat, Registered: Oct 2001, Location: Surrey BC – Howard forum)

Un consommateur soutient qu'à la lecture de sa facture il est difficile de savoir quels sont les appels chargés et quels sont ceux qui sont gratuits. (NelsonMuntz, Registered: Sep 2001, Location: Canada – Howard forum)

Un consommateur d'Halifax relate des erreurs de facturation dont des surcharges en double pour certains appels en itinérance. (Talk Halifax, Registered: Jun 2002, Location: Canada –Howard forum)

Plaintes au niveau du service à la clientèle

Un consommateur éprouve de la difficulté à annuler son forfait. Le service à la clientèle d'une compagnie trouve mille et une raisons pour ne pas annuler

son abonnement. (Complaints of the Day e-Message # 1 for February 7, 2003 – Complaints.com);

Un consommateur dépose une plainte à un préposé qui prend celle-ci en note disant qu'elle rappellera d'ici à deux jours mais qui ne rappelle pas le consommateur même après une semaine d'attente; (Consumer Message # 12 for June 6, 2003 – Complaints.com)

Une consommatrice cherche chez les compagnies un service moins cher que celui qu'elle avait, car elle fait beaucoup d'interurbains. Chez une compagnie, le préposé lui confirme qu'elle paiera moins cher mais tel n'est pas le cas lorsqu'elle reçoit la première facture. Lorsqu'elle rappelle le service à la clientèle on lui affirme qu'aucune note n'avait été prise quant à sa demande. Elle veut se plaindre au Bureau du Président de la compagnie, on lui répond que celui-ci n'existe pas. (WOOKIE, Registered: Mars 2002 – Howard forum)

Des préposés qui ne veulent pas donner leur noms, leur extension ou le nom de leur superviseur; (Consumer Message # 12 for June 6, 2003 – Complaints.com);

Mauvais fonctionnement de l'appareil cellulaire, coût élevé de réparation et service à la clientèle discutable de la part de représentants en boutique; (Complaints of the Day e-Message # 27 for September 26, 2002 – Complaints.com);

Pile défectueuse ne pouvant garder sa charge. L'appareil et la pile avaient été achetés lors d'une promotion. On refuse de lui changer. On lui en offre une nouvelle pour 80,00 \$. Après plusieurs mois de négociations on lui remplace par une neuve. (Complaints of the Day e-Message # 17 for July 17, 2002 – Complaints.com);

Un consommateur se plaint que les représentants en boutique ne cherchent qu'à lui vendre un téléphone neuf au lieu d'essayer de faire réparer son appareil défectueux. (Posted by Kat Registered: Mar 2003 - Howard forum);

Un consommateur se plaint du service trop lent et inefficace d'une compagnie lorsqu'il a voulu faire réparer l'écran de son appareil cellulaire. (mystery905, Registered: Dec 2002
Location: Toronto – Howard forum)

Un consommateur se plaint de l'impossibilité d'avoir une réponse claire du service à la clientèle suite à une erreur du service de facturation (rabais mensuel offert mais oublié) de la compagnie. (Sneakerpimp, Registered: Feb 2002, Location: Toronto – Canada – Howard forum)

Un consommateur se plaint que la compagnie avec laquelle il fait affaire, n'offre des promotions pour un « upgrade » sur les appareils cellulaires qu'aux nouveaux abonnés même si ce consommateur était sous contrat avec la compagnie 6 mois auparavant. (Fox, Registered: Jul 2002, Location: Toronto – Howard forum)

Un consommateur se plaint de ne pas avoir été informé par un préposé du service à la clientèle qu'après trois mois d'un service gratuit il devait donner un avis d'un mois pour pouvoir résilier son forfait. (Jadefox, Registered: May 2002, Location: Canada –Howard forum)

Un consommateur se plaint qu'il a reçu un téléphone remis à neuf avec un adaptateur de charge remis à neuf aussi mais enveloppé de ruban adhésif. (holyman, Registered: Apr 2002 – Howard forum)

Un consommateur se plaint qu'on ne l'a pas informé adéquatement sur la politique de retour des appareils défectueux. On lui avait mentionné qu'il pouvait le retourner à l'intérieur de 30 jours après l'achat mais n'avait pas été informé que sa demande serait refusée après une utilisation de 2 heures de temps d'antenne. (Posted by Kat Registered: Mar 2003 - Howard forum)

