



mccarthy
tetrault

Commerce transfrontalier

Un guide du secteur des produits
de la consommation pour faire des
affaires au Canada

mccarthy
tetrault

Commerce transfrontalier

Un guide du secteur des produits
de la consommation pour faire des
affaires au Canada

AVANT-PROPOS

Le groupe Commerce de détail et marché de consommation de McCarthy Tétrault S.E.N.C.R.L., s.r.l., a le plaisir de présenter la troisième édition du guide *Commerce transfrontalier : Un guide du secteur des produits de la consommation pour faire des affaires au Canada* (le « Guide »). Notre souhaitons remercier nos clients et ceux qui nous soutiennent de nous avoir donné l'occasion de travailler avec eux et ainsi d'avoir pu influencer le paysage des marchés de détail et de consommation partout au Canada.

Nous espérons que vous trouverez ce Guide instructif et utile et nous réjouissons à l'avance de cette nouvelle décennie de succès.

TABLE DES MATIÈRES

Introduction	1
Entrée sur le marché canadien : principales considérations	3
Incidences fiscales et structurelles	4
Douanes et commerce	4
Travail et emploi	5
Commerce électronique et numérique	5
Établissement des prix, marketing et publicité	6
Protection du consommateur	6
Propriété intellectuelle	7
Confidentialité et cybersécurité	7
Législation anti-pourriel	8
Législation moderne relative à l'esclavage	8
Fusions et acquisitions (F&A)	9
F&A de sociétés fermées	10
F&A de sociétés ouvertes	11
Solutions de rechange aux F&A pures et simples	13
Principales considérations pour les entreprises de biens de consommation	14
Concurrence et établissement des prix	16
Infractions criminelles	17
Abus de position dominante	18
Maintien des prix	20
Refus de vendre	21
Exclusivité, ventes liées et limitation du marché	22
Contrôle des fusions	23
Droit d'accès privé	25

Stratégie de marque et protection de la propriété intellectuelle	27
Marques de commerce	28
Brevets	30
Droit d'auteur	36
Dessins industriels	38
Noms de domaine	40
Autre propriété intellectuelle	41
Emballage et étiquetage	42
Aperçu de l'emballage et de l'étiquetage des biens de consommation	43
Articles textiles	48
Aliments	49
Produits de santé / produits d'autosoins	54
Cannabis	57
Tabac et produits de vapotage	58
Concours publicitaires sur les étiquettes de produits	64
Origine des marchandises importées	64
Lois provinciales sur l'étiquetage des produits	65
Modifications à venir	65
Chaîne d'approvisionnement, commerce et douanes	69
Droits et taxes à l'importation de marchandises	71
Autres exigences pour les marchandises importées	74
Interdiction d'importer et de vendre des marchandises fabriquées ou produites par des prisonniers ou du travail forcé	75
Recours commerciaux	78
Organisation mondiale du commerce	79
<i>Accord Canada-États-Unis-Mexique</i>	79
<i>Accord économique et commercial global entre le Canada et l'Union européenne</i>	81
<i>Accord de continuité commerciale Canada-Royaume-Uni</i>	82
<i>Accord de partenariat transpacifique global et progressiste</i>	83

Autres accords de libre-échange	83
<i>Accord de libre-échange canadien</i>	84
Sanctions économiques	84
Contrôles des exportations, des importations et du courtage de produits et technologies	85
<hr/>	
Travail et emploi	88
Normes d'emploi	89
Relations de travail	94
Droits de la personne	95
Normes d'accessibilité	98
Santé et sécurité au travail	99
Renseignements personnels	100
Avantages sociaux	102
Équité salariale	103
Erreurs de classification des sous-traitants	104
Aspects particuliers au Québec : exigences liées à la langue française	104
<hr/>	
Immigration des gens d'affaires	106
Introduction	107
Travailler au Canada	107
Travail pouvant faire l'objet d'une dispense de permis de travail	108
Travail nécessitant un permis de travail	111
Demande de permis de travail	116
Conclusion	120
<hr/>	
Commerce électronique	121
Législation provinciale sur le commerce électronique	122
Communication de renseignements avant la vente	124
Coordonnées	125
Description des biens et services	126
Modalités de livraison	126

Garanties, retours et autres politiques	127
Prix	127
Autres renseignements à communiquer avant la vente	128
Remise d'une copie du contrat	129
Acquisition de noms de domaine et respect des exigences en matière de présence canadienne	129
Législation canadienne sur la protection des renseignements personnels	130
Législation anti-pourriel	131
Législation sur la protection du consommateur	132
Législation sur l'accessibilité	133
Restrictions quant à la propriété étrangère sur la vente de produits culturels	134
<hr/>	
Responsabilité du fait des produits et conformité à la réglementation	135
Responsabilité du fait des produits	137
Biens de consommation : obligations prévues à la <i>Loi canadienne sur la sécurité des produits de consommation</i>	139
Aliments : obligations prévues par la <i>Loi sur les aliments et drogues</i> et la <i>Loi sur la salubrité des aliments au Canada</i>	144
Rappels de produits de consommation et d'aliments	146
Autres règlements applicables à certains produits	147
Exigences de conformité en vertu de la LSAC	148
Lois et règlements applicables à des catégories de produits de spécialité	149
<hr/>	
Cybersécurité, protection des renseignements personnels et des données	151
Un tissu de législation	152
Principes directeurs pour les entreprises	154
Émergence de nouveaux principes et concepts	158
Sujets d'actualité	164

Programmes de fidélisation	172
Ontario	173
Québec	174
<hr/>	
Lois sur la protection du consommateur	176
Pratiques déloyales	177
Déclaration fausse ou trompeuse à l'égard de produits et publicité trompeuse	178
Contrats conclus en ligne	181
Agences de protection du consommateur et législation	187
<hr/>	
Aménagement immobilier et location	190
Régimes d'enregistrement foncier	191
Lois sur l'aménagement du territoire	191
Opinions sur les titres de propriété et assurance du droit de propriété	193
Évaluations environnementales	194
Propriété de non-résidents	195
Taxes ou droits liés à la cession de biens immobiliers au Canada	195
Instruments de placement courants dans les biens immobiliers au Canada	197
Financement	197
<hr/>	
Règlement des différends et gestion des conflits	199
Règlement des différends	200
Règlement extrajudiciaire des différends	203
Gestion des conflits	204
<hr/>	
Publicité, marketing et concours	209
Messages électroniques	212
Publicité en ligne et influenceurs des médias sociaux	214
Écoblanchiment	215
Droit d'accès privé	215
Concours et promotions	216

Restrictions prévues au <i>Code criminel</i>	216
Exigences en vertu de la <i>Loi sur la concurrence</i>	217
Franchisage	219
Aperçu	220
Législation sur les franchises au Canada	221
Droit civil québécois	225
Langue	228
À l'extérieur du Québec	229
Au Québec	230
Au travail	230
Sur le marché	230
Trois cas particuliers	233
Cadre canadien des produits de santé naturels	234
Exigences liées aux licences de mise en marché	234
Processus d'évaluation et d'approbation	235
Produits de santé naturels et cannabis	236
Connaître les règles canadiennes applicables à la distribution des boissons alcooliques	239
Considérations diverses sur l'achat et la distribution au niveau provincial	241
Publicité des boissons alcooliques au Canada	242
Vente directe au consommateur	244
Connaissance des partenariats existants	245
Attention accrue à la réglementation	245
Considérations relatives aux données et à la cybersécurité	246
Profil McCarthy Tétrault	248
Notre groupe Commerce de détail et marché de consommation	249
Au cœur du secteur	250
Aperçu du secteur	250
Contacts à McCarthy Tétrault	252
Remerciements	252

INTRODUCTION



INTRODUCTION

Quelles sont les principales considérations dont les fabricants et distributeurs de biens de consommation menant des activités au Canada doivent tenir compte? Quels sont les occasions éventuelles à saisir et les possibles pièges à éviter?

Commerce transfrontalier : Un guide du secteur des biens de consommation pour faire des affaires au Canada (le « Guide ») a été élaboré par le groupe Commerce de détail et marché de consommation de notre cabinet, McCarthy Tétrault. Il s'agit d'un guide de base sur les aspects juridiques de l'établissement et de l'exploitation d'une entreprise du secteur des biens de consommation au Canada.

Nous avons conçu ce Guide afin qu'il soit, nous l'espérons, une ressource utile et conviviale. Le Guide passe en revue chacun des domaines du droit les plus susceptibles d'avoir une incidence sur vos décisions d'affaires.

L'analyse présentée dans chaque chapitre ne donne que des orientations générales et n'est donc pas une analyse exhaustive de toutes les règles de droit canadien auxquelles votre entreprise pourrait être tenue de se conformer. Aussi, nous vous recommandons de demander l'avis de l'un de nos avocats sur les aspects juridiques particuliers de l'investissement ou de l'activité que vous envisagez. Ayant des bureaux dans les principaux centres commerciaux du Canada et des bureaux de représentation à New York et à Londres, au Royaume-Uni, McCarthy Tétrault a une présence et des capacités importantes qui peuvent vous aider à établir et à exploiter avec succès une entreprise qui traite directement avec les consommateurs au Canada.

Pour de plus amples renseignements sur notre groupe Commerce de détail et marché de consommation, veuillez consulter notre [**profil**](#).

Sauf indication contraire, l'information présentée dans la présente publication est à jour au 1^{er} janvier 2025.

ENTRÉE SUR LE MARCHÉ CANADIEN : PRINCIPALES CONSIDÉRATIONS

Incidences fiscales et structurelles	4
Douanes et commerce	4
Travail et emploi	5
Commerce électronique et numérique	5
Établissement des prix, marketing et publicité	6
Protection du consommateur	6
Propriété intellectuelle	7
Confidentialité et cybersécurité	7
Législation anti-pourriel	8
Législation moderne relative à l'esclavage	8

Par Lara Nathans



ENTRÉE SUR LE MARCHÉ CANADIEN : PRINCIPALES CONSIDÉRATIONS

Au Canada, de nouveaux entrants font régulièrement leur entrée sur son marché des produits de consommation, dont des marques grand public qui étendent leurs activités à l'ensemble du pays. Que ce soit par voie d'acquisition, de distribution ou de commerce électronique (ou une combinaison de ces moyens), les entreprises de ce secteur qui prennent de l'expansion au Canada devront tenir compte d'un certain nombre de considérations d'ordre commercial et juridique. Nous abordons ci-après certaines des considérations juridiques qui reviennent le plus souvent. Bon nombre de ces questions seront reprises dans les différents chapitres du présent Guide.

Incidences fiscales et structurelles

Tenez compte des incidences fiscales et en droit des sociétés.

Les considérations relatives à la fiscalité et au droit des sociétés sont notamment les suivantes : i) déterminer s'il y a lieu d'exercer ses activités à titre de succursale ou de filiale, ii) déterminer le type d'entité et de territoire (dans le cas d'une filiale ou d'une nouvelle entité canadienne), iii) veiller à l'application et au respect des exigences canadiennes en matière d'inscription, comme les inscriptions extraprovinciales, l'inscription pour obtenir un numéro d'entreprise, l'inscription au titre de la taxe sur les produits et services, de la taxe de vente harmonisée, des taxes de vente provinciales, d'un programme d'indemnisation des accidentés du travail et, dans certaines provinces, de l'impôt-santé des employeurs, iv) respecter les exigences applicables en matière de prix de transfert et d'évaluation en douane et v) élaborer des structures interentreprises efficaces pour la vente, la prestation de services et l'octroi de licences de propriété intellectuelle. Certains territoires et provinces canadiens ont des exigences en matière de résidence des administrateurs de sociétés. Les incidences fiscales devraient également tenir compte de la *Règle générale anti-évitement* figurant dans la *Loi de l'impôt sur le revenu* qui empêche les opérations d'évitement fiscal abusives.

Douanes et commerce

Tenez compte des questions administratives et réglementaires dans la conception de votre chaîne d'approvisionnement. Divers



organismes gouvernementaux réglementent et/ou appliquent des lois qui ont une incidence sur l'importation de marchandises, depuis les spécifications des produits jusqu'à l'application des droits de douane et autres droits imposés à la frontière. Certaines catégories de marchandises, comme les vêtements et les accessoires, ont des taux de droits relativement élevés, qui devraient être pris en compte dans la stratégie et les projections.

Travail et emploi

Assurez-vous que vos politiques et conventions en matière d'emploi sont conformes à la législation canadienne. Les lois en matière d'emploi au Canada peuvent être très différentes de celles d'autres territoires. Il est essentiel que les politiques, les conventions et les manuels en matière d'emploi soient conformes à la législation fédérale et provinciale applicable. Au Canada, alors que certains employeurs sont réglementés au niveau fédéral, la vaste majorité des travailleurs relèvent de la réglementation provinciale. Chaque province réglemente les questions relatives au travail et à l'emploi d'une manière semblable, mais non identique. Si votre entreprise possède plusieurs emplacements au Canada, les politiques et conventions en matière d'emploi doivent être conformes aux lois de ces territoires.

Il n'y a pas d'emploi « à volonté » au Canada. À la différence des États-Unis et d'autres pays, sauf si le contrat d'emploi précise une indemnité de cessation d'emploi particulière ou si la cessation d'emploi est motivée juridiquement, l'employeur doit donner un avis raisonnable de cessation d'emploi ou une indemnité de préavis.

Commerce électronique et numérique

Canadianisez vos modalités et conditions. Les questions relatives à la création d'un site Web canadien de commerce électronique comprennent la conformité avec la législation provinciale canadienne sur le commerce électronique et la protection du consommateur, la sécurité, l'acquisition d'un nom de domaine, le respect de l'« exigence de présence canadienne », des restrictions en matière de propriété étrangère sur la vente de « produits culturels » et des exigences liées à la langue française applicables à la vente en direction du Québec ou au Québec, ainsi que les questions juridiques relatives à la protection des renseignements

personnels, à l'accessibilité, à la commercialisation, à la publicité, aux concours et aux programmes promotionnels (notamment en ce qui concerne les ententes avec les influenceurs).

Établissement des prix, marketing et publicité

Élaborez un programme de conformité solide pour votre stratégie de publicité et d'établissement des prix. La législation canadienne sur la publicité régleme divers aspects de la publicité et du prix des biens de consommation, notamment la publicité des prix de vente et des prix d'occasion et les indications relatives au prix « habituel ». Les lois canadiennes sur la concurrence s'appliquent également aux questions de fixation des prix et de maintien des prix, y compris les politiques sur les prix annoncés minimaux. Les détaillants doivent comprendre ces paramètres lorsqu'ils établissent leurs stratégies de commercialisation et d'établissement des prix. Au Canada, la publicité et la promotion sont régies au niveau fédéral par la *Loi sur la concurrence* et au niveau provincial par les lois provinciales sur la protection du consommateur. Les concours et les primes sont régis au niveau fédéral à la fois par le *Code criminel* et la *Loi sur la concurrence*. En outre, il existe des questions particulières concernant les concours et la publicité destinés aux mineurs qui nécessitent une attention particulière.

L'étiquetage, le marketing et la publicité sont soumis à des exigences linguistiques différentes au Québec. Dans la province de Québec, les inscriptions figurant sur les étiquettes doivent être rédigées en français, et aucune inscription dans une autre langue ne doit l'emporter sur une inscription rédigée en français. Cette règle peut également s'appliquer aux annonces publiques, à la documentation sur les produits et aux sites Web.

Protection du consommateur

Tenez-vous au courant de la législation canadienne sur la protection du consommateur. Si votre activité comprend la vente directe aux consommateurs, les différents régimes de protection du consommateur au Canada entrent en jeu, y compris les lois fédérales et provinciales applicables au Canada sur la protection du consommateur. Comme pour le droit du travail, la législation sur la protection du consommateur varie d'une province à l'autre, et il convient de veiller à adopter une approche cohérente et adaptée pour vos activités dans l'ensemble du Canada.



Propriété intellectuelle

Votre entreprise peut bénéficier au Canada d'une protection de la propriété intellectuelle. Il existe quatre formes principales de protection de la propriété intellectuelle au Canada : les marques de commerce, les brevets, les dessins industriels et les droits d'auteur. La plupart des lois régissant la propriété intellectuelle sont des lois fédérales dont le respect est assuré par l'Office de la propriété intellectuelle du Canada. Le Canada est également partie à divers traités internationaux sur la propriété intellectuelle, comme *l'Accord de l'Organisation mondiale du commerce sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce*, ce qui solidifie la position du Canada en matière de protection de la propriété intellectuelle. Enfin, les lois provinciales jouent aussi un rôle dans la protection de la propriété intellectuelle, principalement en assurant le respect des droits de propriété intellectuelle et en réglementant d'autres domaines de la propriété intellectuelle, tels que les contrats de propriété intellectuelle, les noms commerciaux et les droits de la personnalité.

Confidentialité et cybersécurité

Élaborez un plan de conformité en matière de protection des renseignements personnels et de cybersécurité adapté au Canada (ou adaptez votre plan existant à vos activités canadiennes). Le Canada dispose d'une législation sur la protection des renseignements personnels qui s'applique aux détaillants d'un océan à l'autre, ainsi que des lois particulières dans certaines provinces. Dans l'élaboration de votre plan, vous devez commencer par une description claire de la manière dont vous traitez les renseignements personnels, puis aligner vos processus de consentement suivant la législation canadienne et rédiger une politique de protection de confidentialité accessible aux clients. Vous devez également mettre à jour votre plan d'intervention en cas d'incident, car le Canada rend obligatoire la déclaration des fuites de données. De plus, il est important de ne pas faire l'erreur de penser que ce qui est conforme aux termes du *Règlement général sur la protection des données* de l'Union européenne l'est nécessairement aux termes de la législation du Canada.

Législation anti-pourriel

La législation canadienne anti-pourriel s'applique à vous, même avant votre entrée au Canada. En effet les lois s'appliquent même aux organisations situées à l'étranger pour les messages reçus au Canada. En outre, la législation anti-pourriel du Canada s'applique à tous les messages électroniques commerciaux (et pas seulement aux messages couramment considérés comme des pourriels), et elle est l'une des plus strictes au monde. Vous devrez donc mettre en place un programme de conformité soigneusement conçu. Les sanctions peuvent atteindre 10 millions \$ CA et l'autorité de réglementation applique la loi à des entreprises légitimes pour leurs pratiques en matière de courrier électronique et de messagerie textuelle.

Législation moderne relative à l'esclavage

La Loi sur la lutte contre le travail forcé et le travail des enfants dans les chaînes d'approvisionnement (la « Loi ») peut imposer de nouvelles obligations de déclaration à votre entreprise. La Loi, entrée en vigueur le 1^{er} janvier 2024, confirme l'engagement international du Canada de contribuer à la lutte contre le travail forcé et le travail des enfants. Les entreprises qui sont admissibles en tant qu'« entités » déclarantes aux termes de la Loi sont tenues de respecter leurs obligations de déclaration au plus tard le 31 mai de chaque année. Le gouvernement du Canada a publié des *Lignes directrices* sur les exigences de la Loi, qui comprennent une ligne directrice aidant à déterminer si un organisme est une « entité » déclarante. Entre autres, les entités déclarantes devront préparer un rapport conforme à toutes les exigences de la Loi, remplir un questionnaire en ligne et publier leur rapport à un endroit bien en vue sur leur site Web. Le non-respect de la Loi peut entraîner l'imposition d'une amende pouvant aller jusqu'à 250 000 \$ CA. Les administrateurs, dirigeants ou mandataires peuvent également être tenus responsables sous le régime de la Loi.

POUR PLUS D'INFORMATION, VEUILLEZ COMMUNIQUER AVEC :

Lara Nathans

416-601-8470

lnathans@mccarthy.ca

FUSIONS ET ACQUISITIONS (F&A)

F&A de sociétés fermées	10
F&A de sociétés ouvertes	11
Solutions de rechange aux F&A pures et simples	13
Principales considérations pour les entreprises de biens de consommation	14

Par Chrystelle Chevalier-Gagnon



FUSIONS ET ACQUISITIONS (F&A)

Ces dernières années, le secteur des biens de consommation a connu une importante activité de F&A, dont des acquisitions par des investisseurs financiers et des acheteurs stratégiques, ainsi qu'une consolidation stratégique sur les principaux marchés pour stimuler la croissance.

De plus en plus, des solutions de rechange aux simples F&A sont envisagées, notamment des partenariats stratégiques, des coentreprises et des coentreprises dites « synthétiques » (c.-à-d. concession de licences et distribution), qui permettent aux entreprises de biens de consommation d'élargir leur audience et leur présence sur le marché sans assumer les coûts d'une acquisition à grande échelle. Ces partenariats peuvent prendre diverses formes, comme le comarquage, les campagnes de marketing conjointes ou les gammes de produits exclusifs.

Le texte qui suit présente des structures d'acquisition particulières et aborde les principales questions d'ordre juridique relatives aux F&A au Canada, en plus des principaux points dont doivent tenir compte les entreprises de biens de consommation qui réalisent ces transactions.

F&A de sociétés fermées

Au Canada, une entreprise fermée est généralement détenue par moins de 50 actionnaires et ses titres ne sont pas offerts ni vendus au public.

Une acquisition peut prendre la forme d'une acquisition d'actifs ou d'actions de la société cible (d'autres structures sont également possibles, comme une fusion ou un plan d'arrangement). Les incidences fiscales et réglementaires doivent être évaluées attentivement avant de déterminer la structure de transaction souhaitée.

Une transaction visant des actifs permet habituellement à l'acquéreur d'inclure ou d'exclure certains éléments d'actif et de passif de la transaction. La vente de la quasi-totalité des actifs d'une société nécessite généralement l'approbation de 66 ⅔ % de ses actionnaires.

Aux termes d'une convention d'achat d'actions, l'acquéreur acquiert la société cible dans son ensemble auprès de ses actionnaires, y compris la totalité des éléments d'actif et de passif de la société.

Il n'est pas rare qu'une entreprise soit vendue dans le cadre d'un processus de vente imaginé par des conseillers financiers qui recherchent la meilleure offre pour l'entreprise; cependant, les transactions sont aussi fréquemment négociées directement entre les parties.

F&A de sociétés ouvertes

Offres publiques d'achat

Les lois sur les valeurs mobilières provinciales et territoriales harmonisées régissent la conduite de toute offre publique d'achat (une « OPA »). Une OPA s'entend généralement d'une offre faite à une personne dans une province ou un territoire canadien d'acquérir des titres comportant droit de vote ou des titres de capitaux propres d'une catégorie de titres, qui, si elle est acceptée, ferait en sorte que l'acquéreur (ainsi que les personnes agissant conjointement ou de concert avec lui) soit propriétaire de 20 % ou plus des titres en circulation de cette catégorie de titres d'un émetteur au Canada. L'OPA doit offrir une contrepartie identique à tous les porteurs de titres, sans qu'aucun « avantage accessoire » ne soit autorisé pour un porteur de titres en particulier, et la durée de validité de l'offre doit être de 105 jours, délai qui peut être ramené par la société cible à 35 jours. Une OPA est assujettie à une condition de dépôt obligatoire selon laquelle un minimum de 50 % de tous les titres en circulation de la société cible détenus par des personnes autres que l'initiateur et ses alliés doivent être déposés et ne pas être retirés avant que l'initiateur puisse prendre livraison des titres dans le cadre de l'OPA. L'OPA doit également être prolongée par l'initiateur d'au moins 10 jours supplémentaires après qu'il a rempli la condition de dépôt minimal et que toutes les autres modalités et conditions de l'offre ont été respectées ou fait l'objet d'une renonciation.

L'initiateur doit fournir aux porteurs de titres de la société cible une circulaire contenant les renseignements prescrits sur l'offre, ainsi que de l'information au moyen d'un prospectus concernant l'acquéreur (y compris des états financiers pro forma) si ses titres font partie de la contrepartie offerte. Le conseil d'administration de la société cible doit également transmettre aux porteurs de titres une circulaire comprenant la recommandation du conseil quant à la question de savoir si les porteurs

de titres devraient accepter l'offre ou, si le conseil refuse de faire une recommandation, une explication de la raison pour laquelle aucune recommandation n'a été faite. Les exigences de la Bourse de Toronto (la « TSX ») s'appliqueront également dans certaines circonstances. Par exemple, si l'initiateur est une société inscrite à la cote de la TSX et qu'il émet des actions dans le cadre de l'offre (qu'elle soit structurée comme une OPA ou un « regroupement d'entreprises » comme il est indiqué ci-après) de façon à entraîner une dilution de plus de 25 % pour ses actionnaires, la TSX exige que l'initiateur obtienne l'approbation de ses propres actionnaires avant de présenter une telle offre. Certaines OPA sont dispensées de l'obligation de se conformer aux exigences susmentionnées¹.

En règle générale, en vertu des lois sur les sociétés, lorsqu'un initiateur acquiert avec succès 90 % des actions avec droit de vote d'une société cible (sauf les actions qu'il détient ou que des membres de son groupe détenaient avant de présenter l'offre) dans le cadre d'une OPA faite à tous les actionnaires, les actions de ceux qui n'ont pas déposé leurs actions en réponse à l'offre peuvent être acquises au même prix que dans le cadre de l'offre conformément à une procédure d'acquisition obligatoire prévue par la loi. Lorsque cette procédure n'est pas offerte parce que le seuil de 90 % n'a pas été atteint, mais qu'au moins 66 ⅔ % des actions en circulation ont été acquises dans le cadre de l'offre, les actions des autres actionnaires qui n'ont pas déposé leurs actions en réponse à l'offre peuvent également être acquises par voie de regroupement d'entreprises (voir ci-après) au même prix que dans le cadre de l'offre.

Autres regroupements d'entreprises

Les acquisitions de sociétés ouvertes canadiennes sont souvent effectuées non pas au moyen d'une OPA, mais d'une procédure prévue

1 Il s'agit notamment : i) de transactions visant l'acquisition de titres auprès d'au plus cinq porteurs de titres de la société cible, à la condition que le prix payé ne dépasse pas 115 % du cours en vigueur (ou de la valeur des titres en l'absence d'un marché organisé), ii) d'achats dans le cours normal des activités sur une bourse à un cours qui ne dépasse pas 5 % des titres en circulation de l'émetteur au cours d'une période de 12 mois, iii) d'acquisitions de titres qui ne se négocient pas sur marché organisé, d'une société qui n'est pas un émetteur assujéti et qui compte moins de 50 porteurs de titres, compte non tenu des employés actuels ou anciens et iv) des OPA à l'étranger, notamment si le nombre de titres détenus en propriété véritable par des porteurs de titres canadiens est raisonnablement considéré comme inférieur à 10 % du total des titres en circulation visés par l'offre, et les porteurs de titres canadiens ont le droit de participer selon des modalités au moins aussi favorables que les autres porteurs de titres.



par la loi, comme une fusion, un regroupement ou un plan d'arrangement, conformément à la loi sur les sociétés régissant la société visée. Ces transactions doivent être approuvées par les actionnaires de la société cible à une assemblée tenue à cette fin. Dans ce cas, une circulaire de sollicitation de procurations par la direction contenant l'information prescrite sera établie par la société cible et envoyée par la poste à ses actionnaires. Le plan d'arrangement offre une souplesse maximale à l'égard de divers aspects d'une transaction qui pourraient ne pas être réalisables dans le cadre d'une autre procédure prévue par la loi. Les plans d'arrangement exigent à la fois l'approbation du tribunal (dans la mesure où l'arrangement a été déclaré « juste et raisonnable » pour les parties concernées) et l'approbation des actionnaires (généralement par un vote majoritaire de 66 $\frac{2}{3}$ %).

Opérations entre parties liées

Les lois sur les valeurs mobilières de certaines provinces canadiennes prévoient des règles complexes régissant les opérations entre une société ouverte et des parties qui lui sont liées (c.-à-d. les principaux actionnaires, les administrateurs et les dirigeants) et qui atteignent un certain seuil. Ces règles visent à empêcher les parties liées de recevoir un avantage d'une société ouverte au détriment de ses actionnaires minoritaires sans leur approbation.

Si l'acquéreur dans le cadre du regroupement d'entreprises est lié à la société cible ou si une partie liée reçoit un « avantage accessoire », certaines règles spéciales s'appliqueront généralement, comme l'approbation par une majorité d'actionnaires minoritaires (c.-à-d. des actionnaires non reliés à l'acquéreur ou une partie liée qui reçoit un avantage accessoire), en plus de l'approbation des actionnaires requise en vertu du droit des sociétés applicable. Lorsque la partie liée acquiert la société cible ou est partie à une « opération rattachée » concomitante d'un certain seuil, une évaluation officielle des actions de la société cible, établie par un évaluateur indépendant sous la supervision du conseil d'administration de la société cible ou d'un comité indépendant d'administrateurs, peut être exigée.

Solutions de rechange aux F&A pures et simples

Ces structures peuvent être personnalisées et adaptées aux besoins des parties; il n'y a pas de solution unique. Il peut s'agir d'un placement

minoritaire, d'un placement majoritaire, d'un partenariat à parts égales ou d'un contrat de concession de licence ou de distribution, pour ne nommer que ces solutions. Ainsi, une coentreprise peut être idéale pour des projets ou des objectifs nécessitant des connaissances spécialisées, un accès au marché ou des capacités technologiques qu'une seule société peut ne pas posséder.

Les conventions régissant ces relations peuvent être complexes et doivent être rédigées avec soin pour tenir compte de la foule de possibilités et de résultats, y compris les droits en matière de gouvernance, de liquidité et de dilution, la procédure décisionnelle et les droits de résiliation en cas de défaut ou autrement. Les avantages et les inconvénients de chaque structure doivent être examinés attentivement et discutés avec des conseillers.

Principales considérations pour les entreprises de biens de consommation

Les principaux enjeux dont les entreprises de biens de consommation devraient tenir compte dans le cadre de l'acquisition de nouvelles entreprises ou activités sont les suivants :

- La vérification diligente et les déclarations et garanties concernant la conformité des produits, les permis et licences, les indications ou allégations sur les étiquettes, la protection du consommateur, la protection des données, la confidentialité, la législation relative à la protection de la langue française et la législation anti-pourriel;
- D'autres questions importantes comprennent la protection de la marque, l'écoblanchiment et les questions de droit de l'emploi, le cas échéant;
- Les éventuels consentements qui peuvent être requis, comme les consentements de clients et les relations avec les tiers qui nécessitent un tel consentement;
- Les clauses restrictives ou les clauses de la nation la plus favorisée figurant dans les conventions conclues par la cible ou le vendeur qui poseront un problème à l'acheteur;

- Le transfert de certains permis et licences, même en raison d'un changement de contrôle, peut nécessiter l'approbation de l'autorité gouvernementale compétente; certains types de permis et de licences ne peuvent être cédés et un nouveau permis ou une nouvelle licence de même nature devra être obtenu;
- Les acquisitions d'entreprises canadiennes sont assujetties à la *Loi sur la concurrence* (Canada) et les acquisitions par des acquéreurs étrangers sont assujetties à la *Loi sur Investissement Canada* (Canada). Voir **Concurrence et établissement des prix** pour de plus amples renseignements sur l'application de la *Loi sur la concurrence*. Certaines activités (telles que la publication, la distribution ou la vente de livres, de revues, de périodiques ou de journaux, sous forme imprimée ou assimilable par une machine, la production, la distribution, la vente ou la présentation de films ou d'enregistrements vidéo, la production, la distribution, la vente ou la présentation d'enregistrements de musique audio ou vidéo, l'édition, la distribution ou la vente de compositions musicales sous forme imprimée ou assimilable par une machine, les radiocommunications dont les transmissions sont destinées à être captées directement par le grand public, notamment les activités de radiodiffusion, de télédiffusion et de câblodistribution et les services de programmation et de diffusion par satellite) sont considérées comme des « entreprises culturelles » en vertu de la *Loi sur Investissement Canada*, ce qui a une incidence sur les seuils d'avis, d'examen et d'approbation pertinents sous le régime de cette loi.

POUR PLUS D'INFORMATION, VEUILLEZ COMMUNIQUER AVEC :

Chrystelle Chevalier-Gagnon

514-397-4159

cchevaliergagnon@mccarthy.ca

CONCURRENCE ET ÉTABLISSEMENT DES PRIX

Infractions criminelles	17
Abus de position dominante	18
Maintien des prix	20
Refus de vendre	21
Exclusivité, ventes liées et limitation du marché	22
Contrôle des fusions	23
Droit d'accès privé	25

Par Casey Halladay



CONCURRENCE ET ÉTABLISSEMENT DES PRIX

La *Loi sur la concurrence* fédérale (la « LSC ») renferme des dispositions criminelles et civiles visant à empêcher certaines pratiques de publicité trompeuse (examinées plus en détail dans la rubrique **Publicité, marketing et concours**) et prévoit des interdictions sur la façon dont les concurrents peuvent traiter entre eux et dont les entreprises traitent leurs clients et leurs fournisseurs. Des sanctions criminelles sont prévues à l'encontre des personnes qui concluent avec des concurrents des accords de fixation des prix, de restriction de l'offre, d'attribution de clients ou de marchés, ou qui se livrent à un truquage des offres, à du télémarketing trompeur ou à de la publicité trompeuse sciemment et sans se soucier des conséquences. Les accords conclus entre des employeurs (non affiliés) en vue de fixer les salaires ou les principales conditions d'emploi ainsi que les accords bilatéraux de non-débauchage sont également des infractions criminelles. Les dispositions non criminelles ou civiles de la LSC permettent au Tribunal de la concurrence, à la demande du Commissaire de la concurrence, d'examiner certaines pratiques commerciales et, dans certaines circonstances, de rendre des ordonnances interdisant ou corrigeant une conduite afin d'éliminer ou de réduire son effet anticoncurrentiel. Les pratiques susceptibles d'examen comprennent les fusions, les accords entre concurrents (et, dans certains cas, entre non-concurrents) qui sortent du champ d'application des dispositions sur les cartels criminels, l'abus de position dominante et un certain nombre de pratiques verticales entre fournisseurs et clients, comme le maintien des prix, les ventes liées, le refus de vendre et les accords d'exclusivité. Le Tribunal de la concurrence a le pouvoir d'imposer des sanctions pécuniaires en cas d'abus de position dominante, d'accords anticoncurrentiels civils et de publicité trompeuse. Les parties privées peuvent s'adresser au Tribunal de la concurrence pour contester certains types de comportements susceptibles d'examen, comme le maintien des prix, la négociation exclusive, les ventes liées, le refus de vendre et l'abus de position dominante (et, dans certains cas, pour obtenir des ordonnances de restitution).

Infractions criminelles

Constitue un crime le fait de conclure un accord ou un arrangement avec un concurrent, existant ou potentiel, en vue de fixer les prix pour

la fourniture d'un produit ou d'un service, d'attribuer des clients ou des marchés pour la production ou la fourniture d'un produit ou d'un service, ou de restreindre la production ou la fourniture d'un produit ou d'un service. Le truquage des offres en réponse à des appels d'offres publics ou privés constitue également un crime. Ces accords entre concurrents sont interdits, quel que soit leur effet sur la concurrence (et sous réserve de très peu de moyens de défense). Le télémarketing trompeur et la publicité trompeuse faits sciemment ou sans se soucier des conséquences sont également des infractions, de même que les accords conclus entre des employeurs qui ne sont pas affiliés pour fixer les salaires ou les principales conditions d'emploi et les accords bilatéraux de non-débauchage.

Les personnes reconnues coupables de ces activités sont passibles d'une peine d'emprisonnement pouvant aller jusqu'à 14 ans et/ou d'une amende de plusieurs millions de dollars, à la discrétion du tribunal. Une contravention aux dispositions criminelles de la LSC peut également donner lieu à une poursuite civile en dommages-intérêts de la part des personnes ayant subi un préjudice du fait de cette infraction. Les recours collectifs en matière de concurrence fondés sur des allégations de fixation des prix sont fréquents.

La participation à une association commerciale ou à des organisations similaires où des concurrents se réunissent peut représenter un risque important lié à un comportement potentiel ou perçu de fixation des prix. Même si les associations commerciales sont légitimes et servent un objectif utile, elles constituent peut-être le terrain le plus fertile à des allégations de conspiration visant la fixation des prix. Les autorités chargées de la concurrence et de la lutte antitrust connaissent bien les associations commerciales et les surveillent de près. Les entreprises doivent veiller à ce que des mesures de protection appropriées soient en place pour éviter d'être exposées aux risques d'infraction à la législation sur la concurrence.

Abus de position dominante

L'abus d'une position dominante sur un marché constitue une pratique susceptible d'un examen de la part des autorités de la concurrence qui pourrait donner lieu à une ordonnance (y compris des sanctions pécuniaires pouvant aller jusqu'à 25 millions \$ CA ou trois fois la valeur du



bénéfice tiré de la pratique ou, si celle-ci ne peut pas être raisonnablement déterminée, 3 % des recettes globales, selon le montant le plus élevé) du Tribunal de la concurrence, si elle diminue sensiblement la concurrence. Tout d'abord, il doit y avoir une *position dominante* ou le *contrôle d'un marché*. Un monopole n'est pas une condition préalable, mais la part de marché et les obstacles à l'entrée doivent être suffisamment importants pour que la société ou les sociétés dominantes puissent, dans une large mesure, dicter les conditions du marché et exclure les concurrents.

L'abus de position dominante doit également se manifester par une *pratique d'agissements anticoncurrentiels*. En soi, le fait de dominer un marché ne constitue pas nécessairement une infraction à la LSC; cela devient un problème lorsqu'une société adopte des tactiques commerciales d'éviction et d'exclusivité. Lorsqu'une entreprise dominante tente d'exclure des concurrents éventuels ou d'éliminer la concurrence existante, le Tribunal de la concurrence peut rendre des ordonnances correctives ou imposer des sanctions administratives pécuniaires. Il n'est pas toujours facile de distinguer les pratiques concurrentielles des pratiques anticoncurrentielles. Il n'y a rien de mal à ce que la concurrence soit rude, même de la part d'une entreprise dominante. Toutefois, lorsque l'intention d'une société est d'éliminer la concurrence ou d'empêcher l'entrée ou l'expansion d'un rival sur un marché, il peut s'agir d'un abus de position dominante. Le Commissaire à la concurrence n'a qu'à prouver que la société s'est livrée à des actes anticoncurrentiels destinés à avoir un effet négatif ou que ces actes ont eu un effet négatif plus général pour obtenir une ordonnance d'interdiction.

La LSC contient une liste non exhaustive d'actes anticoncurrentiels. En particulier, l'exclusivité, qui consiste à exiger de ses fournisseurs qu'ils ne traitent qu'avec elle et non avec ses concurrents (p. ex. les accords d'exclusivité imposés aux fournisseurs par leurs clients), est explicitement considérée comme un acte anticoncurrentiel. Parmi les autres exemples tirés de la liste non exhaustive d'actes anticoncurrentiels, citons la vente à des prix inférieurs aux coûts d'acquisition afin de discipliner ou d'éliminer un concurrent, ainsi que le fait pour un fournisseur verticalement intégré de facturer des prix plus avantageux à ses propres divisions de vente au détail. Les prix d'éviction sont également une pratique susceptible de constituer un acte anticoncurrentiel. Les prix excessifs ont aussi été ajoutés récemment au rang des pratiques susceptibles de constituer des



actes anticoncurrentiels; toutefois, comme il n'existe pas encore de lignes directrices sur ce point, on ne sait pas exactement quel sera le critère pour déterminer le caractère « excessif » d'un comportement. De plus, tout « comportement » d'une entreprise dominante qui a un effet anticoncurrentiel sur un marché concurrentiel plausible peut également donner lieu à des mesures d'application de la loi ou à une ordonnance d'interdiction. La LSC ne définit pas le terme « comportement » et n'en limite pas non plus la portée.

IL N'Y A RIEN DE MAL À LIVRER UNE RUDE CONCURRENCE, MÊME POUR UNE SOCIÉTÉ DOMINANTE. TOUTEFOIS, LORSQUE L'INTENTION DE LA SOCIÉTÉ EST D'ÉLIMINER LA CONCURRENCE OU D'EMPÊCHER L'ENTRÉE OU L'EXPANSION DE CONCURRENTS DANS UN MARCHÉ, IL PEUT Y AVOIR ABUS DE POSITION DOMINANTE.

Maintien des prix

Le maintien des prix est l'une des principales pratiques civiles (ou « susceptible d'examen ») en vertu de la LSC visant les relations entre fournisseurs et clients. Le maintien des prix se produit lorsqu'une personne fait monter ou empêche qu'on ne réduise les prix de vente ou les prix annoncés d'une autre personne, au moyen d'une menace, d'une promesse ou d'une entente, ou lorsqu'une personne refuse de fournir un produit à une autre personne ou prend quelque autre mesure discriminatoire à son endroit, en raison de son régime de bas prix, dans chaque cas avec pour conséquence que le comportement a vraisemblablement pour effet de nuire à la concurrence dans un marché. Par exemple, il peut y avoir maintien des prix lorsqu'un fournisseur empêche un détaillant de vendre un produit à un prix inférieur à un prix minimal (c.-à-d. politique de prix annoncé minimal). Il peut également se produire lorsqu'un détaillant, comme condition pour faire affaire avec un fournisseur, incite ce dernier à refuser de fournir un produit à un autre détaillant en raison de la politique de prix bas de ce dernier.

Le Bureau de la concurrence reconnaît que les pratiques de maintien des prix sont courantes dans de nombreux marchés et peuvent même, dans certaines circonstances, encourager la concurrence. Selon la nature du produit en cause, ces pratiques peuvent favoriser des aspects de la concurrence intra-marque qui ne sont pas liés au prix et peuvent remédier au « resquillage » chez les détaillants. Le maintien des prix peut également stimuler la concurrence intra-marque entre des

marques concurrentes de produits en encourageant, par exemple, les détaillants à entreprendre des activités promotionnelles pour un produit donné ou à suivre une formation supplémentaire sur les produits afin d'améliorer la qualité du service après-vente. Toutefois, dans certaines circonstances, le maintien des prix peut avoir une incidence défavorable sur la concurrence. Par exemple, le maintien des prix peut se révéler anticoncurrentiel (c.-à-d. « nuire à la concurrence ») si : i) le maintien des prix atténue la concurrence par les prix entre les fournisseurs, ii) les détaillants poussent un fournisseur à adopter des pratiques de maintien des prix pour atténuer la concurrence par les prix entre eux ou iii) un fournisseur en place a recours à une pratique de maintien des prix pour garantir des marges aux détaillants et ainsi s'assurer que ces derniers ne vendent pas les produits de ses rivaux ou de ses nouveaux concurrents.

Lorsque le Tribunal de la concurrence conclut, à la demande du Commissaire de la concurrence ou de parties privées, qu'un comportement de maintien des prix est susceptible de nuire à la concurrence, il peut rendre une ordonnance corrective interdisant le comportement ou obligeant le fournisseur ou le détaillant (selon le cas) à faire affaire avec une autre personne selon les modalités commerciales habituelles. Le Tribunal de la concurrence ne peut imposer d'amendes ni imposer d'autres sanctions pécuniaires pour maintien illégal des prix. Toutefois, lorsqu'un comportement attire l'attention du Bureau de la concurrence, il est important de garder à l'esprit que les entreprises pourraient devoir consacrer le temps et les frais nécessaires pour répondre à l'enquête du Bureau de la concurrence et/ou à la demande présentée au Tribunal de la concurrence.

Refus de vendre

Le refus de vendre se produit le plus souvent lorsqu'un détaillant ou un distributeur se voit refuser l'approvisionnement d'un produit et que son entreprise est gravement affectée parce qu'aucun fournisseur potentiel n'est disposé à traiter avec elle. Pour que la LSC s'applique, les conditions

LES PRATIQUES DE
MAINTIEN DES PRIX
SONT COURANTES
DANS DE NOMBREUX
MARCHÉS ET PEUVENT
MÊME STIMULER
LA CONCURRENCE;
TOUTEFOIS,
DANS CERTAINES
CIRCONSTANCES,
LE MAINTIEN DES
PRIX PEUT NUIRE À
LA CONCURRENCE.



suivantes doivent être remplies :

- Le client potentiel a démontré qu'il a été sensiblement gêné dans tout ou partie de son entreprise ou ne peut exploiter une entreprise du fait que cette dernière est incapable de se procurer le produit en quantité suffisante où que ce soit sur le marché, à des conditions de commerce normales;
- Le client potentiel est incapable de se procurer le produit en quantité suffisante en raison de l'insuffisance de la concurrence entre les fournisseurs de ce produit sur le marché;
- Le client potentiel accepte et est en mesure de respecter les conditions de commerce normales imposées par le ou les fournisseurs de ce produit;
- Le produit est disponible en quantité amplement suffisante;
- Le refus de vendre a ou aura vraisemblablement pour effet de nuire à la concurrence dans un marché.

Si le Tribunal de la concurrence conclut, à la demande du Commissaire de la concurrence ou de parties privées, que les conditions énoncées ci-dessus sont remplies, il peut interdire au fournisseur de continuer à adopter le comportement ou ordonner au fournisseur d'accepter le client auquel il a refusé de fournir aux conditions commerciales habituelles.

Exclusivité, ventes liées et limitation du marché

L'exclusivité est la pratique par laquelle le fournisseur d'un produit exige d'un client qu'il fasse, seulement ou à titre principal, le commerce de produits fournis ou indiqués par le fournisseur ou la personne qu'il désigne, ou l'incite à le faire (selon des modalités et conditions plus favorables).

Les ventes liées sont la pratique par laquelle le fournisseur d'un produit exige d'un client, comme condition à ce qu'il lui fournisse ce produit, qu'il acquière du fournisseur un deuxième produit ou qu'il s'abstienne d'utiliser ou de distribuer un autre produit avec le produit fourni, ou l'incite à le faire.

La limitation du marché est la pratique qui consiste, pour le fournisseur d'un produit, à exiger d'un client qu'il vende des produits particuliers

uniquement sur un marché déterminé ou encore à exiger une pénalité de quelque sorte de ce client si ce dernier vend les produits hors d'un marché déterminé.

Pour que les dispositions de la LSC liées à l'exclusivité, aux ventes liées et à la limitation du marché s'appliquent, toutes les conditions suivantes doivent être remplies :

- Un fournisseur important se livre à la pratique ou la pratique est répandue;
- Le comportement en cause est une « pratique ». Différentes actions examinées ensemble, ainsi que la répétition d'une seule action, peuvent constituer une « pratique »;
- En cas d'exclusivité ou de ventes liées, la pratique a pour effet de faire obstacle à l'entrée ou au développement d'une entreprise sur le marché, de faire obstacle au lancement d'un produit sur un marché ou à l'expansion des ventes, ou a sur un marché un quelque autre effet tendant à exclure;
- Cette pratique a, ou aura vraisemblablement, pour effet de réduire sensiblement la concurrence.

Étant donné que l'exclusivité, les ventes liées et la limitation du marché peuvent être utilisées de manière à favoriser la concurrence, la LSC prévoit certaines exceptions.

Même si l'exclusivité, les ventes liées et la limitation du marché ne sont pas illégales et ne donneraient lieu à une ordonnance d'interdiction que dans des circonstances où toutes les conditions sont remplies, il est prudent d'examiner les risques sur le plan du droit de la concurrence avant d'adopter une telle pratique, étant donné la possibilité qu'une enquête soit ouverte par le Bureau de la concurrence et/ou qu'une demande soit présentée au Tribunal de la concurrence par le Bureau de la concurrence ou des parties privées. Se défendre contre des allégations de comportement anticoncurrentiel, même si elles ne sont pas fondées, est coûteux et perturbateur.

Contrôle des fusions

Le Commissaire de la concurrence peut examiner et contester toutes les fusions (c.-à-d. l'acquisition du contrôle d'un intérêt relativement



important dans la totalité ou quelque partie d'une entreprise), qu'ils soient assujettis ou non aux conditions de préavis prévus à la LSC (voir ci-après). Il peut le faire dans un délai d'un an suivant la clôture pour les transactions devant faire l'objet d'un avis et de trois ans suivant la clôture pour les transactions ne devant pas faire l'objet d'un avis. Si le Commissaire de la concurrence estime qu'une fusion est susceptible d'empêcher ou de diminuer sensiblement la concurrence et qu'il la conteste auprès du Tribunal de la concurrence, ce dernier procède alors à l'examen de la fusion. En cas de décision défavorable, le Tribunal de la concurrence peut rendre une ordonnance afin d'empêcher ou de dissoudre (en partie ou en totalité) la fusion en vue de préserver le niveau de concurrence qui existerait sans la fusion. Le Commissaire de la concurrence peut également demander au Tribunal de la concurrence de délivrer une injonction; au moment de la demande, la clôture de la fusion est automatiquement interdite de façon provisoire jusqu'à ce que le Tribunal ait statué sur la demande. La LSC comprend une liste de critères dont le Tribunal de la concurrence tient compte pour déterminer si une fusion est susceptible de diminuer sensiblement la concurrence. Ces critères sont généralement semblables à ceux que l'on retrouve dans la jurisprudence américaine, bien que leur application puisse différer. Il convient de noter en particulier que cette liste de critères comprend l'augmentation effective ou vraisemblable de la part de marché ou de la concentration en raison de la fusion.

Le Commissaire de la concurrence n'a pas toujours le fardeau de prouver qu'une fusion est susceptible d'empêcher ou de diminuer sensiblement la concurrence. Toute opération effectuée après le 20 juin 2024 qui entraîne ou est susceptible d'entraîner une augmentation de la part de marché supérieure à 30 % ou de la concentration au-delà des seuils prescrits est présumée anticoncurrentielle, à moins que les parties à la fusion ne puissent prouver le contraire selon la prépondérance des probabilités. Ce seuil de concentration est fondé sur l'indice Herfindahl-Hirschman

LE COMMISSAIRE DE LA CONCURRENCE PEUT EXAMINER ET CONTESTER TOUTES LES FUSIONS, QU'ELLES DOIVENT OU NON FAIRE L'OBJET D'UN AVIS. IL PEUT LE FAIRE DANS UN DÉLAI D'UN AN SUIVANT LA CLÔTURE POUR LES TRANSACTIONS DEVANT FAIRE L'OBJET D'UN AVIS ET DE TROIS ANS SUIVANT LA CLÔTURE POUR LES TRANSACTIONS NE DEVANT PAS FAIRE L'OBJET D'UN AVIS.



(« IHH »), qui correspond à la somme des carrés des parts du marché des entreprises dans un marché donné. Une fusion est présumée anticoncurrentielle si l'IHH augmente, ou augmentera vraisemblablement, de plus de 100 et que l'IHH total est, ou sera vraisemblablement, supérieur à 1 800 ou que la part du marché des parties à la fusion réalisée ou proposée est, ou sera vraisemblablement, supérieure à 30 %.

Certains types d'opérations qui dépassent les seuils prescrits nécessitent un préavis de fusion et le dépôt de renseignements auprès du Commissaire de la concurrence. Ce préavis est généralement nécessaire si : i) les parties à la fusion (et leurs entités affiliées) ont des éléments d'actifs au Canada, ou ont réalisé des revenus bruts provenant de ventes au Canada, en direction du Canada ou en provenance du Canada, dont la valeur totale dépasse 400 millions \$ CA et que ii) l'ensemble des actifs au Canada de la société cible (ou des actifs au Canada qui font l'objet de la transaction) ou ses revenus bruts annuels provenant de ventes au Canada, en provenance ou en direction du Canada, et réalisés à partir de ces actifs, dépassent 93 millions \$ CA (en 2024; ce seuil est révisé chaque année). Les investissements en capitaux propres doivent également faire l'objet d'un avis si les seuils financiers sont atteints et que les seuils d'investissement en capitaux propres applicables ont été dépassés (de plus de 20 % dans le contexte des sociétés ouvertes et de plus de 35 % dans le contexte d'entités fermées ou non constituées en personne morale, ou lors de l'acquisition de plus de 50 % des actions conférant un droit de vote d'une société ouverte ou des capitaux privés d'une société fermée, si l'acheteur possède déjà une participation minoritaire). En général, sauf quelques exceptions, la valeur des actifs et des revenus se calcule d'après les valeurs comptables figurant dans les derniers états financiers audités de l'entité visée.

Lorsqu'une fusion projetée fait l'objet d'un avis préalable de fusion en vertu de la LSC, les parties à cette fusion sont tenues d'obtenir l'autorisation avant la réalisation de la transaction. L'autorisation peut prendre de deux semaines (pour les questions non complexes) à plusieurs mois pour les fusions complexes.

Droit d'accès privé

Outre le risque d'une action coercitive de la part du Bureau de la concurrence, les entreprises sont également confrontées à la possibilité d'une action en justice de la part de parties privées devant le Tribunal de



la concurrence dans le cadre du régime de droit d'accès privé. Des parties privées peuvent s'adresser au Tribunal de la concurrence pour contester certains types de comportements susceptibles d'examen, comme le maintien des prix, l'exclusivité, les ventes liées, le refus de vendre et l'abus de position dominante.