Un consommateur se plaint que les préposés du service à la clientèle se contredisent lorsqu'ils énoncent les politiques de leur compagnie. (da_enlightener Registered: Feb 2003, Location: Ottawa University)

Un consommateur d'Edmonton en Alberta se plaint qu'il n'a pas été bien informé sur les tarifs d'interurbains aux heures de pointe. (big Juan, Registered: Dec 2001, Location: edm ab – Howard forum)

Un consommateur se plaint du manque de formation de certains préposés du service à la clientèle pour le service prépayé d'une compagnie. (Drifter420, Registered: Aug 2001 – Howard forum)

Plaintes au niveau de la représentation des produits et des services

Un consommateur se plaint qu'il reçoit des « spams » d'une compagnie de cellulaire sur son appareil après avoir visité un site Internet d'une autre compagnie de cellulaire. Il semble qu'il y avait eu arrangement entre les deux compagnies à cet effet et qu'après avoir contacté le service à la clientèle de sa compagnie pour faire enlever ces « spams » sa compagnie ne savait comment annuler ce service non désiré. (Qorpia, Registered: Dec 2002 – Howard forum)

Un consommateur se plaint d'une campagne publicitaire d'une compagnie visant à inciter les abonnés d'une autre compagnie à changer pour cette première compagnie. L'abonné se plaint aussi que les messages (spams) étaient envoyés sur son service de messagerie cellulaire et qu'il a dû en payer les frais. Il se demande aussi comment la compagnie qui faisait la campagne publicitaire a pu obtenir son numéro de cellulaire.

Un autre consommateur de la région de Toronto reçoit le même type de message (spam) chargé sur son service de messagerie cellulaire par la même compagnie lui offrant de changer de fournisseur. D'autres participants du même forum affirment la même chose et se demandent si cette activité est légale. (Agentbob, Registered: Aug 2002, Location: GTA, Canada - chicken_little, Registered: Dec 2002, Location: Toronto – ESTO, Registered: Dec 2001, Location: Toronto – Howard forum)

La téléphonie cellulaire : les pièges de la transaction

Un consommateur de Mississauga affirme qu'il perd une journée lorsqu'il renouvelle son compte prépayé. Effectivement un préposé du service à la clientèle de la compagnie avec laquelle il fait affaire lui confirme qu'au lieu des 30 jours ou des 60 jours annoncés par la compagnie, il obtient en réalité 29 jours ou 59 jours de temps d'antenne. (Steve Punter, Registered: Jun 2001, Location: Mississauga, Ontario – Howard forum)

Dans le même forum, un consommateur de l'Ouest canadien se dit irrité par le fait que les jours valides qui restent sur sa première carte prépayée, lorsqu'il en achète une nouvelle, ne soient pas additionnés et soient perdus. (web_matt, Registered: Oct 2002, Location: Western Canada - Howard forum)

Un consommateur se plaint que les préposés du service à la clientèle pour les services prépayés ne lui ont pas donné l'information juste à propos deux options gratuites pour trois mois. Les préposés lui ont affirmé qu'il pouvait annuler ces options au bout de trois mois mais arrivé à ce terme on lui affirme qu'il ne peut annuler, il doit conserver l'une des deux options. Pour conserver son forfait il a été obligé de payer pour cette option non désirée. indigo blossom, Registered User, Posts: 1, (3/21/02 7:38 pm – GeckoBeach.com)

Un consommateur se plaint d'avoir reçu un courriel promotionnel d'une compagnie dans lequel on mentionne un service de sonneries gratuites sans mentionner les coûts associés au téléchargement du service. (Thornhill, Registered: Apr 2002, Location: Canada – Howard forum)

Plaintes au niveau des coûts

Un consommateur se plaint que les coûts de téléchargement des forfaits d'Internet sans-fil illimité sont trop chers, ex : 20,00 \$ pour 1,5 Mb de données. (mad_rogers_Cust Registered: Jul 2003, Location: London, Ontario – Howard forum)

Un consommateur se plaint des coûts élevés des communications cellulaires WAP sur le réseau GPRS. (DanT, Registered: Dec 2001 – Howard forums)