À l'heure actuelle, le Tribunal de la concurrence n'accorde la permission de présenter une demande que lorsque l'entreprise du demandeur privé est, dans son ensemble, directement et sensiblement gênée par le comportement présumé susceptible de faire l'objet d'un examen. Toutefois, à compter du 20 juin 2025, ce critère sera modifié afin de permettre la présentation de demandes lorsque seulement une partie de l'entreprise du demandeur privé est directement et sensiblement gênée. Le Tribunal de la concurrence aura également le pouvoir discrétionnaire de permettre la présentation d'une demande s'il est convaincu que cela servirait « l'intérêt public ». Il reste à voir comment ce nouveau critère sera interprété par le Tribunal de la concurrence.

À compter du 20 juin 2025, les parties privées peuvent également s'adresser au Tribunal de la concurrence pour obtenir des sommes d'argent pour certains types de comportements susceptibles d'examen, comme le maintien des prix, l'exclusivité, les ventes liées, le refus de vendre et l'abus de position dominante. S'ils sont accordés, ces dommages-intérêts restitutoires ne peuvent excéder la valeur du bénéfice tiré du comportement visé par l'ordonnance. Ce nouveau recours potentiel est susceptible d'inciter davantage les parties privées à intenter de tels recours, d'où un risque accru de litiges pour les entreprises.

POUR PLUS D'INFORMATION, VEILLER COMMUNIQUER AVEC:

Casey Halladay

416-601-4348

challaday@mccarthy.ca



STRATÉGIE DE MARQUE ET PROTECTION DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Marques de commerce	28
Brevets	30
Droit d'auteur	36
Dessins industriels	38
Noms de domaine	40
Autre propriété intellectuelle	41

Par Vincent Kam-Sun Yip, Véronique Wattiez Larose, Marissa Caldwell et Vino Wijeyasuriyar



STRATÉGIE DE MARQUE ET PROTECTION DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

La stratégie de marque et la protection de la propriété intellectuelle sont des sujets de préoccupation essentiels pour les fabricants et les distributeurs de produits de consommation.

La législation fédérale sur les marques de commerce, les brevets, le droit d'auteur et les dessins industriels constituent la principale protection de la propriété intellectuelle au Canada. Le Canada est membre de l'*Accord de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce (ADPIC)* et a accepté les normes minimales de protection et de traitement réciproque prévues dans ce traité. Le Canada est également partie à l'*Accord économique et commercial global (« AECG »)* conclu avec l'Union européenne en 2016. Compte tenu du retrait des États-Unis du Partenariat transpacifique, le Canada a par la suite conclu l'*Accord de Partenariat transpacifique global et progressiste (PTPGP)* en mars 2018. Le 1^{er} octobre 2018, le Canada a conclu l'*Accord Canada-États-Unis-Mexique (« ACEUM »)*, qui exige certaines modifications à la législation en matière de propriété intellectuelle du Canada. Le présent chapitre traite des marques de commerce, des brevets, du droit d'auteur, des dessins industriels et des noms de domaine.

Marques de commerce

L'enregistrement d'une marque de commerce au registre fédéral confère au déposant/propriétaire le droit exclusif d'utiliser la marque partout au Canada en association avec les produits et services visés par l'enregistrement. Non seulement l'enregistrement d'une marque de commerce facilite l'application des droits liés à la marque de commerce, mais il peut aussi constituer un écran contre une action en contrefaçon. L'enregistrement d'une marque de commerce est facultatif et non obligatoire au Canada. Même si une marque de commerce dure aussi longtemps que le propriétaire l'utilise pour distinguer ses produits ou services, les enregistrements peuvent être contestés pour non-usage ou enregistrement invalide. La législation canadienne sur les marques de commerce protège également les marques de commerce non déposées si elles ont été utilisées sur le marché.



En 2019, la *Loi sur les marques de commerce* a fait l'objet d'importantes modifications du fait de l'adhésion du Canada à l'*Arrangement de Nice*, au *Protocole de Madrid* et au *Traité de Singapour* (les « Modifications »).

Les Modifications ont étendu la protection des marques de commerce aux signes, qui comprennent un mot, un nom de personne, un dessin, une lettre, un chiffre, une couleur, un élément figuratif, une forme tridimensionnelle, un hologramme, une image en mouvement, une façon d'emballer un produit, un son, une odeur, un goût et une texture ainsi que la position de tout signe. Les Modifications suppriment aussi l'obligation pour un demandeur d'avoir « employé » une marque de commerce au Canada ou ailleurs avant de pouvoir obtenir son enregistrement. En raison de cette suppression, il n'est plus nécessaire de préciser un motif de dépôt (c.-à-d. « emploi proposé » par opposition à « emploi ») lorsqu'il s'agit de déposer une demande d'enregistrement d'une marque de commerce au Canada. Les Modifications ont également mis en œuvre le système de classification de Nice relatif à la description des produits et services dans les demandes d'enregistrement de marques de commerce ainsi qu'aux frais par classe au Canada, et la durée des enregistrements de marques de commerce a été raccourcie pour passer de 15 à 10 ans. Par conséquent, pour les enregistrements de marques de commerce délivrés après le 17 juin 2019, la première période d'enregistrement d'une marque de commerce est de 10 ans, renouvelable pour une ou plusieurs périodes de 10 ans moyennant le paiement d'un droit de renouvellement. Même si une marque de commerce subsiste tant que le propriétaire l'utilise pour distinguer ses produits ou services, les enregistrements peuvent être contestés pour non-usage ou enregistrement invalide.

Par suite de la mise en œuvre du *Protocole de Madrid* au Canada, les sociétés internationales et les sociétés canadiennes peuvent tirer parti du mécanisme de demande d'enregistrement international des marques dans le cadre du système de Madrid. Pour les enregistrements internationaux existants de marques de commerce, le Canada peut désormais être désigné. L'auteur d'une demande d'enregistrement au Canada peut maintenant obtenir un enregistrement international fondé sur la demande ou l'enregistrement au Canada de sa marque de commerce, et la protection peut être étendue à un ou plusieurs pays ou territoires membres par désignation. Presque tous les grands pays, y compris les États-Unis, les pays de l'Europe, l'Australie, la Chine et le Japon, sont membres du système de Madrid.

En l'absence d'un enregistrement, les droits d'un titulaire de marque de commerce afférents à une marque non enregistrée se limitent à la zone géographique où celle-ci a été utilisée. Si le titulaire de la marque a l'intention de concéder une licence d'utilisation de la marque à des tiers, même à une filiale, il est essentiel qu'il conserve la maîtrise de la nature ou de la qualité des produits et services avec lesquels le titulaire de la licence utilise la marque déposée pour s'assurer d'une protection adéquate. L'omission de ce faire peut être préjudiciable aux droits du titulaire de la marque.

Conformément à l'AECG, le Canada a également modifié la *Loi sur les marques de commerce* afin de conférer d'importants nouveaux droits relatifs à l'« indication géographique » pour les aliments et produits agricoles. Ces droits peuvent empêcher l'usage ou l'enregistrement de produits portant des noms similaires sur le marché canadien.

Aux termes de l'ACEUM, le Canada est tenu de fournir un régime de « dommages-intérêts préétablis » pour contrefaçon de marque de commerce, les dommages-intérêts étant « d'un montant suffisant pour constituer un moyen de dissuasion contre des atteintes ultérieures et pour indemniser pleinement le détenteur du droit quant au dommage subi du fait de l'atteinte ». La législation canadienne sur les marques de commerce n'a jamais prévu de dommages-intérêts préétablis; il reste à voir comment le gouvernement canadien entendra les intégrer au droit canadien.

Les détaillants doivent également connaître les règles relatives à l'usage des marques de commerce dans la province de Québec. Ce sujet est traité plus en détail dans la rubrique [Langue](#).

Brevets

Le Canada a signé la *Convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle* (Acte de Stockholm) (Convention de Paris), du *Traité de coopération en matière de brevets* (« PCT ») et du *Traité sur le droit des brevets* (« PLT »).

Selon la *Loi sur les brevets*, toute invention nouvelle, utile et non évidente qui relève de la définition d'« invention » dans la loi, à savoir toute réalisation, tout procédé, toute machine, fabrication ou composition de matières, ainsi que tout perfectionnement de l'un d'eux, présentant le

caractère de la nouveauté et de l'utilité, est brevetable. L'invention n'a pas à être fabriquée au Canada. Les formes de vie supérieures en tant que telles ne sont pas des objets brevetables, mais le matériel génétique modifié et les lignées cellulaires qui contiennent ce matériel génétique le sont. Les algorithmes en soi ne sont pas des objets brevetables, mais les produits ou méthodes de programmes informatiques qui manifestent un effet ou un changement discernable le sont.

Dans une décision historique rendue en octobre 2010, la Cour fédérale a infirmé le rejet par le Commissaire aux brevets et la Commission d'appel des brevets du Canada d'une revendication de brevet présentée par Amazon.com pour sa technologie de commande de produits en ligne en un « simple clic ». Le Commissaire aux brevets avait estimé que l'invention revendiquée par Amazon ne visait pas un objet brevetable aux termes de la *Loi sur les brevets*. En infirmant cette conclusion, la Cour fédérale a expliqué que les innovations et les pratiques commerciales mises en œuvre par ordinateur sont brevetables au Canada tant qu'elles répondent aux catégories générales de ce qui constitue une « invention » établies à l'art. 2 de la *Loi sur les brevets*. Fin 2011, la Cour d'appel fédérale a accueilli l'appel de la décision de la Cour fédérale. La Cour d'appel a rejeté l'argument selon lequel une pratique commerciale devrait être brevetable du simple fait qu'elle est une concrétisation pratique ou qu'elle présente une application pratique. La Cour d'appel a plutôt estimé que la méthode appropriée pour déterminer si l'on est en présence d'un objet brevetable consiste d'abord à effectuer une « interprétation téléologique » des revendications de manière à cerner les « éléments essentiels » de l'invention, puis à examiner si les éléments essentiels identifiés seraient considérés comme des objets brevetables. La Cour d'appel a convenu avec la Cour fédérale que l'objet brevetable pouvait être soit une chose ayant une existence physique, soit une chose qui manifeste un effet ou un changement discernable. Elle a renvoyé l'interprétation des revendications de brevet au Commissaire aux brevets, et le brevet a été accordé par le Bureau des brevets peu après.

En 2020, la Cour fédérale a confirmé dans l'affaire *Choueifaty c. Canada*, 2020 CF 837, qu'un élément d'une revendication est essentiel à moins qu'on puisse déduire clairement de l'intention de l'inventeur qu'il n'est que non-essentiel et qu'à la date de la publication du brevet, la personne versée dans l'art aurait constaté qu'un élément donné pouvait être

substitué sans que cela modifie le fonctionnement de l'invention. En réponse à la décision Choueifaty, qui a apporté des précisions sur la méthode d'interprétation téléologique appropriée des revendications afin d'en repérer les éléments essentiels, le Bureau des brevets a publié un Énoncé de pratique afin de fournir des conseils supplémentaires aux demandeurs et aux examinateurs de brevets durant les procédures. Les décisions Amazon et Choueifaty sont considérées par beaucoup comme annonçant une nouvelle ère d'acceptation croissante des brevets portant sur des inventions et pratiques commerciales mises en œuvre par ordinateur au Canada.

Parmi les décisions notables en matière de brevets au Canada figure le jugement de la Cour suprême du Canada, *AstraZeneca Canada Inc. c. Apotex Inc.*, 2017 CSC 36, où notre plus haute Cour a rejeté à l'unanimité la soi-disant « doctrine de la promesse » pour l'évaluation de l'utilité d'un brevet. Cette doctrine exige un examen du brevet dans son ensemble afin de repérer les « promesses » associées à l'invention déclarée, pour ensuite déterminer si ces promesses sont tenues. Selon cette approche, un brevet pourrait être considéré comme dépourvu d'utilité si une seule des promesses repérées n'est pas remplie par l'invention. La Cour suprême du Canada a conclu que cette doctrine est « sans fondement » et qu'elle ne constitue pas « une règle de droit valide » pour déterminer si l'exigence de l'utilité prévue à l'art. 2 de la *Loi sur les brevets* est respectée. La Cour suprême du Canada a plutôt établi une analyse en deux étapes qui consiste en premier lieu à cerner l'objet de l'invention suivant le libellé du brevet, puis à se demander si cet objet peut donner un résultat concret. La Cour a rappelé qu'« une parcelle d'utilité suffit » pour remplir l'exigence de l'utilité.

En juillet 2015, la Cour d'appel fédérale a conclu dans *Merck & Co., Inc. c. Apotex Inc.*, 2015 CAF 171, que la possibilité de recourir à des produits de substitution non contrefaits doit être prise en compte dans l'évaluation des dommages-intérêts pour contrefaçon. La décision concernait la lovastatine, un médicament d'ordonnance de Merck & Co., vendu sous la marque MEVACOR®. Toutefois, d'après les faits en cause, la Cour a conclu que la défenderesse n'aurait probablement pas pu remplacer ses ventes de produits contrefaits par des ventes d'un produit de substitution non contrefait, et elle a confirmé l'octroi de dommages-intérêts par le juge de première instance à hauteur de près de 120 millions \$ CA, ainsi que les

intérêts avant et après jugement. L'autorisation d'appel devant la Cour suprême du Canada a été refusée en avril 2016.

Dans une autre récente affaire de contrefaçon de brevet, le breveté avait choisi de s'attaquer aux profits du contrefacteur plutôt que de demander des dommages-intérêts. Dans l'arrêt *Nova Chemicals Corporation c. Dow Chemicals Company*, 2020 CAF 141, la Cour d'appel fédérale a confirmé le jugement antérieur de la Cour fédérale qui attribuait à Dow Chemical la plus importante indemnité pour contrefaçon de brevet de l'histoire du Canada, soit près de 645 millions \$ CA. Ce montant comprenait les profits réalisés par le contrefacteur pendant la durée de vie des brevets, les frais de justice et les intérêts avant jugement. Pour calculer les profits du contrefacteur, la Cour d'appel fédérale a tenu compte, pour la première fois, des « bénéfices de rebond » réalisés par le contrefacteur au cours d'une période postérieure à la date d'expiration du brevet. Les bénéfices de rebond visent à tenir compte de l'entrée accélérée sur le marché dont a bénéficié le contrefacteur en fabriquant le produit contrefait avant l'expiration du brevet. L'ampleur des dommages-intérêts accordés par la Cour d'appel fédérale dans l'arrêt *Nova Chemicals Corporation c. Dow Chemicals Company*, ainsi que les décisions qui précèdent de la Cour suprême du Canada, pourraient inciter davantage de parties à déposer des brevets au Canada et à faire valoir les droits de brevet au Canada.

Un brevet canadien accorde à son titulaire le droit d'empêcher autrui de fabriquer, de vendre et d'utiliser l'invention pendant la durée du brevet au Canada. La durée d'un brevet canadien est de 20 ans à compter de la date du dépôt de la demande, à condition que toutes les taxes pour le maintien en état soient payées en temps utile. Depuis 1989, le Canada a adopté le système du « premier demandeur », qui accorde le brevet au premier demandeur qui dépose une demande pour l'invention. Pour avoir droit à un brevet au Canada, le demandeur doit déposer sa demande au Canada avant que l'invention ne soit mise à la disposition du public ailleurs dans le monde. Un délai de grâce d'un an est autorisé pour les communications provenant directement ou indirectement de l'inventeur. Il est généralement conseillé aux demandeurs de déposer la demande le plus tôt possible au Canada ou dans un pays qui adhère à la Convention de Paris, et de ne pas se fier au délai de grâce. Les renseignements qui ont été mis à la disposition du public avant la date du dépôt d'une demande constituent le « dossier d'antériorité » et incluent l'usage antérieur de l'invention et les publications antérieures (p. ex. la publication d'une

demande de brevet antérieure). Au Canada, les demandes de brevet sont publiées 18 mois après la première date de dépôt déclarée par le demandeur.

De récentes modifications à la législation canadienne sur les brevets laissent entrevoir d'importants changements. La mise en œuvre de la « préclusion fondée sur l'historique de poursuite » ou de la « préclusion fondée sur les notes apposées au dossier », dans un contexte de litige lié à un brevet est l'une des modifications importantes. Selon cette modification, les déclarations d'un titulaire de brevet concernant l'interprétation des revendications de ce brevet au cours de la procédure de dépôt dudit brevet sont admissibles en preuve pour réfuter les revendications ou les déclarations concernant l'interprétation des revendications du brevet faites par le titulaire du brevet pendant un litige. La Cour d'appel fédérale a interprété la nouvelle disposition sur l'opposabilité du dossier de la demande de brevet dans sa récente décision *Canmar Foods c. TA Foods*, 2021 CAF 7, où elle a maintenu que le juge de la Cour fédérale avait erré en tenant compte de l'historique de poursuite de la demande américaine correspondante dans les circonstances. Toutefois, elle s'est abstenue de décider si les déclarations faites durant les poursuites à l'étranger pourraient un jour être prises en compte aux fins de l'interprétation de la revendication.

Un autre changement digne de mention qui touche l'étendue de la protection offerte aux brevets canadiens concerne l'introduction d'une nouvelle disposition qui codifie une exception pour « utilisation à titre expérimental » protégeant certaines utilisations expérimentales d'inventions brevetées contre la responsabilité pour contrefaçon de brevet. La disposition prévoit aussi d'adopter des règlements pour définir les facteurs qui doivent être pris en considération afin d'évaluer si une utilisation particulière peut bénéficier de cette exception. L'étendue de cette exception reste à déterminer, étant donné qu'aucun règlement n'a encore été publié et que la disposition elle-même n'a pas fait l'objet d'un examen par un tribunal.

Aux termes de l'AECG, la *Loi sur les brevets* a été modifiée afin de prévoir la délivrance de certificats de protection supplémentaire. Un certificat de protection supplémentaire prolonge effectivement la durée d'un brevet admissible d'une période pouvant aller jusqu'à deux ans afin d'indemniser les titulaires de brevets pour la perte effective de durée



d'un brevet découlant de la sollicitation de l'approbation réglementaire de médicaments au Canada. L'AECG a aussi apporté d'autres modifications au *Règlement sur les médicaments brevetés (avis de conformité)* qui ont donné lieu à des changements importants dans le secteur pharmaceutique au Canada, notamment le remplacement de l'actuelle procédure concernant les Avis de conformité par des actions complètes pouvant aboutir à des décisions finales concernant la contrefaçon et la validité des brevets. Les modifications de l'AECG sont entrées en vigueur le 21 septembre 2017.

Dans le cadre des efforts déployés par le gouvernement du Canada en vue de la ratification du PLT, des modifications aux *Règles sur les brevets* sont entrées en vigueur le 30 octobre 2019. L'une des modifications consiste en le rétablissement des revendications de priorité, ce qui donne un délai de grâce de deux mois pour revendiquer la priorité à tout demandeur qui, de manière non intentionnelle, n'aurait pas respecté le délai de 12 mois. Ce changement fait cadrer les pratiques canadiennes avec les mécanismes de rétablissement de priorité existants aux termes du PCT. Les exigences en matière de dépôt ont également été assouplies sous le régime des *Règles sur les brevets* modifiées. Par exemple, un demandeur peut désormais obtenir une date de dépôt même si la taxe pour le dépôt n'est pas payée à la date de dépôt. Toutefois, aux termes du nouveau régime, les demandeurs ne disposeront plus de plein droit d'un délai prolongé pour l'entrée en phase nationale de 42 mois (c.-à-d. le délai ordinaire de 30 mois plus une prolongation de 12 mois associée à des frais de retard). Bien qu'il soit encore possible de procéder à une ouverture tardive de la phase nationale, il appartiendra au demandeur de prouver que le non-respect du délai fixé n'était pas intentionnel. Les nouvelles *Règles sur les brevets* ont également réduit les délais de poursuite. À titre d'exemple, le délai pour une requête d'examen de demande de brevet a été réduit et est passé de cinq ans à quatre ans suivant la date de dépôt, et le délai ordinaire pour répondre au rapport d'un examinateur a aussi été réduit, passant de six mois à quatre mois suivant la date du rapport. Parmi les autres changements, on compte une nouvelle procédure de rétablissement des demandes abandonnées, un nouveau régime établissant des délais de correction pour certaines erreurs de transcription ainsi que la mise en place d'un système de « droits de tiers » permettant à des tiers de mettre en œuvre une invention brevetée dans certaines circonstances si un brevet canadien ou une revendication de brevet n'est pas en règle.

Aux termes de l'ACEUM, le Canada est tenu de mettre en œuvre un cadre d'ajustement de la durée des brevets afin de prendre en compte les retards administratifs déraisonnables dans la délivrance de brevets. La législation modifiant la *Loi sur les brevets* afin de prévoir un ajustement de la durée des brevets a été adoptée en 2023 et devrait entrer en vigueur au plus tard le 1^{er} janvier 2025. Contrairement à ce qui se passe aux États-Unis, le Bureau des brevets n'accorde pas automatiquement l'ajustement de la durée du brevet. C'est aux titulaires de brevets de faire une demande d'ajustement de la durée du brevet, moyennant le paiement des droits prescrits.

Droit d'auteur

Le Canada a adhéré au *Traité de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle* (« OMPI ») sur le droit d'auteur (« WCT ») et au *Traité de l'OMPI sur les interprétations et exécutions et les phonogrammes* (« WPPT »). Bon nombre des dispositions de fond du WCT et du WPPT, comme l'établissement d'un droit de « mise à disposition » et la mise en œuvre de mesures de protection technique, ont été mises en œuvre dans le cadre d'une importante révision de la *Loi sur le droit d'auteur* qui est entrée en vigueur en novembre 2012. La législation prévoit aussi un recours en responsabilité subsidiaire à l'encontre de ceux qui « facilitent » les violations numériques, ainsi qu'une série de nouvelles exceptions à la protection du droit d'auteur, dont des exceptions relatives à la « reproduction à des fins privées », à « l'écoute en différé », aux « processus technologiques », à l'« utilisation équitable aux fins d'éducation, de parodie ou de satire » et au « contenu généré par l'utilisateur ». La législation contient également des dispositions relatives à l'exonération de responsabilité pour les intermédiaires Internet, y compris pour les hôtes et les fournisseurs d'outils de repérage sur Internet. Cependant, les fournisseurs doivent savoir que ces dispositions relatives à l'exonération de responsabilité sont subordonnées au recours en matière de « facilitation » ainsi qu'à un régime d'« avis et avis » au titre duquel les intermédiaires doivent aviser leurs clients lorsqu'ils reçoivent un avis selon lequel le client violerait un droit d'auteur et doivent consigner l'identité de leurs clients.

Au cours des dernières années, les plus hauts tribunaux du Canada ont rendu de nombreuses décisions importantes en matière de droit d'auteur. Au milieu de l'année 2012, la Cour suprême du Canada a publié cinq nouvelles décisions dans ce domaine. Parmi les thèmes d'importance qui

ressortent de ces décisions, notons la reconnaissance du concept de la neutralité technologique (l'idée que les utilisations numériques et non numériques devraient être traitées de façon comparable en vertu de la législation sur le droit d'auteur) et le traitement continu des exceptions en matière de droit d'auteur en tant que « droits des utilisateurs ». Toutefois, il est important d'indiquer que ces décisions ont été rendues sous le régime de l'ancienne *Loi sur le droit d'auteur* et qu'elles pourraient ne pas s'appliquer d'une manière prévisible aux nouvelles dispositions adoptées à la fin de l'année 2012. En novembre 2012, la Cour suprême a rendu une autre décision importante en matière de droit d'auteur qui interdit la création de droits s'apparentant à des droits d'auteur par quiconque autre que le Parlement; en l'occurrence, la Cour a empêché un organisme de réglementation en matière de radiodiffusion d'imposer aux retransmetteurs de programmation assujettie à un droit d'auteur une compensation pour la « valeur des signaux ». À la fin de 2013, dans un autre arrêt important, la Cour suprême a établi le critère qui sert à décider si un droit d'auteur a été contrefait par imitation. Ce critère prescrit une évaluation qualitative et globale des similitudes entre les œuvres, laquelle peut être rehaussée, dans certaines situations, par une preuve d'expert, notamment à l'égard de droits d'auteur sur une œuvre musicale ou un logiciel. Enfin, en 2015, la Cour suprême a rendu une décision qui clarifie davantage la notion de neutralité technologique comme principe directeur de l'interprétation de la *Loi sur le droit d'auteur* et de son application à l'évaluation des redevances à verser à des sociétés de gestion collective des droits d'auteur.

Le Canada est l'un des signataires de la *Convention de Berne* et de la *Convention universelle sur le droit d'auteur*. Selon la nature de l'œuvre, le titulaire du droit d'auteur pour l'œuvre a le droit exclusif de reproduire, d'exécuter, de publier ou de communiquer l'œuvre. La *Loi sur le droit d'auteur* prévoit que le droit d'auteur protège automatiquement toutes les œuvres littéraires, artistiques, dramatiques ou musicales originales. Aux termes de la *Loi sur le droit d'auteur*, l'enregistrement est facultatif et non obligatoire. Toutefois, l'enregistrement établit des présomptions en faveur du titulaire enregistré qui peuvent s'avérer utiles dans le cadre d'un litige. Depuis 1993, les programmes informatiques ont été expressément protégés comme des œuvres littéraires aux termes de la loi.

Les récentes modifications apportées à la *Loi sur le droit d'auteur*, à la *Loi sur les marques de commerce* et à la *Loi sur les douanes* ont créé d'importants remèdes anti-contrefaçon liés aux atteintes au droit

d'auteur ou aux marques de commerce. Ces modifications permettent au titulaire d'un droit d'auteur et au propriétaire d'une marque de commerce déposée de soumettre une « demande d'aide » à l'Agence des services frontaliers du Canada. Dans le cadre de ce régime, les titulaires d'un droit peuvent demander que les agents des services frontaliers retiennent des envois commerciaux soupçonnés de contenir des produits contrefaits ou piratés, ce qui leur permet d'engager des poursuites civiles devant les tribunaux.

À la suite des modifications apportées à la *Loi sur le droit d'auteur* qui sont entrées en vigueur en décembre 2022, la protection par le droit d'auteur est désormais passée à 70 ans après le décès de l'auteur (avant cette modification, cette protection expirait après 55 ans). Cette prorogation n'est pas rétroactive, de sorte que les œuvres qui relevaient déjà du domaine public avant l'entrée en vigueur de cette modification ne sont pas touchées. Cette modification aligne le paysage canadien du droit d'auteur sur les obligations prévues à l'ACEUM, selon lesquelles la durée de la protection du droit d'auteur s'étend à la durée de vie de l'auteur plus 70 ans.

Étant donné que l'évolution de l'intelligence artificielle (« IA ») mène à des systèmes d'IA générative de plus en plus accessibles et à des résultats sophistiqués, le gouvernement du Canada est aux prises avec les incidences plus générales de ces technologies. D'une part, le contenu généré par un système d'IA soulève des questions quant à l'auteur et à la propriété des produits générés. D'autre part, la formation de ces modèles d'IA, qui est assurée au moyen du moissonnage du Web, pose un épineux problème de violation des œuvres protégées par le droit d'auteur et de traçabilité limitée (c.-à-d. qu'il est difficile de démontrer clairement qu'un résultat particulier a été « informé » par une œuvre protégée par le droit d'auteur avec laquelle le modèle d'IA a été en contact dans le cadre de sa formation). À cette fin, Innovation, Sciences et Développement économique Canada a tenu une consultation publique sur l'IA et le droit d'auteur, sollicitant les observations du public jusqu'à la mi-janvier 2024. Il reste à voir si cette consultation entraînera d'autres modifications à la *Loi sur le droit d'auteur*.

Dessins industriels

La *Loi sur les dessins industriels* protège les caractéristiques ou une combinaison de caractéristiques visuelles d'un objet fini, en ce



qui touche la configuration, le motif ou les éléments décoratifs. De nombreux produits vendus par les détaillants peuvent être protégés par la protection des dessins industriels, notamment les chaussures, les téléphones intelligents, les bouteilles, les vêtements, les véhicules, les tissus, les composants de véhicule et les jouets. Les caractéristiques de conception fonctionnelles ne sont pas admissibles à la protection des dessins industriels. L'enregistrement d'un dessin industriel confère à son propriétaire le droit exclusif de fabriquer, d'importer ou de vendre tout article pour lequel le dessin a été enregistré et auquel le dessin a été appliqué.

Pour obtenir l'enregistrement d'un dessin industriel, ce dessin doit être propre à l'auteur, et il ne doit pas être identique ni ressembler de près à un dessin qui a déjà été enregistré. Une demande d'enregistrement d'un dessin industriel canadien peut être déposée dans l'année qui suit la première publication du dessin industriel partout dans le monde. Le demandeur de l'enregistrement du dessin industriel doit faire une déclaration selon laquelle, à sa connaissance, le dessin n'était utilisé par aucune autre personne au moment de son adoption.

La durée de la protection liée à l'enregistrement d'un dessin industriel au Canada est de 15 ans à compter de la date du dépôt (ou de 10 ans à compter de l'enregistrement). Pour les entreprises qui vendent des produits dotés d'un dessin distinctif, l'enregistrement d'un dessin industriel peut fournir la protection initiale du dessin et, une fois le dessin devenu distinctif, l'entreprise peut demander l'enregistrement d'une marque de commerce pour le dessin (ce qui assurerait une protection indéfinie en cas d'utilisation continue du dessin).

Le 5 novembre 2018, la *Loi sur les dessins industriels* a été modifiée dans le cadre de l'adoption par le Canada du système de La Haye. Le système de La Haye permet aux demandeurs de choisir plusieurs pays pour lesquels ils souhaitent obtenir la protection de leurs dessins industriels en déposant une seule demande internationale auprès de l'OMPI. Une demande internationale déposée auprès de l'OMPI est examinée pour déterminer les formalités à accomplir pendant la phase internationale; si elle est conforme, la demande internationale peut faire l'objet d'un enregistrement international. L'enregistrement international entre alors sur la scène nationale canadienne en tant que demande de La Haye et est ensuite examiné sur le fond sous le régime de la *Loi sur les dessins industriels* du Canada. Si elle est autorisée, la demande de La Haye

devient un enregistrement selon le système de La Haye au Canada. Le système de La Haye est avantageux pour les demandeurs internationaux de dessins industriels, car le coût de l'obtention de l'enregistrement d'un dessin industriel au Canada est moins élevé (étant donné qu'une demande selon le système de La Haye désignant le Canada entre automatiquement à l'étape nationale au Canada sans autre formalité ni paiement de droits à l'Office de la propriété intellectuelle du Canada). Pour les demandeurs nationaux, le système de La Haye permet d'obtenir plus facilement et pour moins cher la protection des dessins industriels à l'extérieur du Canada.

Noms de domaine

Le système de noms de domaine d'Internet et la pratique des balises Méta posent des défis intéressants pour le régime de propriété intellectuelle et particulièrement pour le droit des marques de commerce. Le conflit qui existe entre le système de marques de commerce déposées et un registre de noms de domaine provient du fait que les enregistrements de noms de domaine se font selon le principe du « premier arrivé, premier servi », sans examen initial indépendant pour savoir si le nom enregistré est la marque déposée d'une autre personne. En même temps, un nom de domaine est plus puissant à certains égards qu'une marque de commerce, car il ne peut y avoir qu'un seul nom d'entreprise enregistré pour chaque nom de domaine de premier niveau.

Pour obtenir un enregistrement « .ca » du Canada, l'inscrivant éventuel doit respecter certaines exigences en matière de présence au Canada. Ces exigences présentent certains défis pour les entités étrangères qui ne désirent pas se constituer en société au Canada.

Même si la propriété d'une marque de commerce déposée au Canada suffit pour respecter l'exigence, le propriétaire ne peut réserver que les noms de domaine qui sont constitués, en tout ou en partie, des mots exacts de cette marque de commerce déposée.

Au Canada, certains propriétaires de marques de commerce ont utilisé avec succès la notion de tromperie commerciale, dont la substitution frauduleuse, pour protéger leurs marques contre ce qu'on appelle les « cybersquatteurs ». D'autres titulaires ont allégué la contrefaçon de droits afférents à une marque de commerce aux termes de la *Loi sur les marques de commerce*.

Pour obtenir la maîtrise d'un nom de domaine, on peut également alléguer une « diminution de la valeur de l'achalandage » aux termes de l'article 22 de la *Loi sur les marques de commerce*, ainsi qu'une appropriation illicite des droits de la personnalité.

L'Autorité canadienne pour les enregistrements Internet (ACEI) a établi la Politique de l'ACEI en matière de règlement des différends relatifs aux noms de domaine (la « Politique ») pour résoudre, en ligne, les différends relatifs aux noms de domaine de code de pays « .ca ». Des groupes d'arbitrage formés d'un à trois membres étudient les arguments écrits et rendent des décisions rapidement. La Politique permet notamment à un groupe d'arbitrage d'imposer des amendes allant jusqu'à 5 000 \$ CA à un plaignant qui a été déclaré coupable de piratage d'un nom de domaine.

Autre propriété intellectuelle

Les brevets, droits d'auteur, marques de commerce, dessins industriels et noms de domaine sont les types de propriété intellectuelle les plus courants. Cependant, dans l'économie d'aujourd'hui, la protection de la propriété intellectuelle peut prendre de nombreuses autres formes. La common law interdit notamment l'appropriation illicite de secrets commerciaux et de droits de la personnalité, ainsi que la tromperie commerciale. Elle protège également la vie privée et les droits de la personnalité dans une certaine mesure. D'autres lois prévoient plus précisément une variété d'obligations et de droits particuliers, notamment la *Loi sur les topographies de circuits intégrés*, la *Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques*, la *Loi sur la protection des obtentions végétales*, la *Loi sur la concurrence*, la *Loi sur les inventions des fonctionnaires* et la *Loi sur le statut de l'artiste*.

POUR PLUS D'INFORMATION, VEUILLEZ COMMUNIQUER AVEC :

Vincent Kam-Sun Yip

604-643-7942

vyip@mccarthy.ca

Marissa Caldwell

416-601-8223

mcaldwell@mccarthy.ca

Véronique Wattiez Larose

514-397-4249

vwlarose@mccarthy.ca

Vino Wijeyasuriyar

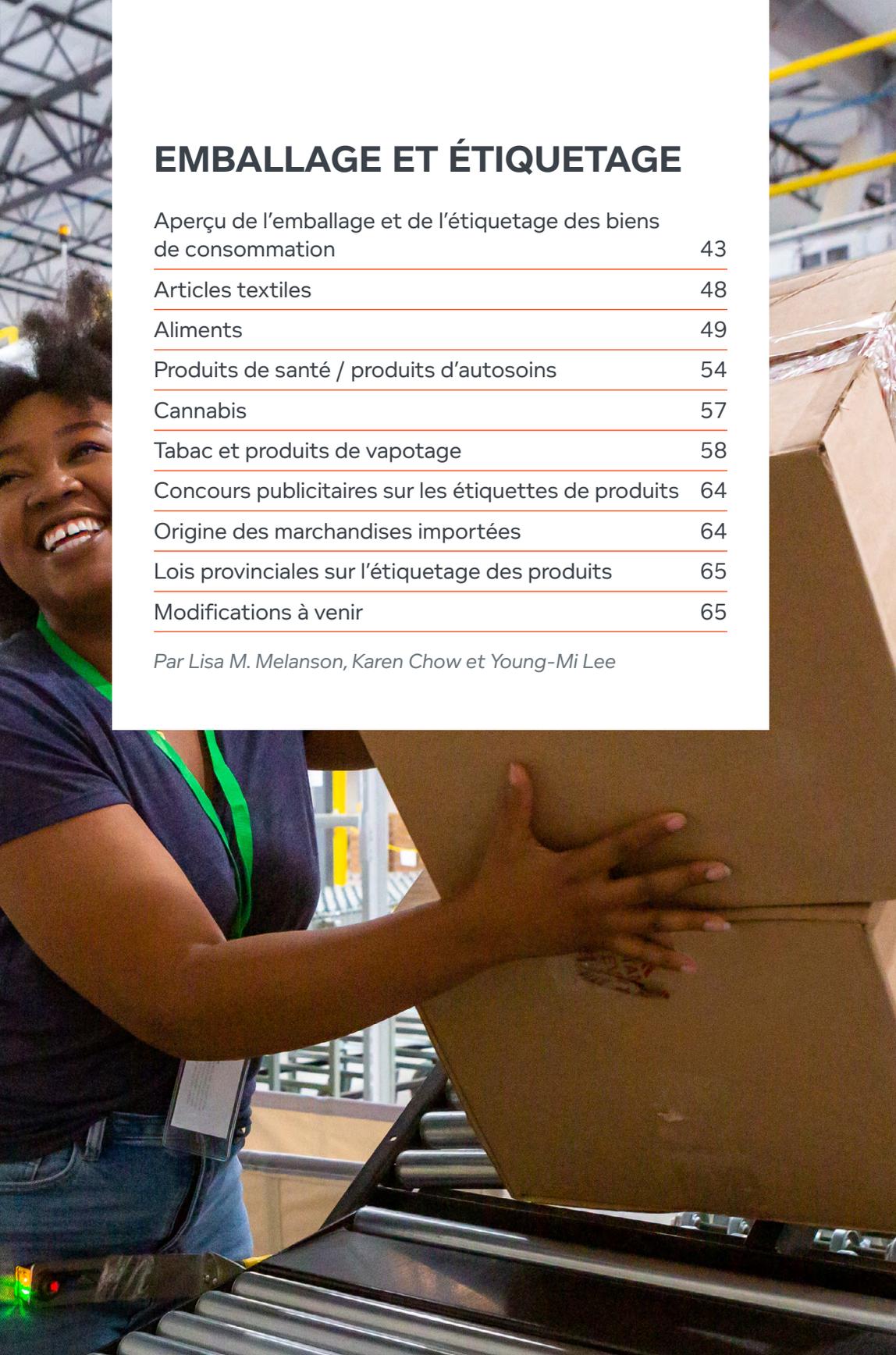
514-397-7825

vwijeyasuriyar@mccarthy.ca

EMBALLAGE ET ÉTIQUETAGE

Aperçu de l’emballage et de l’étiquetage des biens de consommation	43
Articles textiles	48
Aliments	49
Produits de santé / produits d’auto-soins	54
Cannabis	57
Tabac et produits de vapotage	58
Concours publicitaires sur les étiquettes de produits	64
Origine des marchandises importées	64
Lois provinciales sur l’étiquetage des produits	65
Modifications à venir	65

Par Lisa M. Melanson, Karen Chow et Young-Mi Lee



EMBALLAGE ET ÉTIQUETAGE

Les produits vendus au Canada sont assujettis à une vaste gamme d'exigences en matière d'emballage et d'étiquetage servant à la fois à protéger les consommateurs et à assurer la transparence de l'information relative aux produits. Un étiquetage cohérent permet aux consommateurs de confirmer rapidement et facilement les attributs des produits et les détails du produit, lesquels influencent ultimement les décisions d'achat. Les détaillants, les fabricants et les distributeurs doivent prêter une attention particulière aux étiquettes des produits et aux mentions obligatoires, car une étiquette non conforme crée le risque qu'un produit doive être retiré des rayons et ré-étiqueté, voire rappelé, un processus long et coûteux. Plus important encore, une organisation dont l'étiquetage des produits est défectueux s'expose au risque plus grave d'une amende ou d'un litige en responsabilité du fait des produits. Pour plus d'information sur les questions de conformité post-commercialisation, voir **Responsabilité du fait des produits et conformité à la réglementation**.

Le présent chapitre donne un aperçu des exigences en matière d'emballage et d'étiquetage pour divers biens de consommation préemballés et examine les types d'allégations et de déclarations les plus courants sur les étiquettes de produits.

Aperçu de l'emballage et de l'étiquetage des biens de consommation

La *Loi sur la concurrence* (Canada) est la principale loi régissant la publicité au Canada, et elle peut avoir une incidence importante sur l'emballage et l'étiquetage des biens de consommation. La législation interdit de façon générale les indications fausses ou trompeuses, notamment celles figurant sur l'emballage et l'étiquette d'un produit. La *Loi canadienne sur la sécurité des produits de consommation* (la « LCSPC »), la *Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation*, la *Loi sur l'étiquetage des textiles*, la *Loi sur les aliments et drogues* et la *Loi sur la salubrité des aliments au Canada* prévoient toutes des interdictions similaires contre les indications fausses ou trompeuses sur les emballages et les étiquettes des produits.



En général, les exigences en matière d'emballage et d'étiquetage des biens de consommation préemballés sont réglementées par la législation suivante :

- *Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation* (la « LEEPC »);
- *Règlement sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation* (le « REEPC »).

Santé Canada et sa direction de la salubrité des aliments, l'Agence canadienne d'inspection des aliments (l'« ACIA »), sont responsables de l'administration et de l'application de la réglementation relative aux aliments¹ et aux produits de santé. S'agissant des autres biens de consommation, le Bureau de la concurrence Canada est chargé d'administrer et de faire respecter la LEEPC et le REEPC. Cependant, les aliments, les médicaments, les instruments médicaux et les articles textiles sont exemptés des exigences d'étiquetage prévues à la LEEPC et au REEPC. En cas de chevauchement de la LEEPC et du REEPC avec d'autres règlements propres à un produit, comme c'est souvent le cas, le bien de consommation en question doit satisfaire à toutes les exigences applicables en matière d'emballage et d'étiquetage imposées sous le régime des lois applicables.

La LEEPC et le REEPC exigent que l'étiquetage des produits comporte trois éléments de base :

- L'« identité » du produit, soit son nom commun ou générique, doit figurer dans la partie principale de l'étiquetage² en français et en anglais;
- La déclaration de « quantité nette » doit être présentée en unités métriques au moyen de symboles métriques (g, kg, cm, etc.) dans l'espace principal de l'étiquette en anglais et en français. Un symbole métrique valide est réputé bilingue;

1 Selon le régime de réglementation au Canada, les aliments englobent les boissons, y compris les boissons alcooliques.

2 La partie principale de l'étiquetage est la partie d'une étiquette qui est appliquée à tout ou partie d'un côté ou d'une surface d'un contenant qui est exposée ou visible dans les conditions normales ou habituelles de vente ou d'utilisation. Voir l'art. 2 du REEPC et l'art. B.01.001 du *Règlement sur les aliments et drogues* pour plus d'information.

- L'identité du fournisseur, soit le nom et l'adresse postale de l'établissement principal de la personne (personne physique, société, entreprise, siège social, distributeur ou importateur) par ou pour laquelle un produit a été fabriqué ou produit, est requise et doit être indiquée en français ou en anglais. Si l'adresse d'un fournisseur canadien figure sur l'emballage d'un produit importé, elle doit être précédée des mots « importé par » (« *imported by* ») ou « importé pour » (« *imported for* ») en français et en anglais, ou être immédiatement adjacente à l'origine géographique du produit. Ces renseignements peuvent être indiqués n'importe où sur l'emballage, sauf sur le dessous de l'emballage³.

Les éléments d'étiquetage précédemment mentionnés sont soumis à des exigences minimales en matière de taille des caractères d'imprimerie, qui varient selon la taille de la partie principale de l'étiquetage.

Certains biens de consommation réglementés sont soumis à d'autres exigences en matière d'étiquetage en vertu de la législation applicable à certains produits. Le texte qui suit présente un bref examen des exigences supplémentaires pour certaines catégories courantes de produits.

Jouets et produits pour bébés

Conformément au *Règlement sur les jouets* pris en application de la LCSPC, certaines mises en garde de sécurité peuvent être nécessaires pour les jouets; elles doivent être affichées en anglais et en français. Par exemple, si un sac fait d'une pellicule souple utilisé pour emballer un jouet ne satisfait pas aux paramètres dimensionnels prescrits, une mise en garde sur le danger de suffocation doit être incluse sur le sac. Le *Règlement sur les jouets* renferme également des dispositions particulières aux jouets magnétiques, ainsi que des exigences liées à la mise en garde à apposer sur les contenants et au mode d'utilisation des trousseaux éducatifs contenant des composants magnétiques. Les jouets qui comprennent des produits chimiques peuvent exiger un étiquetage particulier en vertu du *Règlement sur les trousseaux d'expérience scientifique* pris en application de la LCSPC. En ce qui a trait

3 Le dessous correspond à la partie d'un contenant dont on peut raisonnablement s'attendre à ce qu'il s'agisse de la surface sur laquelle repose le contenant lorsqu'il est exposé aux fins de vente. Si un contenant est étiqueté ou imprimé d'une façon qui permet raisonnablement de le déposer sur l'un de ses côtés, il n'a alors pas de dessous.

aux jouets électriques, l'étiquetage doit respecter les normes établies par l'Association canadienne de normalisation (le « Groupe CSA »).

De plus, bon nombre de produits pour bébés sont régis par des règlements propres à un type de produit en vertu de la LCSPC. Les règlements relatifs à l'emballage et à l'étiquetage s'appliquent aux landaus et poussettes, aux parcs pour enfant, ainsi qu'aux lits d'enfant, berceaux et moïses. Certains types de vêtements pour enfants peuvent également être assujettis à la réglementation prise en application de la LCSPC, comme il est indiqué à la rubrique « Articles textiles » ci-après.

Produits électroniques

Plusieurs normes législatives et réglementaires s'appliquent à l'étiquetage des produits électroniques. Par exemple, la *Loi sur les dispositifs émettant des radiations* (la « LDER ») et le *Règlement sur les dispositifs émettant des radiations* (le « RDER »), la *Loi sur la radiocommunication* (la « LR ») et le *Règlement sur la radiocommunication* (le « RR »), la *Loi sur l'efficacité énergétique* (la « LEE ») et le *Règlement de 2016 sur l'efficacité énergétique* (le « REE ») ainsi que les codes et normes du Groupe CSA. L'application de ces normes est souvent supervisée par des organismes de réglementation qui participent à l'administration et à l'application des normes obligatoires relatives aux certificats ou aux étiquettes devant figurer sur l'emballage des produits.

Par exemple, selon la LEE et le REE, Ressources naturelles Canada exige que l'étiquette ÉnerGuide soit apposée sur les appareils comme les sècheuses et laveuses à linge, les lave-vaisselle, les réfrigérateurs, les congélateurs, les surfaces de cuisson, les fours et les climatiseurs des locaux. De plus, Santé Canada a la responsabilité générale d'élaborer des règles, des directives et des codes de sécurité en matière d'étiquetage en vertu de la LDER, du RDER et de la LCSPC à l'égard des appareils émetteurs de radiations classés comme des biens de consommation (p. ex. les fours à micro-ondes et les pointeurs laser).

Les appareils radio, le matériel brouilleur et le matériel radiosensible sont régis par la LR et le RR. La LR et le RR exigent que l'étiquetage des produits radio indique que les normes gouvernementales sont respectées et imposent, dans certains cas, des certificats d'approbation technique. Le programme de gestion du spectre du gouvernement fédéral vise à faire respecter de manière générale la LR et le RR.

Les normes radioélectriques fédérales comprennent la *Procédure sur les normes radioélectriques PNR-100, Homologation des appareils radio et du matériel de radiodiffusion* (le « PNR-100 »), qui régit la certification des appareils radio et du matériel de radiodiffusion au Canada.

Le PNR-100 couvre deux catégories de dispositifs comprenant des biens de consommation :

- Matériel de catégorie I : Il doit être homologué et comprend notamment les biens de consommation suivants : téléphones cellulaires, téléphones sans fil, ouvre-portes de garage à distance et routeurs sans fil;
- Matériel de catégorie II : Il est exempté d'homologation et comprend, notamment, les biens de consommation suivants : les claviers d'alarme, les chargeurs intelligents de batteries, les téléviseurs de réception directe par satellite, les lecteurs de DVD et les ordinateurs. Le matériel de catégorie II doit tout de même être conforme aux normes PNR.

L'emballage des produits électroniques peut également être exigé pour inclure certains avis et/ou des mentions à l'intention des utilisateurs, en français et en anglais. Les appareils dotés d'écrans d'affichage intégrés peuvent présenter électroniquement les renseignements requis sur une étiquette électronique plutôt que sur une étiquette physique ou plaque signalétique.

Bijoux

Si un fournisseur choisit d'apposer sur des bijoux une marque relative à la qualité des métaux précieux, comme l'argent, l'or, le platine et le palladium, la *Loi sur le poinçonnage des métaux précieux (Canada)* et le *Règlement sur le poinçonnage des métaux précieux (Canada)* seront applicables. La marque de qualité doit être juste et non trompeuse, être conforme aux normes et aux tolérances prescrites par règlement et être accompagnée d'une demande de marque de commerce canadienne ou d'une marque de commerce canadienne déposée. Il convient de noter que les descriptions admissibles du poids et les tolérances concernant la pureté aux termes du régime de réglementation canadien diffèrent à certains égards importants de celles en vigueur dans d'autres territoires, y compris aux États-Unis.

Articles textiles

Les vêtements et autres articles textiles sont notablement exclus des exigences générales de la LEEPC et du REEPC, et sont plutôt régis par la législation suivante :

- *Loi sur l'étiquetage des textiles* (Canada) (la « LET »);
- *Règlement sur l'étiquetage et l'annonce des textiles* (Canada) (le « REAT »).

Le Bureau de la concurrence est chargé d'administrer et d'appliquer la réglementation prise en application de la LET. Les chaussures et certains accessoires, comme les sacs à main, sont exemptés de la LET et du REAT.

En vertu de la LET et du REAT, les articles textiles de consommation doivent porter, soit le nom et l'adresse complets du fournisseur, soit un numéro d'identification CA. Le numéro d'identification CA est enregistré auprès du Bureau de la concurrence pour l'usage exclusif du fournisseur canadien sur les étiquettes de produits. Les étiquettes des articles textiles doivent également indiquer la teneur en fibres des textiles. Le nom générique de chaque fibre textile contenue dans l'article dans une proportion de 5 % ou plus en masse doit être indiqué, habituellement par ordre de prédominance, ainsi que le pourcentage en masse que chaque fibre représente par rapport à la masse totale des fibres textiles contenues dans l'article. L'information relative à la teneur en fibres doit être présentée en français et en anglais, sauf si le produit est dans une région géographique où une seule langue officielle est utilisée dans les opérations de consommation.

D'autres exigences en matière d'étiquetage s'appliquent aux vêtements de nuit pour enfants en vertu du *Règlement sur les vêtements de nuit pour enfants* pris en application de la LCSPC. Par exemple, lorsqu'un vêtement de nuit pour enfants est traité avec un ignifugeant, l'étiquette doit porter la mention en français « ignifugeant » et en anglais « *flame retardant* ». En outre, l'étiquette doit porter une mention en anglais et en français concernant l'entretien du produit, en particulier la façon de le nettoyer, afin de s'assurer que le produit n'est pas exposé à des agents ou à des traitements qui pourraient réduire sa résistance à la flamme.

Aliments

L'étiquetage des produits alimentaires préemballés destinés à la consommation humaine est régi par la *Loi sur les aliments et drogues* (Canada) (la « LAD ») et le *Règlement sur les aliments et drogues* (le « RAD ») et/ou la *Loi sur la salubrité des aliments au Canada* (la « LSAC ») et le *Règlement sur la salubrité des aliments au Canada* (le « RSAC ») ainsi que la LEEPC et le REEPC. Santé Canada et l'ACIA partagent la responsabilité de l'étiquetage des aliments. Santé Canada administre des règlements et des normes relatifs à la santé, à la salubrité et à la qualité nutritionnelle des aliments sous le régime de la LAD (p. ex. le tableau de la valeur nutritive, les allégations concernant la teneur nutritive, la présence d'allergènes alimentaires et les dates d'expiration liées à la salubrité). L'ACIA administre la réglementation prise en application de la LAD et de la LSAC relativement aux déclarations trompeuses, à l'étiquetage, à la publicité et aux normes d'identité pour les produits alimentaires. L'ACIA est seule responsable de l'application de tous les règlements régissant l'étiquetage des aliments.

Conformément au RAD et au RSAC, un produit alimentaire préemballé destiné à la consommation humaine⁴ doit généralement comprendre les éléments essentiels suivants en français et en anglais⁵ : i) le nom usuel du produit prescrit par le RAD ou un autre nom approprié, ii) une déclaration de quantité nette, iii) le nom et l'adresse du distributeur, iv) sous réserve de dispenses limitées, une liste d'ingrédients comprenant une mention visant à signaler la présence d'allergènes alimentaires, de gluten et/ou de sulfites ajoutés, v) un tableau de la valeur nutritive et vi) une date « meilleur avant » et des instructions relatives à l'entreposage. L'exigence d'une mention visant à signaler la présence d'allergènes ne s'applique qu'aux allergènes alimentaires ajoutés aux aliments préemballés et non aux allergènes résultant d'une contamination croisée. En ce qui concerne la contamination accidentelle par des allergènes, les mises en garde, comme l'avertissement fréquent « peut contenir des arachides », ne sont prescrites par aucune législation et sont considérées comme faites de manière volontaire. Toutefois, les détaillants, les fabricants et les distributeurs doivent tenir compte de leur « devoir de mise en garde »

4 Les produits alimentaires destinés à la consommation animale ne sont pas régis par la FDA et le RAD. L'étiquetage des aliments pour animaux est réglementé par l'ACIA sous le régime de la *Loi relative aux aliments du bétail* (Canada) et du *Règlement de 2024 sur les aliments du bétail*, tandis que l'étiquetage des aliments pour animaux est régi par le Bureau de la concurrence en vertu de la LEEPC et du REEPC.

5 Le nom et l'adresse du distributeur peuvent être en français ou en anglais.

en common law et du risque d'engager leur responsabilité lorsqu'ils décident d'inclure ou non des mises en garde volontaires.

Le RSAC prévoit également des exigences d'étiquetage propres à certaines denrées pour bon nombre de produits alimentaires courants (p. ex. produits laitiers, poissons, viandes, fruits et légumes frais), préemballés ou autres. Ces exigences proviennent de 14 règlements distincts sur les aliments qui ont été regroupés en un seul cadre dans le RSAC, puis abrogés lorsque ce règlement est entré en vigueur.

En avril 2019, le *Règlement sur les sanctions administratives pécuniaires en matière d'agriculture et d'agroalimentaire* (Canada) a été modifié afin d'imposer des pénalités pour contravention aux exigences en matière d'étiquetage des aliments. Ces sanctions servent à améliorer la boîte à outils de l'ACIA en matière d'application de la loi pour les cas de contravention aux règles sur l'étiquetage.

Enfin, depuis 2013, Santé Canada a mené de nombreuses initiatives visant à moderniser le système d'étiquetage des aliments au Canada et à relever les défis actuels et futurs en matière d'étiquetage des aliments. Ces engagements ont déjà donné lieu à trois séries de modifications importantes à la réglementation canadienne sur l'étiquetage. Des détails supplémentaires sont fournis ci-après.

Modifications apportées en 2016 au RAD : étiquetage nutritionnel

D'importantes modifications au RAD, imposant de nouvelles exigences en matière d'étiquetage nutritionnel, de listes d'ingrédients et de colorants alimentaires, sont entrées en vigueur le 14 décembre 2016. Ces modifications visaient à introduire des normes plus uniformes sur l'étiquetage des aliments en améliorant le tableau de la valeur nutritive et la liste des ingrédients prescrits. Dans le tableau de la valeur nutritive, les portions indiquées doivent désormais être fondées sur des quantités de référence réglementées, les valeurs quotidiennes en pourcentage ont été mises à jour pour tenir compte des nouvelles données scientifiques, et la liste des éléments nutritifs comprend maintenant le potassium, mais pas la vitamine A et la vitamine C. En ce qui concerne la liste des ingrédients, les ingrédients à base de sucre doivent maintenant être regroupés et indiqués entre parenthèses, les colorants alimentaires sont identifiés par leurs noms usuels, et des puces ou des virgules sont maintenant utilisées pour séparer les ingrédients.

La période de transition pour la mise en œuvre des exigences d'étiquetage de 2016 s'est terminée le 14 décembre 2023, et toutes les parties visées par cette réglementation doivent maintenant s'y conformer. Toutefois, les produits qui ont été importés, fabriqués au Canada ou emballés chez le détaillant avant le 14 décembre 2022 ou une date tombant entre le 14 décembre 2022 et le 14 décembre 2023 indiquée par l'ACIA peuvent quand même demeurer dans les entrepôts et continuer d'être vendus sur les rayons des magasins.

Modifications apportées en 2022 au RAD : étiquetage sur le devant de l'emballage

Dans le cadre d'autres modifications apportées au RAD, Santé Canada s'est penché sur l'un de ses principaux objectifs, à savoir aider les Canadiens à repérer plus facilement les aliments ayant une teneur élevée en plusieurs nutriments d'intérêt public. Ces autres modifications au RAD, qui sont entrées en vigueur le 20 juillet 2022, comportent un symbole nutritionnel sur le devant de l'emballage qui indique une teneur élevée en les nutriments suivants : gras saturés, sucres et sodium. Aux termes du règlement modifié, un symbole nutritionnel sur le devant de l'emballage doit maintenant figurer sur l'espace principal d'un aliment préemballé, s'il correspond à une teneur qui excède le seuil (p. ex. le pourcentage de la valeur quotidienne) prescrit pour chacun de ces trois ingrédients. Le symbole nutritionnel sur le devant de l'emballage doit être bilingue et inclure la mention « Santé Canada » dans la partie inférieure du symbole.

Les modifications apportées en 2022 au RAD comportent également de nouvelles restrictions sur les mentions relatives à la teneur nutritive. À la suite de l'introduction du symbole nutritionnel sur le devant de l'emballage, certaines allégations relatives aux gras saturés, aux sucres et/ou au sodium font désormais l'objet de restrictions particulières. Par exemple, l'allégation « non sucré » est interdite sur l'espace principal lorsqu'il porte un symbole « Élevé en sucres »; de même, l'allégation qu'un aliment est destiné à être utilisé dans un régime alimentaire à teneur réduite en sodium est interdite lorsque l'espace principal porte un symbole « Élevé en sodium ». D'autres modifications apportées RAD ont trait aux édulcorants intenses, aux graisses et huiles hydrogénées ainsi qu'à la quantité de vitamine D nécessaire pour enrichir le lait des animaux et la margarine.

Les parties prenantes du secteur alimentaire se sont vu accorder une période de transition se terminant le 31 décembre 2025 pour remplir les nouvelles exigences de 2022. Ainsi, les dispositions transitoires relatives aux différents éléments d'un emballage (p. ex. étiquetage sur le devant de l'emballage, allégations relatives à la teneur nutritive et vitamine D) sont indépendantes l'une de l'autre. Les parties visées par la réglementation peuvent choisir de se conformer aux exigences relatives à un élément de l'emballage avant un autre, dans la mesure où ces parties respectent toutes les exigences d'ici la fin de la période de transition (c.-à-d. au plus tard le 31 décembre 2025). La mise en œuvre de toute exigence relative à un élément donné pendant la période de transition déclenchera l'application de toutes les exigences relatives à cet élément, sans déclencher une exigence de conformité immédiate à tout autre élément de l'emballage.

Le calendrier de transition de l'ACIA pour les modifications de 2022 comprend deux phases. Au cours de la phase I (du 20 juillet 2022 au 31 décembre 2025), l'ACIA se concentrera sur la formation en matière de conformité aux nouvelles exigences et la promotion de cette conformité. Au cours de la phase II (à compter du 1^{er} janvier 2026), l'ACIA commencera à surveiller activement la conformité aux nouvelles exigences. Bien que toutes les étiquettes soient censées être conformes à la nouvelle réglementation, les produits qui sont importés, fabriqués au Canada ou emballés chez le détaillant avant le 1^{er} janvier 2026 peuvent demeurer dans l'entrepôt et continuer d'être vendus sur les rayons des magasins. Pendant les deux phases, l'ACIA peut prendre des mesures en cas d'information inexacte, fausse ou trompeuse sur l'étiquetage.

Modifications apportées en 2022 au RAD et au RSAC : innovation pour les produits alimentaires

Dans le cadre de son Initiative d'innovation pour les produits alimentaires, Santé Canada a modifié le RAD et le RSAC, avec prise d'effet le 21 juillet 2022, pour : i) abroger certaines tailles de contenants normalisées et intégrer par renvoi d'autres tailles de contenants normalisées, ii) intégrer par renvoi des noms des catégories, iii) harmoniser et rationaliser les exigences en matière d'étiquetage propres à certains produits alimentaires et iv) clarifier le fait que les dispositions du RSAC relatives aux licences ne s'appliquent pas aux restaurants et aux entreprises similaires. Étant donné que ces modifications n'imposent aucun changement aux étiquettes des

aliments existantes, aucune période de transition n'a été prévue pour permettre au secteur de s'y conformer.

Aliments supplémentés

La RAD a également été récemment modifiée afin de créer un nouveau titre pour les aliments supplémentés (titre 29), avec prise d'effet le 21 juillet 2022. Un aliment supplémenté est généralement compris comme étant un produit préemballé qui est fabriqué, vendu ou présenté comme un aliment et qui contient des éléments nutritifs ajoutés (p. ex. vitamines, minéraux, acides aminés, etc.) ou des ingrédients à base de plantes ou d'ingrédients bioactifs qui peuvent jouer un rôle physiologique au-delà de la simple alimentation. Auparavant, il n'existait pas de cadre de réglementation particulier pour les aliments supplémentés au Canada. Depuis 2012, à titre de mesure provisoire, Santé Canada a utilisé des autorisations de mise en marché temporaire (une « AMT ») pour approuver la vente de ces produits au cas par cas et dans des conditions précises. Par conséquent, les amendements actuels étaient depuis longtemps attendus.

Le nouveau cadre de réglementation visant les aliments supplémentés comprend la création d'une « Liste des catégories autorisées d'aliments supplémentés » et d'une « Liste des ingrédients supplémentaires autorisés ». La première liste énumère les catégories spécifiées d'aliments auxquels des ingrédients supplémentaires peuvent être ajoutés. La seconde liste énumère toutes les substances qui peuvent être ajoutées en tant qu'ingrédients supplémentaires (p. ex. vitamines, minéraux, acides aminés et caféine) à un aliment appartenant à une catégorie d'aliment spécifiée, ainsi que les conditions d'utilisation détaillées.

En sa version modifiée, le RAD énonce désormais de nouvelles exigences en matière d'étiquetage et de publicité des aliments supplémentés, en plus des exigences générales applicables aux aliments préemballés. Un tableau des renseignements sur les aliments supplémentés, renfermant des renseignements sur chaque ingrédient supplémentaire, est requis pour remplacer le tableau de la valeur nutritive figurant sur l'étiquette du produit. En outre, une mise en garde peut être exigée sur l'étiquette du produit, selon la quantité de chaque ingrédient supplémentaire ajouté. Lorsqu'une telle mise en garde est exigée, un identifiant avec mise en garde doit être indiqué sur l'espace principal de l'étiquette de l'aliment supplémenté.

À l'instar des produits alimentaires classiques, les étiquettes des aliments supplémentés peuvent comporter des déclarations et allégations en matière de nutrition et de salubrité qui sont apposées de manière volontaire. Toutefois, lorsqu'elles sont apposées, elles doivent respecter les exigences de la réglementation applicables et être fondées sur des éléments de preuve conformes aux normes de Santé Canada concernant les allégations relatives à la salubrité des aliments.

À la suite de l'entrée en vigueur de ce cadre de réglementation, les AMT ne seront plus délivrées pour les aliments supplémentés, et ce sera plutôt la nouvelle réglementation qui devra être respectée. En ce qui a trait aux aliments supplémentés déjà autorisés sur le marché au moyen d'AMT, les sociétés visées se sont vu conférer un délai de grâce de trois ans et demi, se terminant le 31 décembre 2025, pour se conformer au nouveau régime de réglementation.

Produits de santé / produits d'auto-soins

L'étiquetage des produits pharmaceutiques préemballés, des instruments médicaux, des cosmétiques et des produits de santé naturels est régi par la LAD et les règlements suivants pris en application de celle-ci :

- *Règlement sur les aliments et drogues;*
- *Règlement sur les instruments médicaux;*
- *Règlement sur les cosmétiques;*
- *Règlement sur les produits de santé naturels (le « RPSN »).*

Santé Canada est responsable de l'application et de l'application de ces règlements.

Sous le régime de la LAD, les produits thérapeutiques (produits pharmaceutiques) et les produits de santé naturels sont tous deux régis comme des médicaments. Ces produits sont exemptés de toutes les exigences de la LEEPC et du REEPC, de même que les instruments médicaux. Les cosmétiques demeurent assujettis à la LEEPC et au REEPC.

Les exigences particulières d'étiquetage applicables aux produits pharmaceutiques et aux instruments médicaux sont complexes et

dépassent le cadre du présent chapitre. Les cosmétiques et les produits de santé naturels sont examinés ci-après.

Cosmétiques

La LAD définit le terme « cosmétique » comme comprenant « notamment les substances ou mélanges de substances fabriqués, vendus ou présentés comme pouvant servir à embellir, purifier ou modifier le teint, la peau, les cheveux ou les dents, y compris les désodorisants et les parfums ». L'étiquetage des cosmétiques est régi par la LAD, le *Règlement sur les cosmétiques*, la LEEPC et le REEPC, tel qu'il est mentionné plus haut, ainsi que par le *Règlement sur les produits chimiques et contenants de consommation* (le « RPCCC »). Le *Règlement sur les cosmétiques* prescrit les symboles et les mises en garde qui doivent être utilisés sur les contenants sous pression, au sens du RPCCC.

Les directives réglementaires exigent à la fois une étiquette intérieure et une étiquette extérieure pour certains cosmétiques. Par exemple, une bouteille emballée dans une boîte comporte deux étiquettes : la boîte porte l'étiquette extérieure et la bouteille porte l'étiquette intérieure. L'étiquette extérieure d'un cosmétique doit indiquer l'identité du produit, la quantité nette, le nom et l'adresse du distributeur, les risques évitables/mises en garde (p. ex. « Ne pas avaler ») ainsi que les ingrédients⁶. Tous ces renseignements, à l'exception des renseignements sur les distributeurs, doivent figurer en français et en anglais. L'étiquette intérieure n'est requise que pour indiquer l'identité du produit, l'information sur le distributeur ainsi que les risques évitables et les mises en garde.

Produits de santé naturels

Les produits de santé naturels (les « PSN ») comprennent les vitamines et les minéraux, les plantes médicinales, les remèdes homéopathiques, les remèdes traditionnels (comme la médecine traditionnelle chinoise), les probiotiques et d'autres produits, comme les acides aminés et les acides gras essentiels, destinés à l'usage humain. La catégorie des PSN étant particulière au Canada, le régime de réglementation qui est applicable à cette catégorie peut sembler nouveau et peu familier aux organisations établies dans d'autres territoires. Les PSN doivent être sans danger pour

6 Chaque ingrédient du cosmétique doit être indiqué sous le nom attribué dans *l'International Cosmetic Ingredient Dictionary and Handbook*; ce nom est habituellement qualifié de nom INCI de l'ingrédient.

pouvoir être vendus en vente libre, car aucune ordonnance n'est requise pour leur vente. Les exigences d'étiquetage des PSN sont énoncées dans le RPSN⁷.

Aux termes du RPSN, un fabricant ou un distributeur doit présenter une demande de licence de mise en marché de PSN à la Direction des produits de santé naturels et sans ordonnance et obtenir une licence de mise en marché avant de vendre un PSN à des détaillants au Canada. L'emballage et l'étiquetage proposés pour le PSN sont examinés dans le cadre de ce processus.

Des étiquettes extérieures et intérieures doivent être apposées sur les PSN. L'espace principal de l'étiquette intérieure et celui de l'étiquette extérieure doivent porter les mentions suivantes : i) la marque nominative, ii) le numéro d'identification du produit attribué par Santé Canada, iii) la forme posologique, iv) les mots « stérile » et « *sterile* » (le cas échéant) et v) la quantité nette dans le contenant immédiat, exprimée en poids, mesure ou nombre. De plus, l'étiquette extérieure doit indiquer tous les ingrédients non médicinaux sous leurs noms communs, sous la rubrique « ingrédient non médicinal ». D'autres renseignements, comme le nom et l'adresse du titulaire de la licence du produit, le nom commun de chaque ingrédient médicinal, l'usage ou les fins recommandées, la posologie recommandée, les conditions d'entreposage recommandées et la date d'expiration, peuvent être indiqués sur tout espace.

Certains contenants de PSN peuvent être trop petits pour satisfaire aux exigences d'étiquette intérieure et peuvent peut-être être considérés comme des « petits emballages » aux termes du RPSN. Les petits emballages peuvent indiquer moins de renseignements tant qu'ils répondent aux exigences spéciales prescrites par le RPSN.

En 2022, Santé Canada a apporté des modifications importantes au RPSN qui imposeront des normes d'étiquetage révisées. Les dispositions relatives à l'étiquetage, y compris celles à inclure dans le tableau Info-produit, devraient entrer en vigueur le 21 juin 2025. Pour de plus amples détails, veuillez consulter la rubrique Modifications à venir ci-après.

7 Les produits similaires destinés à l'usage animal, dits produits de santé animale (les « PSA »), ne sont pas régis par le RPSN et doivent respecter les règles d'étiquetage du FDR. Les étiquettes des PSA doivent également comprendre la mention « Produit de santé animale/*Veterinary health product* » et tout autre énoncé obligatoire indiqué dans la Liste C du FDR.

Cannabis

La *Loi sur le cannabis* (Canada) (la « LC ») est entrée en vigueur le 17 octobre 2018, de même que deux règlements pris en application de celle-ci : le *Règlement sur le cannabis* et le *Règlement sur le chanvre industriel*. La législation sur le cannabis classe le cannabis et les produits connexes en fonction de l'usage : i) le cannabis à des fins non médicales, ii) le cannabis à des fins médicales et iii) des produits de santé contenant du cannabis ou à utiliser avec du cannabis.

Dans le but de contrôler la production, la distribution, la vente et la possession de cannabis au Canada, la LC, entre autres, interdit toute promotion, tout emballage et tout étiquetage du cannabis qui pourraient être attrayants pour les jeunes ou les inciter à la consommation, tout en veillant à ce que les consommateurs disposent de l'information suffisante leur permettant de prendre des décisions éclairées. Pris en application de la LC, le *Règlement sur le cannabis* exige un emballage neutre pour les produits du cannabis. En particulier, ce règlement prévoit des exigences strictes pour les logos, les couleurs et les marques, et exige que l'étiquette apposée sur les produits de cannabis porte des mises en garde obligatoires, un symbole normalisé du cannabis, la teneur en THC et en CBD, ainsi que des renseignements particuliers sur les produits.

L'emballage et l'étiquetage des médicaments délivrés sur ordonnance contenant du cannabis sont régis par les prescriptions actuelles du RAD et ne sont pas soumis aux normes correspondantes du *Règlement sur le cannabis*. Toutefois, les exigences de la LC en matière d'emballage et d'étiquetage (p. ex. les emballages et les étiquettes ne peuvent être attrayants pour les jeunes, l'emballage doit être à l'épreuve des enfants, etc.) continuent de s'appliquer aux médicaments d'ordonnance contenant du cannabis.

La vente de trois nouvelles catégories de cannabis, soit le cannabis comestible, les extraits de cannabis et le cannabis pour usage topique, est devenue légale au Canada le 17 octobre 2019, à la suite de modifications apportées à la LC. Les modifications correspondantes apportées au *Règlement sur le cannabis* tiennent compte des nouvelles catégories de cannabis, qui sont assujetties aux exigences essentielles en matière d'emballage et d'étiquetage neutre qui étaient applicables aux catégories précédentes de produits du cannabis. Les modifications apportées en 2019 à la LC ont supprimé l'huile de cannabis en tant que catégorie

distincte de cannabis; les produits à base d'huile de cannabis continuent d'être autorisés à la production et à la vente, mais sont maintenant réglementés sous la nouvelle catégorie plus large d'extraits de cannabis. Grâce à cette modification, les exigences en matière d'emballage et d'étiquetage de l'huile de cannabis, y compris la limite en THC, ont été alignées sur celles des autres produits d'extraits de cannabis.

Le *Règlement sur le cannabis* modifié renferme également des dispositions particulières aux nouvelles catégories de cannabis qui visent à traiter les risques tels que la consommation accidentelle, la surconsommation et les maladies d'origine alimentaire. Aux termes des nouvelles dispositions, il est interdit d'utiliser des allégations relatives aux avantages pour la santé (p. ex. « la fibre de chanvre aide à réduire le taux de cholestérol dans le sang »), à la valeur énergétique, à la teneur nutritive (p. ex. « une source élevée de fibres ») et aux avantages cosmétiques (p. ex. « réduit l'aspect des rides »). Les dispositions régissant les produits de cannabis comestible exigent que l'emballage et l'étiquetage comportent une liste d'ingrédients, le nom commun du produit comestible, le nom de certains allergènes, une date de péremption, le cas échéant, et un tableau de la valeur nutritive propre au cannabis.

Tabac et produits de vapotage

La *Loi sur le tabac et les produits de vapotage* (Canada) (la « LTPV ») régit la fabrication, la vente, l'étiquetage et la promotion des produits du tabac et des produits de vapotage. La LTPV crée un nouveau cadre juridique destiné à protéger les jeunes contre la dépendance à la nicotine et l'usage du tabac, tout en permettant aux adultes d'avoir accès à des produits de vapotage comme solution de rechange moins nocive que la consommation de tabac.

Le *Règlement sur l'apparence, l'emballage et l'étiquetage des produits du tabac* (le « RAEEPT ») est entré en vigueur le 1^{er} août 2023. Cette législation a regroupé toutes les exigences relatives à l'aspect, à l'emballage et à l'étiquetage des produits du tabac sous un seul ensemble de règlements en modifiant le *Règlement sur les produits du tabac (apparence neutre et normalisée)* et en abrogeant le *Règlement sur l'information relative aux produits du tabac* et le *Règlement sur l'étiquetage des produits du tabac (cigarettes et petits cigares)*. Le RAEEPT a mis à jour les messages liés à la santé et a étendu les

avertissements sanitaires et l'information sur la toxicité à tous les emballages de produits du tabac. Il a également prescrit des avertissements sanitaires à apposer directement sur les cigarettes, les petits cigares avec du papier de manchette et les tubes, selon un système de rotation qui alterne une série de messages sanitaires tous les 24 ou 36 mois, selon le produit.

Une période de transition pour la mise en œuvre des nouvelles exigences en matière d'étiquetage s'est terminée le 31 janvier 2024 pour les fabricants et le 30 avril 2024 pour les détaillants. En ce qui a trait à la mise en œuvre des avertissements sanitaires, des délais de conformité supplémentaires ont été accordés aux fabricants et aux détaillants; ils diffèrent également en fonction du produit (p. ex. pour les cigarettes de taille standard : le 31 janvier 2025 pour les fabricants et le 30 avril 2025 pour les détaillants).

Indications sur les étiquettes de produits

Tant les régimes criminel que civil de la *Loi sur la concurrence* interdisent toute indication, sous quelque forme que ce soit, qui est fautive ou trompeuse sur un point important. Une indication est dite « importante » si elle peut influencer un consommateur à acheter ou à utiliser le produit ou le service annoncé. Pour déterminer si une indication est fautive ou trompeuse, les tribunaux tiennent compte de l'« impression générale » qu'elle donne ainsi que de son sens littéral. Même si une indication est techniquement exacte, elle peut donner une impression générale fautive ou trompeuse sur un point important. L'accent est mis sur le message reçu ou perçu par le consommateur.

Toutes les indications figurant sur les étiquettes de produits doivent être véridiques, non trompeuses et suffisamment étayées. Étant donné que les indications figurant sur une étiquette sont examinées tant au moment de la vente que tout au cours de la durée de vie utile d'un produit, elles font souvent l'objet d'un examen plus approfondi que les indications données sur d'autres formes de support.

Les indications figurant sur les étiquettes de produits autres qu'alimentaires sont généralement régies par le Bureau de la concurrence. Pour les produits alimentaires, les allégations figurant sur les étiquettes de ces produits sont assujetties à des exigences réglementaires particulières supervisées par l'ACIA. Les détaillants, les

fabricants et les distributeurs devraient être extrêmement critiques lorsqu'ils examinent les allégations relatives aux produits, étant donné que même l'allégation la plus générale qui soit peut devoir être étayée d'une manière très particulière. Par exemple, pour utiliser l'allégation apparemment générale « source élevée de fibres » sur l'étiquette d'un produit végétal congelé, le produit doit contenir au moins quatre grammes de fibres par portion pour être conforme au RAD. Il existe des restrictions semblables pour les allégations ou indications concernant la composition et la qualité d'un produit, le mode de production et l'utilisation d'images sur les étiquettes de produits.

Plusieurs allégations ou indications relatives à des produits populaires sont examinées plus en détail ci-après à la lumière des politiques actuelles du Bureau de la concurrence et de l'ACIA.

Déclarations environnementales et écoblanchiment

Les indications relatives à l'environnement sur les biens de consommation sont de plus en plus courantes à mesure que les entreprises se livrent concurrence pour attirer les consommateurs soucieux de l'environnement. Dans le même temps, ces indications ont attiré l'attention des organismes de réglementation, entraînant une hausse des mesures de contrôle et d'application de la loi.

Comme il est indiqué dans les lignes directrices du Bureau de la concurrence, les déclarations environnementales qui sont imprécises, incomplètes, non pertinentes ou vagues (p. ex. « respectueux de l'environnement », « écologique », « vert » et « durable ») peuvent être considérées comme fausses ou trompeuses et devraient être évitées. En outre, les déclarations environnementales sur les étiquettes de produits devraient être spécifiques quant à l'aspect environnemental ou à l'amélioration environnementale faisant l'objet de la déclaration. Par exemple, il est recommandé d'indiquer « Dans des conditions d'utilisation normale, ce produit consomme 20 % moins d'électricité que notre modèle précédent » plutôt que « Nouveau produit amélioré, plus respectueux de l'environnement » ou « Ce produit fonctionne à l'électricité verte ». Le Bureau de la concurrence est particulièrement sceptique à l'égard d'allégations relatives à la durabilité d'un produit, estimant que peu de produits ont fait l'objet d'évaluations d'impact sur l'environnement d'une durée suffisante pour permettre une déclaration précise sur la durabilité du produit.

Dans le but de traiter les publicités et déclarations environnementales fausses et trompeuses couramment utilisées (aussi appelées « écoblanchiment »), d'importantes modifications ont été apportées à la *Loi sur la concurrence* le 20 juin 2024, lesquelles sont actuellement en vigueur. Les nouvelles dispositions visant l'écoblanchiment exigent que : i) les déclarations relatives aux avantages environnementaux d'un produit soient fondées sur des épreuves suffisantes et appropriées et ii) les déclarations relatives aux avantages environnementaux d'une entreprise ou de l'activité d'une entreprise soient fondées sur des éléments corroboratifs suffisants et appropriés obtenus au moyen d'une méthode reconnue à l'échelle internationale.

Pur et pur à 100 %

Les consommateurs s'attendent à ce qu'un aliment qualifié de « pur » ou de « pur à 100 % » ne soit ni contaminé, ni falsifié, et ne contienne que des substances ou ingrédients dont la présence est normalement attendue dans l'aliment ainsi décrit. Par conséquent, le terme « pur » ne doit pas être utilisé sur l'étiquette d'un produit alimentaire qui est un mélange, un composé, une imitation ou un succédané. Les consommateurs ne s'attendent pas à ce que l'huile de maïs contienne une autre substance que l'huile de maïs, de sorte qu'une allégation « huile de maïs pure à 100 % », par exemple, est considérée comme étant trompeuse.

Naturel

Selon les lignes directrices de l'ACIA, un aliment peut être décrit comme « naturel » si l'aliment et ses ingrédients: i) ne contiennent pas ou n'ont jamais contenu de vitamine, de minéral nutritif, d'agent aromatisant artificiel ni d'additif alimentaire ajouté, ii) aucune composante ou partie de l'aliment ou des ingrédients n'a été retirée ou considérablement modifiée, à l'exception de l'élimination de l'eau (p. ex. décaféination) et iii) n'ont pas été soumis à des procédés qui ont considérablement modifié leur état physique, chimique ou biologique. Toutefois, ce qui précède ne constitue que des lignes directrices d'ordre général à l'intention du secteur, l'ACIA ayant assoupli ses principes en s'appuyant sur des données probantes.

Grâce à sa nouvelle approche, l'ACIA reconnaît désormais les allégations « naturel » qui pourraient ne pas suivre entièrement les lignes directrices générales, à condition qu'elles soient fondées sur des données

probantes suffisantes et qu'elles démontrent qu'elles n'induiront pas les consommateurs en erreur. Par exemple, un aliment peut être enrichi de vitamines provenant d'une plante ou d'un animal et/ou provenant de procédés minimaux. Bien que les lignes directrices générales ne reconnaissent normalement pas qu'un aliment est naturel s'il contient des vitamines ajoutées ou des additifs (p. ex. du lait avec vitamines A et D ajoutées, farine enrichie), les entreprises peuvent utiliser des mesures fondées sur des données probantes pour démontrer en quoi leurs produits peuvent être tout de même considérés comme « naturels » et convaincre l'ACIA que les allégations ne sont pas trompeuses.

Allégations « biologique »

Les allégations « biologique » portant sur tout produit agricole (y compris les aliments destinés à la consommation humaine, les aliments du bétail et les semences) sont régies par la partie 13 du RSAC. Une allégation « biologique » n'est autorisée sur l'étiquette d'un produit alimentaire que si le produit a été certifié biologique conformément au RSAC et que l'étiquette est conforme aux exigences du RSAC.

Seuls les produits contenant 95 % ou plus d'ingrédients biologiques peuvent porter la mention « biologique » sur l'étiquette ou dans la publicité, ou porter le logo « Biologique Canada ». Les produits contenant 70 % ou plus d'ingrédients biologiques peuvent porter la mention « biologique » sur leur étiquette ou dans leur publicité, en précisant le pourcentage d'ingrédients biologiques (p. ex. « x % d'ingrédients organiques »). Toutefois, ces produits ne peuvent aussi porter le logo « Biologique Canada » ou l'allégation « biologique » sur leur étiquette ou dans leur publicité que s'ils contiennent 95 % ou plus d'ingrédients biologiques. Les produits contenant moins de 70 % d'ingrédients biologiques ne peuvent pas porter l'allégation « biologique » sur leur étiquette ou dans leur publicité et peuvent seulement indiquer le contenu biologique dans la liste d'ingrédients figurant sur l'étiquette ou la publicité.

Allégations « local »

L'ACIA a adopté une politique qui reconnaît un aliment « local » comme étant : i) un aliment produit dans la province ou le territoire où il est vendu ou ii) un aliment vendu dans une autre province ou territoire dans un rayon de 50 km de la province ou du territoire d'origine. Étant donné que l'allégation « local » indiquée sur l'emballage et l'étiquette d'un produit

est toujours assujettie aux interdictions prévues à la LAD et à la LSAC relatives aux allégations fausses et trompeuses, il est recommandé d'ajouter un qualificatif, tel que le nom d'une ville, pour fournir aux consommateurs des renseignements supplémentaires à cet égard.

Indications « Produit du Canada » et « Fait au Canada »⁸

Le Bureau de la concurrence et l'ACIA distinguent tous deux les indications « Produit du Canada » et « Fait au Canada » d'une manière semblable. L'approche du Bureau de la concurrence est fondée sur le fait que la *Loi sur la concurrence*, la LEEPC et la LET interdisent toutes les indications fausses ou trompeuses. Conformément à cette approche, une indication « Produit du Canada » sera généralement appropriée si : i) la dernière transformation substantielle a eu lieu au Canada et ii) la totalité ou presque (au moins 98 %) des coûts directs de production ou de fabrication ont été engagés au Canada. Une indication « Fait au Canada » sera habituellement appropriée si : i) la dernière transformation substantielle a eu lieu au Canada, ii) au moins 51 % des coûts directs de production ou de fabrication ont été engagés au Canada et iii) l'indication « Fait au Canada » est accompagnée selon le cas d'un énoncé descriptif, comme « Fait au Canada avec des composants importés » ou « Fait au Canada avec des composants canadiens et importés ». Des renseignements plus précis peuvent être donnés, par exemple : « Fait au Canada — contenu canadien 60 %; contenu importé 40 % ».

Les lignes directrices actuelles de l'ACIA prévoient qu'un produit alimentaire préemballé peut porter l'allégation « Produit du Canada » lorsque la totalité ou la quasi-totalité de ses principaux ingrédients, du processus de transformation et de la main-d'œuvre ayant servi à la fabrication du produit sont d'origine canadienne. Cela signifie que tous les ingrédients importants d'un produit alimentaire sont d'origine canadienne et que la proportion du contenu étranger est négligeable. Le terme « canadien » est considéré comme étant pareil à l'indication « Produit du Canada » et le produit qui porte cette mention doit répondre aux mêmes critères. L'indication « Fait au Canada » ou « Fabriqué au Canada » peut être utilisée sur un produit alimentaire lorsque la dernière

8 L'ACIA est actuellement en train de réviser ses lignes directrices concernant les indications « Produit du Canada » et « Fait au Canada » sur les étiquettes d'aliments. Il est prévu que le Bureau de la concurrence modifiera sa politique en conséquence une fois que l'ACIA aura finalisé ses lignes directrices. Pour de plus amples renseignements, veuillez consulter la rubrique Modifications à venir ci-après.

transformation substantielle du produit a été faite au Canada, même si certains ingrédients proviennent d'autres pays. Si l'indication « Fait au Canada » ou « Fabriqué au Canada » est utilisée, elle doit aussi comprendre un énoncé descriptif indiquant que le produit alimentaire est fabriqué au Canada à partir d'ingrédients importés ou à partir d'ingrédients canadiens et importés.

Concours publicitaires sur les étiquettes de produits

Il est courant que des concours publicitaires soient annoncés sur les emballages et les étiquettes des produits destinés aux consommateurs. Cette pratique est aussi connue sous le nom de publicité « sur l'emballage » (*on-pack*). Dans de nombreux cas, les formulaires d'inscription ou les cartes de jeu (cartes à gratter, étiquettes destinées à être pelées, etc.) sont effectivement emballés avec le produit.

Deux textes de loi régissent la publicité des concours figurant sur l'emballage. La *Loi sur la concurrence* impose des exigences minimales de l'information relative au concours; selon le *Code criminel* (Canada), quiconque conduit une loterie illégale commet une infraction. Afin de se conformer aux exigences relatives à l'information à déclarer et d'éviter qu'un concours soit qualifié de « loterie illégale », la publicité d'un concours indiquée sur l'emballage doit au moins : i) indiquer « Aucun achat nécessaire » et ii) indiquer le nombre et la valeur approximative des prix, les régions concernées par les prix et toute information importante concernant les chances de gagner. L'information doit être indiquée d'une manière raisonnablement apparente avant que le concurrent éventuel ne subisse des inconvénients ou qu'il ait pris des engagements envers le produit ou le concours de l'annonceur.

Origine des marchandises importées

L'Agence des services frontaliers du Canada administre le *Décret sur le marquage de marchandises importées*, le *Règlement sur la détermination, aux fins de marquage, du pays d'origine des marchandises (sauf pays ACEUM)* et le *Règlement sur la détermination, aux fins de marquage, du pays d'origine des marchandises (pays ACEUM)* (collectivement les « Règlements sur l'origine »). Les Règlements sur l'origine visent à communiquer au consommateur l'information selon laquelle certains produits ne sont pas fabriqués au Canada et d'identifier, selon les règles établies, le pays d'origine

des produits. Ce régime protectionniste, administré sous le régime de la *Loi sur les douanes* (Canada) et du *Tarif des douanes*, exige qu'une allégation de « pays d'origine » permanente figure sur 60 catégories différentes de produits non alimentaires importés au Canada. Les catégories sont très variées et comprennent des articles tels que des bicyclettes, des paniers amovibles pour l'écoulement de l'eau des évier, des bracelets de montre et des emballages cadeaux. La mention « pays d'origine » doit être lisible et rédigée selon le modèle « Fait au X ».

En vertu des Règlements sur l'origine, il existe différents ensembles de règlements pour les marchandises des pays ACEUM et des pays non ACEUM. Outre l'obligation de marquage des marchandises, ces règlements prévoient la manière dont le pays d'origine doit être déterminé; ils décrivent également les 21 catégories de marchandises qui sont exemptées des prescriptions relatives au marquage du pays d'origine.

Lois provinciales sur l'étiquetage des produits

L'emballage et l'étiquetage des produits sont principalement réglementés par la législation fédérale, mais les provinces ont également des lois connexes visant des secteurs précis. L'existence éventuelle d'une législation provinciale applicable doit être établie province par province et produit par produit.

Par exemple, le Québec a des exigences importantes en matière de langue française pour tout emballage et tout étiquetage sous le régime de la *Charte de la langue française* de la province (la « Charte »). Selon la Charte, « [t]oute inscription sur un produit, sur son contenant ou sur son emballage, sur un document ou objet accompagnant ce produit, y compris le mode d'emploi et les certificats de garantie, doit être rédigée en français ». L'inscription en français doit être assortie d'une ou plusieurs traductions, mais aucune inscription rédigée dans une autre langue ne doit l'emporter sur celle qui est rédigée en français.

Modifications à venir

On peut s'attendre à ce que des changements soient régulièrement apportés aux exigences en matière d'emballage et d'étiquetage à mesure que les autorités gouvernementales poursuivent la modernisation des cadres réglementaires du Canada.

Cadre de réglementation relatif aux produits d'autosoins

Santé Canada est en train de mettre à jour sa réglementation relative aux produits d'autosoins (PSN, cosmétiques et médicaments sans ordonnance) afin d'uniformiser les régimes de réglementation distincts qui régissent ces produits. Santé Canada a mené des consultations publiques dans le cadre des mises à jour prévues. Le cadre de réglementation proposé vise à améliorer l'étiquetage des PSN, entre autres, et sera mis en œuvre en trois phases :

- Phase I : Amélioration de l'étiquetage des PSN;
- Phase II : Approche fondée sur le risque à l'égard de la surveillance réglementaire des médicaments sans ordonnance;
- Phase III : Établissement de normes de preuve pour des allégations de santé similaires, expansion de la surveillance réglementaire fondée sur le risque et obtention de pouvoirs supplémentaires pour Santé Canada comme la capacité de demander un rappel ou un changement d'étiquette pour tous les produits d'autosoins.

En ce qui concerne la phase I, Santé Canada a modifié les exigences d'étiquetage du RPSN afin que l'information figurant sur l'étiquette soit plus claire, plus cohérente et plus lisible pour les consommateurs, en plus d'être conforme aux règles déjà établies pour les médicaments sans ordonnance. Les exigences en matière d'étiquetage comprennent : i) un tableau de renseignements de produit qui présente les renseignements importants sous forme d'un tableau de renseignements standard, ii) la déclaration des allergènes alimentaires, du gluten et de l'aspartame, le cas échéant, ainsi qu'une déclaration indiquant leur source, iii) l'information figurant sur l'étiquette est clairement présentée et bien en vue et, s'agissant de celle exigée par la réglementation, sa lisibilité doit être améliorée notamment au moyen d'une taille minimale de caractères ainsi que de types de police et de contraste particuliers et iv) la modernisation des coordonnées afin d'accepter que soit indiqué dans le tableau de renseignements de produit, une adresse courriel, un numéro de téléphone ou une adresse de site Web au lieu de l'adresse postale actuellement requise.

Les nouvelles exigences d'étiquetage des PSN, qui ne sont pas encore en vigueur, le seront dès le 21 juin 2025. Les produits autorisés par Santé

Canada avant cette date feront l'objet d'une période de transition jusqu'au 22 juin 2028 pour être rendus conformes aux nouvelles exigences. Les produits autorisés par Santé Canada à compter du 21 juin 2025 doivent être conformes aux nouvelles exigences dès le début.

À l'avenir, Santé Canada a l'intention de proposer des consultations concernant les modifications à apporter au RAD, afin d'introduire une approche fondée sur le risque à l'égard de la surveillance réglementaire de tous les produits d'auto-soins. Santé Canada s'emploie également à proposer, aux fins de consultation, des modifications visant à améliorer en permanence le cadre de réglementation des PSN.

Allégations sur les étiquettes des aliments : Produit du Canada et Fait au Canada

L'ACIA est en train de modifier ses lignes directrices concernant les allégations « Produit du Canada » et « Fait au Canada » sur les étiquettes des aliments, après la fin de la consultation publique qui a pris fin le 23 juin 2019. Les modifications proposées visent à aider l'industrie alimentaire canadienne à mieux promouvoir les produits canadiens à l'échelle nationale, les lignes directrices révisées semblant moins restrictives que les lignes directrices actuelles.

Les règles actuelles autorisent l'allégation « Produit du Canada » dans les cas où « la totalité ou quasi-totalité » des coûts directs de production ou de fabrication ont été engagés au Canada. Cette exigence de « totalité ou quasi-totalité » a été interprétée comme signifiant plus de 98 %, mais elle a été ramenée à 85 % conformément aux modifications proposées. Comme il est indiqué plus haut à la rubrique « Indications sur les étiquettes de produits », un qualificatif est actuellement exigé pour toute allégation « Fait au Canada » (p. ex. pour indiquer que le produit alimentaire est fabriqué à partir d'ingrédients importés ou d'une combinaison d'ingrédients importés et d'ingrédients nationaux); ce qualificatif n'est plus nécessaire en vertu des lignes directrices proposées.

Nouvelle loi sur l'écoblanchiment

Comme il a été mentionné plus haut dans l'analyse des indications relatives aux produits, de nouvelles dispositions ont été ajoutées à la *Loi sur la concurrence* en juin 2024 pour viser l'écoblanchiment. Ces

dispositions exigent des sociétés qu'elles procèdent à des essais ou qu'elles apportent des données probantes à l'appui de certaines déclarations environnementales. Le Bureau de la concurrence évalue actuellement l'incidence de ces nouvelles exigences, particulièrement en ce qui a trait à l'application de la loi, et il prévoit de publier des lignes directrices mises à jour en temps utile.

POUR PLUS D'INFORMATION, VEUILLEZ COMMUNIQUER AVEC :

Lisa M. Melanson

416-601-7595

lmelanson@mccarthy.ca

Karen Chow

604-643-7169

karenchow@mccarthy.ca

Young-Mi Lee

416-601-7559

ylee@mccarthy.ca

CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT, COMMERCE ET DOUANES

Droits et taxes à l'importation de marchandises	71
Autres exigences pour les marchandises importées	74
Interdiction d'importer et de vendre des marchandises fabriquées ou produites par des prisonniers ou du travail forcé	75
Recours commerciaux	78
Organisation mondiale du commerce	79
<i>Accord Canada-États-Unis-Mexique</i>	79
<i>Accord économique et commercial global entre le Canada et l'Union européenne</i>	81
<i>Accord de continuité commerciale Canada- Royaume-Uni</i>	82
<i>Accord de partenariat transpacifique global et progressiste</i>	83
Autres accords de libre-échange	83
<i>Accord de libre-échange canadien</i>	84
Sanctions économiques	84
Contrôles des exportations, des importations et du courtage de produits et technologies	85

Par John Boscarol et Martha Harrison

CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT, COMMERCE ET DOUANES

Notre monde moderne est de plus en plus interconnecté. Les produits, tant numériques que physiques, traversent régulièrement les frontières internationales. Le marché canadien de la vente au détail et des biens de consommation regorge de produits qui sont fabriqués à l'étranger ou dont une partie importante du contenu est fabriquée à l'étranger.

La compréhension des règles applicables à l'importation et à l'exportation de biens de consommation est essentielle pour protéger l'intégrité de la chaîne d'approvisionnement du secteur du commerce au détail, de l'approvisionnement en biens, en services et en propriété intellectuelle jusqu'à la vente finale au consommateur. Pour les nouveaux venus, dont certains importent peut-être pour la première fois, la législation canadienne en matière de douanes et de commerce peut être considérée comme une question secondaire. Même les fabricants et les distributeurs expérimentés peuvent être confrontés à des problèmes découlant de déclarations douanières incorrectes, de l'utilisation de mauvaises méthodes pour déterminer la valeur des produits importés, de l'absence de prise en compte des droits spéciaux imposés dans le cadre de la procédure de recours commercial du Canada ou de l'absence de prise en compte du risque de travail forcé dans leur chaîne d'approvisionnement. La prise en compte de ces questions dès les premières étapes de la conception et de la mise en œuvre de la chaîne d'approvisionnement et le suivi permanent de la conformité garantiront que les biens, les services et la technologie franchissent les frontières sans encombre, et constitueront un avantage significatif par rapport aux concurrents qui peinent à respecter la législation et font l'objet d'une attention et de sanctions excessives de la part des autorités d'application de la loi, et des retards induits aux frontières.

Le Canada est membre de l'Organisation mondiale du commerce (l'« OMC ») et partie à l'Accord Canada-États-Unis-Mexique (l'« ACEUM »), anciennement connu sous le nom d'Accord de libre-échange nord-américain (l'« ALENA »), l'Accord économique et commercial global (l'« AECG ») avec l'Union européenne (l'« UE »), l'Accord de continuité commerciale Canada-Royaume-Uni, l'Accord de partenariat transpacifique global et progressiste (le « PTPGP »), l'Accord

de libre-échange Canada-Corée (l'« ALECC »), et de nombreux autres accords régionaux de protection du commerce et des investissements.

Droits et taxes à l'importation de marchandises

Étant donné que de nombreuses entreprises des secteurs de la vente au détail et des biens de consommation s'approvisionnent en intrants et en produits finis à l'extérieur du Canada, la conformité douanière et la réduction au minimum des droits de douane sont essentielles au succès de leurs activités.

En tant qu'importateurs, ils sont tenus de déclarer les marchandises importées à leur entrée au Canada et de payer des droits de douane et des taxes d'accise, s'il y a lieu, à l'Agence des services frontaliers du Canada (l'« ASFC »), l'autorité douanière du Canada. Les marchandises sont soumises à divers taux de droits selon le type de marchandise et son pays d'origine. En tant que membre de l'ACEUM, le Canada accorde un traitement tarifaire préférentiel aux marchandises d'origine américaine et mexicaine, conformément aux Règles d'origine de l'ACEUM; ainsi, dans la plupart des cas, ces marchandises peuvent être importées en franchise de droits.

Le montant des droits de douane à payer dépend du taux de droit (déterminé par le classement tarifaire et l'origine des marchandises et tel qu'il est indiqué dans l'annexe du Tarif des douanes du Canada) et de la valeur en douane. À l'instar de tous ses principaux partenaires commerciaux, le Canada a adopté le système harmonisé de désignation et de codification des marchandises de l'Organisation mondiale des douanes. Tout comme les taxes, ce processus est fondé sur l'autocotisation, mais soumis à l'audit et à la vérification ultérieurs de l'ASFC.

Classement

Un importateur doit d'abord déterminer le classement tarifaire selon le système harmonisé applicable à ses marchandises. Selon le Tarif des douanes, les marchandises sont classées en 97 chapitres qui sont communs à tous les participants au Système du tarif douanier harmonisé. Il existe deux autres chapitres (les chapitres 98 et 99) qui sont propres au Canada et qui couvrent les situations dans lesquelles le Canada accorde une exonération spéciale des droits (p. ex. pour les importations temporaires).

Les chapitres sont organisés en groupes d'articles peu transformés (animaux vivants, minerai métallique et plantes), d'articles fabriqués à partir de ces articles (comme les aliments et boissons), et d'articles plus complexes (plastiques, cuir et textiles), les articles les plus complexes (p. ex. véhicules, instruments médicaux, scientifiques et électroniques) figurant en dernier lieu. Les marchandises se voient attribuer un « code d'article » à 10 chiffres, les deux premiers chiffres étant ceux du chapitre. Ces désignations de chapitre ainsi que les quatre chiffres suivants (formant un groupe à six chiffres) sont partagés entre tous les pays de l'OMC. Les quatre derniers chiffres sont propres au Canada et servent habituellement à donner au Canada la possibilité de subdiviser les éléments tarifaires de manière plus granulaire.

Afin d'aider les importateurs à déterminer le classement approprié, le *Tarif des douanes* comprend également une note introductive, qui énonce les règles générales d'interprétation. Les tribunaux canadiens ont reconnu la valeur de ces règles et leur utilité dans l'interprétation du *Tarif des douanes*.

Origine et traitement tarifaire préférentiel

Une fois que le code à 10 chiffres correspondant est identifié, l'importateur devra déterminer si un traitement tarifaire préférentiel s'applique. Pour qu'un traitement préférentiel puisse s'appliquer, la marchandise doit être considérée comme « originaire » conformément aux règles d'origine de l'accord commercial applicable. Les importateurs devraient obtenir un « certificat d'origine » du vendeur ou du fabricant des marchandises qu'ils entendent importer. Le certificat d'origine est la confirmation de la part du fabricant que les marchandises satisfont aux règles techniques d'origine pour une marchandise en particulier. Sans le certificat d'origine, un importateur ne peut pas demander le taux tarifaire préférentiel.

Établissement de la valeur en douane

Conformément aux obligations du Canada découlant de l'accord de l'OMC sur l'établissement de la valeur en douane, la valeur en douane des marchandises importées au Canada est, si possible, établie en fonction du prix payé ou payable pour les marchandises importées, sous réserve de certains rajustements réglementaires. Cette base d'établissement de la valeur principale s'appelle la « méthode de la valeur transactionnelle ». Un exemple de rajustement qui augmenterait la valeur en douane des



marchandises serait le paiement de redevances, si celles-ci doivent être payées par l'acheteur des marchandises importées comme condition de la vente des marchandises pour l'exportation au Canada. Un exemple de rajustement qui permettrait une déduction sur le prix payé ou à payer serait le coût de transport engagé pour l'expédition des marchandises au Canada depuis le lieu d'expédition directe, si ce coût était déjà inclus dans le prix payé ou à payer par l'importateur.

Si, pour une raison ou une autre (p. ex. si les marchandises n'ont pas été vendues), la valeur transactionnelle des marchandises ne peut servir de base de calcul de la valeur en douane déclarée, la législation canadienne prévoit d'autres méthodes d'évaluation. En plus des droits de douane, la taxe sur les produits et services (la « TPS ») de 5 % est également payable à l'importation de marchandises. Ce taux de TPS s'applique à la valeur à l'acquitté des marchandises. Pour autant qu'ils aient acquis les marchandises pour les utiliser dans le cadre d'une activité commerciale, les importateurs inscrits sous le régime de la *Loi sur la taxe d'accise* pourront recouvrer la TPS payée à l'importation en réclamant un crédit de taxe sur les intrants.

Vérification

Comme il est mentionné plus haut, les déclarations en douane sont fondées sur l'autocotisation, de la même manière que les autres taxes. Toutefois, comme pour les autres taxes, l'autorité fiscale (dans ce cas l'ASFC) conserve le droit de vérifier et d'auditer les importateurs pour vérifier que les marchandises ont été dûment déclarées, que les droits de douane ont été dûment cotisés et, au besoin, que les permis appropriés ont été obtenus.

Dans le cours normal des activités, les importations font l'objet d'une vérification à tout moment au cours des quatre années suivant leur importation. La vérification peut porter sur n'importe quel aspect de la déclaration en douane, y compris le classement, la valeur en douane, le traitement tarifaire préférentiel, le respect des restrictions à l'utilisation finale (p. ex. si les articles ont été importés temporairement, la vérification que les marchandises ont été exportées dans les moindres délais), l'obtention des autorisations appropriées et le respect de toutes les exigences en matière de recours commerciaux (p. ex. droits anti-dumping ou compensateurs).

Un importateur est tenu, en vertu de la législation canadienne, de faire corriger toute erreur dans une déclaration concernant le classement, l'origine ou l'établissement de la valeur en douane dans les 90 jours suivant la date à laquelle il a des motifs de croire que la déclaration est inexacte, si la demande de rajustement entraîne l'exigibilité de l'un ou l'autre des droits ou si la correction n'a aucun impact financier. Si la correction de l'erreur donne lieu à un remboursement de droits, l'importateur n'est pas tenu de corriger l'erreur.

Les importateurs sont tenus de conserver pendant une période d'au moins six ans les dossiers douaniers et autres concernant leurs importations. Le non-respect de cette obligation peut avoir des conséquences négatives, notamment l'application de sanctions administratives pécuniaires.

Autres exigences pour les marchandises importées

Certaines marchandises importées doivent porter la mention de leur pays d'origine. Il s'agit notamment d'un certain nombre de produits de consommation et de vente au détail. Ces marchandises entrent généralement dans les grandes catégories suivantes : les marchandises pour usage personnel ou domestique, la quincaillerie, les nouveautés et articles de sport, les ouvrages en papier, les vêtements et les produits horticoles. Certains types de marchandises, ou de marchandises importées sous réserve de conditions particulières, sont exemptés de l'obligation de marquage du pays d'origine.

Les produits préemballés (c.-à-d. les produits emballés dans un contenant dans lequel ils sont soit normalement vendus aux consommateurs, soit normalement utilisés ou achetés par des consommateurs, sans être réemballés) importés au Canada sont également assujettis aux exigences énoncées dans la *Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation* fédérale. Les articles textiles de consommation sont assujettis aux exigences de la *Loi sur l'étiquetage des textiles* fédérale.

Il existe également d'importantes exigences législatives concernant l'importation d'aliments, de produits agricoles, de produits aquatiques et d'intrants agricoles. Tous ces produits font l'objet d'une inspection de l'Agence canadienne d'inspection des aliments (l'« ACIA »).