Un consommateur se plaint de la politique d'une compagnie selon laquelle elle n'offre pas de crédit pour les minutes inutilisées (mais payées) de son service prépayé comme cela lui avait été promis auparavant. (Frosty Vibe, Registered: Apr 2002, Location: Canada – Howard forum)

5 mois après que son compte ait été fermé, un consommateur, qui veut faire affaire de nouveau avec la même compagnie, se plaint qu'on lui oblige à racheter une trousse de départ de 75,00 \$. (Couchpotato Registered: May 2002 – Howard forum)

Des consommateurs trouvent que le prix de 25,00 \$ exigé pour reprogrammer un nouveau numéro dans un téléphone usagé est exagéré. (iraquimoe Registered: Aug 2002 - telus_guy Registered: Mar 2003 – Howard forum);

Un consommateur déplore que son temps d'antenne soit facturé à la minute alors qu'il était à la seconde auparavant. (tempest Registered: Jun 2003, Location: Toronto – Howard forum)

ANNEXE 6 – LEXIQUE

Acronymes

3G – Système de communication de troisième génération. Désigne la nouvelle génération de technologies sans fil AMRC. Ces technologies accroissent la vitesse de transmission des données par paquet pour offrir un accès à grande vitesse à Internet et permettre des communications multimédias accélérées.

ACTS - Association canadienne des télécommunications sans fil.

CRTC - Conseil de la radiotélévision et des télécommunications canadiennes.

Agence du gouvernement canadien responsable de la réglementation des systèmes de radiodiffusion et de télécommunications au Canada.

CTIA - (Cellular Telecommunications Industry Association) Voir ACTS

L'association de l'industrie des télécommunications, est une organisation commerciale regroupant les fournisseurs de téléphonie sans fil. Son but est d'examiner les problèmes communs aux fournisseurs et d'échanger des informations non liées aux marques.

ESN - (Electronic Serial Number) Voir NSE.

ESLC - Entreprise de services locaux concurrentiels.

Fournisseurs de services de télécommunications locaux qui livrent concurrence à des entreprises de services locaux titulaires (ESLT).

Parmi les plus connue on peut nommer Rogers AT&T, Call-Net Communications Inc., Microcell Solutions Inc., Sprint Canada, TELUS Communications (Québec) Inc., Vidéotron Télécom Ltée.

ESLT - Entreprise de services locaux titulaires. Les compagnies de téléphone existantes exerçant un monopole, avant l'introduction de la concurrence dans le service local. Les grandes compagnies titulaires sont Aliant Telecom, Bell Canada, MTS, SaskTel et TELUS, de même que Norouestel Inc., Télébec et TELUS Québec. Les petites titulaires incluent notamment NorthernTel Limited Partnership et Thunder Bay Telephone.

IMEI – International Mobile Equipment Identity. Identité internationale d'équipement mobile.

IMSI – International Mobile Subscriber Identity. Identité internationale de l'abonné mobile.

IP (adresse) – Internet protocol. Protocole Internet. Numéro constitué de quatre nombres entiers séparés par des points, qui identifie de façon unique un ordinateur connecté au réseau Internet et en permet la localisation.

MHz - Megahertz. Unité de fréquence équivalant à un million de hertz.

NIM – Numéro d'identification mobile. (Anglais : MIN (Mobile Identification Number))

NSE - Numéro de série électronique. (Anglais: ESN (Electronic serial number))

OPC – Office de la protection du consommateur, Gouvernement du Québec.

PIN (Personal Identification Number) Ce code de quatre chiffres permet l'identification de votre appareil cellulaire par le Centre de commutation mobile lorsque vous le mettez en service.

RMS - Radiocommunication mobile spécialisée, ou réseaux de communication radio bidirectionnelle publics.

RMSA - Radiocommunication mobile spécialisée améliorée. Les systèmes de RMSA qui rendent possible une réutilisation de la fréquence et un accroissement important de la capacité du système, permettant d'offrir une vaste gamme de services, dont la télédépêche évoluée (Contact Direct), les services de téléavertissement et de transmission de données en un seul appareil fonctionnant sur un seul réseau.

SCP - Service de communication personnelle. Il s'agit de services de communications sans fil numériques mobiles offrant plus de fonctions que le service analogique. (Anglais : PCS (Personal Communication System))

SID – (System Identification Number) Numéro d'identification du système. Dans un système de téléphonie cellulaire de type AMPS, numéro composé de cinq chiffres qui permet d'identifier le fournisseur de services de l'utilisateur d'un appareil et de connaître le système mobile auquel il est relié.