Les produits dont la marque de commerce est contrefaite ou dont le droit d'auteur est piraté peuvent être confisqués lors de leur importation

au Canada. Conformément à la *Loi sur le droit d'auteur* et à la *Loi sur les marques de commerce*, le titulaire d'un droit d'auteur valide au Canada ou le détenteur d'une marque de commerce canadienne enregistrée auprès de l'Office de la propriété intellectuelle du Canada (l'« OPIC ») peut déposer une demande d'aide (une « DA ») auprès de l'ASFC. Cette DA constitue un instrument d'application de la loi très efficace pour protéger les droits de propriété intellectuelle. Grâce à elle, l'ASFC peut repérer et détenir les expéditions commerciales dont elle soupçonne qu'elles contiennent des marchandises de marques de commerce contrefaites ou aux droits d'auteur piratés. Lorsque l'ASFC détecte de telles marchandises, elle peut utiliser les renseignements contenus dans la DA pour communiquer avec le titulaire des droits, lequel peut alors intenter une poursuite auprès d'un tribunal, s'il y a lieu. La Gendarmerie royale du Canada (la « GRC ») est responsable d'entreprendre toute enquête criminelle liée à la contrefaçon et au piratage commis à l'échelle commerciale.

Certaines marchandises ne peuvent être importées au Canada. C'est notamment le cas du matériel considéré comme obscène selon le *Code criminel* (Canada), de la monnaie altérée ou contrefaçon de monnaie, de certains aéronefs usagés ou d'occasion, des marchandises fabriquées ou produites par des prisonniers ou du travail forcé, des matelas usagés ou d'occasion, des marchandises au sujet desquelles une désignation est utilisée qui est fausse sous un rapport important quant à leur origine géographique, de certains véhicules automobiles usagés ou d'occasion, de certaines parties d'oiseaux sauvages, de certains produits dangereux, des allumettes au phosphore blanc, de certains animaux et oiseaux, de matériel de propagande haineuse et de certaines armes et armes à feu prohibées.

Interdiction d'importer et de vendre des marchandises fabriquées ou produites par des prisonniers ou du travail forcé

Le 1^{er} juillet 2020, le Canada a modifié la *Loi sur le tarif des douanes* pour la rendre conforme à l'ACEUM. L'article 23.3 de l'ACEUM engage les parties à éliminer toutes les formes de travail forcé ou de travail des enfants. Le *Tarif des douanes* (sous le numéro tarifaire 9897.00.00) a donc été modifié pour interdire l'importation de marchandises qui sont extraites, fabriquées ou produites, en tout ou en partie par du travail forcé (à l'exception de celles qui sont importées pour servir uniquement

à l'usage personnel et non à la vente ou à des fins commerciales ou professionnelles). En conséquence, les agents des douanes peuvent détenir et saisir ces marchandises en vertu de leurs pouvoirs d'exécution prévus à la *Loi sur les douanes*. La *Loi sur les douanes* impose des interdictions et des obligations de déclaration supplémentaires à l'égard de ces marchandises qui ont été importées au Canada en violation de cette mesure.

Alors que les efforts mondiaux s'intensifient pour éliminer le travail forcé, le Canada cherche à adopter une approche plus proactive pour résoudre les problèmes de droits de la personne qui se posent dans la chaîne d'approvisionnement. Le 3 mai 2023, près d'un an et demi après sa présentation au Sénat canadien, le projet de loi S-211, qui édicte la *Loi sur la lutte contre le travail forcé et le travail des enfants dans les chaînes d'approvisionnement* (la « *Loi sur les chaînes d'approvisionnement* »), a été adopté en dernière lecture à la Chambre des communes.

La *Loi sur les chaînes d'approvisionnement* s'applique de façon générale à toute entité qui produit, vend ou distribue des marchandises au Canada ou ailleurs, à toute entité qui importe au Canada des marchandises produites à l'extérieur du Canada et à toute entité qui contrôle une autre entité qui se livre à une telle activité de production, vente, distribution ou importation. Dans ce contexte, le « contrôle » peut être direct ou indirect (p. ex. par l'intermédiaire d'une filiale). Les sociétés mères d'« entités » (au sens donné à ce terme dans la *Loi sur les chaînes d'approvisionnement*) qui produisent, vendent ou distribuent des marchandises au Canada ou ailleurs sont donc également visées.

Une « entité » s'entend de toute entreprise dont les actions ou titres de participation sont inscrits à une bourse de valeurs canadienne ou qui a un lien avec le Canada (c.-à-d. qu'elle a un établissement au Canada, y exerce des activités ou y possède des actifs) et qui remplit également au moins deux des trois conditions suivantes pour au moins un de ses deux derniers exercices :

- L'entité possède des actifs d'une valeur d'au moins 20 millions \$ CA;
- L'entité a généré des revenus d'au moins 40 millions \$ CA;
- L'entité emploie en moyenne au moins 250 employés.

Chaque entité assujettie à la *Loi sur les chaînes d'approvisionnement* sera tenue d'inclure ce qui suit dans le rapport :

- Les mesures qu'elle a prises au cours de son dernier exercice pour prévenir et atténuer le risque relatif au recours au travail forcé ou au travail des enfants à l'une ou l'autre étape de la production de marchandises par l'entité — au Canada ou ailleurs — ou de leur importation au Canada;
- Sa structure, ses activités commerciales et ses chaînes d'approvisionnement;
- Ses politiques et ses processus de diligence raisonnable relatifs au travail forcé et au travail des enfants;
- Les parties de ses chaînes commerciales et de ses chaînes d'approvisionnement qui comportent un risque de recours au travail forcé ou au travail des enfants et les mesures qu'elle a prises pour évaluer ce risque et le gérer;
- L'ensemble des mesures qu'elle a prises pour remédier à tout recours au travail forcé ou au travail des enfants;
- L'ensemble des mesures qu'elle a prises pour remédier aux pertes de revenus des familles les plus vulnérables engendrées par toute mesure visant à éliminer le recours au travail forcé ou au travail des enfants dans le cadre de ses activités et dans ses chaînes d'approvisionnement;
- La formation donnée aux employés sur le travail forcé et le travail des enfants;
- La manière dont elle évalue l'efficacité de ses efforts pour éviter le recours au travail forcé ou au travail des enfants dans ses chaînes commerciales et ses chaînes d'approvisionnement.

L'application de la *Loi sur les chaînes d'approvisionnement* demeure ambiguë. Par exemple, d'après les lignes directrices actuelles, les entités peuvent être exemptées de l'obligation de déclaration si elles ne se livrent qu'à des « transactions très mineures » dans le cadre des activités réglementées. Les concepts tels que les « transactions très mineures » ne sont pas définis sur le plan administratif et font l'objet d'une évaluation

au cas par cas. Maintenant que la première période de déclaration est terminée, le ministère de la Sécurité publique et de la Protection civile, l'organisme de réglementation qui est responsable de l'administration et de l'application de la loi, publiera probablement d'autres lignes directrices.

La mise en œuvre de la *Loi sur les chaînes d'approvisionnement* rapproche un peu plus le Canada de ses homologues internationaux, et nous prévoyons que le Canada continuera d'adopter d'autres lois sur les chaînes d'approvisionnement, dont éventuellement une loi particulière sur la diligence raisonnable.

Recours commerciaux

Le Canada a mis en place un régime de recours commercial qui permet l'application de droits supplémentaires et/ou de contingents aux marchandises importées, lorsque ces marchandises ont causé ou menacent de causer un dommage à la production de marchandises similaires au Canada. Les produits de détail et les biens consommation, en particulier ceux en provenance de la Chine et d'autres pays asiatiques, sont souvent la cible de ces recours commerciaux.

La *Loi sur les mesures spéciales d'importation* fédérale prévoit la perception de droits supplémentaires sur les produits « sous-évalués ou subventionnés » (« *dumping* ») (c.-à-d. des produits importés au Canada à des prix inférieurs aux prix de vente de marchandises similaires dans le pays d'exportation ou à des prix inférieurs à leur coût, majorés d'un montant pour les bénéfices) si elles ont causé ou menacent de causer un dommage à l'industrie canadienne.

Des droits peuvent également être perçus lorsque le gouvernement du pays d'exportation octroie des subventions passibles de mesures compensatoires, et si ces marchandises subventionnées nuisent ou pourraient nuire à l'industrie canadienne. De plus, le Canada peut imposer des surtaxes de sauvegarde ou des restrictions quantitatives sur les importations s'il est établi que l'accroissement des importations de ces marchandises au Canada nuit ou pourrait nuire aux producteurs canadiens. Ces mesures peuvent être appliquées, peu importe si les marchandises ont fait l'objet d'un dumping ou d'une subvention.

Organisation mondiale du commerce

En tant que membre de l'OMC, le Canada doit respecter de nombreuses obligations qui ont une incidence sur tous les secteurs de l'économie canadienne, y compris les fabricants et les distributeurs de biens de consommation. Ces obligations régissent les mesures canadiennes concernant l'accès aux biens et aux services étrangers, les investissements étrangers, les marchés publics de biens et de services, la protection des droits de propriété intellectuelle, la mise en œuvre de mesures sanitaires et phytosanitaires et de normes techniques (y compris des mesures environnementales), les formalités douanières, l'utilisation de recours commerciaux (comme les droits antidumping et compensateurs) et le subventionnement de l'industrie.

Ces obligations de l'OMC s'appliquent aux politiques du gouvernement canadien, aux mesures administratives et législatives et même aux poursuites judiciaires. Elles s'appliquent au gouvernement fédéral et aussi, dans bien des cas, aux gouvernements provinciaux et à d'autres gouvernements d'ordre sous-fédéral.

Le Canada participe activement au système de règlement des différends de l'OMC, autant à titre de plaignant qu'à titre d'intimé. À la suite d'affaires portées devant l'OMC contre le Canada par d'autres pays, le Canada a dû annuler ou modifier certaines mesures fautives dans de nombreux secteurs, notamment le secteur automobile, l'édition de magazines, les produits pharmaceutiques, les produits laitiers, l'énergie verte et les aéronefs. Par ailleurs, certaines victoires du Canada dans le cadre du système de règlement des différends de l'OMC ont amélioré l'accès de sociétés canadiennes à des marchés partout dans le monde.

Accord Canada-États-Unis-Mexique

En novembre 2018, le Canada, les États-Unis et le Mexique ont terminé les négociations sur la modernisation de l'ALENA et signé l'ACEUM. Le 1^{er} juillet 2020, l'ACEUM est entré en vigueur, remplaçant l'ALENA après trois ans de négociations, de rédaction et de révision.

À l'instar de l'ALENA, l'ACEUM élimine les barrières tarifaires entre le Canada, le Mexique et les États-Unis, et chaque pays continue de maintenir son propre système tarifaire pour les pays non membres de l'ACEUM. À cet égard, l'ACEUM se distingue d'une union douanière

comme celle qui existe dans l'UE, où les pays participants maintiennent un tarif extérieur commun avec le reste du monde.

Un système de règles d'origine a été mis en place pour définir les marchandises admissibles au traitement tarifaire préférentiel en vertu de l'ACEUM. Les principes et méthodes servant à déterminer le pays d'origine sous le régime de l'ACEUM sont généralement semblables à ceux qui sont énoncés dans l'ALENA. L'un des plus importants est la modification de l'exigence des seuils « *de minimis* ». Le contenu non originaire admissible (notamment le contenu non produit dans les pays membres de l'ACEUM) d'un produit a été augmenté à 10 % par rapport aux 7 % précédemment prévus sous le régime de l'ALENA. En effet, dans le cadre de l'ACEUM, un produit peut avoir un contenu « non originaire » plus important et être tout de même admissible à un traitement tarifaire préférentiel. Sous réserve du respect des règles d'origine de l'ACEUM, les investisseurs de pays non membres de l'ACEUM peuvent établir des usines de fabrication au Canada, dans lesquelles des produits et des composantes provenant de l'extérieur du territoire de l'ACEUM peuvent être transformés et exportés en franchise de droits aux États-Unis ou au Mexique.

L'ALENA a été l'un des premiers accords commerciaux importants permettant aux investisseurs de poursuivre les gouvernements en dommages-intérêts découlant de contraventions aux obligations de protection des investissements aux termes du chapitre 11 de l'Accord. Le mécanisme de règlement des différends entre un investisseur et un État (le « RDIE ») n'est désormais disponible sous le régime de l'ACEUM qu'entre le Mexique et les États-Unis, car le Canada et les investisseurs canadiens en ont été retirés. Même si, en vertu de l'ACEUM, il n'existe aucun RDIE entre le Canada et les États-Unis, les investisseurs canadiens peuvent poursuivre le Mexique et les investisseurs mexicains peuvent poursuivre le Canada aux termes des dispositions relatives à la protection des investissements du PTPGP. Toutefois, l'ACEUM prévoit que le RDIE prévu à l'ALENA initial peut s'appliquer au Canada et aux investisseurs canadiens en ce qui concerne les plaintes antérieures concernant un investissement existant. Ces réclamations peuvent être présentées dans les trois ans qui suivent l'entrée en vigueur de l'ACEUM (soit au plus tard le 1^{er} juillet 2023).



Bien que l'ACEUM comporte de nombreuses obligations similaires à celles que l'on retrouve dans les accords de l'OMC, on le qualifie parfois d'« OMC-plus » en raison d'engagements renforcés dans certains domaines, y compris l'investissement étranger, la protection de la propriété intellectuelle, les produits énergétiques (comme le pétrole et le gaz), les services financiers, les télécommunications et les règles d'origine. L'ACEUM établit également des arrangements spéciaux pour le commerce automobile, le commerce de produits textiles et d'habillement, ainsi que l'agriculture.

Accord économique et commercial global entre le Canada et l'Union européenne

Le 30 octobre 2016, le Canada et l'UE ont signé le texte juridique définitif de l'AECG UE-Canada. L'AECG est entré en vigueur provisoirement le 21 septembre 2017. À cette date, toutes les dispositions de l'AECG, à l'exception des mécanismes de règlement des différends entre investisseurs et États, de certaines dispositions relatives à l'investissement de portefeuille et de certaines dispositions spécialisées en matière de propriété intellectuelle relatives à l'application des droits d'auteur, sont entrées en vigueur.

En tant qu'accord commercial le plus complet et le plus important du Canada à ce jour, l'AECG permet de simplifier considérablement les règles en matière de commerce et d'investissement applicables aux relations économiques entre les deux régions. L'AECG porte sur le commerce de services (dont les services financiers), les déplacements de professionnels, les marchés publics (y compris à l'échelle provinciale et municipale), les obstacles techniques au commerce, la protection des investissements et le RDIE, ainsi que la protection en matière de propriété intellectuelle (notamment en ce qui a trait aux indications géographiques et aux produits pharmaceutiques).

Le jour où l'AECG est entré en vigueur, 98 % des lignes tarifaires de l'UE sont devenues exemptes de droits pour le Canada. Les exportateurs canadiens tirent également profit de règles d'origine claires qui tiennent compte des chaînes d'approvisionnement canadiennes pour déterminer quels sont les biens considérés comme « faits au Canada » et, par conséquent, bénéficiant d'un traitement tarifaire préférentiel. Comme l'ALENA, l'AECG vise à favoriser l'harmonisation réglementaire,

la coopération et le partage de l'information entre les autorités canadiennes et européennes, afin de mettre en place des régimes de réglementation plus compatibles. Cet accord comprend la coopération en matière de mesures sanitaires et phytosanitaires de salubrité des aliments et protection de la vie et de la santé des animaux et végétaux. L'AECG comprend également certaines dispositions visant des secteurs précis, comme les vins et spiritueux, la biotechnologie, la foresterie, les matières premières, la science, la technologie et l'innovation, pour tenir compte de leurs intérêts particuliers. À l'appui de ses objectifs de coopération, l'AECG promet en outre une transparence accrue et un plus grand partage d'information à l'égard des subventions et des recours commerciaux accordés par les gouvernements aux industries de leurs pays respectifs.

Pour les différends relatifs à l'AECG, les parties ont convenu d'établir un tribunal permanent faisant appel au mécanisme d'arbitrage dans le cadre du RDIE. Ce tribunal sera composé de 15 membres : cinq ressortissants du Canada, cinq ressortissants des États membres de l'UE et cinq ressortissants de pays tiers — chacun d'entre eux devant être juriste dans son pays. Les affaires seront entendues par des comités composés de trois membres du tribunal (un pour chaque État des parties et le troisième choisi sur une liste de membres neutres). L'AECG institue également un tribunal d'appel qui peut confirmer, modifier ou infirmer une sentence rendue par le tribunal aux motifs d'erreurs dans l'application ou l'interprétation du droit, d'erreurs manifestes dans l'appréciation des faits ou si le tribunal a outrepassé sa compétence. En raison des objections de la Région wallonne de la Belgique, cette partie de l'AECG n'est pas encore en vigueur. Toutefois, l'avis récent de la Cour de justice européenne selon lequel le mécanisme d'arbitrage de l'AECG dans le cadre du RDIE n'est pas incompatible avec le droit de l'UE constitue une étape importante vers une mise en œuvre complète et définitive.

Accord de continuité commerciale Canada-Royaume-Uni

Le 31 janvier 2020 a marqué la sortie officielle du Royaume-Uni de l'UE. Parmi les nombreuses conséquences liées au Brexit, l'AECG devait cesser de s'appliquer au commerce entre le Canada et le Royaume-Uni à compter du 1^{er} janvier 2021. Afin d'assurer la continuité des modalités commerciales préférentielles qui existaient dans le cadre de l'AECG, le Canada a consolidé ses relations commerciales avec le Royaume-Uni le

1^{er} avril 2021 en concluant l'*Accord de continuité commerciale Canada-Royaume-Uni*. À court terme, cet accord assurera la continuité des échanges entre le Canada et le Royaume-Uni, tout en veillant à ce que les exportateurs et les entreprises canadiens aient un accès préférentiel continu au marché du Royaume-Uni et à ce que 98 % des produits canadiens continuent d'y être exportés en franchise de droits.

Accord de partenariat transpacifique global et progressiste

Le PTPGP est un accord commercial qui regroupe 11 pays du littoral du Pacifique représentant une part importante de l'économie mondiale. Il facilite grandement l'accès des entreprises canadiennes aux marchés de l'Asie-Pacifique.

Cet accord a été finalisé et signé par l'Australie, Brunei, le Canada, le Chili, le Japon, la Malaisie, le Mexique, la Nouvelle-Zélande, le Pérou, Singapour et le Vietnam. Entré en vigueur le 2 décembre 2018, il a été mis en œuvre par le Mexique, le Japon, Singapour, la Nouvelle-Zélande, le Canada, l'Australie et le Vietnam.

Le PTPGP est un accord général et complet, sur le modèle de l'AECG. Il réduit les entraves à l'échange commercial d'une large gamme de marchandises et de services et, par voie de conséquence, créera de nouvelles possibilités pour les entreprises et les consommateurs. Le PTPGP tient compte de nouveaux enjeux commerciaux et d'autres défis contemporains, notamment en matière de main-d'œuvre et d'environnement. Il prend en compte les obstacles tarifaires et non tarifaires au commerce et à l'investissement afin de faciliter les mouvements transfrontaliers de personnes, de biens, de services, de capitaux et de données. L'Accord comprend aussi des dispositions de RDIE pour le règlement de différends entre parties et investisseurs.

Autres accords de libre-échange

Outre le PTPGP, l'AECG, l'ACEUM et les accords de l'OMC, le Canada a également négocié des accords de libre-échange avec la Colombie, le Chili, le Costa Rica, le Honduras, la Jordanie, la Corée du Sud, l'Israël, le Panama, le Pérou, l'Ukraine et l'Association européenne de libre-échange (Islande, Liechtenstein, Norvège et Suisse).

Le Canada mène actuellement des pourparlers concernant des accords de libre-échange avec la Chine, l'Inde, le Japon, l'Indonésie, la Turquie, le Maroc, l'Association des nations de l'Asie du Sud-Est (ANASE) et la Communauté des Caraïbes (CARICOM), la République dominicaine, Singapour, la Communauté andine (MERCOSUR), les Philippines, la Thaïlande, El Salvador, le Guatemala et le Nicaragua.

Accord de libre-échange canadien

Le gouvernement fédéral du Canada a négocié l'*Accord de libre-échange canadien* (l'« ALEC ») avec chacun des gouvernements des provinces et des territoires canadiens. L'ALEC prévoit des obligations en matière de réduction des obstacles au libre mouvement des biens, services et investissements interprovinciaux, d'investisseurs de provinces données, de marchés publics de biens et de services, de mesures et de normes de protection du consommateur, de mobilité de la main-d'œuvre, de produits agricoles et alimentaires, de boissons alcoolisées, de transformation des ressources naturelles, de communications, de transport et de protection de l'environnement. L'ALEC prévoit également un mécanisme de règlement des différends entre gouvernements et entre particulier et gouvernement. Entré en vigueur le 1^{er} juillet 2017, l'ALEC remplace l'*Accord sur le commerce intérieur*.

Sanctions économiques

Étant donné que de nombreuses sociétés de vente au détail et de biens de consommation s'approvisionnent en produits et technologies auprès de clients et de fournisseurs, ou vendent des produits et services à des clients et à des fournisseurs situés dans le monde entier, elles doivent connaître les lois canadiennes sur les sanctions économiques. Un certain nombre d'États, d'entités et de particuliers font l'objet d'embargos commerciaux de la part du Canada sous le régime de la *Loi sur les Nations Unies*, de la *Loi sur les mesures économiques spéciales*, de la *Loi sur la justice pour les victimes de dirigeants étrangers corrompus (loi de Sergueï Magnitski)*, de la *Loi sur le blocage des biens de dirigeants étrangers corrompus* et du *Code criminel* du Canada.

Des sanctions canadiennes d'envergure variable s'appliquent à des activités visant les pays ou régions suivants : la Biélorussie, le Myanmar (anciennement la Birmanie), la République centrafricaine, la région de la

Crimée de l'Ukraine, la République démocratique du Congo, l'Iran, l'Irak, le Liban, la Libye, le Mali, le Nicaragua, la Corée du Nord, la République populaire de Chine, la Russie, la Somalie, le Soudan du Sud, le Soudan, la Syrie, la Tunisie, l'Ukraine, le Venezuela, le Yémen et le Zimbabwe. Le Canada interdit en outre de manière très stricte les opérations avec des « personnes désignées » inscrites sur des listes, des organisations terroristes et des particuliers associés à de telles organisations, quel que soit leur pays, y compris les Proud Boys, les Talibans, l'EILL (Daech) et al-Qaida.

Dans certains cas, les sanctions économiques canadiennes peuvent être plus lourdes que celles imposées par les États-Unis et l'Europe.

Le Canada ne participe pas à l'embargo commercial général imposé à Cuba par les États-Unis. En effet, une ordonnance délivrée en vertu de la *Loi sur les mesures extraterritoriales étrangères* érige en infraction criminelle le fait de se conformer à l'embargo commercial des États-Unis contre Cuba et exige que le procureur général du Canada soit avisé des communications reçues relativement à ces mesures d'embargo américaines.

Contrôles des exportations, des importations et du courtage de produits et technologies

À la fois pour des raisons de politique intérieure et de respect de ses engagements en vertu de traités, le Canada a mis en place des contrôles des importations, des exportations et des transferts visant certains produits et certaines technologies et, dans le cas des exportations, le pays de destination. La *Loi sur les licences d'exportation et d'importation* (la « LLEI ») fédérale régit ces produits à l'aide de trois listes : la *Liste des marchandises d'importation contrôlée* (la « LMIC »), la *Liste des marchandises d'exportation contrôlée* (la « LMEC »), la *Liste des pays visés* (la « LPV »).

Les marchandises qui figurent sur la LMIC nécessitent une licence d'importation, à certaines exceptions (notamment les produits de certains pays d'origine). Il s'agit par exemple des produits en acier, des armes et des munitions, ainsi que des produits agricoles et alimentaires tels que les produits à base de dinde, de bœuf et de veau, les produits à base de blé et d'orge, les produits laitiers et les œufs. Les fabricants et les

distributeurs doivent veiller à ce que les marchandises qu'ils importent et qui relèvent de ce régime soient dûment autorisées à l'importation.

La LMEC est une liste des marchandises et de la technologie qui ne peuvent pas être exportées ou transférées du Canada sans licence d'exportation, à quelques exemptions relatives à certains pays de destination. Les biens et technologies contrôlés sont répartis dans les catégories suivantes : articles à double usage (y compris les systèmes de sécurité de l'information, de surveillance et de surveillance de réseaux), munitions, articles de non-prolifération nucléaire, marchandises à double usage liées au nucléaire, marchandises diverses (y compris toutes les marchandises et technologies d'origine américaine, certains produits médicaux, les produits forestiers, les produits agricoles et alimentaires, les armes prohibées, les articles du secteur nucléaire et articles stratégiques), les équipements et les technologies pouvant être utilisés dans les missiles, ainsi que les armes chimiques et biologiques et la technologie connexe.

Outre la LLEI, d'autres lois canadiennes réglementent les activités d'importation et d'exportation, notamment à l'égard des diamants bruts, des marchandises et de la technologie du secteur nucléaire, des biens culturels, de la faune, des aliments et des drogues, des produits dangereux et des éléments écologiquement vulnérables. Les fabricants et les distributeurs devraient être particulièrement conscients des restrictions à l'importation d'articles communs qui peuvent également entrer dans ces catégories interdites. Par exemple, les outils polyvalents et les couteaux peuvent souvent être facilement modifiés pour être ouverts d'une manière qui les ferait rentrer dans la catégorie des couteaux à ouverture automatique, qui est une arme prohibée au Canada.

En 2019, le Canada est devenu un État partie au *Traité sur le commerce des armes* des Nations Unies (le « TCA »), un traité qui établit des normes communes pour le commerce international d'un large éventail d'armes classiques et qui compte actuellement plus de 100 États parties. Pour s'acquitter de ses obligations aux termes du TCA, le Canada a modifié la LLEI et adopté un ensemble de règlements en matière de courtage, y compris une *Liste des marchandises de courtage contrôlé*. Le nouveau régime législatif impose des contrôles sur les activités de courtage. La LLEI définit le courtage comme une activité visant « le fait de prendre des dispositions menant à une transaction [...] relative au mouvement,

d'un pays étranger vers un autre pays étranger, de marchandises ou de technologies figurant sur la liste des marchandises de courtage contrôlé ou de négocier les modalités d'une telle transaction ». Ainsi, l'importation ou l'exportation de marchandises ou de technologies au Canada ou vers l'étranger ou des négociations ou arrangements visant uniquement de tels transferts ne sont pas visés par la nouvelle réglementation sur le courtage.

Il s'agit là d'une évolution importante pour l'industrie canadienne, car c'est la première fois que de tels contrôles sont introduits au Canada. Les secteurs d'activité et les entités potentiellement touchées par le programme TCA comprennent les secteurs canadiens de la défense, de la sécurité et de l'aérospatiale, les sociétés qui fabriquent, exportent et/ou négocient des biens et technologies militaires et à double usage et celles qui fournissent des services techniques et après-vente connexes.

POUR PLUS D'INFORMATION, VEUILLEZ COMMUNIQUER AVEC :

John Boscariol

416-601-7835

jboscariol@mccarthy.ca

Martha Harrison

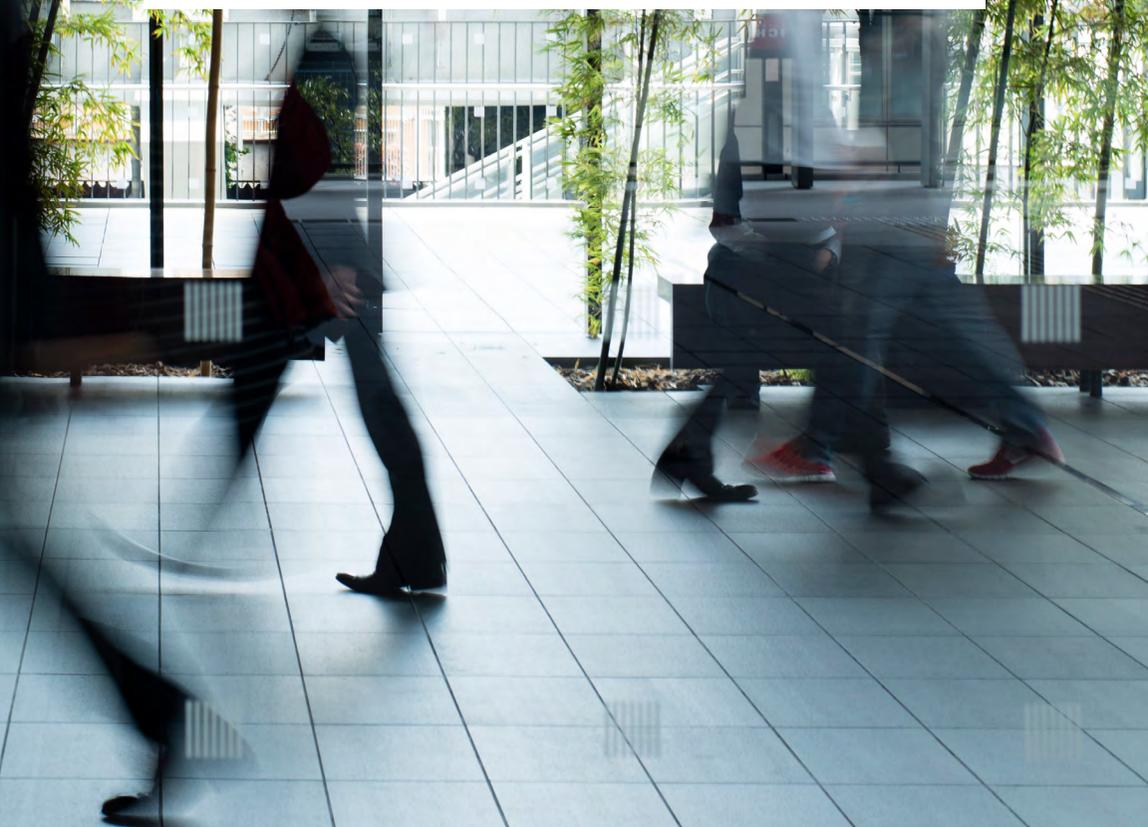
416-601-8864

mharrison@mccarthy.ca

TRAVAIL ET EMPLOI

Normes d'emploi	89
Relations de travail	94
Droits de la personne	95
Normes d'accessibilité	98
Santé et sécurité au travail	99
Renseignements personnels	100
Avantages sociaux	102
Équité salariale	103
Erreurs de classification des sous-traitants	104
Aspects particuliers au Québec : exigences liées à la langue française	104

Par Trevor Lawson et Donovan Plomp



TRAVAIL ET EMPLOI

Très réglementé au Canada, l'emploi est un secteur régi par la législation et les principes de common law ou de droit civil. La majorité des employés du secteur des biens de consommation relèvent de la législation provinciale.

Pour éviter d'engager inutilement leur responsabilité en milieu de travail, les employeurs du secteur des biens de consommation qui exercent leurs activités au Canada devraient connaître les types de législation dans les domaines suivants :

- Les normes d'emploi;
- Les relations de travail;
- Les droits de la personne;
- La santé et la sécurité au travail;
- Les normes d'accessibilité;
- Les règles fédérales et provinciales sur la protection des renseignements personnels;
- Les avantages sociaux, y compris les régimes de retraite, l'assurance emploi et l'indemnisation des accidents du travail.

Normes d'emploi

Toutes les provinces et tous les territoires canadiens ont adopté des lois établissant des normes d'emploi minimales. Les lois sur les normes d'emploi sont généralement larges et s'appliquent à tous les contrats d'emploi, verbaux ou écrits. Les normes définies dans ces lois sont des normes minimales, de sorte que les employeurs ne peuvent se soustraire à ces normes d'emploi minimales établies, ni les contourner de quelque manière que ce soit. Ces lois précisent les catégories d'employés qui font l'objet de chacune des normes minimales, de même que celles qui en sont exemptées. Bien que les normes varient selon le territoire et la province, beaucoup des questions traitées sont communes à toutes les lois sur les normes d'emploi — dont le salaire minimum, la durée maximale du travail, les heures supplémentaires et les salaires, les pauses café et les pauses dîner, les jours fériés, les périodes de vacances et la paie de vacances,



les mises à pied, les indemnités de fin d'emploi et de départ ainsi que les congés autorisés avec protection d'emploi. Les congés autorisés couverts par les lois sur les normes d'emploi varient d'une province à l'autre et peuvent comprendre le congé de maladie, le congé pour décès, le congé de maternité/paternité/parental/d'adoption, le congé pour réservistes, le congé de compassion/pour obligations familiales, le congé pour don d'organe, le congé pour responsabilité familiale, le congé d'urgence, le congé consécutif à un décès ou à une disparition liés à un crime et le congé en cas de violence familiale ou sexuelle.

Les normes minimales importantes à prendre en compte pour les entreprises du secteur des biens de consommation sont les suivantes :

- Les heures supplémentaires et les heures de travail;
- Les droits des employés des agences de placement temporaire ou employés ponctuels;
- Les droits en cas de cessation d'emploi.

Heures supplémentaires et heures de travail

En règle générale, l'employeur et l'employé ne peuvent établir de politique ni conclure de contrat pour déterminer si des heures supplémentaires sont payables. Au Canada, à moins que l'employé n'exerce des fonctions de supervision ou de gestion ou n'exerce une profession faisant l'objet d'une exemption (p. ex. comptable ou ingénieur) ou une autre catégorie d'emploi exemptée, l'employeur doit payer des heures supplémentaires à l'égard de toutes les heures travaillées au-delà du seuil prévu par la loi. Par exemple, en Ontario, le seuil prévu par la loi est de 44 heures par semaine. En Colombie-Britannique, le seuil légal est de huit heures par jour et de 40 heures par semaine.

La question de savoir si l'employeur peut se prévaloir de l'exemption pour les postes de supervision et de gestion sera tranchée au cas par cas en fonction de la nature du poste de l'employé, de l'étendue de ses fonctions et de la manière dont la législation applicable a été interprétée dans le passé. Il ne suffit pas que l'employé ait un titre de poste indiquant qu'il est un « gestionnaire » ou un « superviseur ». En règle générale, l'employeur doit être en mesure de démontrer que la véritable nature du poste de l'employé est la supervision ou la gestion. Parmi les facteurs qui contribuent à la conclusion qu'un poste est un poste de supervision ou de gestion, on peut citer le fait que l'employé est responsable de la



direction et de la programmation du travail d'autrui, qu'il a la capacité d'embaucher et/ou de congédier des employés et/ou de leur imposer des mesures disciplinaires, qu'il exerce un pouvoir discrétionnaire à l'égard de l'exploitation de l'entreprise et qu'il n'exécute qu'à l'occasion des tâches autres que celles de supervision ou de gestion.

En Ontario, les employeurs qui emploient 25 employés ou plus au 1^{er} janvier d'une année donnée doivent avoir en place une politique écrite sur la déconnexion du travail avant le 1^{er} mars de la même année. Le terme « déconnexion du travail » renvoie au fait de ne pas effectuer des communications liées au travail, notamment les courriels, les appels téléphoniques, les appels vidéo ou l'envoi ou la lecture d'autres messages, afin d'être en inactivité. Toutefois, les employeurs ne sont pas tenus de créer un nouveau droit pour les employés de se déconnecter du travail et de ne pas effectuer des communications liées au travail dans leurs politiques. Les droits des employés en vertu de la législation sur les normes d'emploi de ne pas exécuter de travail sont établis par d'autres règles sur les normes d'emploi.

Employés d'agences de placement temporaire ou employés ponctuels

En règle générale, les normes d'emploi minimales, y compris les heures supplémentaires, les vacances, les jours fériés et les indemnités de cessation d'emploi, s'appliquent aux employés des agences de placement temporaire (parfois appelés « employés ponctuels »). Dans certains territoires ou provinces, la législation sur les normes d'emploi prévoit des exigences supplémentaires pour les employés ponctuels. Par exemple, en Ontario, la législation prévoit des exigences précises en matière de tenue de dossiers tant pour l'agence qui emploie la personne que pour le client de l'agence chez qui la personne exécute le travail. Lorsqu'une agence omet de payer un employé ponctuel pour un travail effectué pour un client, le client peut être conjointement et individuellement responsable avec l'agence de tout ou partie du salaire impayé, y compris le salaire normal, les heures supplémentaires, les jours fériés et les primes de jours fériés prévus par la loi.

Cessation d'emploi

Avis de cessation d'emploi

Contrairement aux employeurs des États-Unis, les employeurs canadiens ne peuvent pas mettre fin « à leur gré » à l'emploi de leurs employés.



En général, les employeurs doivent remettre un préavis de cessation d'emploi, à moins qu'ils n'aient un motif valable de mettre fin à l'emploi d'un employé sans préavis. La période de préavis obligatoire varie selon les provinces et territoires, mais elle augmente généralement en fonction des années de service de l'employé. En Ontario, par exemple, la loi accorde généralement au moins une semaine de préavis aux employés qui comptent un minimum de trois mois de service, ce préavis étant de huit semaines dans le cas d'employés comptant huit années de service ou plus. Les employeurs sont tenus de donner un « préavis » de la cessation d'emploi d'un employé ou de verser un salaire en guise de préavis.

L'employeur n'est pas tenu de donner un préavis ou de verser un salaire en guise de préavis si le congédiement est pour motif valable. La norme du « motif valable » est élevée et comprend, par exemple, l'inconduite délibérée ou l'indiscipline grave. Certaines catégories d'employés peuvent être exemptées de l'obligation d'avis de cessation d'emploi prévue par la loi selon chaque province et territoire. Dans la plupart des provinces et des territoires, des dispositions spéciales s'appliquent lorsqu'un grand nombre d'employés sont licenciés dans un délai précis. Ces dispositions peuvent être déclenchées lorsqu'un magasin ferme ou cesse ses activités. Ces dispositions prévoient, à tout le moins, un préavis écrit au directeur des normes d'emploi ou à l'autorité gouvernementale équivalente.

Indemnité de cessation d'emploi

Sous le régime fédéral et en Ontario, une indemnité de cessation d'emploi doit être versée aux employés à titre d'avantage supplémentaire à l'avis de cessation d'emploi. En Ontario, un employé comptant au moins cinq années de service peut avoir droit à une indemnité de cessation d'emploi s'il fait partie d'un groupe de 50 employés ou plus dont il est mis fin à l'emploi au cours d'une période de six mois en raison de l'interruption permanente de tout ou partie de l'entreprise que l'employeur exploite ou si la masse salariale de son employeur est d'au moins 2,5 millions \$ CA. On calcule l'indemnité de cessation d'emploi en fonction de la durée de service de l'employé, jusqu'à un maximum de 26 semaines de salaire normal. Comme pour l'indemnité de préavis, les employés qui se sont livrés à une inconduite délibérée, à une indiscipline grave ou qui sont visés par les autres exceptions précisées dans la loi peuvent ne pas avoir droit à l'indemnité de cessation d'emploi.



Droit à un avis de résiliation et à dommages-intérêts en vertu de la common law (ou du droit civil)

Outre les droits à un préavis et à une indemnité de cessation d'emploi minimaux prévus par la loi, les employés non syndiqués qui perdent leur emploi peuvent avoir droit, en vertu de la common law (ou du droit civil au Québec), à un préavis de cessation d'emploi ou à une indemnité de préavis supplémentaire. Ce droit peut être appliqué par les tribunaux. La durée du préavis dépend de la situation de l'employé, notamment de ses états de service, de son âge, du type de fonction qu'il exerçait et des perspectives d'emploi. Dans la plupart des provinces et des territoires, un employeur peut, dans un contrat de travail, limiter sa responsabilité aux normes minimales prévues par la loi.

Les employeurs qui veulent éviter ou limiter la responsabilité relative à l'indemnité de préavis relevant de la common law devraient donc prévoir des dispositions claires dans leurs contrats écrits. Nous recommandons particulièrement aux entreprises du secteur des biens de consommation qui souhaitent embaucher des employés saisonniers, occasionnels ou à court terme d'envisager de limiter leur responsabilité en cas de résiliation de contrats écrits. La manière dont un employeur traite un employé au moment du congédiement est également importante, puisqu'un employeur peut être tenu d'indemniser un employé à l'égard d'un dommage réel découlant d'une conduite délictuelle.

Au Québec, un employé qui compte au moins deux années de service continu et à qui s'applique la *Loi sur les normes du travail* peut déposer une plainte pour congédiement sans cause juste et suffisante. Si l'arbitre ou un juge détermine que la plainte est fondée, il peut également ordonner la réintégration de l'employé, le paiement du salaire perdu et toute autre mesure qui lui paraît juste et raisonnable, compte tenu de toutes les circonstances de l'affaire.

Autres considérations contractuelles : non-concurrence et transparence de la rémunération

Certaines provinces ont adopté une législation qui limite certaines dispositions contractuelles. Par exemple, en Ontario, les clauses de non-concurrence en matière d'emploi ne sont pas autorisées, sauf pour les cadres supérieurs et relativement à des opérations relatives à l'entreprise.



En Colombie-Britannique, la législation sur la transparence en matière de rémunération empêche les employeurs d'interdire aux employés de divulguer leur salaire à un autre employé ou à un candidat à l'emploi, et elle impose certaines dispositions en matière de communication de l'information.

En bref, les employeurs devraient faire réviser, sur le plan juridique, leurs offres d'emploi et leurs politiques en matière d'emploi pour s'assurer de leur conformité à la législation.

Relations de travail

Chaque province et chaque territoire du Canada ont adopté des lois qui régissent la formation et la sélection de syndicats et leurs procédures de négociation collective. En général, lorsque la majorité des travailleurs d'une unité de négociation est pour un syndicat, celui-ci sera accrédité comme le représentant de cette unité d'employés. L'employeur doit négocier de bonne foi avec le syndicat accrédité pour parvenir à la signature d'une convention collective. Tout manquement à cette obligation peut entraîner des sanctions. La plupart des employés ont le droit de faire la grève si les négociations collectives entre le syndicat et l'employeur ne donnent pas lieu à la signature d'une convention. Toutefois, les employés ne peuvent pas déclencher une grève pendant la durée d'une convention collective.

Éviter la syndicalisation

Des pratiques proactives et progressistes en matière de ressources humaines demeurent la meilleure solution pour éviter la syndicalisation des milieux de travail canadiens. Selon notre expérience, les employés sont moins susceptibles de se syndiquer lorsque l'employeur a établi un style de gestion réactif doté de mécanismes, formels ou informels, permettant aux employés de présenter leurs commentaires et leur rétroaction. Le taux de syndicalisation dans le secteur privé varie selon les territoires et provinces, ainsi que selon les secteurs et industries.

Un employeur sera probablement témoin ou entendra parler d'une campagne de syndicalisation au cours de sa phase de formation. Il est important que l'employeur demande un avis juridique au début du processus lorsqu'il prend connaissance d'efforts d'organisation d'un syndicat. La plupart des territoires et provinces autorisent un certain



degré de « liberté d'expression » de l'employeur au cours d'une campagne de syndicalisation; toutefois, il existe des différences importantes notamment en Colombie-Britannique et au Québec où les employeurs peuvent avoir un peu moins de latitude pour faire des commentaires au cours d'une campagne d'organisation syndicale. Quel que soit le territoire ou la province, tout acte ou commentaire pouvant être perçu comme coercitif risque d'être contesté par le syndicat organisateur comme une pratique de travail déloyale. Par exemple, le fait de cibler des sympathisants syndicaux, d'organiser des réunions avec des salariés en auditoire captif et de modifier les conditions d'emploi au cours d'une campagne de syndicalisation sont toutes des mesures interdites par la législation du travail.

Au Canada, le processus d'accréditation est conçu pour évoluer rapidement. Cela réduit le temps pendant lequel l'une ou l'autre des parties peut se livrer à des activités interdites. Dans certains territoires ou certaines provinces, avec un soutien suffisant, il se peut qu'il n'y ait pas de vote de représentation. Lorsqu'un tel vote est ordonné, le délai est très court entre la demande d'accréditation et le vote de représentation à bulletin secret. Il est donc impératif qu'un employeur : i) adopte des politiques proactives et progressistes en matière de ressources humaines avant toute campagne de syndicalisation et ii) gère ses communications d'employeur de façon stratégique et appropriée pendant une campagne d'accréditation syndicale.

Droits de la personne

Toutes les provinces et tous les territoires canadiens ont adopté des codes ou des lois sur les droits de la personne, qui interdisent expressément divers types de discrimination dans l'emploi. La législation sur les droits de la personne au Canada garantit généralement le droit à l'égalité de traitement ainsi qu'à un milieu de travail exempt de discrimination et de harcèlement en raison de motifs interdits. Ces motifs varient légèrement d'une province ou d'un territoire à un autre, mais comprennent généralement :

- La race, la couleur, l'origine ethnique, l'ascendance et le lieu d'origine;
- La religion ou la croyance;
- L'âge;



- L'incapacité physique ou mentale (y compris la toxicomanie et l'alcoolisme);
- Le sexe ou le genre (y compris la grossesse et l'accouchement);
- L'expression et/ou l'identité de genre;
- L'orientation sexuelle;
- L'état civil;
- La situation de famille;
- La source de revenus;
- Les convictions politiques;
- Le casier judiciaire.

La législation sur les droits de la personne interdit la discrimination directe fondée sur ces motifs ainsi que la discrimination indirecte ou systémique lorsqu'une politique d'apparence neutre devient discriminatoire lorsqu'elle est appliquée à un groupe protégé. Les employeurs ont toutefois le droit d'exiger certaines compétences et d'imposer certaines conditions d'emploi qui sont de bonne foi et raisonnables eu égard au poste à combler.

Recrutement

Les employeurs doivent s'efforcer de ne pas poser de questions au cours de la procédure d'embauche qui pourraient générer des renseignements liés à un motif interdit. S'il n'est pas nécessairement répréhensible d'obtenir ces renseignements par inadvertance (par exemple, lorsque le candidat la communique spontanément sans qu'on le lui ait demandé ou qu'on l'y ait incité), il est en revanche inapproprié que l'employeur prenne une décision d'embauche fondée sur un motif interdit, à moins qu'il ne s'agisse d'une exigence professionnelle justifiée (c.-à-d. de bonne foi).

Même si la décision est prise en bonne et due forme, le fait de disposer des renseignements liés à un motif de discrimination interdit peut donner lieu à une plainte coûteuse et préjudiciable en matière de droits de la personne. En cas de contestation, les employeurs doivent être prêts à



établir la raison pour laquelle le candidat ne s'est pas vu proposer l'emploi et que le motif interdit n'a en aucune façon contribué à la décision.

Plaintes pour violation des droits de la personne

Un employé qui croit avoir été victime de discrimination ou de harcèlement doit d'abord démontrer que la discrimination ou le harcèlement allégués a eu lieu, ou qu'il a été traité différemment à l'égard d'une modalité ou condition de travail, en fonction d'un des motifs énumérés. Une fois qu'un employé ou un ancien employé a démontré que la discrimination a eu lieu, il revient à l'employeur d'établir que la modalité ou la condition d'emploi discriminatoire est une exigence professionnelle justifiée.

Obligation d'accommodement

L'obligation d'accommodement d'un employeur entre en jeu lorsqu'un employé est incapable d'exécuter les tâches ou fonctions liés à son poste en raison d'une caractéristique individuelle protégée par la législation sur les droits de la personne. L'obligation d'accommodement incombe à la fois à l'employeur et à l'employé. L'employé a le devoir d'informer l'employeur des besoins requis. Parallèlement, l'employeur a l'obligation de procéder activement à un examen ou à une enquête lorsque les circonstances ou le comportement sont tels que l'employeur devrait savoir qu'il peut y avoir un problème avec un employé.

L'employeur doit fournir un accommodement convenable, à moins qu'il ne puisse démontrer qu'il a adopté la règle ou l'exigence du milieu de travail honnêtement et de bonne foi, étant persuadé qu'elle était nécessaire et qu'il est impossible d'accommoder l'employé sans contrainte excessive.

La « contrainte excessive » est une norme élevée nécessitant une preuve directe et objective des coûts financiers quantifiables plus élevés, de l'interchangeabilité relative de la main-d'œuvre et des installations, de l'interférence avec les droits des autres employés, ou des risques en matière de santé et de sécurité. L'employeur doit évaluer chaque demande d'accommodement individuellement pour déterminer si l'accommodement des besoins établis de l'employé constituerait une contrainte excessive.



Normes d'accessibilité

En Ontario, la *Loi de 2005 sur l'accessibilité pour les personnes handicapées de l'Ontario* (la « LAPHO ») prévoit des exigences particulières en matière de mesures d'adaptation à l'intention des personnes handicapées pour diverses catégories d'organisations en Ontario. L'objectif de la LAPHO est d'offrir l'accessibilité à toutes les personnes handicapées. Les obligations des employeurs et des entreprises ont été introduites lentement depuis 2012. En 2016 et 2017, le dernier bloc important d'obligations liées à l'emploi est entré en vigueur pour tous les employeurs.

La LAPHO impose plusieurs obligations liées à l'emploi aux employeurs, lesquels doivent notamment :

- Élaborer, adopter et tenir à jour un énoncé de politique liée à l'emploi facilement accessible;
- Offrir une formation de sensibilisation à la situation des personnes handicapées qui doit être suivie dans un délai de trois à cinq ans après l'entrée en vigueur de la norme;
- Élaborer, adopter et tenir à jour des procédures pour offrir des mesures d'adaptation aux employés aux étapes de recrutement, d'évaluation, de sélection et d'embauche;
- Publier des avis internes et externes concernant les mesures d'adaptation à l'intention des personnes handicapées et discuter avec les candidats qui s'interrogent sur les mesures d'adaptation possibles;
- Élaborer et tenir à jour des mesures d'adaptation personnalisées et des plans de retour au travail pour les employés;
- Conserver des documents concernant les politiques et les procédures de soutien aux employés handicapés et l'information nécessaire pour faire une demande de mesure d'adaptation;
- Fournir aux inspecteurs les politiques et/ou les documents obligatoires en vertu de la LAPHO, en cas de demande.

En plus des obligations liées à l'emploi, la LAPHO impose également des obligations d'accessibilité aux entreprises en ce qui a trait au



service à la clientèle, aux lieux physiques, ainsi qu'à l'information et aux communications.

Le Manitoba et la Nouvelle-Écosse ont adopté des lois similaires sur l'accessibilité. La *Loi canadienne sur l'accessibilité* a été adoptée par le gouvernement fédéral canadien. Elle est entrée en vigueur en juillet 2019 et s'applique aux entités fédérales, y compris les employeurs du secteur privé. Il est raisonnable de s'attendre à ce que d'autres territoires et provinces canadiens établissent des exigences juridiques semblables.

Santé et sécurité au travail

Le gouvernement fédéral, ainsi que toutes les provinces et tous les territoires ont édicté des lois pour assurer la santé et la sécurité des travailleurs, ainsi que pour verser des indemnités dans les cas d'accident du travail ou de maladie. Les employeurs sont tenus de mettre en place et de superviser les programmes de santé et sécurité appropriés. La législation en matière de santé et sécurité au travail vise à protéger la sécurité, la santé et le bien-être des travailleurs (y compris les employés et les entrepreneurs) ainsi que la sécurité, la santé et le bien-être des personnes autres que les employés qui entrent sur les lieux de travail.

Les agents de santé et sécurité au travail ont l'autorisation d'inspecter les lieux de travail. S'ils jugent que le travail s'effectue d'une manière non sécuritaire ou que le lieu de travail n'est pas sécuritaire, ils ont le pouvoir d'ordonner que la situation soit corrigée et de faire cesser le travail si nécessaire. Les contraventions aux lois, aux codes ou aux règlements sont traitées avec beaucoup de sérieux et peuvent donner lieu à des amendes ou à des peines d'emprisonnement.

Lorsqu'un travailleur estime que le travail qu'on lui a demandé d'effectuer ou que l'état physique du lieu de travail pose un danger immédiat pour lui ou pour un autre travailleur, la législation prévoit le droit de refuser « immédiatement » d'effectuer le travail. Un protocole applicable aux refus de travail et les exigences de suivi de l'employeur figurent dans la législation applicable.

Il est interdit aux employeurs de pénaliser les travailleurs qui se conforment à la législation sur la santé et la sécurité au travail ou qui cherchent à la faire appliquer. Un travailleur qui estime avoir fait l'objet de représailles dispose de mesures de réparation en vertu de la législation applicable.



Violence, intimidation et harcèlement au travail

Dans le cadre du maintien d'un lieu de travail sécuritaire, la plupart des provinces et des territoires du Canada ont adopté des lois qui prévoient les obligations de l'employeur en ce qui a trait à la prévention de la violence et du harcèlement dans le lieu de travail, y compris la violence et le harcèlement par la clientèle ou le public. Dans plusieurs provinces et territoires, ces obligations s'étendent au devoir de prévention et d'intervention en matière de harcèlement sexuel. Dans la province de Québec, la législation sur les normes du travail traite du harcèlement psychologique en milieu de travail. En Colombie-Britannique, l'autorité responsable de l'indemnisation des accidents du travail exige des employeurs qu'ils disposent d'une politique en matière d'intimidation et de harcèlement. Les exigences de la législation en ce qui concerne la violence et le harcèlement au travail varient selon la province ou le territoire, mais les employeurs doivent s'assurer de connaître leurs obligations et de s'y conformer rigoureusement.