SIM - (Subscriber Identity Module) Carte placée dans le téléphone contenant toutes les informations relatives à l'abonnement. Sans carte SIM, il n'est pas possible d'utiliser son mobile! C'est grâce à elle que le réseau vous « reconnaît ». Elle est le plus souvent au format micro (à peine plus grande que la puce) mais peut aussi être au format Iso (format carte de crédit). Elle a une certaine capacité de mémoire, notamment pour les numéros de téléphones de votre répertoire.

SMS – (Short message services)

Il s'agit de la technologie utilisée pour envoyer et recevoir des messages texte à partir d'un téléphone sans fil. Voir Service de messages courts (**SMC**)

Termes utilisés

Activation - Processus par lequel le compte d'un client est créé, un numéro de téléphone lui est attribué et son appareil est programmé pour faire et recevoir des appels ou encore transmettre et recevoir des données.

Afficheur - Grâce à cette option, vous pouvez voir qui vous appelle et vous pouvez filtrer les appels. Les abonnés possédant l'option de mise en attente pourront aussi voir qui les appelle lorsqu'ils sont déjà en ligne.

Analogique - Méthode de transmission employant un signal électrique continu (plutôt que par impulsions ou numérique). Les premiers réseaux de portables étaient analogiques. Ils sont moins sûrs et souffrent d'interférences lorsque le signal est faible. Voici quelques-unes des normes

La téléphonie cellulaire : les pièges de la transaction

analogiques: AMPS, NMT et ETACS. L'analogique est considéré comme la technologie sans fil de la première génération.

Appels entrants – appels reçus par l'appareil cellulaire ou par la boîte vocale.

Appels locaux - Appel fait à destination d'un numéro situé dans la zone d'appels locaux.

Appels sortants – appels envoyés à partir de son appareil cellulaire.

Bi-mode - Un téléphone bi-mode est un téléphone cellulaire mobile pouvant utiliser deux normes technologiques différentes – c'est-à-dire, cellulaire analogique et numérique.

Carte prépayée - Ces cartes comprennent un crédit d'appel, que vous devez recharger pour pouvoir continuer d'appeler. Vous ne payer donc aucun abonnement.

Couverture - Portion du territoire à l'intérieure de laquelle il est possible d'effectuer ou recevoir des appels.

Déplacement - Un déplacement hors zone survient lorsqu'un abonné du service cellulaire fait ou reçoit des appels pendant qu'il se trouve à l'extérieur du territoire desservi par son entreprise de communications sans fil, en vertu d'ententes conclues avec d'autres sociétés de communications sans fil.

Entreprises titulaires

a) Les grandes titulaires desservent des territoires ruraux et urbains relativement importants et fournissent des services locaux, interurbains, sans fil, Internet, de transmission des données, de liaison spécialisée, et autres. Les grandes compagnies titulaires sont Aliant Telecom, Bell Canada, MTS, SaskTel et TELUS, de même que Norouestel Inc. (Norouestel), Télébec et TELUS Québec.

b) *Les petites compagnies titulaires* desservent des territoires relativement petits (surtout des municipalités situées habituellement dans des régions moins peuplées) en Ontario, au Québec et, dans un cas, en Colombie-Britannique. Comme leur territoire de desserte est restreint, ces compagnies ne fournissent généralement pas le service téléphonique interurbain fondé sur les installations. Toutefois, elles offrent un éventail de services téléphoniques locaux, de transmission des données, Internet et sans fil. Les petites titulaires incluent notamment Northern Telephone Limited et Thunder Bay Telephone.

Fournisseur de services - Personne privée ou entité juridique qui offre, moyennant rémunération, un service de télécommunications quelconque à une personne ou à une entité juridique.

Frais d'accès au réseau : Ce montant s'applique à l'activation et revient à chaque année. Il sert, entre autres, à couvrir le coût de la licence cellulaire, le développement et l'entretien du réseau.

La téléphonie cellulaire : les pièges de la transaction

Frais de service : frais non périodiques facturés à un utilisateur final en raison de l'installation, de l'ajout ou de l'élimination de lignes, d'équipement ou, encore, pour des services, le câblage des lieux, les réparations, l'entretien, et ce, dans les locaux du client ou ailleurs.