Certaines des caractéristiques principales de la législation rendent obligatoire pour un employeur :

- D'évaluer les risques dans le lieu de travail, en fonction de certains facteurs prescrits;
- D'élaborer des politiques et des procédures en lien avec la violence et le harcèlement au travail;
- De former les employés;
- D'élaborer des procédures d'enquête en cas de violence, d'intimidation ou de harcèlement au travail.

Renseignements personnels

Les employeurs au Canada doivent savoir que le Canada a des lois qui régissent la collecte, l'utilisation, la communication, le stockage et la conservation des renseignements personnels concernant les employés ainsi que le droit d'accès des employés à ces renseignements. Cette question revêt une importance particulière au Québec, en Alberta et en Colombie-Britannique, car ces provinces ont déjà adopté des lois en matière de protection des renseignements personnels distinctes de la législation fédérale.



Recrutement

Même si tous les employeurs n'ont pas d'obligations légales en matière de protection des renseignements personnels, nous conseillons à tous les employeurs de tenir compte des lois sur la protection des renseignements personnels dans leurs pratiques en matière de ressources humaines, y compris dans le cadre la vérification des références et des antécédents des candidats à l'embauche.

La législation sur la protection des renseignements personnels exige généralement des employeurs qu'ils informent leurs employés éventuels de leur intention de recueillir, d'utiliser et de communiquer des renseignements personnels et qu'ils précisent l'objectif de cette démarche. Les renseignements personnels comprennent tout renseignement concernant une personne physique identifiable ou tout renseignement permettant d'identifier une personne physique, mais ne comprennent généralement pas les coordonnées professionnelles (c.-à-d. le nom, le titre, l'adresse professionnelle, les numéros de téléphone et de télécopieur ainsi que l'adresse électronique).

Le principe général le plus important de la législation canadienne en matière de protection des renseignements personnels est que toute collecte, utilisation ou communication de renseignements personnels doit être raisonnable et nécessaire. En matière de recrutement, cela signifie que les employeurs ne doivent recueillir que les renseignements nécessaires pour prendre la décision d'embauche.

Les employeurs peuvent supposer qu'un candidat qui a fourni une référence a consenti à ce que l'employeur recueille auprès de la personne de référence des renseignements personnels raisonnablement liés aux exigences du poste. Dans tous les autres cas, les employeurs doivent obtenir un consentement explicite ou au moins informer le candidat de leur intention de procéder à d'autres vérifications des références.

Surveillance vidéo des employés

Certaines commissions de protection de la vie privée au Canada se sont penchées sur la question de savoir si l'utilisation de systèmes de surveillance vidéo et audio constituait une collecte raisonnable de données sur les employés.

La surveillance vidéo des employés n'est généralement autorisée en droit canadien de la protection de la vie privée que s'il existe des



motifs raisonnables justifiant la surveillance, si celle-ci est effectuée de manière raisonnable et non discriminatoire et si l'employeur ne dispose pas d'autres solutions moins intrusives pour protéger ses intérêts commerciaux légitimes.

Les employés doivent être informés des mesures de surveillance et des raisons de la surveillance et doivent être sensibilisés à cette question. La surveillance vidéo doit être utilisée pour surveiller le travail ou les activités qui se déroulent dans le lieu surveillé, plutôt que les employés eux-mêmes.

Vérification ou fouille des sacs des employés

Un employeur doit avoir une raison professionnelle extrêmement convaincante, comme un soupçon raisonnable de vol, de fraude ou de menace pour la sécurité, pour demander à un employé de vider son sac devant un représentant de l'employeur ou de permettre à l'employeur de fouiller ses effets personnels. En outre, l'employeur doit épuiser toutes les autres méthodes raisonnables d'investigation avant de recourir à la fouille des effets personnels d'un employé.

Voir **Cybersécurité, protection des renseignements personnels et des données** pour plus d'information.

Avantages sociaux

Régime de pensions du Canada et Régime de rentes du Québec

Le Régime de pensions du Canada est un régime fédéral qui fournit une pension aux employés et des prestations de survivant aux veufs et veuves ainsi qu'aux enfants à charge d'un employé décédé.

Tous les employés et les employeurs, sauf ceux de la province de Québec, doivent cotiser au Régime de pensions du Canada. L'employeur peut déduire sa cotisation à des fins fiscales. Le Québec a un régime de pensions similaire auquel les employeurs et les salariés du Québec sont tenus de cotiser.

Régime d'assurance-emploi

Outre le Régime de pensions du Canada, les employés et les employeurs doivent cotiser au Régime d'assurance-emploi fédéral, qui offre des prestations aux employés assurés lorsqu'ils cessent de travailler ou



qu'ils prennent un congé de maternité ou parental, et dans certaines autres circonstances. La cotisation de l'employeur est déductible aux fins de l'impôt sur le revenu. Le Québec a également son propre régime d'assurance parentale, qui offre des prestations aux employés assurés lorsqu'ils prennent un congé de maternité ou parental et auquel les employeurs et les employés au Québec cotisent.

Assurance-maladie et impôts

Toutes les provinces canadiennes ont établi des régimes complets d'assurance-maladie. Ces régimes couvrent les soins médicaux nécessaires, notamment les frais médicaux et les frais de séjour à l'hôpital. Ils ne remplacent pas les régimes privés d'assurance-invalidité ou d'assurance-vie.

Le financement des régimes d'assurance-maladie publics varie d'un régime provincial à un autre. Dans certaines provinces, les employeurs doivent verser des primes ou des taxes d'assurance-maladie.

Dans d'autres, ce sont les employés qui paient des primes ou le coût total de l'assurance-maladie est financé par les recettes fiscales.

Les employeurs offrent aussi habituellement une assurance-maladie complémentaire dans le cadre de leurs régimes d'assurance privés pour couvrir les prestations de maladie que le régime public ne couvre pas.

Indemnisation des accidents du travail

Les employeurs peuvent être tenus de fournir des prestations aux travailleurs malades ou blessés dans le cadre de l'indemnisation des accidents du travail, un système d'assurance responsabilité et d'assurance-invalidité qui protège les employeurs et les travailleurs au Canada contre les conséquences des accidents du travail. Cette indemnisation vise à compenser la perte de revenu, les soins de santé et les autres coûts liés à l'accident. L'indemnisation des accidents protège également les employeurs contre les poursuites engagées par leurs travailleurs en cas d'accident du travail.

Équité salariale

Dans toutes les provinces et tous les territoires canadiens, les normes d'emploi ou la législation sur les droits de la personne interdisent la discrimination salariale fondée sur le genre. Un certain nombre de



provinces disposent de lois particulières exigeant l'équité salariale (un salaire égal pour un emploi égal), qui ne s'appliquent qu'aux employeurs du secteur public. Le gouvernement fédéral canadien, le Québec et l'Ontario disposent d'une législation sur l'équité salariale applicable aux employeurs des secteurs privé et public. La législation sur l'équité salariale comprend généralement des exigences relatives à la préparation et au maintien d'un plan d'équité salariale, au paiement d'ajustements salariaux le cas échéant, ainsi qu'à des mécanismes de plainte et d'application de la loi.

Erreurs de classification des sous-traitants

Les entreprises qui font régulièrement appel à des sous-traitants doivent se demander s'il existe un risque qu'un sous-traitant ait été mal classifié et qu'il soit considéré par la loi comme un employé. Un tribunal ou un arbitre examinera l'ensemble de la relation entre l'entreprise et la personne pour déterminer si cette personne est un travailleur indépendant ou s'il existe une relation d'emploi. L'analyse portera sur l'étendue du contrôle exercé par l'employeur sur l'exécution du travail de la personne et suppose également la prise en compte de facteurs tels que la partie qui fournit les outils pour l'exécution du travail, les chances de profit et le risque de perte de la personne et la possibilité pour celle-ci d'embaucher ses propres employés ou sous-traitants.

Si un sous-traitant a été mal classifié, l'entreprise risque d'être tenue responsable du non-respect des normes minimales d'emploi, telles que les heures supplémentaires, les vacances, les jours fériés et les indemnités de licenciement, le paiement de l'impôt sur le revenu, les cotisations au Régime de pensions du Canada, les versements au titre de l'assurance-emploi et de l'indemnisation des accidents du travail ainsi que le préavis de licenciement en common law (ou en droit civil au Québec).

Aspects particuliers au Québec : exigences liées à la langue française

Bien que le Québec soit une province de droit civil plutôt que de common law, d'un point de vue pratique, les principes juridiques applicables à l'emploi au Québec sont largement semblables à ceux en vigueur dans le reste du Canada.

Un aspect de l'emploi au Québec qui est unique au Canada, cependant, est la question de la langue. La majorité de la population du Québec



est francophone et la législation du Québec régit certains aspects de l'emploi du français en milieu de travail.

La *Charte de la langue française* du Québec reconnaît le français comme la langue officielle de la province et accorde des droits en français à toute personne vivant au Québec, travailleur ou consommateur. Quiconque mène des activités au Québec (toute personne ayant une adresse au Québec et toute personne qui distribue, vend au détail ou autrement met un produit à disposition au Québec) est par conséquent assujetti à des règles sur la façon d'interagir avec le public et sur son fonctionnement interne à l'intérieur de la province.

Parmi les nombreuses règles applicables en vertu de la *Charte de la langue française*, celles qui présentent un intérêt particulier pour le secteur de la vente au détail sont notamment les suivantes : i) l'employeur doit limiter l'imposition aux candidats à un emploi ou aux employés de l'exigence d'un certain niveau de connaissance d'une langue autre que le français, ii) les communications écrites avec le personnel doivent être en français, y compris les offres d'emploi et de promotion, les conventions collectives et les politiques de l'employeur, iii) toutes les formations destinées au personnel doivent, si elles sont offertes dans une autre langue que le français, être également disponibles dans un format équivalent en français et iv) personne ne peut être congédié, mis à pied, rétrogradé ou déplacé pour la raison qu'il ne connaît pas une autre langue que le français, à moins qu'il ne s'agisse d'une exigence professionnelle justifiée.

Les entreprises qui emploient au moins 50 personnes (25 au 1^{er} juin 2025) au Québec pendant au moins six mois doivent obtenir un certificat de francisation en démontrant l'usage généralisé du français à tous les niveaux de l'entreprise. Les entreprises où l'usage du français n'est pas généralisé à tous les niveaux peuvent être assujetties à un programme de francisation afin d'atteindre cet objectif. Les entreprises comptant au moins 100 employés doivent mettre en place un comité interne de francisation pour rendre compte des progrès réalisés à cet égard.

POUR PLUS D'INFORMATION, VEUILLEZ COMMUNIQUER AVEC :

Trevor Lawson

416-601-8227

tlawson@mccarthy.ca

Donovan Plomp

604-643-7156

dplomp@mccarthy.ca



IMMIGRATION DES GENS D'AFFAIRES

Introduction	107
Travailler au Canada	107
Travail pouvant faire l'objet d'une dispense de permis de travail	108
Travail nécessitant un permis de travail	111
Demande de permis de travail	116
Conclusion	120

Par Stéphane Duval et Amélie Drouin



IMMIGRATION DES GENS D'AFFAIRES

Introduction

L'immigration des gens d'affaires et la mobilité mondiale sont devenues des facteurs importants dans l'économie canadienne. De plus en plus d'entreprises recourent aux services de travailleurs étrangers temporaires pour remédier aux pénuries de main-d'œuvre ou de compétences. Ces dernières années, le nombre de travailleurs étrangers temporaires au Canada n'a cessé d'augmenter. Selon les statistiques publiées par Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada (« IRCC »), ce nombre est passé d'environ 100 000 en 1988 à plus d'un million¹ au cours des dernières années, et il continue d'augmenter.

Dans son état actuel, la législation canadienne sur l'immigration (constituée de lois fédérales et provinciales, de règlements connexes et d'instructions ministérielles) régit la capacité des personnes qui ne sont ni citoyens canadiens ni résidents permanents du Canada d'être légalement admises de manière temporaire ou permanente au Canada, soit pour visiter le Canada, ou pour y étudier, y travailler ou s'y établir de façon permanente. Plus précisément, elle énonce également les obligations des employeurs canadiens envers les étrangers qui travaillent au Canada et les régimes de réglementation connexes qui encadrent la relation entre les employeurs et les étrangers.

En outre, la *Loi sur l'immigration et la protection des réfugiés* impose un régime de conformité rigoureux qui vise à s'assurer que les employeurs canadiens respectent les conditions de rémunération et de travail des étrangers et prévoit des sanctions sévères en cas de non-conformité (notamment une période d'inadmissibilité à l'embauche de ressortissants étrangers et des poursuites pénales). Le non-respect des obligations pourrait avoir de graves conséquences pour une entreprise, ses administrateurs et ses dirigeants.

Travailler au Canada

En règle générale, un étranger qui n'est ni citoyen canadien ni résident permanent du Canada ne peut pas travailler au Canada sans y être autorisé. Aux fins de l'immigration au Canada, le terme « travail » est défini comme une « *activité qui donne lieu au paiement d'un salaire ou*

1 Statistiques Canada, « Estimation du nombre de résidents non permanents par type, trimestrielles », en ligne: https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/fr/tv.action?pid=1710012101&request_locale=fr.

d'une commission, ou qui est en concurrence directe avec les activités des citoyens canadiens ou des résidents permanents sur le marché du travail au Canada »².

Il est souvent simple de déterminer s'il y a paiement d'un salaire ou d'une commission au Canada; cela dit, l'absence de paiement d'un salaire n'exclue pas en soi l'exigence d'un permis de travail. Toutefois, il est plus difficile d'établir s'il y aura concurrence directe avec les activités des citoyens canadiens ou des résidents permanents sur le marché du travail au Canada. Afin de trancher, les agents d'immigration se demanderont si le ressortissant étranger mènera une activité là où des citoyens canadiens ou des résidents permanents (des « Canadiens ») sont disponibles, ou si le poste du ressortissant étranger entrera en concurrence avec les emplois du marché du travail au Canada. Si c'est le cas, l'étranger sera considéré comme cherchant à travailler au Canada, et l'agent déterminera alors : i) si un permis de travail est nécessaire; ou ii) si le travail en question appartient à l'une des catégories de travail pour lesquelles un permis de travail n'est pas exigé (une « dispense de permis de travail »).

Travail pouvant faire l'objet d'une dispense de permis de travail

En règle générale, les ressortissants étrangers qui entrent au Canada en visite d'affaires n'ont pas besoin de permis de travail. Au sens de la législation canadienne relative à l'immigration, le terme « visiteur commercial » est un visiteur « qui cherche à participer à des activités commerciales internationales au Canada sans s'intégrer directement au marché du travail au Canada »³.

Pour qu'un étranger puisse être admis au Canada à titre de visiteur commercial et bénéficier d'une dispense de permis de travail applicable, il doit satisfaire aux critères suivants :

- Aucune intention d'entrer sur le marché du travail au Canada. L'étranger ne s'intègre pas directement au marché du travail au Canada si :
 - La principale source de rémunération de ses activités commerciales se situe à l'extérieur du Canada;
 - Son principal établissement demeure principalement à l'extérieur du Canada;

2 Règlement sur l'immigration et la protection des réfugiés (DORS/2002-227), art. 2.

3 Règlement sur l'immigration et la protection des réfugiés (DORS/2002-227), art. 187.

- Le lieu où il réalise ses bénéfices demeure principalement à l'extérieur du Canada⁴.
- L'activité du travailleur étranger doit avoir une portée internationale.

IRCC propose la définition suivante de « visiteur commercial » et donne quelques exemples ⁵:

- Un visiteur commercial est une personne venant au Canada pour participer à des activités commerciales internationales sans s'intégrer directement au marché du travail au Canada;
- Il peut s'agir par exemple d'une personne qui vient au Canada pour rencontrer des représentants d'entreprises qui font des affaires avec son pays ou pour observer des lieux de travail, parce qu'une entreprise canadienne l'a invitée pour suivre une formation sur l'utilisation d'un produit, les ventes ou d'autres fonctions liées à une opération commerciale;
- Ces personnes n'ont pas besoin d'un permis de travail pour entrer au Canada. Les visiteurs commerciaux doivent prouver que leur principale source de revenus et leur siège social sont à l'extérieur du Canada.

De plus, les autorités canadiennes d'immigration⁶ ont souligné des situations précises dans lesquelles le travail effectué au Canada fera l'objet d'une dispense de permis de travail. Ces situations comprennent notamment les cas où un ressortissant étranger se rend au Canada aux fins suivantes :

- **Fournir un service après-vente/location** : les étrangers qui effectuent la réparation, le service après-vente et la supervision d'installateurs, ainsi que le montage et la mise à l'essai d'équipement commercial ou industriel, y compris de logiciels. Les travaux manuels sont habituellement exclus de l'installation. Cette catégorie vise aussi la réparation et le service après-vente d'un équipement spécialisé dont l'achat ou la location a été effectué à l'extérieur du Canada, à condition que le service à rendre ait été négocié dans le cadre de

4 *Règlement sur l'immigration et la protection des réfugiés* (DORS/2002-227), art. 187(3).

5 Gouvernement du Canada, « Qu'est-ce qu'un visiteur d'affaires? », en ligne: <https://ircc.canada.ca/francais/centre-aide/reponse.asp?qnum=434&top=16>.

6 Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada, Instructions et lignes directrices opérationnelles.



l'entente de vente initiale ou prolongée, de l'entente de location, de la garantie ou du contrat de service.

- **Agir en vertu d'une garantie ou d'un contrat de service** : les contrats de service doivent avoir été négociés dans le cadre des contrats de vente ou de location initiaux ou prolongés, et ils doivent viser l'équipement commercial ou industriel spécialisé acheté ou loué à l'extérieur du Canada.
- **Agir à titre de superviseur** : les étrangers qui entrent au Canada pour superviser l'installation de machinerie spécialisée achetée ou louée à l'extérieur du Canada ou pour superviser le démantèlement de l'équipement ou de la machinerie achetés au Canada pour une réinstallation à l'extérieur du Canada.
- **Agir à titre de formateur ou de stagiaire** : les étrangers qui entrent au Canada pour fournir des services de familiarisation ou de formation aux utilisateurs éventuels ou au personnel d'entretien de l'établissement après que l'installation de l'équipement spécialisé acheté ou loué à l'extérieur du Canada a été terminée.
- **Assurer des activités de formation et d'installation au sein d'une entreprise** : les étrangers qui viennent dispenser une formation ou procéder à l'installation d'un équipement pour une succursale ou une filiale de leur employeur étranger sont considérés comme des visiteurs commerciaux. L'interdiction visant les travaux manuels et les travaux de construction s'applique de la même manière que pour le service après-vente.
- **Assister à une réunion d'un conseil d'administration** : les étrangers qui assistent à une réunion en tant que membres d'un conseil d'administration sont considérés comme des visiteurs commerciaux.
- **Effectuer du travail à court terme hautement spécialisé de courte durée** : les étrangers hautement qualifiés dont la profession relève de la catégorie Formation, études, expérience et responsabilités (« FEER ») 0 ou 1 de la Classification nationale des professions (CNP) peuvent travailler au Canada pendant 15 jours une fois tous les six mois ou pendant 30 jours une fois tous les 12 mois sans permis de travail.

- **Mener des recherches** : les étrangers qui viennent mener des recherches sur invitation d'un établissement postsecondaire canadien financé par des fonds publics et délivrant des diplômes, ou d'un établissement de recherche affilié, peuvent venir au Canada pour travailler sur ce projet pendant 120 jours, une fois par an, sans permis de travail.
- **Travailler hors campus en tant qu'étudiants étrangers** : les étrangers titulaires d'un permis d'études valide qui sont des étudiants à temps plein dans un établissement d'enseignement désigné, ont commencé leurs études et sont inscrits à un programme d'études postsecondaires de formation générale, théorique ou professionnelle (ou à un programme de formation professionnelle de niveau secondaire au Québec) d'une durée d'au moins six mois menant à l'obtention d'un diplôme ou d'un certificat, peuvent travailler hors campus sans permis de travail jusqu'à 24 heures par semaine pendant des sessions scolaires régulières. Ils peuvent travailler à temps plein pendant les pauses prévues, comme les vacances d'hiver et d'été ou les vacances de printemps.

Travail nécessitant un permis de travail

En règle générale, le travail qui ne fait pas l'objet d'une dispense de permis de travail nécessite un permis de travail en vertu de l'un des deux programmes au Canada, soit le Programme des travailleurs étrangers temporaires (« PTET ») ou le Programme de mobilité internationale (« PMI »).

Programme des travailleurs étrangers temporaires (PTET)

Programme général

Le PTET permet aux employeurs canadiens d'embaucher des travailleurs étrangers pour combler des pénuries temporaires de main-d'œuvre et de compétences lorsque des citoyens canadiens ou des résidents permanents qualifiés ne sont pas disponibles. Ce programme est géré conjointement par Emploi et développement social Canada (« EDSC ») et IRCC. Dans le cadre de ce programme, les employeurs doivent démontrer qu'ils n'ont pas été en mesure de recruter des citoyens canadiens ou des résidents permanents pour le poste en raison de pénuries de compétences et de main-d'œuvre à court terme.



Aux termes du PTET, l'employeur doit d'abord obtenir une Étude d'impact sur le marché du travail (« EIMT ») favorable pour que le ressortissant étranger puisse ensuite présenter une demande de permis de travail. Une EIMT est un document délivré par EDSC à la suite d'une évaluation approfondie du marché du travail canadien afin de déterminer si des citoyens canadiens ou des résidents permanents sont disponibles ou non pour entreprendre le type de travail en question. Dans la plupart des cas, les employeurs doivent annoncer le poste publiquement pendant au moins quatre semaines au moyen d'une série de méthodes énumérées afin de démontrer si oui ou non :

- Le travail de l'étranger entraînera ou est susceptible d'entraîner la création directe ou le maintien d'emplois pour des citoyens canadiens ou des résidents permanents;
- Le travail de l'étranger entraînera ou est susceptible d'entraîner le développement ou le transfert de compétences ou de connaissances au profit des citoyens canadiens ou des résidents permanents;
- Le travail de l'étranger est susceptible de résorber une pénurie de main-d'œuvre;
- Le salaire offert à un travailleur étranger correspond aux taux de salaire courants pour la profession en cause et la ou les régions dans lesquelles le travailleur sera employé, et les conditions de travail offertes à l'étranger satisfont aux normes canadiennes généralement acceptées;
- L'employeur a fait, ou accepté de faire, des efforts raisonnables pour embaucher ou former des citoyens canadiens ou des résidents permanents;
- Le travail de l'étranger est susceptible de nuire au règlement d'un conflit de travail en cours ou à l'emploi de toute personne touchée par ce conflit⁷.

Si toutes les conditions sont remplies, une décision favorable sera délivrée au terme de l'EIMT et l'étranger pourra alors présenter une demande de permis de travail soit au point d'entrée à son arrivée, s'il provient d'un pays dispensé de visa, soit au bureau canadien des visas dans son pays

⁷ Règlement sur l'immigration et la protection des réfugiés (DORS/2002-227), art. 203 (1.1).

de citoyenneté ou de résidence légale (voir ci après, *Demande de permis de travail*).

Volet des talents mondiaux

Comme il a déjà été mentionné, la mobilité mondiale est importante, et le Canada a pris conscience de l'importance d'attirer des personnes hautement qualifiées pouvant contribuer à l'économie canadienne.

Une partie de la stratégie des autorités canadiennes consistait à lancer le Volet des talents mondiaux (« VTM »), qui vise à aider les employeurs canadiens à attirer de nouveaux talents et de nouvelles compétences grâce à un processus de recrutement plus rapide et plus efficace pour les travailleurs hautement qualifiés. Dans le cadre de ce programme, les employeurs verront généralement leur demande d'EIMT traitée dans les deux semaines. Pour bénéficier de la VTM, l'employeur doit travailler avec EDSC à l'élaboration d'un Plan des avantages relatifs au marché du travail qui démontre son engagement à l'égard d'activités qui auront une incidence positive durable sur le marché du travail au Canada (p. ex. création d'emplois, perfectionnement des compétences et formation, croissance des revenus, etc.). Le VTM n'impose aucune exigence minimale en matière de recrutement, mais l'employeur sera invité à décrire les efforts déployés pour recruter des Canadiens et des résidents permanents. Le VTM se divise en deux catégories :

- **Catégorie A** : destinée aux employeurs qui ont été orientés vers ce volet par un partenaire de recommandation désigné et qui désirent embaucher des travailleurs possédant des compétences uniques et spécialisées dans un domaine de spécialisation pertinent pour l'employeur;
- **Catégorie B** : destinée aux employeurs qui cherchent à embaucher des travailleurs hautement qualifiés possédant une expérience de travail particulière pour pourvoir des postes visant des professions figurant sur la liste des professions exigeant des talents mondiaux, dont l'une au moins est assujettie à une exigence de salaire minimum variable.

Processus simplifié pour certaines professions au Québec

Au Québec, certaines professions qui exigent un permis de travail peuvent bénéficier d'un processus simplifié pour le traitement des demandes d'EIMT, qui dispense les employeurs de démontrer leurs

efforts de recrutement, étant donné qu'il existe une pénurie de main-d'œuvre reconnue pour ces professions. La liste des professions est mise à jour chaque année. Ce processus simplifié permet aux employeurs de recevoir des EIMT un peu plus rapidement, à condition que les éventuels employés étrangers répondent aux exigences des professions en question.

Programme de mobilité internationale (PMI)

Le PMI permet aux employeurs d'embaucher un travailleur sans devoir obtenir au préalable une EIMT. Le PMI est divisé en plusieurs catégories, qui se fondent sur le *Règlement sur l'immigration et la protection des réfugiés*, sur des accords internationaux (p. ex. : l'*Accord Canada-États-Unis-Mexique* (ACEUM) (anciennement connu sous le nom d'ALENA), l'*Accord économique et commercial global entre le Canada et l'Union européenne* (AECG), l'*Accord de continuité commerciale Canada-Royaume-Uni* (ACCCRU), l'*Accord général sur le commerce des services* (AGCS), etc.), ainsi que sur les intérêts canadiens et des raisons humanitaires, etc.

Le PMI comprend notamment les catégories de permis de travail suivantes :

- **Personnes mutées à l'intérieur d'une société** : cette catégorie permet aux multinationales ayant des activités au Canada de muter temporairement des employés qualifiés au Canada dans le but d'améliorer l'efficacité de la gestion, d'étendre les activités canadiennes et d'améliorer la compétitivité des entités canadiennes. Les étrangers admissibles doivent être actuellement employés à l'extérieur du Canada (par une entreprise liée) pendant au moins 12 mois au cours des trois dernières années et vouloir entrer au Canada pour occuper un emploi auprès d'une société mère, filiale, succursale ou société affiliée de l'entreprise étrangère au Canada à un poste de cadre de direction, de gestionnaire principal ou de travailleur possédant des connaissances spécialisées.
- **Professionnels** : cette catégorie facilite la délivrance d'un permis de travail pour certaines professions expressément prévues par divers accords internationaux de libre-échange, comme l'ACEUM, qui s'applique aux citoyens du Canada, des États-Unis et du Mexique. L'ACEUM fournit une liste précise des professions pour lesquelles

les demandeurs peuvent demander un permis de travail canadien tant qu'ils peuvent prouver qu'ils sont membres des professions en question et qu'ils ont une offre d'emploi au Canada pour un poste qui correspond aux qualifications de leur profession. Des accords internationaux semblables existent entre le Canada et l'Europe, le Royaume-Uni, le Chili, la Colombie, le Pérou, la Corée du Sud, pour ne nommer que ceux-là.

- **Époux ou conjoints de fait de titulaires de certains permis d'études ou de travail** : les époux ou conjoints de fait de titulaires de certaines catégories de permis d'études ou de permis de travail canadiens pour certains programmes d'études désignés peuvent obtenir des permis de travail ouverts dont la durée de validité est concomitante à celle du permis de leur époux ou conjoint de fait.
- **Personnel chargé des réparations urgentes ou d'équipement qui n'est plus sous garantie** : peuvent obtenir un permis de travail de courte durée (habituellement d'une durée d'au plus 30 jours), les personnes qui viennent au Canada pour effectuer d'urgence une réparation nécessitant des connaissances particulières, lorsque la société qui a fabriqué l'équipement à réparer n'a pas de présence commerciale au Canada et que l'emploi de Canadiens serait grandement touché si l'équipement n'était pas réparé rapidement.
- **Mobilité francophone** : les étrangers francophones recrutés pour un poste dans le secteur agricole non primaire hors du Québec peuvent obtenir un permis de travail.
- **Permis de travail ouvert transitoires** : les étrangers qui sont actuellement au Canada et qui ont un statut de résident valide avec autorisation de travailler et dont la demande de résidence permanente a été acceptée après une vérification initiale de la conformité sont admissibles à un permis de travail ouvert transitoire.
- **Titulaires d'un certificat de sélection du Québec se trouvant actuellement au Québec** : les étrangers qui sont actuellement au Québec et qui ont un statut de résident valide avec autorisation de travailler peuvent obtenir un permis de travail d'une durée maximale de deux ans auprès d'un employeur établi au Québec, sur le fondement de leur certificat de sélection du Québec obtenu dans le cadre d'un programme permanent de travailleurs qualifiés.



- **Boursiers postdoctoraux diplômés du doctorat en philosophie (Ph. D.)** : les ressortissants étrangers nommés à un poste d'une durée limitée, qui reçoivent un traitement ou un salaire en échange de périodes d'enseignement, d'études supérieures ou de recherche, peuvent obtenir un permis de travail temporaire. Les candidats doivent avoir obtenu leur doctorat, ou prévoir l'obtenir sous peu, et travailler dans un domaine lié à celui pour lequel ils ont obtenu ou sont en voie d'obtenir leur doctorat. Les titulaires d'une bourse d'études pour des travaux de recherche qui sont soutenus par leur propre pays ou établissement et invités par des institutions canadiennes à exercer des travaux de recherche au Canada peuvent aussi être admissibles à cette dispense.
- **Permis de travail postdiplôme** : les étrangers au Canada qui ont étudié sans interruption à temps plein au Canada grâce à un permis d'études valide et qui ont achevé un programme d'études admissible dans un établissement d'enseignement désigné peuvent obtenir un permis de travail ouvert, sous certaines conditions.
- **Emploi réciproque** : cette dispense permet aux ressortissants étrangers d'accepter un emploi au Canada lorsque des citoyens canadiens et des résidents permanents du Canada ont bénéficié de possibilités semblables de travailler pour un membre du groupe de la société canadienne à l'étranger.
- **Expérience internationale Canada** : le gouvernement canadien et les gouvernements étrangers ont signé des accords bilatéraux pour faciliter la mobilité des jeunes. Ces accords permettent aux ressortissants étrangers âgés de 18 à 30 ou 35 ans (selon le pays) d'obtenir un permis de travail pour une période limitée afin de voyager ou de travailler n'importe où au Canada ou pour un employeur déterminé.

Demande de permis de travail

Le permis de travail peut être demandé une fois qu'une EIMT est délivrée (le cas échéant) ou lorsque le travailleur étranger est dispensé de l'obligation d'obtenir une EIMT. Le travailleur étranger peut demander son permis de travail à son entrée au Canada ou à un bureau de visas à l'étranger, selon son pays de citoyenneté.

Étrangers dispensés de visa

Un étranger qui est citoyen d'un pays dispensé de l'obligation de visa peut demander un permis de travail au point d'entrée (frontière terrestre ou aéroport canadien). Tous les demandeurs dispensés d'un visa (sauf certaines personnes, y compris les citoyens américains et les titulaires d'une carte verte) devront quand même obtenir une autorisation de voyage électronique (une « AVE ») pour se rendre au Canada par avion.

Étrangers ayant besoin d'un visa

Un étranger qui a besoin d'un visa pour entrer au Canada doit présenter une demande de permis de travail à un bureau des visas à l'étranger. Cela peut se faire par voie électronique ou sur papier. Bien qu'il existe une liste générale de documents à fournir à l'appui d'une demande de permis de travail, chaque bureau local des visas a ses propres exigences, et il est important d'en prendre connaissance avant de présenter la demande. La demande doit être présentée au bureau des visas responsable du pays de citoyenneté de l'étranger ou de son pays de résidence légale actuelle.

De plus, les résidents de certains pays devront se soumettre à un examen médical avant leur admission au Canada s'ils veulent entrer au Canada pendant six mois ou plus.

Unité pour la mobilité internationale des travailleurs

Les employeurs qui cherchent à embaucher des étrangers dispensés de visa dans l'une des catégories du PMI pourraient vouloir faire approuver leur demande au préalable par l'Unité pour la mobilité internationale des travailleurs. C'est un service dans le pays offert aux ressortissants d'un pays dispensé de l'obligation de visa qui se trouvent actuellement à l'extérieur du Canada.

Obligations des employeurs envers les étrangers

Les employeurs canadiens d'étrangers sont tenus de satisfaire à des exigences de conformité rigoureuses en ce qui concerne les travailleurs étrangers qu'ils emploient. Les employeurs canadiens sont donc tenus à ce qui suit :

- **Veiller à ce que les conditions d'emploi initiales de l'étranger soient respectées en permanence** : lorsqu'ils embauchent un travailleur



étranger, les employeurs canadiens établissent les conditions d'emploi tant pour le travailleur étranger que pour le gouvernement du Canada. Il faut les respecter exactement de la même façon qu'ils le feraient pour un employé canadien. Toutefois, dans le cas des travailleurs étrangers, tout changement aux conditions d'emploi – y compris des modifications mineures comme une augmentation de salaire ou un changement dans le nombre d'heures travaillées – peut devoir être signalé aux autorités canadiennes (selon la catégorie de permis de travail) avant la prise d'effet du changement. Les inspections d'employeurs qui emploient ou ont employé des travailleurs (les inspections pouvant être effectuées rétroactivement, jusqu'à six ans après la délivrance d'un permis de travail) sont des cas courants.

- **Embaucher un travailleur étranger avec l'autorisation requise :** La loi interdit à tout employeur d'embaucher un étranger qui ne possède pas l'autorisation de travail requise. Il incombe également à l'employeur de vérifier le statut de chaque étranger qu'il emploie. En d'autres termes, si l'employeur ne fait pas preuve de diligence raisonnable pour déterminer si l'emploi est autorisé, l'employeur sera réputé avoir su qu'il n'est pas autorisé. Il est essentiel de vérifier le statut de tout travailleur étranger avant de lui faire une offre d'emploi.
- **Éviter toute forme de fausse déclaration:** Les lois canadiennes interdisent à toute personne, y compris un employeur, de communiquer directement ou indirectement des renseignements faux ou trompeurs ou de faire des déclarations erronées qui pourraient entraîner une mauvaise application des lois ou règlements canadiens en matière d'immigration. Par conséquent, il est important que toute déclaration ou tout formulaire ou document produit par un employeur soit exact et véridique, notamment l'offre d'emploi, les formulaires ou les communications avec les agents.

Les conséquences d'une non-conformité, sous quelque forme que ce soit, de la part de l'employeur canadien peuvent être importantes. L'employeur qui ne se conforme pas s'expose aux mesures suivantes :

- Des avertissements;
- Des sanctions administratives pécuniaires allant de 500 \$ CA à 100 000 \$ CA par infraction, jusqu'à concurrence d'un million \$ CA sur un an, par employeur;

- Une interdiction d'un, deux, cinq ou dix ans, ou une interdiction permanente pour les violations les plus graves de toutes les formes de programmes de travailleurs étrangers;
- La publication du nom et de l'adresse de l'employeur sur un site Web public avec des détails sur la ou les violations et les conséquences;
- La suspension ou la révocation des EIMT déjà émises.

De plus, selon la nature de l'infraction, les entreprises, les administrateurs et les dirigeants peuvent également être condamnés à une amende pouvant aller jusqu'à 50 000 \$ CA ou 100 000 \$ CA et à une peine de prison maximale de deux ou cinq ans.

Résidents permanents

Il existe actuellement de nombreux programmes qui permettent aux travailleurs étrangers de s'établir de façon permanente au Canada. Il s'agit notamment de systèmes fondés sur des points qui tiennent compte des qualités personnelles, professionnelles et autres, en plus du temps passé au Canada en tant que travailleur étranger. D'autres programmes sont fondés sur la réunification des familles et d'autres options existent à l'échelle provinciale en fonction des besoins de chaque province.

Les résidents permanents peuvent, comme tout citoyen canadien, travailler et vivre au Canada, sous réserve de certaines obligations qui leur sont imposées, notamment l'obligation de résidence. En vertu de la législation actuelle, l'obligation de résidence exige que tout résident permanent soit physiquement présent au Canada pendant au moins 730 jours au cours d'une période de cinq ans, faute de quoi il peut perdre son statut de résident permanent. Il existe certaines exceptions à cette obligation.

Interdiction de territoire

Un étranger peut être considéré comme interdit de territoire au Canada pour avoir été déclaré coupable d'une infraction au Canada ou à l'étranger qui constitue (ou constituerait) une infraction en droit canadien. Les personnes interdites de territoire au Canada peuvent se voir refuser l'entrée au pays, quelle que soit la raison de leur voyage. Dans certains cas, cette interdiction de territoire peut être levée par



une demande de permis de séjour temporaire (PST), permis qui est accordé de façon discrétionnaire lorsqu'un besoin urgent de se rendre au Canada peut être établi.

Dans certaines circonstances, les personnes interdites de territoire au Canada peuvent être admissibles à la réadaptation, ce qui permet d'écarter définitivement l'interdiction de territoire pour des raisons de criminalité.

Conclusion

Avant d'embaucher un étranger, que ce soit à titre temporaire ou permanent, les employeurs devraient veiller à ce qu'ils soient bien informés de leurs droits et obligations. Ces droits et obligations sont en vigueur pendant le processus de recrutement et le demeurent tout au long du processus d'embauche et par la suite. Les conséquences d'un manquement à ces obligations peuvent avoir une incidence considérable aussi bien sur l'employeur que sur son entreprise.

Les lois et règlements qui régissent l'entrée tant permanente que temporaire au Canada sont complexes et en constante évolution. Toute entreprise qui a établi ou songe à établir une présence commerciale au Canada devrait donc d'abord se familiariser avec la législation canadienne en matière d'immigration.

POUR PLUS D'INFORMATION, VEUILLEZ COMMUNIQUER AVEC :

Stéphane Duval

514-397-4284

sduval@mccarthy.ca

Amélie Drouin

514-397-4256

aadrouin@mccarthy.ca



COMMERCE ÉLECTRONIQUE

Législation provinciale sur le commerce électronique	122
Communication de renseignements avant la vente	124
Coordonnées	125
Description des biens et services	126
Modalités de livraison	126
Garanties, retours et autres politiques	127
Prix	127
Autres renseignements à communiquer avant la vente	128
Remise d'une copie du contrat	129
Acquisition de noms de domaine et respect des exigences en matière de présence canadienne	129
Législation canadienne sur la protection des renseignements personnels	130
Législation anti-pourriel	131
Législation sur la protection du consommateur	132
Législation sur l'accessibilité	133
Restrictions quant à la propriété étrangère sur la vente de produits culturels	134

Par Evie Bouras et Michael Scherman

COMMERCE ÉLECTRONIQUE

Le présent chapitre aborde les enjeux particuliers qu'ont à relever les fabricants et distributeurs de produits de consommation lorsqu'ils font la promotion de leurs produits en ligne ou les vendent directement en ligne aux consommateurs situés au Canada.

Au Canada, plusieurs lois fédérales et provinciales régissent l'achat et la vente de biens et de services sur Internet. Ces lois contiennent des considérations distinctes qui requièrent une attention particulière sur le plan juridique de la part des commerçants en ligne.

Le présent chapitre examine huit aspects de la réglementation du commerce électronique : la législation provinciale sur le commerce électronique, l'acquisition de noms de domaine et le respect des exigences en matière de présence canadienne, la législation canadienne sur la protection des renseignements personnels, la législation anti-pourriel, la législation sur la protection du consommateur, la législation sur l'accessibilité et les restrictions en matière de propriété étrangère à la vente de « produits culturels ».

Législation provinciale sur le commerce électronique

Toutes les provinces canadiennes, à l'exception du Nouveau-Brunswick et de l'Île-du-Prince-Édouard, ont adopté une loi sur la protection du consommateur qui est calquée sur le Modèle d'harmonisation des règles régissant les contrats de vente par Internet¹. Les lois et règlements applicables à chaque province sont les suivants :

- En Colombie-Britannique, art. 46 à 52 de la *Business Practices and Consumer Protection Act*²;
- En Alberta, l'*Internet Sales Contract Regulation* pris en application de la *Consumer Protection Act*³;

1 Bureau de la consommation, « Modèle d'harmonisation des règles régissant les contrats de vente par Internet », (19 janvier 2019), en ligne : <<https://ised-isde.canada.ca/site/comite-mesures-consommation/fr/accords-formels/modele-dharmonisation-regles-regissant-contrats-vente-internet>>.

2 SBC 2004, c. 2.

3 *Internet Sales Contract Regulation*, Alta Reg 81/2001; *Consumer Protection Act*, RSA 2000 c. C-26.3.



- Au Manitoba, la partie XVI de la *Loi sur la protection du consommateur* et le *Règlement sur les contrats Internet* pris en application de celle-ci⁴;
- En Saskatchewan, la partie III, division 1 du *The Consumer Protection and Business Practices Regulations* pris en application du *The Consumer Protection and Business Practices Act*⁵;
- En Ontario, art. 37 à 40 de la *Loi de 2002 sur la protection du consommateur* et art. 31 à 33 des Dispositions générales du règlement pris en application de celle-ci⁶, lesquels seront bientôt remplacés par le *Projet de loi 142, Loi de 2023 pour mieux servir les consommateurs et les entreprises*⁷;
- Au Québec, le titre I, chapitre III, article 1.3 de la *Loi sur la protection du consommateur*⁸;
- En Nouvelle-Écosse, art. 21V à 21AF de la *Consumer Protection Act* et de l'*Internet Sales Contract Regulations* pris en application de celle-ci⁹;
- À Terre-Neuve-et-Labrador, partie V, division 2 de la *Consumer Protection and Business Practices Act*¹⁰.

Les lois provinciales sur le commerce électronique imposent des obligations aux commerçants en ligne avant et après la vente de biens et de services aux consommateurs. En général, ces lois exigent : i) la communication préalable à la vente de renseignements et ii) la remise d'un exemplaire de l'entente au consommateur.

Les seuils d'application de ces règles varient. En Colombie-Britannique, au Manitoba, au Québec et à Terre-Neuve-et-Labrador, les règles

4 *Loi sur la protection du consommateur*, CPLM c. C200; *Règlement sur les conventions Internet*, R.M. 176/2000.

5 *Le Règlement sur la protection du consommateur et les pratiques commerciales*, RRS c. C-30.2 Reg 1; *The Consumer Protection and Business Practices Act*, SS 2013, c. C-30.2.

6 *Loi sur la protection du consommateur*, L.O. 2002, c. 30; *Dispositions générales*, Règl. de l'Ont. 17/05.

7 *Projet de loi 142, Loi de 2023 pour mieux servir les consommateurs et les entreprises*.

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

9 *Consumer Protection Act*, RSNS 1989, c. 92; *Internet Sales Contract Regulations*, NS Reg 91/2002.

10 *Consumer Protection and Business Practices Act*, SNL 2009, c. C-31.1.

s'appliquent à toutes les ventes en ligne. En revanche, en Alberta, en Ontario, en Saskatchewan et en Nouvelle-Écosse, les règles ne s'appliquent qu'aux ventes de plus de 50 \$ CA. En Nouvelle-Écosse, les règles ne s'appliquent pas aux biens et aux services qui sont immédiatement téléchargés ou auxquels on accède par Internet.

Le principal défi à relever pour assurer la conformité avec la législation provinciale sur le commerce électronique réside dans l'architecture et le contenu des sites Web, et pas simplement dans la conformité des modalités d'utilisation du site Web. En d'autres termes, il est relativement facile de réviser des modalités d'utilisation et de rédiger ou de réviser une politique de confidentialité d'un site Web; toutefois, le respect de la législation provinciale sur le commerce électronique exige de la prévoyance et possiblement certains changements d'ordre structurel et de contenu à apporter au site Web de commerce électronique. Les considérations qui suivent doivent être intégrées au processus de conception.

Le respect des lois provinciales sur le commerce électronique exige souvent aussi de prêter attention à un certain nombre de clauses types des contrats de vente en ligne, notamment : i) le choix de la loi applicable, ii) l'arbitrage, iii) la modification unilatérale et iv) l'exclusion de certaines garanties. Voir la rubrique ci-après Législation sur la protection du consommateur.

Communication de renseignements avant la vente

Les commerçants en ligne doivent fournir certains renseignements aux consommateurs avant de conclure un contrat en ligne. Ces renseignements comprennent les coordonnées du vendeur, une description des produits ou services, les modalités de livraison, les détails du paiement et les renseignements relatifs à l'expédition et aux retours.

Ces renseignements doivent être mis en évidence, clairs, compréhensibles et accessibles afin que le consommateur i) ait accès à l'information et ii) qu'il puisse conserver et imprimer l'information. De plus, le consommateur doit avoir la possibilité expresse d'accepter ou de refuser le contrat et de corriger les erreurs immédiatement avant de conclure le contrat.

Les règles québécoises relatives à la forme sont plus strictes que celles mentionnées précédemment. Les commerçants au Québec doivent porter expressément l'information communiquée à l'attention du consommateur sous une forme qui lui permet de l'imprimer et de la conserver facilement.

Coordonnées

La législation sur le commerce électronique exige la communication préalable à la vente des coordonnées des commerçants.

Le nom du commerçant et, s'il est différent, le nom sous lequel il exerce son activité doivent être déclarés avant la vente. La seule exception est celle de Terre-Neuve-et-Labrador, où seule la communication du nom du commerçant est requise.

En général, l'adresse commerciale et, si elle est différente, l'adresse postale du commerçant doivent être indiquées. À Terre-Neuve-et-Labrador et au Québec, seule l'adresse commerciale du commerçant doit être communiquée. De même, en Ontario et en Saskatchewan, l'adresse des locaux à partir desquels le commerçant fait affaire avec le consommateur doit être communiquée.

Les numéros de téléphone et de télécopieur du commerçant sont universellement requis à titre d'information préalable à la vente. Toutes les provinces exigent également que l'adresse courriel du commerçant soit communiquée, si elle est disponible. Terre-Neuve-et-Labrador exige que soit communiqué le nom du vendeur, le cas échéant, ainsi que d'autres éléments, notamment le nom et l'adresse du consommateur, la date et le lieu du contrat et la signature des deux parties.

Les commerçants peuvent satisfaire à ces exigences en inscrivant : i) leur nom ou le nom d'autres parties requises sur la page Web consacrée au passage à la caisse, ii) leur nom légal au bas de chaque page Web qui fera partie de leur plateforme de commerce électronique et iii) leurs autres coordonnées au bas de la page principale de leur site Web. Dans certains cas, comme à Terre-Neuve-et-Labrador, l'obligation de communiquer des renseignements propres aux consommateurs et les signatures des deux parties, l'information peut être fournie pendant le processus de passage à la caisse en ligne.

Description des biens et services

Les commerçants sont tenus de communiquer au moins une description juste et précise des biens et services qu'ils fourniront aux consommateurs par l'intermédiaire de leur plateforme de commerce électronique. En Colombie-Britannique, au Québec et à Terre-Neuve-et-Labrador, cette exigence est renforcée : les commerçants sont tenus de fournir une description détaillée des biens et services à fournir dans le cadre du contrat. De plus, toutes les provinces exigent que soient communiquées les spécifications techniques ou de système pertinentes.

Les commerçants satisfont souvent à ces exigences en consacrant une section de leur site Web à l'ensemble des descriptions, spécifications et autres sujets pertinents relatifs à leurs produits. Pour les exploitants de places de marché en ligne qui font appel à des commerçants tiers pour la fourniture des descriptions de produits, la prise en compte de mécanismes d'indemnisation et d'audit est un moyen de limiter le risque lié à l'obligation de fournir des descriptions justes et précises des biens et des services.

Modalités de livraison

Les dates clés relatives aux ventes doivent faire l'objet d'une information préalable à la vente. Il peut s'agir, le cas échéant, des dates suivantes :

- La date à laquelle les marchandises doivent être livrées;
- La date à laquelle la fourniture de biens ou de services commencera;
- La date à laquelle la fourniture de biens ou de services sera achevée.

La communication des modalités de livraison du commerçant, y compris l'identité de l'expéditeur, le mode de transport et le lieu de livraison, est universellement requise par les lois provinciales.

Selon les lois de l'Ontario et de la Saskatchewan, dans le cas de la prestation de services, les plateformes de commerce électronique doivent communiquer les renseignements sur le lieu où les services seront fournis, la personne à qui ils seront fournis et la méthode utilisée par le commerçant pour les fournir (y compris le nom de toute personne qui fournira les services pour le compte du commerçant). En Saskatchewan,

si la prestation des services est continue et s'étend sur une période indéterminée, il faut également indiquer la fréquence de la prestation.

Comme nous le verrons plus loin dans la rubrique consacrée au prix, la législation sur la protection du consommateur exige aussi en général que tous les coûts associés à l'expédition ou à la livraison de marchandises soient communiqués aux consommateurs avant la conclusion de l'opération d'achat.

Garanties, retours et autres politiques

Les politiques en matière d'annulation, de retour, d'échange et de remboursement des commerçants, le cas échéant, sont universellement tenues d'être communiquées conformément à la législation provinciale sur le commerce électronique. De plus, au Manitoba, la loi exige le détail des garanties applicables. À Terre-Neuve-et-Labrador, la loi exige un énoncé des droits de résolution.

Certaines autres politiques, comme les accords d'échange ou ceux visant la protection des renseignements financiers et personnels de l'acheteur (comme les politiques de confidentialité), peuvent aussi devoir être communiquées, selon la province.

Prix

Toutes les lois provinciales sur le commerce électronique exigent la communication des éléments suivants avant la vente :

- Un prix d'achat détaillé pour les biens ou services à fournir aux consommateurs en ligne;
- Le prix total prévu au contrat, y compris le coût du crédit;
- Un exposé détaillé des modalités, conditions et modes de paiement;
- La monnaie dans laquelle les sommes dues en vertu du contrat sont payables.

Sauf à Terre-Neuve-et-Labrador, la législation provinciale sur le commerce électronique exige la communication d'autres frais, dont les taxes et les frais d'expédition, ainsi qu'une description des autres

frais qui peuvent s'appliquer au contrat, mais qui ne peuvent être raisonnablement établis par le commerçant (comme les frais de courtage ou les droits de douane). Si des paiements périodiques doivent être faits dans le cadre du contrat, la plupart des provinces exigent aussi que soit indiqué le montant de chaque paiement périodique.

Les autres obligations d'information concernant le prix, propres à une province donnée, comprennent :

- Au Manitoba, les frais de livraison, de manutention ou d'assurance payables par l'acheteur en plus du prix d'achat;
- Au Québec, le taux applicable à l'utilisation d'un bien ou service accessoire;
- Au Manitoba et à Terre-Neuve-et-Labrador, si le vendeur accorde un crédit, une description de toute garantie prise par le vendeur et des renseignements concernant le coût du crédit.

Autres renseignements à communiquer avant la vente

En plus des exigences susmentionnées, toutes les provinces, à l'exception de Terre-Neuve-et-Labrador, prévoient des obligations générales d'information préalable à la vente couvrant les éléments clés des opérations de commerce électronique. Ces dispositions exigent la communication de toutes les restrictions, limites ou autres modalités ou conditions qui peuvent s'appliquer à la fourniture de biens et de services.

Il convient également de signaler, même s'il ne s'agit pas d'un cas d'information à déclarer avant la vente, l'exigence relative aux contrats à distance au Québec. Selon l'art. 54.3 de la *Loi sur la protection du consommateur* du Québec, un commerçant ne peut conclure (ou offrir de conclure) un contrat à distance prévoyant la perception d'un paiement partiel ou total du consommateur, avant d'exécuter son obligation principale, à moins qu'il ne s'agisse d'un paiement dont le consommateur peut demander la rétrofacturation en vertu de la présente loi ou d'un règlement. Ce point est important, car l'utilisation de PayPal comme option de paiement contreviendrait à cette restriction.

Remise d'une copie du contrat

Toutes les lois provinciales sur le commerce électronique, sauf celles du Manitoba, exigent que le commerçant remette une copie du contrat au consommateur dans les 15 jours suivant la conclusion du contrat par ce dernier. L'information obligatoire à fournir avant la vente, dont il est question ci-dessus, doit figurer dans la copie du contrat remise au consommateur. Cette copie doit également indiquer le nom du consommateur et la date de prise d'effet du contrat.

En règle générale, la livraison doit se faire de manière à ce que le consommateur puisse conserver la copie, l'imprimer et y accéder pour référence ultérieure. La plupart des législations provinciales précisent que la livraison par courriel, par télécopieur ou par la poste aux coordonnées fournies par le consommateur est suffisante. Au Québec, la livraison doit se faire de façon que le consommateur puisse aisément conserver et imprimer une copie du contrat.

Acquisition de noms de domaine et respect des exigences en matière de présence canadienne

Au Canada, le nom de domaine .ca est administré par l'Autorité canadienne pour les enregistrements Internet (l'« ACEI »). L'ACEI autorise les registraires de noms de domaine. Les registraires reçoivent les demandes d'enregistrement de noms de domaine directement de la part des titulaires, puis les acheminent à l'ACEI, aux fins d'approbation et d'enregistrement.

L'ACEI exige des titulaires qu'ils respectent les exigences relatives à la présence canadienne, lesquelles visent à faire en sorte que le domaine .ca demeure une « une ressource publique essentielle pour le développement socio-économique de l'ensemble des Canadiens et des Canadiennes »¹¹. En règle générale, les fabricants respectent les exigences en matière de présence canadienne en créant une société canadienne ou en enregistrant une marque de commerce au Canada qui correspond au nom de domaine souhaité, deux éléments qui satisfont aux exigences.

11 Autorité canadienne pour les enregistrements Internet, « Exigences en matière de présence au Canada applicables aux Titulaires », en ligne : <<https://www.cira.ca/fr/ressources/documents/domaines/canadian-presence-requirements-registrants-2/>>.

Les fabricants doivent se méfier des cybersquatteurs (et des typosquatteurs), qui enregistrent des noms de domaine de manière générale dans le but de rendre difficile (et coûteuse) l'acquisition par les entreprises de noms de domaine portant le nom de leur société (ou des noms proches de leur nom de société). Les fabricants disposent de nombreux outils pour lutter contre les cybersquatteurs, notamment diverses stratégies de type « carotte et bâton », tels que le dépôt d'une plainte pour cybersquattage en vertu de la Politique de l'ACEI en matière de règlement des différends relatifs aux noms de domaine, l'introduction d'une action en contrefaçon de marque et la proposition au titulaire actuel d'acquiescer le nom de domaine au prix coûtant (à savoir le coût d'acquisition et de maintien de l'enregistrement).

Forcer un cybersquatteur à renoncer à un nom de domaine convoité peut prendre beaucoup de temps si le cybersquatteur n'est pas motivé par un transfert rapide. Par conséquent, une approche « tous azimuts » et « carotte et bâton » qui utilise tous les leviers disponibles en même temps peut être la stratégie la plus efficace.

Législation canadienne sur la protection des renseignements personnels

Le Canada dispose d'une législation stricte sur la protection des renseignements personnels dans le secteur privé, tant au niveau fédéral que, dans certaines provinces, au niveau provincial. La conformité à la législation canadienne sur la protection des renseignements personnels ne se limite pas à la simple rédaction ou révision d'une politique de confidentialité d'un site Web. Elle exige la réalisation d'un audit de confidentialité pour évaluer le flux de données, les objectifs de la collecte, les moyens de collecte et les mesures de protection d'ordre technologique, administratif et contractuel mises en place pour assurer la conformité. Des mesures supplémentaires de protection des renseignements personnels peuvent être nécessaires pour les organisations qui traitent des renseignements personnels sensibles, comme les données financières ou les données sur les transactions.

Le respect de la législation canadienne sur la protection des renseignements personnels est abordé dans les rubriques **Cybersécurité, protection des renseignements personnels et des données.**

Enfin, même si elles ne sont pas strictement liées à la confidentialité, les organisations qui effectuent des transactions par carte de paiement peuvent être tenues de se conformer à la norme Payment Card Industry Data Security Standard (« PCI-DSS ») et de veiller à ce que les fournisseurs de services dont ils retiennent les services soient liés par les modalités de cette norme ou qu'ils soient des fournisseurs de services qui possèdent la certification PCI-DSS.

Législation anti-pourriel

La législation canadienne anti-pourriel (la « LCAP ») s'applique à l'envoi de messages électroniques commerciaux (définis largement comme les messages textuels, sonores, vocaux ou visuels) et comprend des dispositions relatives à l'installation de programmes d'ordinateur et à la modification des données de transmission¹².

La LCAP est beaucoup plus stricte que la *CAN-SPAM Act* (la « Loi CAN-SPAM ») des États-Unis de 2003. Les spécialistes du marketing en ligne doivent structurer soigneusement leurs campagnes de courriels et de publipostage électronique afin de se conformer au régime canadien, lequel impose une exigence de consentement « d'adhésion » (par opposition à une exigence « de retrait » prévue à la Loi CAN-SPAM), des exigences d'information, une exigence d'un « mécanisme d'exclusion » et une interdiction de toute publicité fausse ou trompeuse. Le régime impose des sanctions sévères en cas de non-respect. La LCAP énonce également certaines exceptions à l'exigence d'un consentement, ainsi que des exceptions aux exigences en matière de consentement, de forme et de contenu. En outre, il existe des exigences particulières pour l'obtention d'un consentement pour le compte de tiers (comme les marques et les partenaires commerciaux).

De nombreux aspects de la LCAP seront familiers à ceux qui dirigent un programme de marketing électronique conforme à la Loi CAN-SPAM. Toutefois, la LCAP possède plusieurs caractéristiques uniques. Les services de marketing devront donc revisiter leur méthode de conformité.

12 *Loi visant à promouvoir l'efficacité et la capacité d'adaptation de l'économie canadienne par la réglementation de certaines pratiques qui découragent l'exercice des activités commerciales par voie électronique et modifiant la Loi sur le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, la Loi sur la concurrence, la Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques et la Loi sur les télécommunications*, L.C. 2010, c. 23.

Pour lutter contre les logiciels espions, les logiciels malveillants et autres logiciels de cette nature, la LCAP interdit l'installation de programmes d'ordinateur sans le consentement de l'utilisateur ou du propriétaire de l'ordinateur.

Pour une explication détaillée de la LCAP, consultez notre Boîte à outils anti-pourriel disponible sur notre site Web à l'adresse www.mccarthy.ca.

Législation sur la protection du consommateur

Les fabricants qui pratiquent le commerce électronique ou font de la publicité en ligne doivent également connaître les règles générales de protection du consommateur prévues par la *Loi sur la concurrence* et les lois provinciales sur la protection du consommateur.

La *Loi sur la concurrence* interdit aux entreprises de suivre des pratiques commerciales trompeuses aux fins de promouvoir un produit ou des intérêts commerciaux¹³. Cette interdiction s'applique à toutes les indications, quelle qu'en soit la forme, qui sont fausses ou trompeuses sur un point important. Une indication qui pourrait inciter un consommateur à acheter ou à utiliser le produit ou le service annoncé sera réputée importante. Pour déterminer si une indication est fausse ou trompeuse sur un point important, les tribunaux tiendront compte de l'« impression générale » qu'elle donne au public, ainsi que de son sens littéral.

La *Loi sur la concurrence* prévoit deux régimes juridiques pour traiter les pratiques commerciales trompeuses : un régime criminel et un régime civil.

Le régime criminel interdit les indications données sciemment ou sans se soucier des conséquences, et interdit expressément les pratiques commerciales trompeuses, la documentation trompeuse annonçant l'attribution d'un prix, le double étiquetage et les systèmes de vente pyramidale.

Le régime civil interdit : i) les indications liées au rendement qui ne sont pas fondées sur des épreuves adéquates et appropriées, ii) les garanties trompeuses, iii) les indications de prix partiel, iv) les indications fausses ou trompeuses relatives au prix habituel, v) l'utilisation d'épreuves ou d'attestations qui sont fausses, trompeuses ou non autorisées, vi) la vente

13 *Loi sur la concurrence*, L.R.C. 1985, c. C-34, parties VI à VII.

à prix d'appel, vii) la vente au-dessus du prix annoncé, viii) les concours publicitaires injustes et ix) les indications fausses ou trompeuses dans un message électronique. Les entreprises qui se livrent à des pratiques commerciales trompeuses interdites par le régime civil peuvent être condamnées à payer aux clients une amende et les frais du Bureau, et se voir imposer une ordonnance de restitution et devront cesser ces pratiques.

Les lois provinciales sur la protection du consommateur interdisent également les pratiques de vente déloyales¹⁴, notamment les assertions fausses ou trompeuses. Lorsqu'un acheteur a conclu un contrat après ou pendant que le vendeur se livrait à une pratique déloyale, les lois sur la protection du consommateur prévoient que l'acheteur peut se prévaloir des recours contractuels habituels en matière de résolution, d'exécution intégrale ou en nature, et de dommages-intérêts compensatoires. Les acheteurs n'ont pas à démontrer qu'ils se sont fondés sur une pratique déloyale pour se prévaloir de ces recours; ils doivent simplement démontrer que leur adhésion au contrat a suivi la pratique déloyale.

La *Loi sur la concurrence* est examinée en détail dans la rubrique **Droit de la concurrence**. Les lois canadiennes sur la protection du consommateur sont examinées dans la rubrique **Législation sur la protection des consommateurs**.

Législation sur l'accessibilité

Les Règles pour l'accessibilité des contenus Web (la « norme WCAG 2.0 ») est une norme reconnue à l'échelle internationale d'accessibilité au Web élaborée par le World Wide Web Consortium, une équipe internationale d'experts. La norme WCAG 2.0 établit des normes sur la manière de rendre le contenu Web plus accessible aux personnes handicapées, notamment les incapacités visuelles, auditives, physiques, orthophoniques, cognitives, langagières, d'apprentissage et neurologique¹⁵.

Les commerçants en ligne doivent prendre connaissance de la norme WCAG 2.0. Les *Normes d'accessibilité intégrées* de l'Ontario exigent

14 Par exemple, voir les par. 14(1), (2) et 17(1) de la *Loi sur la protection du consommateur* de l'Ontario, supra note 6.

15 World Wide Web Consortium, « Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.0 », (11 décembre 2008), en ligne : <<https://www.w3.org/TR/WCAG20/>>.

que tous les sites Web publics des organisations du secteur privé qui comptent 50 employés ou plus ainsi que des organisations désignées du secteur public soient conformes au niveau AA de la norme WCAG 2.0¹⁶.

Le gouvernement de l'Ontario a publié à l'intention des sociétés un guide utile pour les aider à se conformer à la norme WCAG 2.0¹⁷. Ce guide contient des recommandations pour : i) faire l'essai de la conformité des sites Web actuels et ii) travailler avec les développeurs Web pour s'assurer que les sites Web futurs respectent la norme WCAG 2.0.

D'autres territoires ont adopté des exigences juridiques semblables, notamment en Colombie-Britannique avec l'*Accessible British Columbia Act* et au Manitoba avec la *Loi sur l'accessibilité pour les Manitobains*.

Restrictions quant à la propriété étrangère sur la vente de produits culturels

Le gouvernement fédéral canadien a imposé des restrictions en matière de propriété étrangère aux sociétés qui vendent des « produits culturels » aux Canadiens. Ces produits comprennent des livres, magazines, chansons, films, nouveaux médias et émissions de radio et de télévision.

Au cours des dernières années, la mise en œuvre de cette politique a été assouplie (p. ex. Amazon.ca vend des livres d'un endroit aux États-Unis et Netflix.ca diffuse des chaînes de télévision et des films à partir des États-Unis), mais la conformité exige toujours une certaine attention. Toute organisation souhaitant vendre des produits culturels devra mettre en place un programme particulier de conformité.

POUR PLUS D'INFORMATION, VEUILLEZ COMMUNIQUER AVEC :

Evie Bouras

416-601-4305

ebouras@mccarthy.ca

Michael Scherman

416-601-8861

mscherman@mccarthy.ca

¹⁶ Normes intégrées d'accessibilité, Règl. de l'Ont. 191/11, art. 14(2).

¹⁷ Ontario, « Comment rendre les sites Web accessibles », (7 novembre 2014), en ligne : <https://www.ontario.ca/fr/page/comment-rendre-les-sites-web-accessibles>.

RESPONSABILITÉ DU FAIT DES PRODUITS ET CONFORMITÉ À LA RÉGLEMENTATION

Responsabilité du fait des produits	137
Biens de consommation : obligations prévues à la <i>Loi canadienne sur la sécurité des produits de consommation</i>	139
Aliments : obligations prévues par la <i>Loi sur les aliments et drogues</i> et la <i>Loi sur la salubrité des aliments au Canada</i>	144
Rappels de produits de consommation et d'aliments	146
Autres règlements applicables à certains produits	147
Exigences de conformité en vertu de la LSAC	148
Lois et règlements applicables à des catégories de produits de spécialité	149

Par Christopher Hubbard et Martha Harrison



RESPONSABILITÉ DU FAIT DES PRODUITS ET CONFORMITÉ À LA RÉGLEMENTATION

La fabrication, l'importation, la distribution et la vente d'aliments et de biens de consommation font l'objet d'une réglementation importante au Canada. Diverses lois fédérales imposent souvent des obligations strictes aux entreprises de biens de consommation et accordent aux autorités de réglementation de vastes pouvoirs pour faire respecter la loi, notamment par des audits de conformité, et pour imposer des amendes et des pénalités. Le régime de réglementation peut avoir une incidence directe sur les activités des entreprises au Canada, car les marchandises qui ne sont pas conformes aux exigences légales ne peuvent être vendues légalement au Canada et peuvent faire l'objet d'un rappel. Les entreprises de biens de consommation sont également des défendeurs potentiels dans de recours individuels ou collectifs en matière de responsabilité civile du fait des produits relatifs à des produits prétendument défectueux.

Les entreprises de biens de consommation qui exercent leurs activités au Canada doivent connaître les régimes juridiques et réglementaires applicables à leurs produits et activités, qui sont abordés dans le présent chapitre :

- Responsabilité du fait des produits;
- Conformité à la réglementation :
 - La *Loi canadienne sur la sécurité des produits de consommation* (Canada) prévoit des obligations en matière de vente de biens de consommation ainsi que des règles générales de conformité réglementaire ainsi que des régimes particuliers pour les produits spécialement réglementés;
 - La *Loi sur les aliments et drogues* (Canada) et la *Loi sur la salubrité des aliments au Canada* (Canada) s'appliquent à la vente d'aliments, de médicaments, d'instruments médicaux, de produits de santé naturels, de cosmétiques et d'une foule d'autres produits spécialement réglementés;
 - Les rappels de biens de consommation et d'aliments;



- La réglementation supplémentaire applicable à certains aliments et biens de consommation, dont des exigences en matière d’emballage et d’étiquetage;
- La législation et la réglementation applicables aux autres catégories de produits.

Le présent chapitre porte principalement sur le régime de réglementation applicable aux biens de consommation et aux aliments. Un examen complet de la législation et de la réglementation applicables à toutes les catégories de produits dépasse le cadre du présent Guide. Les entreprises dont les activités visent d’autres produits doivent donc se familiariser avec les lois et règlements applicables aux produits particuliers qu’ils fabriquent, distribuent ou vendent.

Responsabilité du fait des produits

La vente de produits présumés défectueux ou ayant causé des blessures ou des dommages fait souvent l’objet d’un recours individuel ou collectif en responsabilité du fait des produits contre les fabricants, les importateurs, les distributeurs et les détaillants. Les litiges en responsabilité du fait des produits peuvent comprendre des demandes d’indemnisation pour le coût du produit défectueux, ainsi que des demandes de dommages-intérêts pour toute blessure ou tout dommage qui en découle. Les réclamations peuvent être fondées sur la violation d’un contrat, la négligence ou les deux.

Toutes les provinces et tous les territoires ont une *Loi sur la vente d’objets* qui prévoit des garanties ou des conditions dans des contrats de vente entre les acheteurs et les vendeurs. En règle générale, les lois prévoient des garanties ou des conditions selon lesquelles les marchandises vendues sont adaptées à l’usage auquel elles sont destinées, lorsque l’usage pour lequel l’acheteur achète les marchandises est connu, que les marchandises sont de qualité marchande et qu’elles sont vendues sur description. Le *Code civil du Québec* contient des dispositions similaires. Des contrats existent également entre les vendeurs et les acheteurs de marchandises qui peuvent comporter des garanties ou d’autres modalités pouvant donner engager la responsabilité en cas de produit défectueux.

Les réclamations liées à un contrat sont fondées sur la responsabilité stricte, de sorte que l'absence de négligence n'est pas un moyen de défense. Si une entreprise de biens de consommation qui n'a pas fabriqué un produit engage sa responsabilité à l'égard d'un acheteur en cas de rupture de contrat ou en vertu de la législation sur la vente d'objets, le fait qu'il n'est pas le fabricant du produit ne l'exonère pas de sa responsabilité à l'égard de l'acheteur. Dans ces circonstances, l'entreprise peut être amenée à demander au fabricant de l'indemniser pour les dommages qu'elle est tenue de payer en raison du produit défectueux.

Les entreprises de biens de consommation peuvent également être assujetties à des obligations de common law concernant la vente de produits. Dans certaines circonstances, il peut y avoir une obligation de common law d'avertir les clients de la défektivité d'un produit ou de prendre des mesures correctives comme un rappel de produit. L'obligation de mise en garde est une obligation permanente et peut être déclenchée par des renseignements qui deviennent connus après l'utilisation du produit. L'existence et le contenu d'une obligation de mise en garde ou de prise de mesures correctives incombant à une entreprise de biens de consommation sont des questions particulières aux faits et dépendent des circonstances de l'affaire.

Les entreprises de biens de consommation qui fabriquent également un produit peuvent être exposées à des réclamations de common law pour négligence dans la conception ou la fabrication d'un produit qui, selon eux, est défectueux. En règle générale, le fabricant est tenu de prendre des précautions raisonnables pour éviter de causer des dommages corporels ou matériels, même si la responsabilité peut parfois être retenue et des dommages-intérêts accordés en l'absence de dommages corporels ou matériels, par exemple si la négligence du fabricant a entraîné des vices qui posent un risque réel et important de dommages corporels ou matériels. Comme il a été mentionné précédemment, même si l'entreprise est le détaillant ou le distributeur, mais pas le fabricant, elle peut toujours faire l'objet d'une réclamation pour violation de contrat ou fondée sur la législation sur la vente d'objets en raison d'un vice de produit, ou fondée sur la législation sur la protection du consommateur.

La question de savoir s'il y a un « vice » dans un produit dépend des circonstances factuelles de l'affaire et suppose un renvoi aux utilisations raisonnablement prévues et prévisibles du produit. La simple présence

d'un vice dans un produit peut permettre de conclure à une négligence dans le processus de conception ou de fabrication. Souvent, un rappel de produit sert de base à l'allégation d'un défaut et à l'ouverture d'un litige.

Lorsqu'ils définissent la norme de diligence applicable à une entreprise de biens de consommation en tant que fabricant, importateur, distributeur ou détaillant, les tribunaux canadiens évalueront le caractère raisonnable de la conduite du défendeur, en ce qui a trait aux normes sectorielles et réglementaires. Toutefois, si la norme sectorielle est inadéquate, un défendeur peut être jugé négligent même s'il s'est conformé à cette norme. La conformité aux normes réglementaires peut être très pertinente pour l'évaluation d'une conduite raisonnable dans un cas particulier, et le fait de ne pas respecter les normes réglementaires peut constituer une preuve solide d'un manquement à la norme de diligence. Toutefois, les normes réglementaires diffèrent de la norme de diligence en common law, et le simple respect des normes réglementaires n'exonère pas nécessairement un défendeur de sa responsabilité.

Le Canada est un territoire qui autorise les recours collectifs (appelés actions collectives au Québec). Chaque province a sa propre législation sur les recours collectifs et il existe des différences importantes entre les régimes provinciaux. Les entreprises de biens de consommation qui sont désignées comme défendeurs dans un recours collectif doivent faire appel à un avocat spécialisé en responsabilité du fait des produits et en recours collectifs. Les recours collectifs en responsabilité du fait des produits soulèvent souvent des questions d'assurance et des questions contractuelles connexes avec les partenaires de la chaîne d'approvisionnement.

Biens de consommation : obligations prévues à la *Loi canadienne sur la sécurité des produits de consommation*

La *Loi canadienne sur la sécurité des produits de consommation* (la « LCSPC ») est entrée en vigueur en 2011. Cette loi fédérale s'applique aux produits de consommation et interdit la fabrication, l'importation ou la vente de produits de consommation qui présentent un danger pour la santé ou la sécurité des personnes. Il confère également au gouvernement fédéral le pouvoir de réglementation, d'inspection, de mise à l'essai et de rappel des produits de consommation et crée un large éventail d'infractions et de sanctions connexes. Les fabricants, les

importateurs, les distributeurs et les détaillants doivent se conformer à des exigences strictes pour tenir à jour certains registres concernant leurs produits et signaler les incidents dans de courts délais.

Les produits de consommation sont définis dans la LCSPC comme étant tous les produits qu'un particulier peut raisonnablement s'attendre à obtenir pour être utilisés à des fins non commerciales, à l'exception des produits énumérés à l'annexe 1 de cette loi. En règle générale, les produits exclus sont ceux qui sont visés par d'autres lois particulières, comme les aliments, les cosmétiques, les médicaments, les instruments médicaux, les produits antiparasitaires, les armes à feu, les véhicules et les produits de santé naturels. On trouvera ci-après un exposé de la législation applicable aux produits alimentaires ainsi qu'un aperçu de certaines dispositions législatives applicables à d'autres catégories de produits.

Produits interdits

En vertu de la LCSPC, il est interdit aux parties de fabriquer ou de vendre les produits de consommation suivants, ou d'en faire la publicité :

- Les produits figurant à l'annexe 2 de la LCSPC, lesquels sont interdits principalement pour des raisons de sécurité;
- Les produits qui ne sont pas conformes aux exigences énoncées dans les règlements pris en application de la LCSPC visant des produits particuliers, comme les spécifications de sécurité et de rendement prévues dans les règlements concernant les lits d'enfant, les bouilloires, les briquets, les vêtements de nuit pour enfants, les jouets, les bijoux pour enfants, les matelas, les textiles et les autres produits visés par un règlement particulier;
- Les produits qui présentent un danger pour la santé ou la sécurité humaines;
- Les produits ayant fait l'objet d'un rappel.

Déclaration obligatoire des incidents

L'article 14 de la LCSPC impose aux fabricants, aux importateurs et aux détaillants une obligation générale de déclarer directement à Santé Canada tous les incidents reliés aux produits.

Les entreprises de biens de consommation de la chaîne d'approvisionnement peuvent être informées d'événements concernant les produits qu'elles vendent par diverses sources. L'une des sources les plus courantes est constituée par les réclamations des clients finaux.

D'autres sources sont les retours de produits, l'information reçue d'autres intervenants de la chaîne d'approvisionnement (comme le fabricant ou le détaillant) ou l'information reçue d'un organisme de réglementation.

Tous les événements relatifs à un produit ne constituent pas nécessairement un incident dont la déclaration est obligatoire. Toutefois, la définition d'un incident est large. En général, elle englobe tout événement qui a causé ou était susceptible de causer la mort d'un individu ou qui a eu ou était susceptible d'avoir des effets négatifs graves sur sa santé, et comprend les incidents survenus à l'extérieur du Canada. Les obligations de déclaration seront également automatiquement déclenchées lorsqu'un rappel est effectué dans un autre territoire. La LCSPC définit un incident comme suit :

- Tout événement survenu au Canada ou à l'étranger qui a causé ou était susceptible de causer la mort d'un individu ou qui a eu ou était susceptible d'avoir des effets négatifs graves sur sa santé, notamment en lui causant des blessures graves;
- La défectuosité ou caractéristique qui est susceptible de causer la mort d'un individu ou d'avoir de tels effets;
- L'inexactitude ou l'insuffisance des renseignements sur l'étiquette ou dans les instructions — ou de l'absence d'étiquette ou d'instructions — qui est susceptible de causer la mort d'un individu ou d'avoir de tels effets;
- Un rappel fait ou toute mesure prise, pour des raisons de santé ou de sécurité humaines, par les entités énumérées dans la loi, y compris une entité étrangère ou une administration provinciale.

En vertu de la LCSPC, il incombe au détaillant, au fabricant, à l'importateur et au distributeur qui a connaissance d'un événement relatif à un produit d'évaluer l'événement et de déterminer s'il s'agit d'un incident devant faire l'objet d'une déclaration.

Un événement peut être un incident à déclarer même s'il n'a pas entraîné de blessure ou de dommage réel, s'il a causé ou « est susceptibles d'avoir » des effets négatifs graves sur la santé, notamment des blessures graves, l'obligation de signaler est déclenchée. Les blessures réelles et possibles que Santé Canada considère comme pouvant atteindre le seuil d'effet grave sur la santé comprennent : les atteintes à la respiration (étouffement, étranglement, suffocation, asphyxie, aspiration, problèmes respiratoires, etc.), les brûlures et les coupures graves, les saignements internes ou les lésions aux organes internes, les os brisés, l'empoisonnement, les réactions allergiques, la perte de conscience, les convulsions et la perte de la vue ou de l'audition.

Les délais de déclaration des incidents sont courts. Les entreprises de biens de consommation doivent remettre un rapport à Santé Canada et à la personne auprès de qui elles ont obtenu le produit dans les deux jours suivant la date où l'incident est venu à leur connaissance. Ce rapport doit contenir « tout renseignement relevant [de l'entreprise] concernant un incident ». Santé Canada a précisé qu'il s'attend à ce que les entreprises déterminent si un incident est survenu au moyen de tous les renseignements disponibles à ce moment et qu'elles n'attendent pas d'avoir terminé une enquête ou d'avoir une certitude absolue au sujet d'un événement avant de déclarer un incident. Le fait qu'un fabricant, un distributeur ou une autre partie a déjà présenté un rapport à Santé Canada au sujet d'un incident n'exonère pas le détaillant de son obligation; il doit également soumettre son propre rapport à Santé Canada. Si l'entreprise est également le fabricant ou l'importateur du produit, il est également tenu de présenter un deuxième rapport de suivi dans les 10 jours suivant la date à laquelle il a eu connaissance de l'incident. Les formulaires de déclaration d'incidents sont disponibles en ligne sur le site Web de Santé Canada et peuvent être présentés au moyen du portail en ligne directement à Santé Canada.

La LCSPC ne renferme pas de dispositions particulières exigeant les entreprises à se doter d'un processus particulier pour la réception des plaintes des consommateurs et l'évaluation des événements liés aux produits afin de déterminer s'ils constituent des incidents à déclarer. Toutefois, Santé Canada invite les entreprises à mettre en place de tels processus et procédures afin de garantir le respect des obligations de déclaration. Pour de nombreuses entreprises, un processus formel de réception des renseignements sur les produits et des plaintes des

consommateurs, d'évaluation des événements et de suivi de la décision et du résultat est souvent nécessaire afin de garder une trace des événements et de signaler les incidents de manière appropriée. Comme il est indiqué ci-après, Santé Canada dispose de pouvoirs étendus pour auditer ou inspecter un détaillant afin d'évaluer sa conformité aux obligations de déclaration.

Obligations de tenue de livres

La LCSPC exige des fabricants, des importateurs, des détaillants et des entreprises effectuant les essais sur des produits qu'ils tiennent des registres de distribution pour leurs produits. Ces registres doivent indiquer le nom du fournisseur, l'endroit où était situé le produit et la période pendant laquelle le produit a été vendu. Les entreprises doivent tenir les registres requis à l'établissement de la société au Canada (sous réserve d'une dispense du ministre) et elles doivent les conserver pendant six ans. La LCSPC ne prévoit pas l'obligation pour les entreprises de conserver la documentation relative à chaque opération de consommation ou les renseignements personnels de chaque consommateur, bien que Santé Canada ait déclaré que cette information pourrait être utile si des mesures correctives, comme un rappel ou une mise en garde, sont nécessaires.

En plus de la LCSPC, divers règlements pris en application de cette loi peuvent imposer des exigences supplémentaires en matière de tenue de dossiers propres à certains produits. Les règlements devraient être passés en revue afin de déterminer s'ils s'appliquent.

Application de la loi et audits de Santé Canada

La LCSPC confère à Santé Canada des pouvoirs étendus en matière d'audit des entreprises afin d'évaluer le respect des obligations leur incombant en vertu de cette loi. Des inspections de conformité peuvent être menées afin de vérifier que les fournisseurs de biens de consommation connaissent et respectent leurs obligations sous le régime de la LCSPC et de la réglementation, y compris les obligations de déclaration d'incidents, et de vérifier que les registres sont établis et tenus conformément à la LCSPC. Les inspecteurs ont le pouvoir d'inspecter le lieu où se trouve l'établissement de l'entreprise et les documents qui s'y trouvent à ces fins.

En ce qui a trait aux audits portant sur les obligations de déclaration, Santé Canada peut demander à une entreprise de fournir des renseignements sur ses procédures de réception de l'information sur les produits, d'évaluation des événements et de déclaration des incidents, d'expliquer ses décisions de ne pas déclarer un événement relatif à un produit particulier ou de traiter d'autres sujets liés à la conformité. Tel qu'il est indiqué plus haut, la LCSPC n'impose aucun processus particulier d'évaluation des événements et de déclaration des incidents. Toutefois, pour de nombreuses entreprises, la documentation des événements portés à l'attention de l'entreprise, l'évaluation par l'entreprise des événements et des raisons pour lesquelles elle décide s'il y a eu ou non un incident à déclarer peut être utile pour vérifier leur conformité à la loi et améliorer leurs chances de mener à bien une inspection ou une vérification initiée par Santé Canada.

Santé Canada effectue également ses propres essais de produits. Santé Canada prend des mesures cycliques d'application de la loi pour faire des essais sur diverses catégories de produits afin de vérifier leur conformité à la réglementation prise en application de la LCSPC, et les résultats sont publiés sur le site Web de Santé Canada. Santé Canada peut également exiger d'un fabricant ou d'un importateur d'un produit qu'il effectue des essais sur le produit afin de confirmer qu'il est conforme à la LCSPC et aux règlements.

Aliments : obligations prévues par la *Loi sur les aliments et drogues* et la *Loi sur la salubrité des aliments au Canada*

La *Loi sur les aliments et drogues* (la « LAD ») et la *Loi sur la salubrité des aliments au Canada* (la « LSAC ») régissent ensemble la vente d'aliments, de médicaments, de cosmétiques et d'instruments médicaux au Canada (entre autres produits et matières premières réglementés). Les aliments comprennent tout article vendu pour être utilisé comme aliment ou boisson pour les humains, y compris la gomme à mâcher et tout ingrédient pouvant être mélangé avec un aliment à quelque fin que ce soit. Comme il a été indiqué plus haut, un examen complet des obligations relatives à toutes les catégories de produits, y compris les médicaments, les produits de santé naturels, les cosmétiques et les instruments médicaux, dépasse le cadre du présent chapitre. Les fabricants et distributeurs de biens de consommation doivent donc se familiariser avec les lois et règlements particuliers applicables à d'autres catégories de produits, selon le cas.

Produits interdits

La LAD interdit la vente des aliments suivants :

- Tout aliment contenant une substance toxique ou délétère;
- Tout aliment impropre à la consommation humaine;
- Tout aliment composé en tout ou en partie d'une « substance malpropre, putride, dégoûtante, pourrie, décomposée ou provenant d'animaux malades ou de végétaux malsains »;
- Tout aliment falsifié;
- Tout aliment fabriqué, préparé, conservé, emballé ou emmagasiné dans des conditions non hygiéniques;
- Tout aliment qui ne respecte pas des normes expressément prescrites.

Application de la loi et inspections de l'ACIA

Les lignes directrices de l'Agence canadienne d'inspection des aliments (l'« ACIA ») indiquent qu'elle s'attend à être informée sans délai lorsqu'une entreprise soupçonne qu'elle a vendu, distribué ou importé un produit qui peut présenter un risque sérieux pour les consommateurs ou contrevenir aux dispositions de la LAD.

La LAD accorde au ministre de la Santé de vastes pouvoirs d'inspection des entreprises afin de faire respecter la législation et d'évaluer la conformité de ces entreprises à cette législation. L'ACIA est responsable de l'application de la LAD et de la LSAC à l'égard des aliments. Selon ces deux régimes, les inspecteurs ont le pouvoir de pénétrer dans l'établissement de l'entreprise, de prélever des échantillons de produits auxquels la LAD et la LSAC s'appliquent, d'inspecter les dossiers, de saisir et de détenir des produits pour une durée indéterminée s'ils estiment qu'il y a une contravention et d'ordonner la destruction des produits saisis s'ils sont périssables ou s'ils estiment que l'article présente un risque pour la santé ou la sécurité et que leur élimination est nécessaire. L'entreprise est tenu de fournir une aide raisonnable pour fournir tout renseignement dont les inspecteurs peuvent avoir besoin.

En ce qui concerne les aliments importés, s'il est constaté, lors d'une inspection, qu'ils ne sont pas conformes à la LAD, à la LSAC ou à tout

règlement applicable, l'inspecteur peut permettre à l'entreprise de remédier à la violation ou lui ordonner de retirer le produit du Canada ou de le détruire aux frais de l'entreprise si l'enlèvement n'est pas possible.

Enquêtes sur la salubrité des aliments de l'ACIA

L'ACIA peut ouvrir une enquête sur la salubrité des aliments si elle a des raisons de croire que les aliments sont contaminés ou ne sont pas conformes à la réglementation fédérale, afin d'évaluer la question et de déterminer s'il est nécessaire de procéder à un rappel. Les enquêtes sur la salubrité des aliments peuvent être déclenchées par une plainte d'un consommateur, l'écllosion d'une maladie touchant la santé publique, les résultats d'essais sur des aliments obtenus par l'ACIA ou d'autres personnes qui révèlent l'existence d'un possible risque (comme une contamination), des renseignements obtenus dans le cadre d'une inspection réalisée par l'ACIA auprès d'un détaillant ou d'une autre partie, ou un rappel dans un autre territoire.

Au cours de l'enquête, l'ACIA recueillera des renseignements pour évaluer la nature et l'étendue du problème de santé potentiel, notamment en effectuant des essais sur le produit alimentaire, en inspectant les installations et/ou en obtenant l'information nécessaire pour retracer la distribution du produit alimentaire. Si un risque potentiel pour la santé est détecté, l'ACIA peut demander à Santé Canada de réaliser une évaluation officielle des risques pour la santé afin d'évaluer le niveau de risque que présente l'aliment, en fonction de la probabilité que l'aliment provoque une maladie et de la durée et de la gravité potentielles de cette maladie. L'ACIA se fondera sur les résultats de l'évaluation des risques pour la santé pour déterminer la marche à suivre la plus appropriée, notamment si un rappel est nécessaire.

Rappels de produits de consommation et d'aliments

Produits de consommation

En vertu de la *Loi canadienne sur la sécurité des produits de consommation*, le ministre de la Santé peut ordonner à une société qui fabrique, importe ou vend un produit de consommation à des fins commerciales d'en faire le rappel s'il estime, pour des motifs raisonnables, qu'il présente un danger pour la santé ou la sécurité humaines. En règle générale, si Santé Canada estime qu'un rappel est nécessaire, il demandera à l'entreprise de procéder à un rappel volontaire. En l'absence

de rappel volontaire, Santé Canada peut émettre un ordre de rappel. Santé Canada a également le pouvoir d'exécuter lui-même un ordre de rappel si l'entreprise ne le fait pas, aux frais de celle-ci.

Aliments

En vertu de la LAD et de la LSAC, le ministre de la Santé a le pouvoir d'ordonner le rappel d'un produit alimentaire lorsqu'il estime, pour des motifs raisonnables, que ce produit présente un risque pour la santé publique, animale ou végétale. Si l'ACIA détermine qu'un rappel est nécessaire, elle demandera généralement à l'entreprise de procéder à un rappel volontaire. En l'absence de rappel volontaire, l'ACIA peut saisir le ministre pour lui demander qu'un ordre de rappel soit émis.

L'ACIA s'attend à ce que les entreprises soient en mesure d'exécuter les rappels de produits. L'agence a publié des lignes directrices pour l'élaboration d'une procédure de rappel qui peut être mise en œuvre au besoin pour retirer rapidement et efficacement du marché les produits dangereux qu'un détaillant a vendus.

Autres règlements applicables à certains produits

D'autres règlements pris en vertu de la LCSPC, de la LAD ou de la LSAC peuvent s'appliquer à des produits précis.

Par exemple :

- Les règlements pris en application de la LCSPC peuvent imposer des exigences de conformité supplémentaires à l'égard d'une vaste gamme de produits avant qu'ils puissent être vendus au Canada, notamment bougies, contenants en verre pour boissons gazeuses, landaus et poussettes, isolants en fibres cellulosiques, charbon de bois, bijoux pour enfants, vêtements de nuit pour enfants, produits de consommation contenant du plomb, produits chimiques et contenants de consommation, lits d'enfant, berceaux et moïses, couvre-fenêtres à cordes, protecteurs faciaux pour joueurs de hockey sur glace et de crosse en enclos, portes et enceintes contenant du verre, produits céramiques émaillés et les produits de verre émaillé, casques de hockey sur glace, tétines de biberon pour enfant, bouilloires, briquets, allumettes, matelas, sucettes, phtalates, parcs pour enfant, détecteurs résidentiels, ensembles de retenue et des

sièges d'appoint pour véhicules automobiles, tentes, produits textiles (inflammabilité) et jouets;

- Les règlements pris en application de la LAD peuvent imposer des exigences de conformité supplémentaires à l'égard des cosmétiques (*Règlement sur les cosmétiques*), les produits de santé naturels (*Règlement sur les produits de santé naturels*) et divers additifs alimentaires.

Les exigences en matière d'étiquetage, de publicité et de commercialisation des produits alimentaires et des biens de consommation sont prescrites par la *Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation* et le *Règlement sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation*, la LAD et le *Règlement sur les aliments et drogues*, la LSAC et le *Règlement sur la salubrité des aliments au Canada*, la *Loi sur la concurrence* et d'autres lois précitées comme la *Loi sur l'étiquetage des textiles*, la *Loi sur le poinçonnage des métaux précieux*, la LCSPC et les règlements d'application liés à la législation précitée ainsi que la législation provinciale sur la protection du consommateur. L'ACIA a publié des lignes directrices qui fournissent de l'information complémentaire sur les exigences applicables aux diverses allégations publicitaires, comme les allégations « sans sucre ajouté », les allégations « local » sur les aliments, les allégations relatives à la composition et à la qualité des aliments, les allégations « sans allergènes » et « sans gluten », les allégations santé, les allégations « biologiques » sur les étiquettes d'aliments, les allégations concernant l'origine et les allégations relatives à la teneur nutritive. Les entreprises de biens de consommation doivent connaître la législation applicable aux produits qu'elles ont l'intention de produire ou de vendre. Le chapitre sur l'Emballage et étiquetage du présent Guide fournit des détails supplémentaires sur les exigences en matière d'emballage et d'étiquetage des aliments et des biens de consommation.

Exigences de conformité en vertu de la LSAC

Le *Règlement sur la salubrité des aliments au Canada* (le « RSAC ») est entré en vigueur le 15 janvier 2019, soit des années après l'adoption de sa loi habilitante, la LSAC, le 22 novembre 2012. Le RSAC s'applique généralement aux aliments destinés à la consommation humaine (y compris les ingrédients) qui sont importés, exportés ou commercialisés

aux fins de commerce interprovincial. Il s'applique également à l'abattage d'animaux pour alimentation humaine dont peuvent être tirés les produits de viande destinés à l'exportation ou au commerce interprovincial.

La LSAC et le RSAC ont instauré un nouveau cadre de réglementation comportant trois éléments fondamentaux qui intéressent particulièrement les entreprises du secteur alimentaire : i) l'octroi de licences, ii) les contrôles préventifs et iii) la traçabilité. Aux termes du RSAC, les entreprises du secteur alimentaire doivent obtenir une licence fondée sur leurs activités en présentant une demande à l'ACIA. En outre, elles doivent élaborer et mettre en œuvre un plan de contrôle préventif écrit qui documente la manière dont elles respectent les exigences en matière de sécurité des aliments, de traitement sans cruauté et de protection du consommateur. En outre, elles doivent conserver des documents relatifs à la traçabilité afin que les produits alimentaires puissent être retracés et elles doivent fournir des renseignements sur la traçabilité à l'ACIA dans les 24 heures suivant la réception d'une demande (ou dans un délai plus court ou plus long sous certaines conditions). Le RSAC a une incidence directe sur la façon dont les fabricants, détaillants, distributeurs et importateurs de produits alimentaires exercent leurs activités au Canada. Compte tenu du large pouvoir d'appréciation de l'ACIA et des graves conséquences du non-respect du RSAC, il est essentiel que les entreprises mettent en place des outils et des programmes de conformité qui respectent les exigences existantes du RSAC et préparent les mécanismes nécessaires pour veiller au respect des échéances et des obligations de conformité à venir.

Lois et règlements applicables à des catégories de produits de spécialité

Des exigences législatives distinctes s'appliquent à certains produits autres que des aliments et des biens de consommation qui sont vendus au Canada.

Voici quelques exemples :

- Les médicaments, cosmétiques et instruments médicaux (régis par la LAD);
- Les produits antiparasitaires (régis par la *Loi sur les produits*

antiparasitaires);

- Les engrais (régis par la *Loi sur les engrais*);
- Les explosifs (régis par la *Loi sur les explosifs*);
- Le tabac (régis par la *Loi sur le tabac et les produits de vapotage*);
- Le cannabis et chanvre industriel (régis par la *Loi sur le cannabis*, le *Règlement sur le cannabis* et le *Règlement sur le chanvre industriel*).

Les entreprises de biens de consommation devraient consulter la législation applicable aux produits qu'elles ont l'intention de fabriquer ou de vendre au Canada pour s'assurer qu'elles respectent tous les règlements et toutes les exigences.

POUR PLUS D'INFORMATION, VEUILLEZ COMMUNIQUER AVEC :

Christopher Hubbard

416-601-8273

chubbard@mccarthy.ca

Martha Harrison

416-601-8864

mharrison@mccarthy.ca

CYBERSÉCURITÉ, PROTECTION DES RENSEIGNEMENTS PERSONNELS ET DES DONNÉES

Un tissu de législation	152
Principes directeurs pour les entreprises	154
Émergence de nouveaux principes et concepts	158
Sujets d'actualité	164

Par Jade Buchanan, Marissa Caldwell et Eugen Miscoi



CYBERSÉCURITÉ, PROTECTION DES RENSEIGNEMENTS PERSONNELS ET DES DONNÉES

Qu'il s'agisse du traitement des coordonnées des clients dans le cadre de simples demandes de service ou du traitement de gros volumes de renseignements sensibles, la plupart des fabricants de produits de consommation interagissent avec les clients, ce qui suppose qu'ils se conforment à la législation complexe au Canada sur la protection des renseignements personnels. Les conséquences d'un non-respect de cette législation peuvent être importantes :

- **Amendes** — La législation québécoise prévoit maintenant des amendes de l'ordre de celles prévues au Règlement général sur la protection des données (RGPD) de l'Union européenne (l'« UE ») et certaines propositions au niveau fédéral, si elles étaient adoptées sous forme de loi, prévoient des amendes encore plus élevées (jusqu'à 5 % des revenus mondiaux);
- **Réputation** — Nos autorités de réglementation en matière de protection des renseignements personnels connaissent bien les médias, organisent des conférences de presse et publient des rapports détaillés lorsqu'elles souhaitent attirer l'attention sur un sujet ou une pratique en particulier. Ce faisant, elles ciblent souvent des marques de produits de consommation connues et risquent de ce fait de nuire à leur réputation;
- **Litiges dans le cadre de recours collectifs** — Les conclusions de nos autorités de réglementation en matière de protection des renseignements personnels constituent souvent le fondement de recours collectifs en matière de protection des renseignements personnels découlant de l'usage abusif ou de la collecte ou de la communication inappropriée de renseignements personnels.

Un tissu de législation

Au Canada, plusieurs lois nouvelles et à venir portent sur les droits en matière de protection de la vie privée ainsi que sur la collecte, l'utilisation

et la communication de renseignements personnels¹. Au cours des deux dernières décennies, la loi applicable par défaut au secteur privé au Canada a été la *Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques*² (la « LPRPDE »), soit une loi fédérale appliquée par le Commissariat à la protection de la vie privée du Canada (le « CPVP »). Sous le régime de la LPRPDE, si une province dispose d'une législation essentiellement similaire à la LPRPDE, la législation provinciale s'applique³ aux activités qui s'effectuent entièrement à l'intérieur de la province (sauf certaines exceptions). C'est le cas en Colombie-Britannique, en Alberta et au Québec⁴. La conformité à la LPRPDE a été la première tentative d'adaptation par une organisation transfrontalière de son cadre de protection des renseignements personnels au Canada, cependant, ce sont parfois les lois provinciales qui ont plutôt été appliquées.

Au niveau provincial, le Québec a adopté la *Loi modernisant des dispositions législatives en matière de protection des renseignements personnels* (« Loi 25 »). La Loi 25 a reçu la sanction royale le 22 septembre 2021 et a radicalement modifié le régime de protection des renseignements personnels du Québec au moyen d'une entrée en vigueur de cette loi en trois phases, soit le 22 septembre 2022, 2023 et 2024. De nombreux aspects de la Loi 25 vont au-delà des exigences

-
- 1 Les données constituent des « renseignements personnels » lorsqu'elles peuvent être utilisées pour identifier une personne, seule ou en combinaison avec d'autres données. Les renseignements personnels peuvent comprendre des renseignements « indirects » ou « induits », comme les habitudes de consommation d'un client ou ses habitudes de magasinage, et peuvent se présenter sous quelque format que ce soit, y compris des enregistrements vocaux et des enregistrements vidéo de surveillance.
 - 2 *Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques*, L.C. 2000, c. 5.
 - 3 La question de savoir si la LPRPDE continue de s'appliquer aux activités commerciales dans ces provinces n'est pas résolue. Par exemple, voir l'*Enquête conjointe sur Clearview AI, Inc. par le Commissariat à la protection de la vie privée du Canada, la Commission d'accès à l'information du Québec, le Commissariat à l'information et à la protection de la vie privée de la Colombie-Britannique et le Commissariat à l'information et à la protection de la vie privée de l'Alberta*, Conclusions en vertu de la LPRPDE n° 2021-001 (2 février 2021). Dans le cadre de cette enquête, le CPVP et ses homologues provinciaux de l'Alberta, de la C.-B. et du Québec se sont donné compétence à l'égard d'une société qui exerçait ses activités à l'extérieur du Canada, mais qui recueillait des renseignements personnels auprès de particuliers situés partout au Canada.
 - 4 L'Alberta et la Colombie-Britannique ont préparé conjointement leurs lois sur la protection des renseignements personnels, mais ces lois n'ont jamais été identiques et chacune d'elle a été modifiée par la suite relativement à des aspects distincts. Toutes deux ont le même nom en anglais soit « *Personal Protection Information Act* » ou ensemble les « PIPA » : *Personal Information Protection Act*, SBC 2003, c. 63 et *Personal Information Protection Act*, SA 2003, c. P-6.5.

des législations fédérale et provinciales pour les entreprises du secteur privé.

Ces efforts de réforme ont cours dans le contexte d'une tendance mondiale plus large vers des obligations en matière de protection des renseignements personnels toujours plus strictes pour les entreprises qui recueillent et traitent des renseignements personnels dans le cadre de leurs activités.

Le risque d'amendes importantes sous la Loi 25 du Québec constitue un virage majeur dans la façon dont la législation canadienne sur la protection des renseignements personnels est appliquée, car elles imposent des pénalités sévères en cas de non-respect, dont :

- Pour la plupart des contraventions : jusqu'à 10 millions \$ CA ou 2 % du chiffre d'affaires mondial, selon le plus élevé de ces montants;
- En cas d'infractions plus graves : jusqu'à 25 millions \$ CA ou 4 % du chiffre d'affaires mondial, selon le plus élevé de ces montants.

Principes directeurs pour les entreprises

Les lois canadiennes sur la protection des renseignements personnels demeurent ancrées dans les Dix principes relatifs à l'équité dans le traitement de l'information, qui établissent les principales obligations des entreprises à cet égard et plus généralement orientent l'interprétation des lois et des politiques sur la protection des renseignements personnels au Canada⁵. Le CPVP a utilisé les dix principes pour élaborer des lignes directrices propres à la technologie qui n'étaient peut-être qu'un créneau ou une théorie au moment de l'adoption initiale de la LPRPDE. L'application par le CPVP des principes énoncés dans son document d'orientation intitulé *Document d'orientation sur la protection de la vie privée à l'intention des fabricants d'appareils de l'Internet des objets* revêt un intérêt particulier pour les fabricants d'appareils de l'Internet des objets ou d'appareils intelligents⁶.

5 Les dix principes relatifs à l'équité dans le traitement de l'information ont été expressément inclus dans une annexe à la LPRPDE. Bien qu'ils ne soient pas expressément intégrés à la législation provinciale, ils demeurent fondamentaux. Voir p. ex. le document sur les dix principes relatifs à l'équité dans le traitement de l'information appliqués à la Colombie-Britannique, en ligne : <<https://www2.gov.bc.ca/gov/content/employment-business/business/managing-a-business/protect-personal-information/principles>>.

6 Commissariat à la protection de la vie privée du Canada, « Document d'orientation sur la protection de la vie privée à l'intention des fabricants d'appareils de l'Internet des objets », (août 2020), en ligne : <https://www.priv.gc.ca/fr/sujets-lies-a-la-protection-de-la-vie-privee/technologie/gd_iot_man/>.

Conformément à ces principes, les entreprises devraient donner la priorité aux mesures suivantes :

Acquittez-vous de **vos responsabilités** à l'égard des renseignements personnels dont vous avez la gestion :

- Désignez une personne qui sera responsable de l'administration et de la supervision des pratiques en matière de gestion des renseignements personnels et prête à mettre en œuvre les changements requis par la législation applicable (habituellement le Responsable de la protection de la vie privée). Communiquez son titre et ses coordonnées à votre personnel, au public et à vos clients;
- Élaborez et mettez en œuvre des politiques et des pratiques pour le traitement des renseignements personnels, y compris un processus de plaintes permettant aux personnes physiques de **porter plainte à l'égard du non-respect des principes**;
- **Faites preuve de transparence** quant aux politiques et pratiques concernant les renseignements personnels en adoptant une politique de confidentialité externe et interne, ainsi que des pratiques de gestion de ces renseignements pour vous assurer de vous conformer aux lois sur la protection des renseignements personnels applicables. Les clients doivent être en mesure d'obtenir de l'information sur ces politiques et pratiques auprès de la personne physique désignée sans avoir à déployer des efforts déraisonnables;
- Autorisez **les individus à accéder** à leurs renseignements en vous tenant prêt à fournir des renseignements à un client si elles font une demande concernant l'existence, l'utilisation et la communication de leurs renseignements personnels. Cette disposition relative à l'accès est obligatoire, à quelques exceptions près.

Cernez les finalités de la collecte et de l'utilisation que vous faites des renseignements personnels :

- Expliquez aux clients pourquoi vous recueillez leurs renseignements personnels et comment ils seront utilisés. Si les renseignements vont être utilisés à une autre fin, obtenez un nouveau consentement pour cette fin;
- Déterminez les fins de la collecte et assurez-vous de les intégrer à vos politiques de confidentialité internes et à vos avis de confidentialité





externes. Les politiques de confidentialité sont souvent des documents longs qui informent les employés sur la manière de traiter en toute sécurité les données et renseignements des clients, ainsi que les clients sur les détails de l'utilisation, du stockage et de la collecte de leurs renseignements. Les avis de confidentialité peuvent fournir aux clients vos pratiques de confidentialité générales ou les informer « juste-à-temps » lorsque vous sollicitez leur consentement à la collecte ou à l'utilisation de leurs données. Ces avis juste à temps fournissent un résumé abrégé et compréhensible de la politique telle qu'elle s'applique au moment de l'action ou de la demande en cause.

Obtenez un **consentement** valable avant ou pendant la collecte de renseignements :

- Les entreprises doivent savoir qu'elles ne peuvent exiger d'un client qu'il fournisse des renseignements personnels comme condition de vente, à moins que ces renseignements ne soient essentiels à la réalisation de la vente. Une approche courante consiste à inciter les clients à fournir un consentement, généralement en offrant des remises ou un accès à des promotions aux clients qui consentent à recevoir des messages de marketing par message texte ou courriel⁷;
- Un consentement explicite est de plus en plus requis pour un nombre croissant d'utilisations des renseignements. Il existe quelques exceptions prévues par la loi qui s'appliquent à l'obligation de fournir un consentement, comme la communication de renseignements personnels dans le cadre de certaines opérations commerciales et la communication de renseignements qui est exigée par la loi;
- Le consentement exprès suppose une affirmation positive ou une acceptation et est susceptible d'être exigé pour les renseignements sensibles, comme les renseignements médicaux ou financiers, ou pour de grandes quantités de renseignements non sensibles;
- Le consentement implicite est présumé lorsque les fins auxquelles il est demandé sont évidentes au moment de la collecte, p. ex. lorsqu'un client fournit son adresse courriel pour recevoir un reçu numérique, et l'adresse courriel est uniquement utilisée à cette fin;

⁷ L'envoi de messages électroniques commerciaux nécessite un consentement aux termes de la législation canadienne antipourriel, et le traitement connexe des renseignements personnels exige un consentement aux termes de la législation sur la protection des renseignements personnels applicable, à moins qu'une exception ne s'applique. Voir : [Commerce électronique](#).