Frais d'itinérance ou frais de déplacement, voir itinérance.

Frais d'exploitation - coûts associés aux ventes et aux fonctions administratives, et distincts de ceux qui sont liés à la production.

Holding - Société dont l'actif est composé essentiellement d'actions d'autres sociétés, et qui effectue des opérations financières intéressant ces dernières, tout en dirigeant leurs activités industrielles et commerciales.

Industrie Canada - Industrie Canada est l'organisme du gouvernement du Canada responsable de l'attribution des fréquences radio pour les communications sans fil, de l'octroi des licences et de l'établissement des conditions relatives aux licences.

Itinérance - Se dit d'un service offert par des exploitants de réseaux de communications sans fil qui permet à un abonné d'utiliser son appareil radio ou son téléphone alors qu'il se trouve dans le territoire de desserte d'une autre entreprise. L'itinérance nécessite une entente entre les exploitants. (Anglais : roaming) voir Déplacement

Intérêt composé - Il y a **intérêt composé** quand le calcul de l'intérêt porte à la fois sur le capital et sur les intérêts cumulés. Ainsi, un taux d'intérêt annuel de 4,25 % composé mensuellement équivaut, en réalité, à un taux d'intérêt annuel de 4,33 %.

Loi sur les télécommunications - Loi fédérale en vertu de laquelle les fournisseurs de télécommunications du Canada, comme Bell Canada, sont soumis à une réglementation.

Secteur filaire (avec fil) – Secteur du système téléphonique conventionnel relié au réseau téléphonique public au moyen d'un fil de cuivre.

Messagerie vocale - Permet aux correspondants de laisser un message quand le téléphone est éteint, occupé, en messagerie permanente ou hors couverture réseau. Une fois le téléphone rallumé, l'utilisateur interroge sa messagerie de la même manière qu'un répondeur.

Monomode - Téléphone capable de fonctionner selon une seule norme ou un seul système de téléphonie (Anglais : single-mode)

Nonobstant - Sans être empêché par. Signifie que les dispositions de la clause ne s'appliquent pas en l'occurrence.

Numérique - Méthode de transmission employant une séquence d'impulsions discrètes et distinctes qui représente les chiffres binaires 0 et 1 pour indiquer une information précise, par opposition au signal analogique continu. En comparaison des systèmes analogiques, les systèmes numériques offrent souvent une capacité, une confidentialité et une clarté d'appel accrues ainsi que de meilleures caractéristiques. (Anglais : digital)

La téléphonie cellulaire : les pièges de la transaction

Ombudsman - Un ombudsman est une personne indépendante et objective qui enquête sur les plaintes des gens contre les organismes gouvernementaux et autres organisations, tant du secteur public que privé. Après un examen approfondi et impartial, il détermine si la plainte est fondée et formule des recommandations à l'intention de l'organisation afin de régler le problème.

Ombudsman administratif – Ombudsman qui fait rapport au chef de l'organisation sur laquelle il fait enquête, comme les ministères gouvernementaux et les sociétés d'État, les universités et les collèges, ainsi que les entreprises.

Péremptoire (de façon) – de façon décisive, absolue.

Portabilité : possibilité, pour un abonné, de conserver son numéro de téléphone lorsqu'il change de fournisseur ou lorsqu'il change de localisation géographique ou les deux.

Postpayé - Méthode de paiement du service sans fil selon laquelle l'abonné paie pour l'utilisation des services après les avoir consommés. (Anglais : postpaid)

Prépayé - Méthode de paiement du service sans fil qui permet à un abonné de payer à l'avance pour un nombre donné de minutes d'utilisation. Le compte de l'abonné est débité au moment de l'utilisation. L'utilisation ne peut dépasser le montant prépayé. (Anglais : prepaid)

Revendeur - Les revendeurs sont des fournisseurs de services concurrents non dotés d'installations. Le terme « revendeur » est employé dans son sens large et non uniquement dans le sens spécifié par La loi sur les télécommunications.

Renvoi d'appel - Permet à l'utilisateur de réacheminer ses appels.

Renvoi sur non-réponse - Le Renvoi d'appel sur non-réponse permet d'acheminer les appels à un autre numéro, lorsque l'abonné doté d'un téléphone GSM ne répond pas.

Renvoi sur occupation - Le Renvoi sur occupation permet à un abonné de faire transférer ses appels à un autre numéro, lorsque son téléphone est occupé.

Sans fil - Caractérise les systèmes de télécommunications par onde radioélectriques permettant la transmission de signaux (voix ou données) par la voie des airs, sans câble d'acier, ni fibre optique.

Service de messages courts (SMC) ou SMS (Short Message Service) : ces messages, qui sont transmis via les canaux de signalisation du réseau mobile GSM, ont une longueur maximale de 160 caractères.

Services mobiles - services sans fil comprenant les cellulaires analogiques et numériques (c'est-à-dire services de communications personnelles ou SCP).

La téléphonie cellulaire : les pièges de la transaction

Services sans fil - services de télécommunication par ondes - radio, cellulaire, satellite, micro-ondes et autres systèmes de transmission sans fil, y compris sans fil fixe.

Service filaire - service de télécommunication avec fil.

Service numérique - transmission de signaux de données binaires (séquence continue de 0 et de 1) utilisée pour les communications inter ordinateurs ou pour transmettre des signaux analogiques par codage numérique dans les réseaux téléphoniques et cellulaires numériques.

Spectre - Terme généralement appliqué aux fréquences radioélectriques

Tarif - le terme « tarif » désigne une publication contenant des taxes, des frais, des règles, des règlements, des conditions, des normes ou des exigences reliées de quelque façon à la prestation de services de télécommunications par une société réglementée.

Taux de pénétration du marché - Rapport entre le résultat commercial réel obtenu avec un produit (ou un service) d'une entreprise et le potentiel du marché correspondant.

Temps d'antenne: Temps réel passé à parler au téléphone sans fil. La plupart des fournisseurs de service facturent le temps d'antenne à leurs clients en fonction du nombre de minutes de temps d'antenne utilisé par mois. Plus le nombre de minutes augmente, plus le montant de la facture augmente.

ANNEXE 7 – CADRE D’INTERVENTION POUR LES GROUPES DE DISCUSSIONS

L’ACHAT

Mise en situation 1

Thème : La valeur ajoutée

Mode : Projectif

Durée : 45 minutes

Forme : Collective (deux groupes)

Diviser le groupe en deux équipes. Nommez un porte-parole en début d’exercice pour faire la présentation. »

Donner la première consigne suivante :

Allouer 5 minutes pour cette partie de travail d’équipe.

« Dans un premier temps, examinez les contrats d’achat des 4 entreprises suivantes – Têlus, Bell Mobilité, Fido et Rogers – deux contrats par équipe).

Donner la deuxième consigne suivante :

Allouer 15 minutes pour cette partie de travail d’équipe et estimer environ 2 minutes par équipe pour la présentation.

«Dans un deuxième temps, selon vous, quelles sont les caractéristiques principales des contrats d’achat que vous avez entre les mains ? En d’autres termes,

- √ **qu’est-ce que vous comprenez des contrats (points positifs et points négatifs);**
- √ **est-ce qu’ils sont équitables selon vous;**
- √ **qu’est-ce qui manque ou qui est de trop dans les contrats analysés ?»**

Après chaque présentation, demander aux participants s’ils ont des commentaires à faire sur leur expérience personnelle d’achat.

L’UTILISATION ET LE SERVICE APRÈS VENTE

Mise en situation 2

Thème : Les chapeaux de De Bono

Mode : Projectif

Durée : 30 minutes

Forme : Collective (deux groupes)

INTRODUCTION

Diviser le groupe en deux équipes

Lire les informations suivantes : La théorie des six chapeaux à penser de De Bono

La prémisse de base de tout changement est de savoir ce que l'on veut. Pour y parvenir Edward De Bono nous propose une façon efficace de « réfléchir » au changement. Selon lui, la principale difficulté du processus de réflexion est la confusion : Nous essayons de réfléchir sur plusieurs plans à la fois ; nous mêlons émotions, informations, logique, espoir, créativité, etc.

Le concept mis de l'avant par De Bono a pour but de démêler le processus de réflexion afin que le penseur soit capable d'utiliser un mode de pensée à la fois. Il devient alors capable de séparer les émotions de la logique, la créativité de l'information et ainsi de suite.