- Le consentement d'une personne physique n'est valable que s'il est raisonnable de s'attendre à ce que la personne visée par les activités de l'organisation comprenne la nature, les fins et les conséquences de la collecte, de l'utilisation ou de la communication des renseignements personnels auxquelles elle a consenti;
- Le CPVP et les commissaires à la protection de la vie privée de la C.-B. et de l'Alberta ont fourni une aide en matière d'interprétation dans les « Lignes directrices pour l'obtention d'un consentement valable »⁸. Parmi les recommandations pratiques découlant de ces Lignes directrices à l'intention des entreprises, on peut citer les suivantes :
 - Aviser les personnes d'un risque particulier lié au traitement de leurs renseignements personnels, notamment s'ils sont hautement sensibles;
 - Intégrer les avis de confidentialité à l'expérience utilisateur sous forme d'« avis juste-à-temps », au lieu de cantonner cette information dans la politique de confidentialité;
 - intégrer des dispositions en matière de consentement dans les contrats, les formulaires (y compris les formulaires Web) et les autres documents utilisés pour recueillir des renseignements personnels auprès des clients, des employés et de toute autre personne.

Limitez la quantité et les types de renseignements à ce qui est nécessaire et à des fins légitimes :

- Veillez à ne pas recueillir et conserver trop de renseignements. Il est peu probable que la collecte de renseignements qui va au-delà de ce qui est nécessaire à la réalisation d'un achat soit considérée comme un usage raisonnable;
- Évitez de conserver les renseignements sans discernement. Assurez-vous que votre politique de confidentialité comporte des dispositions précisant à quel moment et dans quelles circonstances les données seront éliminées en toute sécurité. S'il s'agit de renseignements

8 Commissariat à la protection de la vie privée du Canada, « Lignes directrices pour l'obtention d'un consentement valable » (mai 2018), en ligne : <https://www.priv.gc.ca/fr/sujets-lies-a-la-protection-de-la-vie-privee/collecte-de-renseignements-personnels/consentement/gl_omc_201805/>.

personnels qui ont servi à prendre une décision à l'égard d'une personne physique, ils doivent être conservés pendant une période différente de celle applicable à une simple utilisation à des fins raisonnables et il n'est pas nécessaire de les consulter à nouveau à cette fin.

Veillez à l'**exactitude** et à l'exhaustivité des renseignements :

- Les entreprises doivent déployer des efforts raisonnables pour s'assurer que les renseignements personnels qu'elles recueillent auprès de leurs clients sont exacts et complets. Il s'agit notamment de vérifier le nom ou les détails d'une opération avant d'enregistrer les renseignements;
- Les clients doivent être en mesure de contester l'exactitude et l'exhaustivité des renseignements et de les faire corriger au besoin.

Protégez les renseignements sensibles au moyen de **mesures de sécurité** :

- Les entreprises devraient protéger les renseignements personnels sous leur garde ou contrôle en prenant des mesures de sécurité raisonnables pour prévenir les risques de perte, d'accès, de collecte, d'utilisation, de reproduction, de modification, de destruction non autorisés ou autres risques semblables;
- La nature des mesures de sécurité variera en fonction de la nature sensible des renseignements, de la quantité, de la distribution et du format des renseignements ainsi que de leur mode de stockage. Les renseignements sensibles nécessitent un niveau de protection plus élevé.

Émergence de nouveaux principes et concepts

La présente rubrique traite des principes et des concepts qui occupent une place de premier plan dans la Loi 25 du Québec. Bon nombre d'entre elles étaient implicites dans les lois antérieures ou sont devenues des pratiques exemplaires ou ont été tirées de l'interprétation des commissaires à la protection de la vie privée, et elles occupent une place plus importante dans cette deuxième grande vague de lois canadiennes sur la protection de la vie privée. Les principes et les concepts suivants sont les plus susceptibles d'intéresser les entreprises qui exercent des activités au Canada.

Protection des renseignements personnels intégrée à la conception de certains produits et profilage

La *Loi sur la protection des renseignements personnels dans le secteur privé* (la « *Loi sur le secteur privé* »)⁹, ou la *Loi 25*, exige des entreprises qu'elles accordent la priorité à la protection des renseignements personnels des consommateurs en veillant à ce que les produits ou services technologiques disposant de paramètres de confidentialité assurent par défaut le plus haut niveau de confidentialité¹⁰. En fin de compte, il en résulte que la collecte de renseignements personnels au moyen de produits ou services technologiques doit être réglée par défaut à « désactivée » ou « aussi peu que nécessaire » au moment de l'achat ou de l'adhésion, etc.

En particulier, la *Loi 25* exige que les entreprises fassent également preuve de transparence lorsqu'elles utilisent une technologie qui permet d'**identifier** ou de **localiser** leurs clients, ou encore d'en **effectuer un profilage**¹¹. Les entreprises sont tenues d'informer les consommateurs de l'utilisation d'une telle technologie et d'expliquer comment ces fonctions peuvent être activées. Le « Profilage » dans ce contexte s'entend de l'analyse des renseignements personnels afin d'évaluer certaines caractéristiques, notamment le comportement d'achat, les préférences personnelles ou la situation économique. Les entreprises doivent communiquer clairement leurs pratiques de collecte de données, en veillant à ce que les clients comprennent comment leurs renseignements pourraient être utilisés à des fins de marketing personnalisé ou d'analyse.

Principes d'obtention d'un consentement valable

Les entreprises doivent comprendre les exigences détaillées en matière de consentement qui sont prévues par la *Loi sur le secteur privé* du Québec lorsqu'elles traitent les renseignements personnels des consommateurs. À l'instar de la LPRPDE et des PIPA, la *Loi 25* établit une distinction entre le consentement exprès et le consentement implicite, soulignant la nécessité d'un consentement explicite dans certaines situations. En vertu de la *Loi 25*, les entreprises qui exercent des activités au Québec ou qui effectuent des ventes à des clients au Québec devraient veiller

9 *Loi sur la protection des renseignements personnels dans le secteur privé*, RLRQ c. P-39.1.

10 *Ibid.*, art. 9.1.

11 *Ibid.*, art. 8.1.



à ce que leur processus d'obtention du consentement comporte les éléments suivants pour obtenir un consentement valable¹² :

- **Manifeste** : Le consentement doit exprimer les intentions et le choix véritables de la personne concernée;
- **Libre** : Il doit exprimer un véritable choix de la part de la personne concernée, et ainsi avoir été donné par celle-ci alors qu'elle était en pleine possession de ses moyens;
- **Éclairé** : La personne doit être en mesure de comprendre facilement la demande;
- **Spécifique** : La demande de consentement doit définir de manière spécifique les fins visées;
- **Détaillé** : Le consentement doit être sollicité à chaque fin prévue;
- **Compréhensible** : La demande de consentement doit être faite en termes clairs et simples;
- **Temporaire** : Le consentement doit être donné pour une durée limitée;
- **Distinct** : La demande de consentement doit être présentée distinctement de toute autre information communiquée.

Bien qu'il existe certaines exceptions, notamment la communication de renseignements personnels aux fins d'examiner ou d'effectuer des opérations commerciales, à des fins de recherche ou dans des situations d'urgence, ou encore pour remplir des obligations légales, ces exceptions doivent être interprétées de façon restrictive. La nature nuancée de ces exigences, associée à des risques juridiques éventuels, souligne l'importance de stratégies robustes de gouvernance des données.

En pratique, les fabricants de produits de consommation n'ont pas toujours d'interactions directes avec les clients les obligeant à obtenir un consentement exprès. Lorsqu'elles mettent au point un bien de consommation ou le déploient au Canada, les entreprises doivent réfléchir à la façon dont elles peuvent créer une interface avec les clients pour obtenir, suivre et gérer les consentements exprès.

12 *Ibid.*, art. 14.

Anonymisation des renseignements

Aux termes de la LPRPDE et des lois provinciales analogues, les entreprises doivent également **détruire** ou **anonymiser** les renseignements personnels une fois atteintes les finalités auxquelles ils ont été recueillis, mais la Loi 25 ajoute des exigences plus détaillées. Une fois atteinte la finalité de la collecte ou de l'utilisation des renseignements personnels, les entreprises sont tenues soit de détruire les renseignements, soit de les anonymiser pour les utiliser à des fins légitimes, sauf si des délais de conservation légaux s'appliquent. La Loi 25 considère qu'« un renseignement concernant une personne physique est anonymisé lorsqu'il est, en tout temps, raisonnable de prévoir dans les circonstances qu'il ne permet plus, de façon irréversible, d'identifier directement ou indirectement cette personne »¹³.

L'anonymisation des renseignements personnels exige que l'organisation ait un but sérieux et légitime pour anonymiser les renseignements personnels en suivant un processus qui respecte les « meilleures pratiques généralement reconnues » ainsi que les critères et modalités déterminés par règlement, de sorte qu'il soit, en tout temps, raisonnable de prévoir que les renseignements personnels anonymisés ne permettent plus, de façon irréversible, d'identifier directement ou indirectement la personne auxquels ces renseignements se rapportent.

Le Règlement applicable¹⁴ énonce un processus à suivre pour anonymiser les renseignements personnels. Les étapes clés sont les suivantes :

- Établir des fins légitimes pour l'anonymisation;
- Faire appel à du personnel compétent pour superviser le processus;
- Effectuer une analyse approfondie des risques avant et après l'anonymisation;
- Mettre en œuvre des techniques d'anonymisation appropriées;

13 *Ibid.*, art. 23.

14 Gouvernement du Québec, « Règlement sur l'anonymisation des renseignements personnels », *Gazette officielle du Québec*, (15 mai 2024), en ligne : <https://www.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/fileadmin/gazette/pdf_encrypte/lois_reglements/2024F/83286.pdf> (le « Règlement »).

- Effectuer des réévaluations périodiques afin d'assurer l'anonymisation est permanente;
- Tenir des registres détaillés des activités d'anonymisation.

Évaluation des facteurs relatifs à la vie privée

Les entreprises qui exercent des activités au Québec doivent mettre en œuvre un processus rigoureux d'évaluation des facteurs relatifs à la vie privée (l'« EFVP »). Selon la Loi 25, les EFVP, définies comme étant des évaluations que les entreprises entreprennent afin d'identifier et d'évaluer le risque éventuel pour la vie privée des personnes, sont obligatoires pour¹⁵ :

- Les projets supposant la communication de renseignements personnels à des fins de recherche¹⁶;
- Les projets visant l'acquisition, le développement ou la refonte d'un système d'information ou de prestation électronique de services impliquant la collecte, l'utilisation, la communication, la conservation ou la destruction de renseignements personnels¹⁷. Les systèmes d'information comprennent, par exemple, une carte à puce ou un système d'identification par radiofréquence, un système statistique ou un système de traitement de fichiers informatisé;
- La communication de renseignements personnels à l'extérieur du Québec ou le fait de confier à une personne ou à un organisme à l'extérieur du Québec la tâche de recueillir, d'utiliser, de communiquer ou de conserver des renseignements personnels, de développer des systèmes d'information ou de transférer des données à l'extérieur du Québec. (Ce type particulier d'EFVP est souvent appelé une évaluation de l'impact du transfert ou « EIT »)¹⁸.

Les principales étapes de la réalisation d'une EFVP comprennent la définition des objectifs du projet, l'inventaire des renseignements personnels, l'évaluation des facteurs de protection de la vie privée et l'élaboration de stratégies d'atténuation des risques. Les entreprises

15 *Loi sur le secteur privé*, supra note 1, art. 3.3.

16 *Ibid.* art. 21.

17 *Ibid.*, art. 3.3

18 *Ibid.*, art. 17.

devraient intégrer les EFVP et les EIT à leurs flux de travail de gestion de projets, en faisant participer les principales parties prenantes, comme les équipes des services juridiques, des technologies de l'information et des relations avec la clientèle.

Droit à la portabilité des données

Les entreprises qui exercent des activités au Québec se conformer aux changements importants en matière de pratiques de gestion des données entrées en vigueur le 22 septembre 2024 aux termes de la *Loi sur le secteur privé*. Les entreprises seront tenues de fournir aux résidents du Québec, à leur demande, leurs renseignements personnels informatisés dans un format technologique structuré et couramment utilisé¹⁹. Cette nouvelle exigence s'applique à un large éventail d'entités, y compris celles qui sont situées à l'extérieur du Québec, mais qui traitent des données de résidents du Québec.

Bien qu'il existe certaines restrictions quant aux données à fournir, dans le doute, les entreprises devraient miser sur la transparence. En se conformant à ces modifications, elles s'assureront non seulement de se conformer à la loi, mais aussi s'attireront la confiance des clients en démontrant leur engagement envers la protection des données et des droits des utilisateurs.

Prise de décisions automatisée

Les entreprises qui tirent parti de systèmes décisionnels automatisés seraient également tenues de donner la priorité à la transparence et à la responsabilité aux termes de la Loi 25.

Selon la Loi 25, si une entreprise utilise des renseignements personnels afin que soit rendue une décision fondée exclusivement sur un traitement automatisé de ceux-ci, elle doit informer la personne concernée que la décision a été prise exclusivement au moyen d'un processus de traitement automatisé. Cet avis doit être donné au plus tard au moment où l'entreprise informe la personne de cette décision. Les résidents du Québec ont également le droit de demander et de recevoir des renseignements relatifs aux renseignements personnels utilisés pour rendre la décision, ainsi qu'aux principaux paramètres du processus

¹⁹ *Ibid.*, art. 27.



décisionnel. Cette exigence est particulièrement importante pour les entreprises souhaitant intégrer l'utilisation de l'IA à leurs activités.

Pour s'assurer de se conformer à la loi, les entreprises devraient :

- Élaborer une documentation exhaustive sur les processus automatisés;
- Former le personnel pour expliquer le fonctionnement du système et les incidences sur les personnes;
- Établir des procédures efficaces pour le traitement des demandes d'explications détaillées;
- Mettre à jour les politiques de confidentialité pour refléter les pratiques de prise de décisions automatisée.

Sujets d'actualité

Même si les lois canadiennes sur la protection des renseignements personnels n'ont pas beaucoup changé entre 2003 et 2021, les commissaires à la protection de la vie privée du Canada ont tendance à se concentrer sur des questions importantes, souvent en raison des tendances technologiques ou de l'application de la loi dans d'autres territoires. La Loi 25 a également recentré l'attention sur de nouveaux sujets. La présente rubrique décrit certains des domaines actuellement visés en matière de réglementation et d'application de la loi et, dans certains cas, des litiges. Tout programme de conformité fondé sur les risques devrait examiner attentivement chacune de ces questions.

Témoins

La Loi 25 du Québec introduit des changements importants dans les pratiques de gestion des témoins de connexion, ce qui présente des défis et des occasions pour les entreprises²⁰. Pour les entreprises, les points à retenir sont les suivants :

- Les témoins essentiels utilisés uniquement comme indicateurs de connexion sont dispensés de certaines obligations, à condition qu'ils n'identifient, ne localisent ni ne profilent des personnes physiques;

20 *Loi sur le secteur privé*, supra note 1, art. 9.1 et 8.1.

- Les témoins non essentiels qui suivent les préférences ou les comportements des utilisateurs doivent être désactivés par défaut, conformément aux principes de protection des renseignements personnels dès la conception énoncés aux articles 8.1 et 9.1 de la *Loi sur le secteur privé*;
- Des bandeaux de consentement aux témoins conviviaux doivent être mis en place afin de permettre aux clients de personnaliser leurs préférences ou de refuser les témoins non essentiels;
- Des renseignements clairs et précis sur la finalité et les pratiques de collecte des données de chaque témoin doivent être fournis avant d’obtenir le consentement;
- Les mécanismes de consentement doivent être facilement accessibles et le consentement doit pouvoir aisément être retiré;
- Une documentation exhaustive sur les consentements des utilisateurs doit être tenue à des fins de conformité à la loi.

Contrairement à la LPRPDE et aux PIPA²¹, la Loi 25 exige un consentement clair et précis pour les témoins non essentiels, ce qui pourrait avoir une incidence sur les stratégies de suivi et de personnalisation des utilisateurs. Les entreprises doivent maintenant classer soigneusement leurs témoins, en faisant la distinction entre les types essentiels et non essentiels de témoins, et mettre en œuvre des mécanismes de consentement conviviaux. Ce changement nécessite un examen des pratiques actuelles de collecte de données et possiblement des mises à jour de la conception des sites Web et des politiques de confidentialité.

Déclaration d’incidents de confidentialité

Depuis plus de 10 ans, les incidents de confidentialité doivent être déclarés au Canada, à la suite des changements législatifs survenus en Alberta en 2010. Elles ont été ajoutées à la LPRPDE en 2018 (atteintes

21 Commissariat à la protection de la vie privée du Canada, « Position de principe sur la publicité comportementale en ligne », (août 2021), en ligne : <https://www.priv.gc.ca/fr/sujets-lies-a-la-protection-de-la-vie-privee/technologie/protection-de-la-vie-privee-en-ligne-surveillance-et-temoins/pistage-et-publicite/bg_ba_1206/>.

aux mesures de sécurité)²² et à la Loi 25 lorsqu'elle est entrée en vigueur en 2021 (incidents de confidentialité)²³. Pour les entreprises, les points à retenir sont les suivants :

- Des mesures rigoureuses de sécurité des données doivent être mises en place pour prévenir les incidents;
- Un plan d'intervention clair en cas d'incident comprenant des protocoles d'évaluation des risques doit être élaboré;
- Du personnel capable de repérer et de signaler rapidement les incidents de confidentialité éventuels doit être formé;
- Un processus d'évaluation rapide doit être établi qui s'applique aux incidents qui présentent un « risque de préjudice sérieux » ou un « risque réel de préjudice grave » en fonction du degré de sensibilité des données, des conséquences potentielles et de la probabilité d'une mauvaise utilisation;
- Des mesures d'atténuation doivent être mises en œuvre et documentées pour faire face aux risques immédiats et prévenir les incidents futurs.

En pratique, la gestion des incidents de confidentialité est un effort interfonctionnel. Les équipes responsables de la protection des renseignements personnels peuvent gérer elles-mêmes les atteintes à petite échelle ou à faible incidence, comme la perte d'un petit nombre de dossiers ou de renseignements envoyés à un destinataire non voulu, mais responsable. Des incidents plus graves, tels que des attaques d'extorsion de données, exigeront la coordination de plusieurs équipes, dont les décisions sont souvent prises au plus haut niveau.

Brouillage de la distinction entre responsables du traitement et sous-traitants

Le RGPD de l'UE établit une distinction entre les rôles, les responsabilités et les obligations des sous-traitants et des responsables du traitement

22 Commissariat à la protection de la vie privée du Canada, « Ce que vous devez savoir sur la déclaration obligatoire des atteintes aux mesures de sécurité », (13 août 2021), en ligne : <https://www.priv.gc.ca/fr/sujets-lies-a-la-protection-de-la-vie-privee/protection-des-renseignements-personnels-pour-les-entreprises/atteintes-et-mesures-de-securite/atteintes-a-la-vie-privee/comment-reagir-a-une-atteinte-a-la-vie-privee-dans-votre-entreprise/gd_pb_201810/>.

23 *Ibid.*, art. 3.6.

des données. Le responsable du traitement détermine les finalités et les moyens du traitement des données à caractère personnel conformément aux lois et aux règlements applicables en matière de protection de la vie privée, tandis que le sous-traitant exécute les instructions du responsable du traitement et traite les données à caractère personnel pour le compte de ce dernier.

Au Canada, le responsable du traitement des données et le sous-traitant ne sont pas définis dans la LPRPDE ou les lois provinciales sur la protection des renseignements personnels. Elles font plutôt une distinction entre les « organisations » qui gèrent la conformité aux exigences de la législation sur la protection des renseignements personnels et qui sont responsables de cette conformité, et les « tiers fournisseurs de services » qui jouent le rôle de sous-traitants.

Même si les fonctions définies de responsable du traitement et de sous-traitant n'existent pas clairement en droit canadien, ces concepts peuvent être utiles pour évaluer la responsabilité dans les scénarios mettant en jeu des fournisseurs de services. En droit canadien, la partie responsable de la déclaration des incidents de confidentialité est par défaut le responsable du traitement, étant donné qu'il est chargé de donner des instructions au sous-traitant (soit le fournisseur de services) et de l'aider à se conformer à la législation. Si un sous-traitant traite illégalement des données sans instructions de la part du responsable du traitement ou s'il est victime d'un incident de confidentialité dont le responsable n'a pas le contrôle, la responsabilité peut incomber au sous-traitant. En réalité, la distinction entre ces rôles devient facilement floue dans le contexte de relations d'affaires modernes intégrées, où de nombreuses entreprises contrôlent et traitent à la fois les renseignements personnels. Par exemple, un fabricant d'appareils peut ne vendre ses produits que par l'intermédiaire de détaillants tiers, mais offrir un programme de garantie ou de fidélisation qui oblige les détaillants à fournir des renseignements sur les ventes au fabricant. Dans ce cas, tant le fabricant que le détaillant peuvent être responsables des mêmes ensembles de renseignements personnels.

La nature floue de ces relations est d'autant plus complexe que le Canada n'est pas aussi prescriptif que le RGPD en ce qui concerne les exigences relatives aux contrats entre responsables du traitement et sous-traitants. Bien que de tels contrats soient requis et que la



Loi 25 exige qu'y soient intégrées des clauses précises, les entreprises doivent examiner attentivement les contrats avec des tiers lorsque des renseignements personnels sont échangés afin d'éviter les conséquences imprévues en matière de conformité.

Transferts transfrontaliers

Les commissaires à la protection de la vie privée du Canada et autres autorités de protection de la vie privée continuent de considérer le RGPD de l'UE comme la législation de base la plus complète au monde en matière de protection des renseignements personnels et de sécurité des données. Le RGPD interdit aux entreprises de transférer des renseignements personnels vers un pays extérieur à l'Espace économique européen, sauf si la Commission européenne a délivré une « décision d'adéquation » confirmant le caractère adéquat du niveau de protection des données prévu par la législation de ce pays ou si l'organisation peut démontrer que des mesures de sécurité appropriées ont été mises en place pour la protection de ces renseignements. Au début de 2024, le Canada a reçu une nouvelle « décision d'adéquation » à l'égard de la LPRPDE, ce qui a permis la poursuite des transferts de renseignements personnels au Canada depuis l'Espace économique européen.

Modèles de tarification personnalisée

Les modèles de tarification personnalisée sont une pratique émergente dans laquelle les renseignements personnels d'un client sont utilisés pour évaluer ou prédire le prix le plus élevé qu'il est prêt à payer pour un bien ou un service, ce qui permet de repérer et de saisir le surplus du consommateur. L'utilisation d'algorithmes utilisant des renseignements personnels à cette fin a été qualifiée comme une forme numérique de tarification discriminatoire et soulève des préoccupations sous l'angle de la protection des renseignements personnels, de la concurrence et de protection des consommateurs.

La tarification personnalisée est semblable à la tarification dynamique, qui est couramment utilisée pour le covoiturage et dans les secteurs hôtelier et aérien. La tarification dynamique est renseignée par des facteurs de marché non liés aux clients à titre individuel, par exemple le niveau de l'offre et de la demande ou le moment de l'achat. En revanche,

la tarification personnalisée est davantage fondée sur des variables inhérentes aux clients à titre individuel, comme les habitudes d'achat, le dossier d'achat et autres renseignements personnels utilisés pour créer un profil du consommateur aux fins d'une analyse prédictive.

Aucune loi ou décision judiciaire canadienne n'a expressément abordé la légalité des modèles de tarification personnalisée établis par des algorithmes. De plus, il reste à voir comment les récentes modifications apportées à la *Loi sur la concurrence* qui interdisent les « prix de vente excessifs et injustes » seront interprétées par le Bureau de la concurrence et les tribunaux²⁴. Cette question méritera sans doute d'être étudiée au cours des prochaines années.

Profilage des consommateurs

À mesure que l'analyse de l'IA et les technologies de profilage des consommateurs continuent de progresser et sont de plus en plus adoptées, les mises à jour de la réglementation de l'analytique par IA utilisant des renseignements personnels ont des répercussions sur les entreprises qui exercent des activités au Canada.

Par exemple, les inférences et les prédictions générées par l'IA concernant des personnes ont été considérées comme une collecte de renseignements personnels. Au Québec, l'utilisation de l'IA pour produire des indicateurs prédictifs a été considérée comme une « collecte » plutôt qu'une simple « utilisation » de renseignements personnels²⁵. Tout cela a des répercussions importantes sur l'application des lois en matière de protection des renseignements personnels et, en particulier, des dispositions sur le consentement, aux entreprises qui utilisent l'IA pour faire des prédictions concernant les particuliers.

De même, dans le cadre d'une enquête conjointe de 2020 des commissaires à la protection de la vie privée du gouvernement fédéral et de l'Alberta, les exigences relatives au consentement dans le cadre de l'utilisation de données recueillies au moyen d'un logiciel de reconnaissance faciale ont été étendues à l'exigence d'un consentement explicite, même pour une collecte momentanée de données dans un cadre public, suivie d'une anonymisation²⁶. Les fins de la collecte

24 *Loi sur la concurrence*, LRC 1985, c. C-34, art. 78(1)k).

25 *Enquête concernant le Centre de services scolaires du Val-des-Cerfs*, 1020040-S, (9 novembre 2022).

26 *Enquête conjointe sur La Corporation Cadillac Fairview limitée*, Conclusions en vertu de la LPRPDE n° 2020-004, (28 octobre 2020).

doivent également être jugées raisonnables, et l'utilisation généralisée de la technologie de reconnaissance faciale à des fins de « [traduction] prévention des pertes » n'a pas été jugée conforme à ce seuil s'agissant de l'utilisation de la surveillance biométrique²⁷. L'accent mis sur l'obtention d'un consentement exprès allié aux limites d'une finalité raisonnable complique l'utilisation des renseignements personnels des clients, même en présence de mesures de sécurité raisonnables et lorsque le risque d'un préjudice plausible pour les particuliers est faible.

Recours collectifs en matière de protection des renseignements personnels

Selon la tendance générale des recours collectifs en matière de protection des renseignements personnels au Canada, il semble qu'il soit plus facile pour les demandeurs de faire certifier un recours collectif sur le fondement d'un usage abusif ou d'une collecte inappropriée de renseignements, plutôt que sur la responsabilité liée à un incident de confidentialité²⁸. Cette tendance découle de trois décisions de la Cour d'appel de l'Ontario, selon lesquelles les entreprises qui recueillent et stockent des renseignements personnels concernant des particuliers ne sauraient être tenues responsables du délit d'« intrusion dans l'intimité » en common law si l'incident de confidentialité est causé par un tiers malveillant et inconnu. Toutefois, la Cour d'appel de la Colombie-Britannique a récemment rouvert la porte aux recours collectifs pour incidents de confidentialité en statuant que des particuliers pouvaient réclamer des dommages-intérêts pour atteinte à la protection des renseignements personnels contre des sociétés qui ont fait l'objet d'un incident de confidentialité du fait qu'elles n'avaient soi-disant pas protégé adéquatement les renseignements personnels dont elles avaient la garde ou le contrôle²⁹.

Plusieurs recours collectifs canadiens ont été présentés ou sont en cours dans le domaine de la publicité, plus particulièrement en ce qui a trait à

27 *Re Canadian Tire*, BCIPC, (17 avril 2023).

28 En juillet 2023, la Cour suprême du Canada a rejeté les demandes d'autorisation d'appel des demandeurs dans quatre recours collectifs pour des incidents de confidentialité sans précédent : *Setoguchi v. Uber*, 2023 ABCA 45; *Owsianik v. Equifax*, 2022 ONCA 813; *Winder v.* 2022 ONCA 815; *Obodo v. Trans Union*, 2021 ONCA 814. Toutefois, les recours collectifs pour incidents de confidentialité ne sont pas condamnés à échouer, car les recours de ce genre continuent de connaître un certain succès au stade de la certification. Voir : *Lam v. Flo Health Inc.*, 2024 BCSC 391.

29 *Campbell v. Capital One Financial Corporation*, 2024 BCCA 253 et *G.D. v. South Coast British Columbia Transportation Authority*, 2024 BCCA 252.

la conversion de visites en ventes hors ligne et aux auditoires factices utilisés par les grands annonceurs en ligne. Les outils qui mesurent l'efficacité de la publicité en ligne pour les ventes en magasin sont très utiles aux entreprises pour guider leurs stratégies de commercialisation.

À la suite d'une décision à cette fin du Commissariat à la protection de la vie privée du Canada, des recours collectifs sont devant les tribunaux³⁰. Dans sa déclaration lors d'une conférence de presse, le Commissaire à la protection de la vie privée a fait la déclaration suivante sur l'utilisation de ces outils :

« Ce rapport rappelle à toutes les entreprises, alors qu'elles comptent accroître leurs services offerts en ligne et offrir des reçus électroniques, qu'elles doivent indiquer de façon claire et transparente aux clients pourquoi elles recueillent leurs renseignements personnels et de quelle façon, et qu'elles doivent obtenir le consentement valable de leurs clients avant de communiquer leurs renseignements à des tiers. »³¹

Les conclusions ont porté sur des détails particuliers, notamment le contrat entre l'annonceur et l'entreprise et l'information présentée aux clients au point de vente, ainsi que sur les attentes raisonnables des clients.

POUR PLUS D'INFORMATION, VEUILLEZ COMMUNIQUER AVEC :

Jade Buchanan

604-643-7947

jbuchanan@mccarthy.ca

Eugen Miscoi

514-397-4278

emiscoi@mccarthy.ca

Marissa Caldwell

416-601-8223

mcaldwell@mccarthy.ca

30 *Enquête sur la conformité de Home Depot du Canada inc.*, Conclusions en vertu de la LPRPDE n° 2023-001, (26 janvier 2023).

31 Déclaration du commissaire à la protection de la vie privée du Canada au terme de l'enquête sur la conformité de Home Depot du Canada Inc. à la LPRPDE, Commissariat à la protection de la vie privée du Canada, (26 janvier 2023), en ligne : <https://www.priv.gc.ca/fr/nouvelles-du-commissariat/discours-et-declarations/2023/s-d_20230126/>.

PROGRAMMES DE FIDÉLISATION

Ontario 173

Québec 174

Par Lara Nathans et Cindy Zhang



PROGRAMMES DE FIDÉLISATION

À l'exception de certaines dispositions de la législation de l'Ontario et du Québec sur la protection du consommateur, les programmes de fidélisation ne sont pas expressément réglementés au Canada, même si certains aspects de ces programmes, comme les exigences en matière d'avis et de communication de l'information, peuvent faire l'objet de certaines protections dans les lois provinciales sur la protection du consommateur dans l'ensemble du pays. Avec le Projet de loi 16, la *Loi sur la protection du consommateur* du Nouveau-Brunswick fait également l'objet de modifications qui pourraient avoir une incidence sur les programmes de fidélisation, mais, en date du mois de septembre 2024, ces modifications n'étaient pas encore entrées en vigueur.

Certaines exceptions étroites s'appliquent aux restrictions liées à l'expiration, par exemple si aucun achat n'est requis, ou si des points sont délivrés à titre gratuit.

Les programmes de fidélisation sont également touchés par la législation générale sur la protection du consommateur relative aux contrats de consommation. Veuillez consulter notre chapitre intitulé **Lois sur la protection du consommateur** pour de plus amples renseignements.

Ontario

La législation de l'Ontario interdit l'expiration des points de récompense en raison du passage du temps. Toute disposition contraire est nulle. Toutefois, un programme de récompense peut toujours être résilié et les récompenses accumulées peuvent expirer dans certains cas, y compris lorsque l'entente le prévoit.

Comme il est indiqué dans notre chapitre intitulé **Lois sur la protection du consommateur**, l'Ontario a introduit une nouvelle *Loi sur la protection du consommateur* révisée (elle a reçu la sanction royale, mais, au mois de septembre 2024, elle n'était pas encore entrée en vigueur). Ces modifications peuvent avoir une incidence sur les programmes de fidélisation et d'autres types de contrats à la consommation. Veuillez vous reporter au chapitre intitulé **Lois sur la protection du consommateur** pour de plus amples renseignements.

Québec

Au Québec, la législation en matière de protection du consommateur exige, entre autres, que les consommateurs soient avisés par écrit de certains renseignements avant de conclure un contrat et interdit toute disposition en vertu de laquelle les unités d'échange (définies ci-après) reçues par un consommateur dans le cadre d'un programme de fidélisation peuvent expirer à une date déterminée ou du fait de l'écoulement du temps.

Dans la province, un programme de fidélisation est défini comme « un programme en vertu duquel un consommateur reçoit, lors de la conclusion de contrats, des unités d'échange en contrepartie desquelles il peut obtenir gratuitement ou à prix réduit des biens ou des services chez un ou plusieurs commerçants ». Une unité d'échange est définie comme « toute forme d'avantage accordé au consommateur et ayant une valeur d'échange au sens d'un programme de fidélisation ».

La législation interdit en outre l'expiration des unités d'échange à une date déterminée ou du fait de l'écoulement du temps, à moins que la disposition prévoyant la péremption des unités d'échange ne remplisse toutes les conditions suivantes : i) la stipulation prévoit la péremption en cas d'inactivité du consommateur (c.-à-d. qu'aucune unité d'échange n'est reçue ou échangée pendant une période donnée), ii) la période d'inactivité n'est pas inférieure à un an, iii) le commerçant de programme de fidélisation fait parvenir un avis d'inactivité au consommateur et iv) l'avis d'inactivité est transmis au consommateur au moins 30 jours, mais pas plus de 60 jours avant la date de péremption des unités d'échange.

De plus, est aussi interdite toute stipulation qui permet au commerçant de programme de fidélisation d'augmenter unilatéralement le nombre d'unités d'échange requis pour obtenir un bien ou un service de façon disproportionnée relativement à l'augmentation de la valeur au détail du bien ou du service.

Les commerçants sont également tenus de fournir par écrit les renseignements suivants aux consommateurs avant de conclure un contrat relatif à un programme de fidélisation : i) les conditions permettant de recevoir des unités d'échange, ii) les modalités applicables à l'échange des unités d'échange, iii) les modalités applicables à la péremption des

unités d'échange, le cas échéant, et iv) le facteur de conversion utilisé afin de convertir les unités d'échange en une autre forme d'unités d'échange, le cas échéant.

Enfin, la modification unilatérale d'un programme de fidélisation est interdite, sauf le contrat : i) précise quels éléments du contrat peuvent faire l'objet d'une modification unilatérale et ii) prévoit que le commerçant doit transmettre au consommateur un avis écrit contenant la modification au contrat et la date d'entrée en vigueur de la modification au moins 60 jours, mais au plus 90 jours, avant l'entrée en vigueur de la modification.

Toutefois, toute disposition qui permet au commerçant du programme de fidélisation de modifier unilatéralement au désavantage du consommateur l'élément suivant d'un programme de fidélisation est interdite : i) le nombre d'unités d'échange reçu par le consommateur et ii) le facteur de conversion utilisé pour convertir des unités d'échange en une autre forme d'unités d'échange, le cas échéant.

Veillez vous reporter à notre chapitre sur les **Lois sur la protection du consommateur** pour plus de renseignements.

POUR PLUS D'INFORMATION, VEUILLEZ COMMUNIQUER AVEC :

Lara Nathans

416-601-8470

lnathans@mccarthy.ca

Cindy Zhang

416-601-8312

czhang@mccarthy.ca

LOIS SUR LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR

Pratiques déloyales	177
Déclaration fausse ou trompeuse à l'égard de produits et publicité trompeuse	178
Contrats conclus en ligne	181
Agences de protection du consommateur et législation	187

Par Stephanie Sugar et Diana Wang



LOIS SUR LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR

Au Canada, les mécanismes de protection du consommateur sont prévus dans les lois fédérales et provinciales. Par conséquent, les protections offertes aux consommateurs varient d'une province à l'autre. Le présent chapitre donne un aperçu des lois sur la protection du consommateur au Canada que tous les fabricants devraient connaître, même s'ils n'ont pas de lien direct avec les consommateurs-clients, tout en soulignant certaines différences entre les provinces.

Pratiques déloyales

La législation provinciale sur la protection du consommateur interdit aux entreprises de se livrer à des pratiques déloyales, comme de faire des déclarations qui peuvent tromper ou induire en erreur les consommateurs. Cette législation contient des exemples précis de déclarations inexactes interdites, notamment des déclarations qui affirment que:

- Les biens ou services font l'objet d'une commandite ou d'une approbation ou ont des qualités de rendement, des accessoires, des usages, des ingrédients, des avantages ou des qualités données, alors que ce n'est pas le cas;
- Une entreprise bénéficie d'une commandite, d'une approbation, d'une position, d'une affiliation ou d'une relation quelconque, alors que ce n'est pas le cas;
- La norme, la qualité, la catégorie, le style ou le modèle des marchandises ou des services est d'un type particulier, alors que ce n'est pas le cas;
- Les marchandises sont neuves, alors que ce n'est pas le cas ou qu'elles ont été remises en état ou récupérées.

Lorsqu'un consommateur a conclu un contrat dans le cadre duquel l'entreprise s'est livrée à une pratique déloyale, la législation provinciale sur la protection du consommateur prévoit divers recours pour le consommateur, y compris l'annulation du contrat. Les consommateurs n'ont pas à démontrer qu'ils se sont fiés à la pratique déloyale ou à la déclaration fausse ou trompeuse de faits pour se prévaloir de ces recours; ils doivent plutôt simplement démontrer qu'il y a eu pratique



déloyale au moment de la conclusion du contrat ou, éventuellement, après la conclusion.

En plus des recours que peuvent exercer contre eux les consommateurs individuels, les entreprises peuvent être poursuivies par les gouvernements provinciaux pour des infractions aux lois sur la protection du consommateur, y compris pour avoir fait une déclaration fautive ou trompeuse à l'égard d'un produit.

Déclaration fautive ou trompeuse à l'égard de produits et publicité trompeuse

À l'exception du Québec, où le Code civil s'applique, les consommateurs des provinces canadiennes sont généralement protégés contre la publicité trompeuse en vertu des lois provinciales sur la vente d'objets, des lois sur la protection du consommateur et de la common law. Voir **Publicité, marketing et concours**.

Lois sur la vente d'objets

En vertu des lois provinciales sur la vente d'objets, des garanties implicites s'appliquent aux objets. Ces garanties exigent que les objets sont :

- Raisonnablement adaptés à l'usage auquel ils sont destinés;
- De qualité marchande;
- Exempts de vices.

Les garanties implicites renferment des dispositions limitant leur application. Toutefois, les tribunaux ont généralement interprété ces limites de façon restrictive, en faveur de la protection du consommateur.

En règle générale, les entreprises ne sont pas tenues de formaliser ces garanties implicites prévues par la loi au moyen de garanties expresses. En pratique, de nombreuses entreprises le font afin de délimiter les paramètres des garanties; toutefois, les garanties implicites continuent de s'appliquer et ne peuvent être exclues ou limitées par des garanties expresses.

En plus des garanties, les lois provinciales sur la vente d'objets contiennent d'autres exigences. Par exemple, lorsque des objets sont vendus sur la base d'une description, il existe une condition implicite selon laquelle les objets doivent correspondre à cette description.



Responsabilité civile

Outre leurs propres actes de négligence, ceux qui vendent, distribuent ou négocient des produits ont une obligation d'inspection et une obligation de mise en garde.

Les distributeurs et les fabricants ont le devoir de mettre en garde les acheteurs des risques ou dangers connus liés à l'utilisation normale d'un produit. Dans certaines provinces canadiennes, la jurisprudence a également conclu que les détaillants, qui ont l'expertise requise et la possibilité d'inspecter les marchandises qu'ils vendent, peuvent être tenus de les inspecter.

Si des consommateurs se blessent en utilisant des biens qui leur ont été vendus par des détaillants, les vendeurs, les distributeurs ou les courtiers peuvent être tenus responsables d'un manquement à leur obligation d'inspection et à leur obligation de mise en garde. Dans la plupart des cas, les consommateurs ne peuvent pas intenter d'action en responsabilité délictuelle lorsque les marchandises ne sont pas dangereuses, mais qu'elles sont simplement de mauvaise qualité et causent des pertes purement économiques; toutefois, si une déclaration a été faite ou un engagement a été donné aux consommateurs par voie de publicité ou autrement, les fabricants et les distributeurs peuvent être tenus responsables si un consommateur s'est raisonnablement fié à ces déclarations ou engagements à son détriment sur le plan financier.

Selon la nature du préjudice ou du risque, les vendeurs, distributeurs ou commerçants peuvent également être assujettis à un examen de la part d'organismes de réglementation comme l'Agence canadienne d'inspection des aliments, Environnement Canada et Santé Canada. Voir **Responsabilité du fait des produits et conformité à la réglementation** et **Emballage et étiquetage**.

Québec

Au Québec, les consommateurs sont protégés contre la publicité trompeuse en vertu de la *Loi sur la protection du consommateur* et conformément aux principes généraux du droit civil prévus au *Code civil du Québec*.



En vertu des principes généraux du droit civil, un consommateur peut demander la nullité d'un contrat si son consentement était fondé sur une erreur induite par une fausse déclaration d'un fournisseur. En plus de la nullité du contrat et du remboursement du prix payé, le consommateur peut, dans certains cas, réclamer des dommages-intérêts.

Selon la *Loi sur la protection du consommateur*, aucun détaillant, fabricant ou publicitaire ne peut, par quelque moyen que ce soit, faire une fausse représentation à un consommateur, qu'elles prennent la forme d'une déclaration positive, d'un acte ou d'une omission.

En ce qui a trait à l'exactitude des déclarations, la *Loi sur la protection du consommateur* prévoit qu'un bien ou un service doit être conforme à la description qui en est faite par le détaillant ainsi qu'aux déclarations et aux annonces faites à son sujet par celui-ci. Un bien vendu 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. Les attentes du consommateur quant à la durabilité d'un bien sont fondées sur les déclarations faites par le détaillant.

Une fausse représentation faite par un fabricant ou un fournisseur au sujet des marchandises qu'il fabrique ou fournit lie un détaillant, puisque le consommateur peut agir directement contre le détaillant en vertu de la *Loi sur la protection du consommateur*.

Pour ce qui est du prix d'un bien, le détaillant doit indiquer clairement et lisiblement ce prix. Aucun détaillant ne peut facturer un prix plus élevé que celui annoncé. Dans certains cas, un détaillant agissant de bonne foi peut être excusé d'une erreur sur le prix annoncé.

Quant aux garanties relatives à un bien ou à un service offert par un détaillant, les exclusions sont interdites, à moins qu'elles ne soient clairement indiquées. La durée d'une garantie mentionnée dans un contrat ou un message publicitaire doit être déterminée de façon précise. Un détaillant ne peut faire de fausses représentations concernant l'existence, la portée ou la durée d'une garantie.

Lorsqu'un bien ou un service a été présenté de manière inappropriée, un détaillant peut faire face à un large éventail de recours civils offerts prévus par la *Loi sur la protection du consommateur*, notamment le consommateur peut exiger la nullité de la vente, demander une réduction de prix ou réclamer des dommages-intérêts compensatoires et punitifs.



La Loi sur la concurrence fédérale

Dans toutes les provinces, il existe des interdictions générales de publicité trompeuse en vertu de la *Loi sur la concurrence* fédérale et de la *Loi sur l'étiquetage des textiles*. Une entreprise doit veiller à ce que la publicité qu'elle fait sur un produit sur ses sites Web ou dans ses communications par courrier électronique ainsi que toute indication faite à l'égard du produit ne soient aucunement trompeuses pour les consommateurs. Les modifications apportées à la *Loi sur la concurrence* au cours des dernières années ont étendu ce principe aux indications relatives aux facteurs ESG et à l'écoblanchiment, ce qui peut toucher la publicité au sens large faite par un fabricant ou un distributeur pour inclure les indications faites par une entreprise à l'égard de ses efforts en matière de développement durable ou d'environnement.

Le fait de faire des indications fausses ou trompeuses constitue à la fois une infraction criminelle et une conduite susceptible d'être examinée par le Bureau de la concurrence en vertu de la *Loi sur la concurrence*. Même si cette loi interdit les indications fausses ou trompeuses « sur un point important », elle n'impose aucune obligation générale d'information. Ainsi, en vertu de cette loi, le Commissaire de la concurrence peut choisir de poursuivre des personnes ou sociétés au criminel et, si elles sont reconnues coupables, les tribunaux peuvent infliger des amendes ou ordonner un emprisonnement. Le Commissaire peut également effectuer une enquête et demander au tribunal de délivrer une ordonnance enjoignant à l'entreprise ou à la personne en cause de cesser d'adopter ce comportement, de publier un avis correctif et de payer une sanction administrative pécuniaire, et le tribunal peut même ordonner la restitution. En outre, des recours civils peuvent être intentés en cas de contravention à la *Loi sur la concurrence* pour des indications de publicité trompeuse ou trompeuse. Les sanctions criminelles et administratives sont à la discrétion du tribunal, mais peuvent aller de 200 000 \$ CA à 10 millions \$ CA. Voir la rubrique **Droit de la concurrence**.

Contrats conclus en ligne

Les commandes en ligne sont généralement considérées comme des « conventions à exécution différée » ou des « contrats conclus à distance » en vertu de la législation provinciale sur la protection du consommateur, imposant certaines obligations à ceux et celles qui vendent des articles en ligne. Voir **Commerce électronique**.



Modalités de vente en ligne

Diverses provinces ont adopté des lois exigeant que les fournisseurs déclarent certains renseignements et qu'ils consignent la vente par écrit.

Dans certaines provinces, les contrats conclus à distance ne lient pas le consommateur à moins qu'un exemplaire du contrat ne lui soit remis dans les 15 jours suivant sa conclusion. La législation provinciale sur la protection du consommateur impose des exigences strictes quant aux renseignements qui doivent figurer dans les contrats. Bien que ces renseignements varient selon les provinces, ils comprennent généralement le nom du client, la date du contrat et les modalités et conditions, lesquelles doivent être intégrées au contrat par un lien ou un renvoi. Les renseignements doivent être présentés de manière claire, bien visible et compréhensible, et le client doit pouvoir les conserver et les imprimer facilement. Le client doit également se voir offrir la possibilité expresse de corriger des erreurs dans le contrat ou d'accepter ou de refuser le contrat.

L'effet pratique de la législation est qu'un contrat électronique ne prend effet qu'une fois que le vendeur envoie par courriel au client la confirmation de l'achat (ainsi que toute autre information requise). Dans de nombreuses provinces, si les renseignements requis ne sont pas communiqués au client dans le délai requis ou si les renseignements qui lui sont communiqués sont insuffisants, le client pourra résilier le contrat. Les obligations d'information et les délais varient selon les provinces.

En C.-B. et en Ontario, un client peut également annuler une commande en ligne s'il ne lui est pas donné l'occasion d'accepter, de refuser ou de corriger le contrat immédiatement avant de le conclure. Dans ce dernier cas, l'acceptation du contrat serait l'acceptation des modalités et conditions dès la confirmation de la commande.

Lors de la rédaction des contrats électroniques, il est important que les organisations sachent s'il convient d'inclure une clause de choix de la loi applicable ou du tribunal compétent en cas de litige. Les détaillants ne peuvent pas se soustraire par contrat aux dispositions des lois sur la protection du consommateur qui s'appliquent dans le territoire où réside un client, quel que soit le lieu où se trouve le détaillant ou le fabricant, ou l'endroit d'où le produit est expédié. Dans certains territoires (p. ex.



en Ontario), les clauses qui limitent le règlement des différends à l'arbitrage ou à d'autres procédures de règlement extrajudiciaire ne sont pas exécutoires. À l'exception du Québec, un contrat électronique peut comporter une clause de choix du tribunal compétent et une clause de choix de la loi applicable, qui désignent la loi et le tribunal d'un autre territoire. Toutefois, la jurisprudence récente de la Cour suprême du Canada met en doute l'opposabilité de ces clauses. Au Québec, il est expressément interdit d'inclure toute stipulation selon laquelle un contrat doit être régi par une loi autre que la législation québécoise sur la protection du consommateur.

De façon générale, que les modalités d'un contrat de consommation soient disponibles en ligne ou qu'elles figurent sur une copie papier présentée au consommateur, les dispositions imposant l'arbitrage ou les renoncements aux recours collectifs ne sont pas exécutoires. En vertu de la nouvelle loi sur la protection du consommateur de l'Ontario, l'inclusion d'une telle clause pour les résidents de l'Ontario risque de rendre l'ensemble du contrat inapplicable.

Lois sur la protection du consommateur

Livraison des commandes en ligne

Les consommateurs peuvent résilier des contrats électroniques si un vendeur ne respecte pas les délais de livraison des commandes en ligne. En vertu des lois provinciales sur la protection du consommateur, un consommateur peut annuler une « convention à exécution différée » ou un « contrat conclu à distance » à tout moment avant la livraison, si la livraison n'est pas faite dans les 30 jours suivant la date de livraison précisée dans le contrat (ou 30 jours après la date de la commande, si aucune date de livraison n'est précisée) ou une date ultérieure convenue par écrit par le consommateur. Ce qui précède est une exigence de la législation de l'Ontario. La plupart des provinces ont des règles semblables en ce qui a trait aux conventions à exécution différée et aux contrats conclus à distance.

Ainsi, même si la législation n'exige pas que les produits soient expédiés dans un délai précis, elle a pour conséquence pratique qu'un vendeur doit expédier les produits dans un délai précis, faute de quoi le consommateur peut annuler le contrat à tout moment avant la livraison des produits.



Si, après l'expiration du délai décrit plus haut, le consommateur convient d'accepter la livraison, il ne peut annuler la commande. De plus, un vendeur est considéré comme ayant livré ses produits aux termes d'une convention à exécution différée s'il a tenté de les livrer dans le délai requis, mais que le consommateur a refusé la livraison. La livraison est également considérée comme ayant été effectuée si elle a été tentée, mais n'a pas abouti parce qu'aucune personne n'était présente pour accepter la livraison après que le consommateur a été raisonnablement averti que la livraison aurait lieu ce jour-là.

Annulation et retour des commandes en ligne

Bien qu'il n'y ait aucune obligation générale d'accepter les retours, la législation de la plupart des provinces exige que la politique en matière d'annulation, de remboursement, de retour ou d'échange soit claire pour le consommateur avant qu'il ne conclue le contrat. De plus, les consommateurs peuvent résilier des contrats pour un certain nombre de raisons, notamment le non-respect des exigences de la législation provinciale sur la protection du consommateur ou de la loi provinciale sur la vente d'objets, comme il est mentionné plus haut. Lorsqu'un contrat est résilié pour non-respect de la législation en vigueur, le vendeur doit accepter les retours.

Dans certaines provinces (notamment la Colombie-Britannique et l'Alberta), à la réception d'une demande d'annulation d'une commande en ligne, le vendeur doit, dans les 15 jours suivant la date de l'annulation, rembourser au client la totalité de la contrepartie payée en vertu du contrat de vente.

Le client est tenu de renvoyer les marchandises inutilisées dans les 15 jours suivant leur réception ou dans les 15 jours suivant la remise de l'avis d'annulation, selon la dernière éventualité. Lorsque l'annulation résulte du non-respect de la législation par le vendeur, ce dernier est responsable des frais raisonnables associés au retour des marchandises.

Dans la plupart des provinces, la législation sur la vente d'objets contient des exigences supplémentaires en matière de livraison, notamment le fait que la livraison doit être effectuée dans un délai raisonnable et à un moment raisonnable de la journée. De plus, sauf accord contraire, le consommateur n'est pas tenu d'accepter la livraison échelonnée.



Cartes-cadeaux

Chaque province canadienne a adopté une législation régissant les cartes d'achat prépayées ou les cartes-cadeaux. Bien que la définition d'une carte-cadeau varie d'une province à l'autre, elle est généralement large et inclut toute carte, tout certificat écrit, tout bon, tout dispositif ou tout autre moyen d'échange qu'une personne reçoit en échange de la fourniture future d'un bien ou d'un service. Elles incluent les cartes-cadeaux rechargeables et les cartes achetées à des fins personnelles.

Chaque province interdit l'expiration des cartes-cadeaux achetées par les consommateurs, bien qu'il existe certaines exceptions. Dans certaines provinces, par exemple, les cartes pour des services particuliers, les cartes émises à des fins caritatives, les cartes émises à une personne qui ne paie rien ou moins que la valeur monétaire de la carte et les cartes émises à des fins promotionnelles ou de marketing peuvent expirer. En général, toutefois, le détaillant est toujours responsable des cartes-cadeaux non échangées.