Comment De Bono y parvient-il ? En proposant un jeu de rôles où le penseur est amené à porter en alternance un chapeau de couleur représentant un mode spécifique de pensée : le chapeau blanc représentant les faits concrets ; le chapeau jaune, les éléments positifs ; le chapeau noir, les éléments négatifs ; le chapeau rouge, les émotions ; le chapeau vert, les idées créatrices et le chapeau bleu, le contrôle des événements.

Le port alternatif des six chapeaux permet au penseur d'explorer le sujet dans son ensemble et sous ses différents angles, de manière détachée (puisque'il s'agit d'un jeu). Les résultats de ce processus de réflexion lui permettront d'agir en connaissance de cause plutôt que de réagir à quelque chose ou à quelqu'un.

De Bono fait alors l'analogie entre ce mode de penser et la manière dont une carte routière est imprimée. Les couleurs sont d'abord séparées, une première couleur est étendue sur le papier, suit l'impression de la seconde couleur et ainsi de suite, jusqu'à ce que la carte soit entièrement imprimée en couleur. C'est le processus du *road-mapping*.

La carte routière ainsi conçue, le penseur doit tracer son itinéraire, c'est-à-dire déterminer les stratégies et les moyens à mettre de l'avant pour réaliser les changements.

➤ **Pour notre atelier, nous ne retiendrons que deux chapeaux :**

Le chapeau jaune qui indique l'aspect positif et constructif. Il couvre tout le spectre de la pensée positive allant des éléments logiques et pratiques à l'espoir, aux rêves et à la vision. Il n'implique pas l'euphorie ou les idées créatrices. Le porteur de chapeau jaune fait en sorte que les rêves se réalisent. Il est strictement positif.

Le chapeau noir qui indique l'aspect négatif. Le penseur au chapeau noir souligne les risques, les dangers, les raisons pour lesquelles les choses ne fonctionnent pas ou ne devraient pas fonctionner. Il est l'avocat du diable. La caractéristique de cette

La téléphonie cellulaire : les pièges de la transaction

pensée n'est pas d'argumenter ou de confronter mais de mettre sur table, de manière objective, tous les éléments négatifs. Le porteur de chapeau noir est strictement négatif.

➤ **Lire l'objectif :**

« La présente mise en situation a pour objectif d'amener les participants à identifier les forces et les faiblesses du service après vente des entreprises de téléphonie cellulaire. »

Lire la première consigne suivante :

« Chaque équipe sera amenée à porter les deux chapeaux en alternance, portant un regard complet sur leur sujet.

Nommez un porte-parole qui inscrira les éléments ressortant sur le chevalet et qui fera la présentation après l'exercice ».

Placer les équipes aux deux coins de la salle munis d'un chevalet et de crayons de couleur.

Allouer 10 minutes par groupe pour le port de chaque chapeau (soit 20 minutes en tout) pour faire l'exercice.

Estimer 5 minutes par équipe pour la présentation. Demander à chacun des porte-parole de faire à tour de rôle la présentation en fonction des couleurs de chapeaux présentées.

Après chaque présentation, demander aux autres équipes s'ils ont des commentaires à faire. Allouer un temps pour l'intégration des commentaires et des observations.

METTRE FIN À SON CONTRAT

Mise en situation 3

Thème : Valeur ajoutée

Mode : Projectif

Durée : 30 minutes

Forme : Un seul groupe

INTRODUCTION

Donner la consigne suivante :

«Quelle a été la manière dont vous avez pu vous-même mettre fin à votre contrat (s'il y a lieu)»

Remue-méninges en grand groupe (tour de table)

«Quelle serait la manière adéquate et équitable pour les parties de mettre fin au contrat ?»

BIBLIOGRAPHIE

Caron, J., et J. Gobeil, " *Coûteuse liberté*", dans la revue *protégez-vous*, janvier 2003, p.19

Caron, J., et J. Gobeil, " *Magasinez*", dans la revue *Protégez-vous*, décembre 2002, p.12

Consumer Reports, " *Complete cell-phone guide*" dans la revue *Consumer reports*, février 2003, p.11

Consumer Reports, " *The complete cell-phone guide*" dans la revue *Consumer reports*, février 2002, p.14

Consumer Reports, " *Cellular without the static*" dans la revue *Consumer reports*, février 2001, p.12

Deglise, F., " *Le point sur les cellulaires*", dans la revue *Protégez-vous*, septembre 1999, p.21

Deglise, F., " *L'évolution... par le bas*", revue *Protégez-vous*, février 2001, p.12

Grondin N., " *La guerre du cellulaire*", dans la revue *Protégez-vous*, février 1998, p.3

Larocque, S., " *Quelle formule choisir?*", dans la revue *Protégez-vous*, octobre 2001, p.31

WEBOGRAPHIE

Aperçu de l'industrie des services de télécommunications,
<http://www.crtc.gc.ca/frn/publications/reports/PolicyMonitoring/2002/gic2002.htm#3.3>

Commissaire à la Protection de la vie privée du Canada, *Quelles obligations la Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques impose-t-elle aux entreprises relativement aux renseignements personnels?* Mise à jour : 2/16/2004, http://www.privcom.gc.ca/fs-fi/02_05_d_02_f.asp

Complaints.com,
<http://search.freefind.com/find.html?pageid=r&id=6715406&mode=ALL&query=cellular&lang=en&fr=0>

CRTC, *Rapport sur le rendement, 31 mars 1999*,
<http://www.crtc.gc.ca/frn/BACKGRND/Dpr1999/dpr1999.htm>

Décisions, avis et ordonnances, <http://www.crtc.gc.ca/frn/dno.htm>

Faits saillants et statistiques,
http://www.cwta.ca/acts/guide_industrie/statistiques.php3

Forfaits mensuels de temps d'antenne,
<http://www.fido.ca/portal/fr/packages/monthly.shtml>

Forum canadiens des Ombudsmans,
http://www.ombudsmanforum.ca/bylaws_f.asp

Guide de l'industrie, site de L'Association canadienne des télécommunications sans fil (ACTS),
http://www.cwta.ca/acts/guide_industrie/

Howard Forums, <http://www.howardforums.com/archive/>

L'actualité en ligne, *Orange, SFR et Bouygues Télécom sont condamnés pour leur mode de facturation*, 23 mai 2002,
<http://www.francemobiles.com/telmob/news/actu/unefm/pa998902.shtml>

Le commissaire à la protection de la vie privée du Canada, *Que puis-je faire lorsqu'on me demande mon NAS*, Mise à jour : 2/16/2004,
http://www.privcom.gc.ca/fs-fi/02_05_d_02_f.asp

Le CRTC, <http://www.crtc.gc.ca/frn/about.htm>,

Le CRTC. Le mandat, <http://www.crtc.gc.ca/frn/about.htm>

Loi sur les télécommunication, CRTC,
<http://www.crtc.gc.ca/frn/LEGAL/TELECOM.HTM>

Ouverture sur le monde pour les communications canadiennes,
<http://www.parl.gc.ca/InfoComDoc/37/2/INST/Studies/Reports/instrp03/03-cov2-f.htm>

Rapport à la gouverneur en conseil,
<http://www.crtc.gc.ca/frn/publications/reports/PolicyMonitoring/2003/gic2003.htm#109>

La téléphonie cellulaire : les pièges de la transaction

Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada, *Service de qualité – gestion efficace des plaintes (guide XI)* Mise à jour : 1996-08-15, http://www.tbs-sct.gc.ca/pubs_pol/opepubs/TB_O/11qg1_f.asp

Section 2 : Segments du marché, 2.4 Marché des services locaux et interurbains sans fil, Mise à jour : 2003-07-29, <http://strategis.ic.gc.ca/epic/internet/insmt-gst.nsf/vwGeneratedInterF/sf06051f.html>

Service de télécommunication au Canada : Un aperçu de l'industrie, section 2-4, <http://strategis.ic.gc.ca/epic/internet/insmt-gst.nsf/vwGeneratedInterF/sf05637f.html>

Statistiques Canada, *Le Quotidien*, Statistiques des télécommunications, 15 avril 2003, <http://www.statcan.ca/Daily/Francais/030415/q030415a.htm>

United States Cell Phone Plans by Area, http://cellphones.about.com/library/bl_service_plans.htm

What you need to know about, Questions and answers on buying a cell phone, Q2: *Does "by the second" billing really make a difference?* http://cellphones.about.com/cs/buyersguides/a/by_the_second.htm