La législation provinciale sur la protection du consommateur régit également les restrictions sur les cartes et les renseignements qui doivent être communiqués aux clients :

- En Ontario, les contrats de cartes-cadeaux doivent être rédigés par écrit et doivent être remis aux clients;
- En Colombie-Britannique, la législation limite les restrictions pouvant être appliquées aux cartes-cadeaux et encadre ces restrictions de certaines exigences. Au moment de l'achat de la carte-cadeau, le détaillant doit informer le client (de façon claire) de la nature de la restriction ou de la limitation permise, des modalités ou conditions imposées à l'égard de l'utilisation, de l'échange ou du remplacement de la carte et de toute autre information, y compris une description de la façon dont le client peut vérifier le solde de la carte;
- En Alberta, les modalités et conditions rattachées à l'utilisation d'une carte-cadeau doivent être indiquées sur la carte-cadeau elle-même et sur tout emballage ou matériel promotionnel. L'information à fournir comprend les coordonnées nécessaires pour obtenir des renseignements sur la carte-cadeau ainsi que toute restriction ou limite concernant la carte-cadeau (p. ex. si la carte-cadeau ne peut



être échangée contre des espèces, si la carte-cadeau ne peut être utilisée pour effectuer un paiement sur un compte de crédit et la politique de retour pour les articles achetés avec une carte-cadeau);

- Au Québec, avant de conclure un contrat de vente d'une carte-cadeau, le détaillant doit informer le consommateur des conditions applicables à l'utilisation de la carte et lui expliquer comment vérifier le solde de la carte. Si cette information ne figure pas sur la carte, le détaillant doit la fournir par écrit au consommateur.

La législation provinciale sur la protection du consommateur en Ontario, en Alberta et en Colombie-Britannique interdit aux détaillants de facturer des frais aux clients pour tout ce qui a trait aux cartes-cadeaux. Il existe peu d'exceptions qui varient d'une province à l'autre et qui permettent aux détaillants de facturer des frais pour le remplacement d'une carte perdue ou volée, pour la personnalisation ou pour l'activation d'une carte. Au Québec, les cartes-cadeaux doivent être remplacées sans frais et sans que le consommateur soit privé du solde restant sur la carte.

En Colombie-Britannique et en Ontario, un détaillant peut également facturer des frais minimes (1,50 \$ CA seulement) au moment de l'achat pour une carte que le client peut utiliser pour acheter des biens ou des services auprès de plusieurs vendeurs non affiliés. Le détaillant peut également déduire jusqu'à 2,50 \$ CA par mois du solde de ce type de carte, à compter de 15 à 18 mois suivant la fin du mois au cours duquel la carte a été achetée, pourvu que cette information soit affichée de manière visible sur la carte. Au Québec, les seuls frais autorisés pour l'émission ou l'utilisation d'une carte-cadeau sont ceux qui permettent au consommateur d'acheter des biens ou des services chez plusieurs détaillants indépendants qui n'utilisent pas la même enseigne. Dans ce cas, des frais peuvent être exigés, sous réserve de certaines conditions. Outre les frais d'activation, la législation de l'Alberta ne prévoit pas d'exceptions pour des cartes similaires.

Un manquement aux dispositions qui précèdent peut donner droit à un remboursement intégral dans l'année qui suit l'achat. Au Québec, le détaillant doit, à la demande du consommateur, rembourser le solde de la carte-cadeau s'il est inférieur à cinq dollars.



Agences de protection du consommateur et législation

Fédéral

Le Bureau de la consommation (le « BC ») fédéral assure la promotion des intérêts et la protection des consommateurs canadiens. Il vise à faire en sorte que les consommateurs aient voix au chapitre dans l'élaboration des politiques gouvernementales et soient des acteurs efficaces sur le marché.

Le BC effectue des recherches et des analyses sur les questions relatives au marché afin de soutenir l'élaboration de politiques et l'harmonisation intergouvernementale des règles et mesures de protection du consommateur. Il repère également les questions importantes touchant les consommateurs et élabore et diffuse des outils d'information et de sensibilisation à l'intention des consommateurs.

Enfin, le BC apporte un soutien financier aux organisations de consommateurs et de bénévoles sans but lucratif, dans le cadre d'un programme de contributions, pour les encourager à atteindre l'autosuffisance financière et les aider à apporter une contribution significative et fondée sur des faits aux politiques publiques dans l'intérêt des consommateurs.

Le Bureau de la concurrence n'est pas un organisme de protection du consommateur, mais il peut enquêter et intenter des poursuites au pénal, par l'entremise du ministère public et, au civil, sur demande auprès du Tribunal de la concurrence, et contre des entreprises qui se livrent à des pratiques commerciales trompeuses en contravention avec l'article 52 ou l'article 74.01 de la *Loi sur la concurrence*.

Ontario

La protection du consommateur en Ontario est régie par la *Loi de 2002 sur la protection du consommateur* de l'Ontario et les règlements connexes.

Protection du consommateur de l'Ontario est un programme de sensibilisation du ministère des Services gouvernementaux et des Services aux consommateurs de l'Ontario et d'autres organismes publics ou « autorités administratives » qui font la promotion des droits des



consommateurs et de la sécurité publique. Le ministère et ces autorités administratives veillent à l'application d'un certain nombre de lois ontariennes relatives à la protection du consommateur et à la sécurité publique, enquêtent sur les violations alléguées et traitent les plaintes.

Colombie-Britannique

En Colombie-Britannique, la protection du consommateur est régie par la *Business Practices Act and Consumer Protection Act* et les règlements connexes.

Consumer Protection BC est une organisation à but non lucratif qui, entre autres, fournit de l'information et de la formation sur la protection du consommateur en Colombie-Britannique, octroie des licences à certaines industries et secteurs d'activité, enquête sur les contraventions à la législation sur la protection du consommateur et fait appliquer la législation sur la protection du consommateur.

Alberta

En Alberta, les lois sur la protection du consommateur sont régies par la *Consumer Protection Act* et ses règlements d'application, notamment le *Cost of Credit Disclosure Regulation*, le *Gift Card Regulation* et le *Internet Sales Contract Regulation*.

Le gouvernement de l'Alberta permet aux consommateurs de formuler des plaintes concernant des opérations en ligne des consommateurs¹. Toute plainte valable fera l'objet d'une enquête de la part de la Consumer Investigations Unit. Cette unité est habilitée à mettre en garde les entreprises contre des pratiques commerciales déloyales ou à recommander des sanctions.

Québec

Au Québec, l'Office de protection du consommateur est l'organisme gouvernemental chargé de protéger les consommateurs et de veiller à l'application de la *Loi sur la protection du consommateur* et de ses règlements d'application.

1 Gouvernement de l'Alberta, « File a consumer complaint against a business », en ligne : <<https://www.servicealberta.ca/file-a-complaint.cfm>>.



L'Office reçoit les plaintes des consommateurs et sensibilise les détaillants, les commerçants, les fabricants et les publicitaires aux besoins et aux demandes des consommateurs. Il dispose de vastes pouvoirs d'enquête prévus par la *Loi sur la protection du consommateur*.

POUR PLUS D'INFORMATION, VEUILLEZ COMMUNIQUER AVEC :

Stephanie Sugar

416-601-8976

ssugar@mccarthy.ca

Diana Wang

604-643-7980

dwang@mccarthy.ca



AMÉNAGEMENT IMMOBILIER ET LOCATION

Régimes d'enregistrement foncier	191
Lois sur l'aménagement du territoire	191
Opinions sur les titres de propriété et assurance du droit de propriété	193
Évaluations environnementales	194
Propriété de non-résidents	195
Taxes ou droits liés à la cession de biens immobiliers au Canada	195
Instruments de placement courants dans les biens immobiliers au Canada	197
Financement	197

Par Annie Gagnon-Larocque et Marie-Josée Marcoux



AMÉNAGEMENT IMMOBILIER ET LOCATION

Les aspects suivants de l'aménagement et de la location dans le domaine immobilier intéresseront probablement les détaillants qui envisagent de s'implanter au Canada, ainsi que les distributeurs ou les fabricants de produits de consommation.

Régimes d'enregistrement foncier

Chaque province canadienne possède son propre régime d'enregistrement des droits visant les biens immobiliers, étant donné qu'au Canada la législation à cet égard est, selon la Constitution, de compétence provinciale. En Ontario, par exemple, il y a deux régimes d'enregistrement immobilier : le bureau d'enregistrement immobilier et le régime d'enregistrement des droits immobiliers.

Toutefois, en Ontario, la plupart des biens-fonds relèvent du régime d'enregistrement des droits immobiliers, qui est administré par la province conformément à la *Loi sur l'enregistrement des droits immobiliers* (Ontario). La province garantit le titre de propriété foncière enregistré sous ce régime. Dans les autres provinces, les régimes d'enregistrement varient. Dans les provinces de l'Ouest, par exemple, les biens-fonds relèvent exclusivement des régimes provinciaux d'enregistrement des titres fonciers. Ces régimes, qui sont semblables au régime d'enregistrement des droits immobiliers de l'Ontario, créent un « titre inattaquable » valable envers quiconque, sous réserve de certaines exceptions limitées. Dans les provinces de l'Atlantique, ce sont les bureaux d'enregistrement qui dominent l'enregistrement des titres fonciers, sauf au Nouveau-Brunswick, où le registre foncier traite la plus grande partie des biens-fonds de la province. Le Québec a son propre régime d'enregistrement des droits immobiliers, qui ressemble en fait davantage à un registre foncier qu'à un régime d'enregistrement des titres fonciers.

Lois sur l'aménagement du territoire

Toutes les provinces canadiennes réglementent, dans une certaine mesure, l'aménagement immobilier, et souvent, cette réglementation intervient au niveau municipal. Les plans d'aménagement, les règlements



de zonage, les permis d'aménagement et les règlements sur le lotissement et la viabilité officiels constituent les principaux outils utilisés par les municipalités pour régir l'utilisation du sol et l'aménagement du territoire.

À l'échelle provinciale, la loi limite le lotissement des biens-fonds dans plusieurs provinces canadiennes. En Ontario, la *Loi sur l'aménagement du territoire* est le principal texte législatif régissant le lotissement. En Colombie-Britannique, comme dans de nombreuses autres provinces, c'est la *Loi sur l'enregistrement des droits immobiliers* qui est la principale loi régissant le lotissement. De plus, la plupart des provinces ont adopté des lois qui donnent aux municipalités le pouvoir de réglementer le lotissement et la viabilité. Dans la plupart des cas, il faut obtenir une autorisation du lotissement pour des actes tels que les cessions, les plans de lotissement ou la division du titre de propriété, qui donnent lieu à l'octroi de titres de propriété séparés, de même que pour les baux, les prêts hypothécaires ou les décharges qui concernent une partie d'une parcelle de terrain.

Sauf quelques exceptions, la *Loi sur l'aménagement du territoire* interdit toute cession ou hypothèque d'un terrain ou toute autre convention conférant des droits à l'égard d'un terrain pendant une période d'au moins 21 ans (ce qui comprend les baux et les servitudes), à moins que le terrain ne soit déjà décrit conformément à un plan de lotissement ou que l'opération n'ait reçu l'autorisation de l'organisme public compétent. Si l'opération proposée n'entre pas dans le cadre de l'une des exceptions prévues dans la *Loi sur l'aménagement du territoire*, il se peut qu'il faille obtenir l'autorisation du lotissement avant de pouvoir effectuer l'opération. Le processus d'obtention de l'autorisation prend normalement au moins 90 à 120 jours. Cela peut être important dans le contexte de la location dans le secteur de la vente au détail et des produits de consommation, pour les baux payés à plus long terme et lorsque le locateur est propriétaire de terrains adjacents. Cependant cette exigence ne s'applique pas aux baux visant une partie de bâtiment, en raison de la dispense prévue à la *Loi sur l'aménagement du territoire* à cet égard. Dans le contexte des produits de consommation, lorsqu'un distributeur ou un fabricant est davantage susceptible de louer la totalité d'un local industriel, cette exigence d'autorisation pour les baux de plus

LA PLUPART DES PROVINCES ONT DES LOIS QUI ACCORDENT AUX MUNICIPALITÉS LE POUVOIR DE RÉGLEMENTER LE LOTISSEMENT ET LA VIABILITÉ.



de 21 ans moins un jour serait applicable, de sorte qu'il faudrait prévoir un délai pour l'obtention des autorisations requises durant la négociation du bail. C'est habituellement le propriétaire (c.-à-d. le locateur) qui doit obtenir l'autorisation prévue à la *Loi sur l'aménagement du territoire* comme une condition du bail. À noter qu'on peut toujours conclure un bail même si l'autorisation n'est pas obtenue, mais le bail doit indiquer clairement que si l'autorisation n'est pas obtenue, la durée du bail ne saurait excéder 21 ans moins un jour.

Bon nombre de lois provinciales (y compris celles de l'Ontario) prévoient qu'aucun droit sur un bien-fonds n'est créé ou cédé par une opération irrégulière contraire à la législation applicable. Il convient donc d'examiner attentivement l'application éventuelle de la réglementation en matière de lotissement, tant au niveau provincial que municipal, lorsqu'on envisage un lotissement, un aménagement et dans certains cas, la location de biens-fonds.

Opinions sur les titres de propriété et assurance du droit de propriété

Il n'est pas obligatoire d'enregistrer les droits fonciers. Cela dit, il est essentiel d'enregistrer les droits au bureau d'enregistrement approprié afin de protéger la priorité du propriétaire sur les droits enregistrés subséquents et le propriétaire contre les pertes relatives à un tiers de bonne foi. Au moment d'une acquisition, outre l'enregistrement d'un acte au bureau d'enregistrement approprié, l'opinion d'un avocat sur les titres de propriété est généralement transmise à l'acquéreur du bien après la clôture de l'opération. Au Québec, les cabinets d'avocats ou de notaires délivrent de manière courante des opinions sur les titres de propriété.

De plus en plus de gens préfèrent cependant souscrire une assurance du droit de propriété (ou assurance titres) plutôt que de demander l'opinion traditionnelle d'un avocat sur les titres de propriété, en particulier les prêteurs (qui bénéficient ainsi d'une plus grande protection). Contrairement à l'opinion traditionnelle de l'avocat sur les titres de propriété, l'assurance du droit de propriété fournit une protection contre les risques cachés, comme la fraude, la contrefaçon et les erreurs dans l'information fournie par des tiers (p. ex. un ministère du gouvernement). De plus, à la différence de l'opinion traditionnelle de l'avocat sur les titres de propriété, l'assurance du droit de propriété est un contrat de responsabilité sans faute; le titulaire de la police n'est pas tenu de prouver que l'assureur a été négligent afin de recevoir une

indemnisation pour la perte assurée (jusqu'à concurrence du montant assuré, qui correspond généralement au prix d'achat dans le cas d'un propriétaire et au montant du prêt hypothécaire dans le cas d'un prêteur).

Dans le contexte de la vente au détail et des produits de consommation, si le locataire a un droit de tenure à bail distinct, ce droit peut être financé séparément et un prêteur peut exiger qu'une assurance du droit de propriété du prêteur soit obtenue à cet égard. Si une société achète le droit de tenure à bail, une police d'assurance du droit de propriété du propriétaire peut être achetée et/ou une recherche complète de titres et hors titres peut être effectuée par un avocat avant que la société ne prenne possession de la parcelle à bail.

Évaluations environnementales

Au Canada, il existe un cadre législatif tant à l'échelle provinciale que fédérale qui régit les obligations des propriétaires fonciers en matière d'entreposage, de déversement et d'élimination des contaminants et d'autres matières dangereuses en lien avec des biens immobiliers. La responsabilité relative aux mauvaises pratiques environnementales est liée au bien-fonds et peut être héritée par les futurs propriétaires de celui-ci, ce qui est un point important à retenir pour tous les types d'opérations immobilières, notamment dans le secteur de la vente au détail, comme l'achat de centres commerciaux, de centres commerciaux linéaires et autres. Dans certaines circonstances, la responsabilité du tuteur aux biens, comme un locataire dans le cadre d'un bail relatif à un magasin de détail, peut être engagée en cas de contamination. Au Canada, les prêteurs commerciaux demandent généralement que le bien immobilier fasse l'objet d'une évaluation environnementale avant d'avancer les fonds. Dans le contexte des produits de consommation, ce point est tout aussi important à retenir pour la vérification diligente que doivent effectuer les exploitants qui louent ou achètent des bâtiments industriels pour soutenir leurs processus de fabrication et de distribution lorsque la probabilité d'une contamination antérieure peut être plus élevée.

LA RESPONSABILITÉ LIÉE AUX MAUVAISES PRATIQUES ENVIRONNEMENTALES EST LIÉE AU BIEN-FONDS ET PEUT ÊTRE HÉRITÉE PAR LES FUTURS PROPRIÉTAIRES DE CELUI-CI.

Propriété de non-résidents

Les non-résidents peuvent acheter, détenir et aliéner des biens immobiliers au Canada comme s'ils étaient des résidents du Canada, aux termes de la *Loi sur la citoyenneté* fédérale. Toutefois, chaque province a le droit de restreindre l'acquisition de biens-fonds par des particuliers qui ne sont pas des citoyens ou des résidents permanents, ainsi que par des sociétés et des associations contrôlées par ces personnes. Chaque province a des lois différentes concernant les particularités de la propriété étrangère de biens immobiliers au Canada.

Taxes ou droits liés à la cession de biens immobiliers au Canada

Obligations en matière de retenue d'impôt

La *Loi de l'impôt sur le revenu* (Canada) (« LIR ») renferme des dispositions qui protègent la capacité du Canada de percevoir des impôts lorsqu'un non-résident dispose de « biens canadiens imposables » (qui peuvent comprendre des biens immeubles ou réels, des actions d'une société qui détient des biens canadiens, des biens utilisés dans le cadre de l'exploitation d'une entreprise au Canada et d'autres types de biens) situés au Canada.

Sauf si i) l'acheteur n'a aucune raison de croire, après enquête raisonnable, que le vendeur n'est pas un non-résident du Canada, ii) l'acheteur conclut, après enquête raisonnable, que la personne non résidente est résidente d'un pays avec lequel le Canada a conclu un traité fiscal, le bien disposé étant alors un « bien protégé par traité » si le non-résident était résident de ce pays, et si l'acheteur remet à l'Agence du revenu du Canada l'avis exigé ou iii) l'acheteur a reçu un certificat approprié à l'égard de la disposition, délivré par l'Agence du revenu du Canada, l'acheteur sera tenu de payer au titre de l'impôt pour le compte du non-résident jusqu'à 25 % du prix d'achat du bien-fonds situé au Canada, considéré comme une immobilisation, et jusqu'à 50 % du prix d'achat du fonds de terre situé au Canada, des bâtiments et d'autres actifs immobilisés amortissables. Si le vendeur non résident ne fournit pas à l'acheteur un certificat approprié (ou si l'acheteur est d'avis que les conditions i) ou ii) ci-dessus ne sont pas respectées), l'acheteur déduira généralement du prix d'achat le montant dont il serait autrement redevable. La législation fiscale québécoise impose des exigences semblables en ce qui concerne

la disposition d'immeubles situés dans la province de Québec. Il est important de noter que les gains réalisés par un non-résident lors de la disposition de biens immobiliers canadiens ne sont généralement pas, sous réserve de certaines exceptions, exonérés d'impôt aux termes de traités fiscaux conclus par le Canada, de sorte que dans la plupart des cas, les biens immobiliers ne seront pas admissibles en tant que « biens protégés par traité » au sens de la LIR. Par conséquent, à moins d'un certificat approprié, la plupart des acheteurs qui acquièrent des biens immobiliers auprès de non-résidents retiendront du prix d'achat le montant de la retenue et le remettront à l'autorité fiscale concernée.

Droits de mutation immobilière

Dans toutes les provinces canadiennes, des droits de mutation immobilière (ou en Alberta « *registration fees* », soit des droits d'enregistrement) sont généralement imposés entre les mains des acheteurs lorsqu'ils acquièrent un droit sur un bien-fonds (y compris, en général, un bail de plus de 40 ou 50 ans, bien que le seuil soit de 30 ans en Colombie-Britannique), par un acte de cession enregistré et, dans certains cas, par disposition non enregistrée. Pour les propriétés situées à Toronto, la Ville de Toronto perçoit aussi des droits de cession immobilière municipaux qui s'ajoutent aux droits de cession immobilière provinciaux.

Taxe fédérale sur les produits et services, taxe de vente provinciale et taxe de vente harmonisée

Au Canada, la taxe sur les produits et services (« TPS »), actuellement au taux de 5 %, est généralement payable lors de la fourniture d'un immeuble (ce qui comprend la vente). Il incombe au vendeur de percevoir la TPS auprès de l'acheteur à l'égard de la vente d'immeubles, sauf si l'acheteur est inscrit aux fins de la TPS et tenu de déterminer lui-même la TPS applicable. La cession d'un immeuble d'habitation précédemment acquis n'est pas assujettie à la TPS (sauf si cet immeuble d'habitation a fait l'objet de « rénovations majeures »).

Dans les provinces qui ont harmonisé leur taxe de vente provinciale avec la TPS, la taxe de vente harmonisée (« TVH ») (dont le taux est de 13 % ou de 15 % selon la province) doit généralement être payée sur la vente de tout immeuble non résidentiel et de tout immeuble d'habitation neuf ou ayant fait l'objet de rénovations majeures, de la même façon que la TPS.

Les mêmes règles d'autocotisation qui s'appliquent à la TPS s'appliquent aussi à la TVH.

En règle générale, si l'acquéreur est inscrit aux fins de la TPS/TVH et qu'il acquiert l'immeuble imposable à des fins d'utilisation, de consommation ou de fourniture dans le cadre de ses activités commerciales, il aura généralement le droit de recouvrer la TPS/TVH payable au moyen d'un crédit de taxe sur les intrants sur ses déclarations de TPS/TVH, de sorte qu'il ne devrait pas avoir d'incidence sur les flux de trésorerie à l'égard de l'autocotisation de la TPS/TVH.

TVQ

La province de Québec a harmonisé la taxe de vente du Québec (TVQ), et les mêmes règles s'appliquent à la vente de biens immobiliers (immeubles) au Québec comme pour la TPS/TVH.

TVP

Les provinces de la Colombie-Britannique, du Manitoba et de la Saskatchewan perçoivent respectivement une taxe de vente provinciale (« TVP ») en vertu de leur régime respectif sur la vente de biens corporels et de certains services imposables. En règle générale, aucune TVP n'est applicable à la vente d'immeubles dans ces provinces.

Instruments de placement courants dans les biens immobiliers au Canada

Il existe diverses façons d'investir dans des biens immobiliers au Canada, dont les sociétés par actions, les sociétés de personnes, les sociétés en commandite, les fiducies, les copropriétés et les condominiums. Chacun de ces instruments a ses particularités et, grâce à une planification minutieuse et à des conseils juridiques, les investisseurs sur le marché canadien de l'immobilier peuvent structurer leurs placements de façon à tirer le meilleur parti, notamment aux fins fiscales, des solutions disponibles.

Financement

Il est possible de structurer le financement immobilier pour des biens immobiliers de détail, de fabrication et de distribution et plurifonctionnels,

ainsi que des hôtels, casinos et autres types de biens-fonds, notamment par les moyens suivants :

- Prêts hypothécaires conventionnels;
- Financement sur le marché public des capitaux et le marché des capitaux privés;
- Prêts de portefeuille;
- Financement d'acquisitions;
- Financement permanent;
- Financement par emprunts publics et privés;
- Syndications;
- Restructurations;
- Titrisation.

Divers instruments servent de garantie principale à des biens immobiliers au Canada, par exemple une hypothèque ou une charge, une débenture à charge fixe sur des biens immobiliers et des actes de fiducie en garantie d'obligations hypothécaires (lorsque plus d'un prêteur est impliqué). Les sûretés supplémentaires comprennent généralement les cessions de loyers, de baux et d'autres contrats, les garanties et les conventions de garantie générale.

POUR PLUS D'INFORMATION, VEUILLEZ COMMUNIQUER AVEC :

Annie Gagnon-Larocque

514-397-4442

aglarocque@mccarthy.ca

Marie-Josée Marcoux

514-397-4243

mjmarcoux@mccarthy.ca



RÈGLEMENT DES DIFFÉRENDS ET GESTION DES CONFLITS

Règlement des différends	200
Règlement extrajudiciaire des différends	203
Gestion des conflits	204

Par Stephanie Sugar, Diana Wang et Evie Bouras



RÈGLEMENT DES DIFFÉRENDS ET GESTION DES CONFLITS

Le présent chapitre donne un aperçu des procédures formelles et informelles de règlement des différends au Canada et traite des situations de conflit auxquelles les détaillants peuvent être confrontés dans leurs magasins physiques.

Règlement des différends

La présente rubrique donne un aperçu général de l'appareil judiciaire du Canada, des mécanismes de règlement extrajudiciaire des différends et souligne certaines caractéristiques particulières des régimes en Ontario, au Québec et en Colombie-Britannique.

L'appareil judiciaire au Canada

Selon la *Loi constitutionnelle de 1867*, le pouvoir judiciaire est distinct et indépendant des deux autres pouvoirs du gouvernement, soit l'exécutif et le législatif. L'indépendance de la magistrature est une pierre angulaire du système judiciaire canadien. Les juges rendent des décisions libres de toute influence et fondées uniquement sur les faits et le droit. On retrouve au Canada des cours provinciales de première instance, des cours supérieures provinciales, des cours d'appel provinciales, des cours fédérales et une cour suprême. Les juges sont nommés par le gouvernement fédéral ou les gouvernements provinciaux ou territoriaux, selon l'échelon du système judiciaire.

Chacune des provinces et chacun des territoires du Canada (à l'exception du Nunavut) disposent d'une cour provinciale ou territoriale. Ces cours sont principalement saisies de litiges concernant des infractions criminelles, le droit de la famille (sauf le divorce), des infractions au code de la route et des infractions à des règlements provinciaux ou territoriaux. Les différends privés se rapportant à des sommes d'argent limitées sont réglés dans les divisions des petites créances des tribunaux provinciaux. Le plafond monétaire établi pour la Cour des petites créances en Ontario est actuellement de 35 000 \$ CA et celui de la Colombie-Britannique est également de 35 000 \$ CA. Le plafond en Alberta est actuellement de 100 000 \$ CA et au Québec de 15 000 \$ CA.

Les cours supérieures de chaque province et de chaque territoire jugent les affaires criminelles, ainsi que les différends privés qui dépassent le



plafond monétaire établi pour les divisions des petites créances des tribunaux provinciaux. Même si les cours supérieures sont administrées par les provinces et les territoires, leurs juges sont nommés et rémunérés par le gouvernement fédéral.

Chaque province et chaque territoire possèdent une cour d'appel qui instruit les appels de décisions rendues par les cours supérieures et les cours provinciales et territoriales.

La Cour fédérale du Canada a une compétence limitée aux questions portant sur des lois fédérales ou des sujets d'intérêt fédéral. La compétence de la Cour englobe les différends interprovinciaux et fédéraux-provinciaux, les poursuites relatives à la propriété intellectuelle, les différends relatifs au droit d'auteur et aux marques de commerce, les appels en matière de citoyenneté, les affaires relevant de la *Loi sur la concurrence* et les affaires mettant en cause des sociétés d'État, des ministères ou le gouvernement du Canada. La Section de première instance (également appelée Cour fédérale) entend les décisions en première instance. La Cour d'appel fédérale statue sur les appels.

La Cour suprême du Canada est le tribunal d'appel de dernière instance. Elle statue sur des appels de décisions rendues par des cours d'appel de chaque province et par la Cour d'appel fédérale. La Cour suprême du Canada a compétence sur des litiges relevant de tous les domaines du droit, notamment le droit constitutionnel, le droit administratif, le droit criminel et le droit civil. Certaines procédures criminelles comportent un droit d'appel à la Cour suprême du Canada, mais, dans la plupart des cas, une autorisation doit d'abord être obtenue. L'autorisation d'interjeter appel devant la Cour suprême du Canada peut être accordée dans des cas impliquant une question d'intérêt public ou une question de droit importante.

Processus de règlement spéciaux en Ontario et en Colombie-Britannique

Dans la région de Toronto, en Ontario, la Cour supérieure de justice, qui tient un rôle des affaires commerciales, entend certaines demandes et instruit certaines requêtes portant sur une vaste gamme de différends d'ordre commercial dans la région de Toronto. Le rôle des affaires commerciales fait office de tribunal de commerce spécialisé qui entend

des causes portant sur les différends opposant des actionnaires, les différends en matière de valeurs mobilières, les réorganisations d'entreprises, les mises sous séquestre et d'autres différends commerciaux. Les instances figurant au rôle des affaires commerciales font l'objet d'une gestion particulière et d'autres procédures visant à accélérer l'audition et le règlement d'instances commerciales complexes. Les juges qui siègent au rôle des affaires commerciales sont des juges chevronnés dans le domaine des affaires et de l'insolvabilité.

L'Ontario a également une Cour divisionnaire qui sert de tribunal de première instance pour la révision des poursuites administratives. Elle instruit également des appels des tribunaux administratifs provinciaux, des décisions interlocutoires des juges de la Cour supérieure et des appels de la Cour supérieure qui ont trait à des sommes d'argent limitées (plafonnées actuellement à 50 000 \$ CA).

En 2015, la Colombie-Britannique a créé le Civil Resolution Tribunal, le premier tribunal administratif en ligne du Canada. Le Civil Resolution Tribunal entend toutes les petites créances de moins de 5 000 \$ CA, sauf certains types de réclamations, comme la diffamation verbale et écrite ou les questions constitutionnelles. Elle entend également les réclamations pour accident de la route (jusqu'à 50 000 \$ CA), certains différends liés au logement (sans plafond monétaire) et les différends liés aux sociétés et aux associations coopératives. Ce tribunal consiste en un processus en trois étapes selon lequel les parties négocient d'abord entre elles et sont ensuite aidées par un membre du tribunal qui facilite la négociation. Si aucun règlement ne peut être trouvé au cours des deux premières étapes des négociations, un membre du tribunal indépendant tranchera le différend. Les décisions du Civil Resolution Tribunal qui relèvent de la compétence en matière de petites créances peuvent être portées en appel devant les tribunaux provinciaux. Les autres décisions du tribunal sont susceptibles de révision par la Cour supérieure, la Cour suprême de la Colombie-Britannique.

Recours collectifs

Les recours collectifs sont des mécanismes procéduraux qui visent à faciliter et à réglementer la revendication des droits collectifs. Les 10 provinces de common law du Canada ont adopté des lois sur les recours collectifs, de même qu'au Québec, province de droit civil (les recours collectifs y sont appelés des actions collectives), et les règles de



la Cour fédérale prévoient une procédure en la matière. Dans les provinces qui ne disposent pas de telles lois, les recours collectifs peuvent être intentés sous le régime de la common law. Contrairement aux actions ordinaires, une instance introduite au nom d'un groupe de personnes ne peut être instruite en tant que recours collectif que si elle est approuvée ou « certifiée » par un tribunal judiciaire, cette certification étant appelée une « autorisation » dans la province de Québec.

Au Canada, les détaillants et les sociétés en contact avec les consommateurs, y compris les fabricants de produits, sont des cibles habituelles des recours collectifs. Les recours collectifs peuvent porter sur des allégations faisant intervenir la responsabilité du fait des produits, des déclarations fausses ou trompeuses, des contraventions aux lois sur l'emploi et la protection du consommateur, des contraventions aux lois sur la concurrence (par exemple, loi antitrust), des fraudes en valeurs mobilières et des infractions en matière de droit public.

Les recours collectifs constituent un élément important des litiges commerciaux au Canada. Les entreprises peuvent bénéficier du fait que les sommes accordées en dommages-intérêts dans une affaire particulière sont généralement moins élevées au Canada qu'aux États-Unis. De plus, la possibilité d'obtenir des dommages-intérêts punitifs au Canada est limitée. Toutefois, en général, la certification d'un recours collectif au Canada est beaucoup moins difficile à obtenir qu'en vertu des règles fédérales aux États-Unis.

Règlement extrajudiciaire des différends

L'expression « règlement extrajudiciaire des différends » réfère aux diverses méthodes employées pour régler des différends hors cour. Ces méthodes incluent la médiation (une tierce partie indépendante est appelée à agir comme médiatrice pour régler un différend) et l'arbitrage (le différend est soumis à une tierce partie qui rendra une décision exécutoire)

Médiation

En Ontario, les Règles de procédure civile imposent et réglementent la médiation dans les actions civiles intentées à Toronto, à Windsor et à Ottawa. La médiation est courante dans d'autres régions de l'Ontario, et les parties à un différend acceptent souvent de participer à une médiation non contraignante en choisissant ensemble un médiateur.

En Colombie-Britannique, les médiations sont généralement organisées par des conseillers juridiques. Toutefois, dans la plupart des types d'affaires dont est saisie la Cour suprême de la Colombie-Britannique, les parties peuvent également signifier un avis de médiation qui oblige les autres parties à se présenter à la médiation. Les parties doivent convenir d'un médiateur dans un délai précis et les frais sont généralement partagés entre les parties. À la Cour des petites créances, la plupart des affaires comportent une conférence de règlement obligatoire dans le cadre de laquelle un juge tente de régler le différend.

Arbitrage

Les contrats renferment souvent des clauses d'arbitrage obligatoire qui obligent les parties à régler leurs différends par voie d'arbitrage plutôt que par l'intermédiaire des tribunaux. Toutefois, ces dispositions ne sont pas toujours applicables lorsqu'il s'agit de contrats de consommation. La législation sur la protection du consommateur de l'Ontario, par exemple, interdit l'application des clauses d'arbitrage obligatoire aux contrats de consommation. Une telle interdiction ne s'applique pas aux contrats entre entreprises ni aux contrats visant des opérations commerciales.

L'arbitrage, lorsqu'il est autorisé, peut néanmoins offrir un certain nombre d'avantages par rapport à la procédure judiciaire nationale, selon les circonstances. Par exemple, l'arbitrage est généralement une procédure confidentielle, qui permet aux parties de choisir un décideur possédant des compétences ou une expertise particulières et qui peut être plus rapide que le système judiciaire. Toutefois, dans certaines situations, la possibilité de recourir aux tribunaux peut être plus appropriée, de sorte que le bien-fondé relatif de ces processus doit être pris en compte lors du choix d'un mécanisme de règlement des différends dans le cadre d'un contrat commercial, quel qu'il soit.

Gestion des conflits

Prévention des pertes

Les détaillants faisant des affaires au Canada peuvent retenir les services d'agents de sécurité pour prévenir les crimes et les pertes et maintenir l'ordre dans leurs locaux. Dans certaines circonstances, un détaillant peut brièvement détenir une personne dans le cadre d'une « détention aux fins d'enquête ». Il s'agit d'une forme d'arrestation des citoyens. Il est



essentiel que les détaillants se dotent de lignes directrices claires pour mettre en place des programmes efficaces de prévention des pertes relatifs au vol à l'étalage.

Les arrestations de citoyens sont régies par les modifications apportées au *Code criminel*, qui figurent dans la *Loi sur l'arrestation par des citoyens* et la *légitime défense* fédérale. Le propriétaire d'un bien ou la personne en ayant la possession légitime, ainsi que toute personne qu'il autorise, peut arrêter toute personne qu'il trouve en train de commettre une infraction criminelle sur le bien ou relativement à celui-ci.

En règle générale, la détention aux fins d'enquête n'est autorisée que lorsqu'il existe des motifs raisonnables de croire qu'il existe un lien entre la personne détenue et une infraction criminelle.

L'arrestation d'un citoyen peut se faire soit pendant la perpétration de l'infraction, soit dans un délai raisonnable après celle-ci, pourvu qu'il existe des motifs raisonnables de croire qu'un agent de la paix n'aurait pas pu procéder à l'arrestation à sa place. L'arrestation d'un citoyen ne peut être effectuée que si la personne qui y procède peut établir qu'une infraction particulière a effectivement été commise, et pas seulement qu'il avait des motifs raisonnables de soupçonner qu'une infraction a été commise. Dans l'ensemble des provinces et territoires, toute détention doit être brève et la police municipale locale doit être contactée sans délai, dès que possible après l'arrestation. Si la durée acceptable d'une détention dépend des circonstances, il a été jugé que les détentions plus longues d'environ 40 minutes ou plus devaient être évitées, car elles risquent d'être considérées comme des arrestations plus formelles. Les détentions dans des circonstances où aucune infraction n'a été commise ou excédant une durée acceptable peuvent engager la responsabilité pénale ou civile de l'auteur pour séquestration de personne.

La force ne doit être utilisée que si elle est raisonnablement nécessaire pour des raisons de sécurité. La question de savoir si le recours à la force est raisonnablement nécessaire dépend de l'existence ou non d'une menace réaliste de préjudice, des solutions de rechange offertes aux agents de sécurité et de la gravité de l'infraction. Pour évaluer la menace réaliste d'un préjudice, il faut tenir compte notamment du comportement de l'individu, de la taille, de la force et de l'âge relatifs de l'individu et des agents de sécurité, du nombre d'agents de sécurité et du fait que l'individu possède ou non une arme.

Par exemple, les tribunaux canadiens sont généralement réticents à autoriser des agents de sécurité privés à menotter des individus pour des infractions de vol à l'étalage. Ainsi, le menottage ne doit pas être utilisé comme un moyen de détention ou d'arrestation d'un voleur à l'étalage; il ne doit être utilisé que si la sécurité l'exige, et même dans ce cas, seulement le temps nécessaire à cette fin.

La question de savoir si la *Charte canadienne des droits et libertés* s'applique à l'arrestation d'un citoyen par un agent de sécurité dépend de plusieurs facteurs qui peuvent varier d'une province à l'autre. Il est donc préférable que les détaillants consultent des conseillers juridiques pour l'élaboration de leurs protocoles d'arrestation de citoyens dans chaque région où elles exercent des activités.

Les détaillants doivent également savoir qu'il existe une législation provinciale particulière régissant le secteur de la sécurité privée. Même si cette législation varie légèrement selon les provinces, en général, elle impose au personnel de sécurité privée d'obtenir un permis, définit certaines normes de conduite auxquelles les agents doivent se conformer et régit les uniformes que les agents de sécurité peuvent porter. Par exemple, en Colombie-Britannique, le personnel de sécurité ne peut porter ni utiliser d'armes à feu, de dispositifs de contrainte ou d'armes interdits par le *Code criminel* ou d'articles conçus pour affaiblir ou contrôler une personne. Il leur est aussi généralement interdit d'utiliser des chiens dans le cadre de leurs activités liées à la sécurité.

Manifestations

Au Canada, les citoyens ont droit à la liberté de réunion pacifique et à la liberté d'expression en vertu de la *Charte canadienne des droits et libertés*. Bien que ces droits soient vigoureusement protégés, ils ne permettent pas l'intrusion ou la violence.

Même si les détaillants devraient communiquer avec le service de police local pour traiter toutes les questions relatives aux manifestations, ils doivent aussi connaître l'étendue des mesures qu'ils peuvent légalement prendre pour faire face aux manifestations.

Les manifestations peuvent avoir lieu à l'intérieur d'un magasin ou à l'extérieur de la propriété du magasin, et entraver l'entrée au magasin et la sortie du magasin par les visiteurs, clients ou employés de



celui-ci. Dans les deux cas, un membre du personnel peut s'adresser aux manifestants pour leur demander de coopérer en quittant ou en cessant d'entraver l'entrée au magasin.

Présence de manifestants à l'intérieur des locaux d'une entreprise

Si des manifestants se trouvent à l'intérieur du magasin, le détaillant peut réagir de différentes manières. Avant de recourir à la force, les manifestants présents dans le magasin doivent être informés que leurs activités vont à l'encontre de la législation provinciale sur l'intrusion ou d'une autre législation pénale, et ils devraient être priés de partir. Si les manifestants ont été informés du comportement coupable, mais qu'ils refusent de partir, le personnel doit alors appeler le service de police local.

Si l'intervention de la police ne règle pas la situation et que les manifestants ne partent pas, le personnel peut leur remettre des avis d'intrusion. Il peut, dans certaines circonstances, recourir à une force raisonnable pour faire face aux manifestants. Bien que le caractère raisonnable de l'ampleur et du type de force physique utilisée pour expulser ou appréhender les manifestants varie en général, aucune force ne peut être utilisée tant que le manifestant n'a pas été averti, qu'il n'est pas agressif et qu'il ne refuse pas de partir et/ou ne constitue pas une menace pour le personnel ou le public.

Présence de manifestants à l'extérieur des locaux d'une entreprise

La capacité des détaillants de prendre des mesures à l'égard des manifestants qui se trouvent à l'extérieur de leur magasin et qui gênent l'entrée et la sortie des visiteurs, des clients et des employés est beaucoup plus limitée. En règle générale, si les manifestants refusent de quitter les lieux à la demande du personnel, celui-ci peut appeler le service de police locale. Même si les manifestants refusent de cesser leur interférence après l'intervention de la police, le personnel ne peut généralement pas recourir à la force ou tenter d'arrêter un citoyen. Si la manifestation se poursuit pendant une période prolongée, il peut être nécessaire de demander une injonction au tribunal pour limiter l'action des manifestants.

Il est préférable que les détaillants sollicitent des conseils juridiques pour élaborer un protocole approprié de traitement des manifestations dans leurs locaux ou à proximité.



Flânerie et accès au public

Même si le fait de flâner ou le fait de troubler la paix dans un lieu public constituent des infractions au *Code criminel* du Canada, cette infractions ne sauraient justifier à elle seules l'arrestation d'un citoyen.

Lorsqu'une personne ne fait que causer troubler la paix sans altercation physique ou ne fait que flâner sur la propriété du magasin, il convient de lui demander de quitter la propriété et de l'informer clairement qu'elle est désormais en situation d'intrusion parce que sa présence sur la propriété n'est plus autorisée. Il faut lui donner la possibilité de partir. Ce n'est qu'une fois que les mesures précédentes ont été prises et que la personne n'est pas partie qu'elle peut être expulsée de la propriété. Comme il est indiqué dans les paragraphes précédents sur la « Prévention des pertes » et les « Manifestations », la force ne doit être utilisée qu'en dernier recours et toute force utilisée doit être raisonnable. Il est peu probable que le simple fait de flâner ou de troubler la paix sans violence justifie une quelconque forme de détention.

Comme pour les manifestants se trouvant à l'extérieur d'un magasin, si une personne flâne à l'extérieur d'un magasin et gêne l'entrée et la sortie des visiteurs, des clients ou des employés, le détaillant peut l'informer qu'elle gêne l'accès à la propriété et lui demander de laisser les clients, les employés et les autres visiteurs aller et venir librement. Dans de telles circonstances, sauf si l'individu se trouve à l'intérieur de la propriété du détaillant, le personnel ne peut pas tenter de l'arrêter ou de l'expulser des lieux physiquement. Si la personne refuse de partir, la police locale doit être contactée. Les municipalités locales disposent souvent d'arrêtés municipaux qui traitent des problèmes de flânerie dans le domaine public.

POUR PLUS D'INFORMATION, VEUILLEZ COMMUNIQUER AVEC :

Stephanie Sugar

416-601-8976

ssugar@mccarthy.ca

Evie Bouras

416-601-4305

ebouras@mccarthy.ca

Diana Wang

604-643-7980

dwang@mcarthy.ca



PUBLICITÉ, MARKETING ET CONCOURS

Messages électroniques	212
Publicité en ligne et influenceurs des médias sociaux	214
Écoblanchiment	215
Droit d'accès privé	215
Concours et promotions	216
Restrictions prévues au <i>Code criminel</i>	216
Exigences en vertu de la <i>Loi sur la concurrence</i>	217

Par Casey Halladay



PUBLICITÉ, MARKETING ET CONCOURS

La législation qui régit principalement la publicité et le marketing au Canada est la *Loi sur la concurrence fédérale* (la « LSC »).

L'interdiction générale prévue par la LSC de donner au public des indications « fausses ou trompeuses sur un point important » dans le but de promouvoir des intérêts commerciaux constitue une préoccupation essentielle pour les fabricants de biens de consommation. L'impression générale que donnent les indications, ainsi que leur sens littéral, seront prises en compte pour déterminer si une indication est fausse ou trompeuse sur un point important. Le critère de l'importance relative consiste à déterminer si l'impression créée par la déclaration aurait une incidence importante sur la décision du consommateur d'acheter le produit. Il n'y a aucune obligation pour le Bureau de la concurrence (ou pour un plaignant) de démontrer qu'une personne a effectivement été trompée ou induite en erreur par une indication fausse ou trompeuse sur un point important.

Il existe également des interdictions dans la LSC sur les types plus particuliers d'indications qui font la promotion d'un intérêt commercial, notamment les indications suivantes :

- Dans le cadre d'une annonce d'escompte, les indications concernant le prix auquel un produit est habituellement fourni i) lorsqu'une quantité importante du produit n'a pas été vendue au prix habituel annoncé (ou à un prix plus élevé) pendant une période raisonnable ou ii) lorsque ce produit n'a pas été offert de bonne foi au prix habituel annoncé (ou à un prix plus élevé) pendant une période importante (ces dispositions concernent les fabricants de biens de consommation qui participent aux promotions offertes par leurs détaillants);
- Les indications visant le rendement, l'efficacité ou la durée utile d'un produit qui ne sont pas fondées sur des épreuves suffisantes et appropriées;
- Les indications sous forme de garantie de produit ou d'une promesse de remplacer, entretenir ou réparer tout ou partie d'un article ou de fournir de nouveau ou continuer à fournir un service jusqu'à l'obtention du résultat spécifié si cette forme de prétendue garantie ou promesse est trompeuse d'une façon importante ou s'il n'y a aucun espoir raisonnable qu'elle sera respectée;



- Les indications fausses ou trompeuses dans les messages électroniques (et dont il est question plus en détail dans la présente rubrique);
- Les indications concernant les attestations relatives à un produit;
- Les indications faisant de la publicité sur un produit à un prix d'occasion et que le produit n'est pas fourni en quantités raisonnables (vente à prix d'appel);
- Les indications annonçant un prix inférieur au prix auquel le produit est effectivement vendu.

Les infractions aux restrictions imposées à tous ces types d'indications sont des comportements susceptibles de faire l'objet d'un examen sous le régime de la LSC et qui exposent leurs auteurs à un examen par le Bureau de la concurrence et à des ordonnances d'interdiction, y compris des sanctions administratives pécuniaires importantes correspondant au plus élevé des montants suivants, soit jusqu'à 10 millions \$ CA dans le cas d'une première infraction de la part d'une société et trois fois la valeur du bénéfice tiré du comportement trompeur ou, si ce montant ne peut pas être raisonnablement déterminé, 3 % des recettes globales brutes annuelles de la société. Le Commissaire de la concurrence peut également demander une injonction avant toute décision quant au fond. Des recours en matière criminelle sont également possibles si les indications sont faites sciemment ou sans se soucier des conséquences.

Les concours promotionnels organisés dans le but de faire la promotion d'intérêts commerciaux constituent également un comportement pouvant faire l'objet d'un examen si des exigences particulières ne sont pas respectées, comme il est expliqué plus en détail plus loin dans la présente rubrique.

Outre la LSC, des lois provinciales sur la protection du consommateur et les pratiques commerciales s'appliquent aux pratiques commerciales trompeuses ainsi qu'aux cartes-cadeaux, coupons, escomptes et garanties. Par exemple, la *Loi sur la protection du consommateur* du Québec, sous réserve de certaines exceptions, interdit la publicité à but commercial destinée aux enfants de moins de 13 ans, quels que soient le support ou les médias publicitaires utilisés par les fabricants de biens de consommation (radio, télévision, sites Web, téléphones mobiles, etc.).



Cette interdiction a une portée générale et s'applique à toute personne qui fait une demande de conception, de distribution, de publication ou de diffusion d'une publicité. En conséquence, les producteurs de biens de consommation doivent connaître le fonctionnement de l'interdiction lorsqu'ils envisagent de commercialiser et de promouvoir leurs produits. Dans son évaluation des publicités, l'Office de la protection du consommateur tient compte : « i) de la nature et de la destination du bien annoncé (À qui le bien ou le service annoncé est-il destiné? Est-il attrayant pour les enfants?), ii) de la manière de présenter ce message publicitaire (Le message publicitaire est-il conçu pour attirer l'attention des enfants?), iii) du moment ou de l'endroit où il apparaît (Les enfants sont-ils visés par le message ou exposés à celui-ci? Sont-ils présents au moment et à l'endroit de sa parution ou de sa diffusion?) ». Tous ces critères sont interreliés et pris en compte dans leur ensemble. En cas d'infraction de la part d'une société, les sanctions pécuniaires administratives vont de 2 000 \$ CA à 100 000 \$ CA pour une première infraction.

Il y a aussi certains secteurs du marché où les activités de publicité et de marketing sont davantage réglementées, par exemple l'alcool, le tabac, le cannabis, les aliments, les médicaments et l'automobile, tant à l'échelle fédérale que provinciale. Les fabricants de biens de consommation doivent obtenir des conseils particuliers sur ces secteurs et d'autres secteurs réglementés.

Bien que cela n'entre pas dans le cadre de cet aperçu, les fabricants de biens de consommation doivent également connaître les Normes canadiennes de la publicité, un organisme sectoriel canadien d'autoréglementation qui administre le *Code canadien des normes de la publicité* (le « Code »). Ce Code s'applique à la plupart des formes de publicité au Canada et comprend une procédure de plainte des consommateurs et l'administration des plaintes entre publicitaires. Par exemple, si les Normes canadiennes de la publicité établit l'existence d'une contravention au Code en matière d'indication de prix, il demandera au publicitaire de modifier ou de retirer la publicité en question, selon le cas, et il pourra exiger qu'un avis correctif soit publié.

Messages électroniques

D'autres exemples des types d'indications qui constituent un comportement susceptible d'examen en vertu de la LSC sont les indications fausses ou trompeuses dans les messages électroniques



(p. ex. des courriels promotionnels d'un fabricant de biens de consommation à ses clients). Les types d'indications fausses ou trompeuses dans les messages électroniques pouvant constituer un comportement susceptible d'examen sont les suivants :

- Une indication fausse ou trompeuse sur un point important dans un message électronique (p. ex. une indication trompeuse dans le corps d'un courriel);
- Une indication fausse ou trompeuse dans les renseignements sur l'expéditeur ou dans l'objet (p. ex. un faux nom « d'expéditeur » ou une déclaration trompeuse dans la ligne « objet » d'un courriel);
- Une indication fausse ou trompeuse dans un localisateur (p. ex. l'URL contenue dans un courriel).

La portée de la responsabilité éventuelle liée à l'envoi d'indications fausses ou trompeuses (ou liée au fait de faire envoyer ou d'autoriser l'envoi de telles indications) est très large, car il n'existe aucun seuil d'importance relative pour le deuxième et le troisième type d'indications fausses ou trompeuses susmentionnés. Ainsi, toute indication fausse ou trompeuse dans les renseignements relatifs à l'expéditeur, à l'objet ou au localisateur peut éventuellement donner lieu à une mesure d'application de la loi. D'importantes sanctions pécuniaires administratives civiles peuvent également être imposées à une société pour un tel comportement, correspondant au plus élevé des montants suivants, soit jusqu'à 10 millions \$ CA dans le cas d'une première infraction de la part d'une société (15 millions \$ CA pour des infractions subséquentes) et trois fois la valeur du bénéfice tiré du comportement trompeur ou, si ce montant ne peut pas être déterminé raisonnablement, 3 % des produits des recettes globales brutes annuelles de la société.

Ces dispositions relatives aux messages électroniques sont également importantes puisqu'elles peuvent être appliquées dans le cadre d'un droit d'action privé en vertu de la LSCAP (c.-à-d. la *Loi canadienne anti-pourriel* — voir **Commerce électronique** pour de plus d'information). Même si le gouvernement fédéral a suspendu indéfiniment la mise en œuvre du droit d'action privé, son introduction n'est pas totalement exclue.



Publicité en ligne et influenceurs des médias sociaux

Même si les mêmes principes s'appliquent tant à la publicité en ligne qu'à la publicité traditionnelle, l'économie numérique est d'une importance primordiale pour le Bureau de la concurrence. En fait, dans sa *Vision stratégique pour 2020-2024*, le Bureau de la concurrence indique qu'il va « concentrer [ses] mesures d'application de la loi sur les secteurs de l'économie qui revêtent le plus d'importance pour les Canadiens, afin qu'ils puissent faire confiance au marché » et reconnaît expressément le marketing en ligne comme un secteur clé en matière d'application de la loi. De plus, le Bureau de la concurrence a nommé un dirigeant principal de l'application numérique de la loi. Par conséquent, il est essentiel de tenir compte de l'impression générale que donnent les publicités lorsqu'elles sont visionnées en ligne, y compris sur les appareils mobiles. Cela peut donner lieu à des défis uniques, tels que la mise en place et la présentation adéquates des mises en garde en ligne.

De plus, le Bureau de la concurrence, dans le cadre de ses activités de publicité sur les prix, s'oppose aux « indications de prix partiel », qui consiste à ajouter des frais supplémentaires à payer par le client à l'étape du traitement du paiement plutôt que d'afficher le coût total d'emblée. L'indication de prix partiel est désormais expressément incluse dans les comportements susceptibles d'examen sous le régime de la LSC. Le Bureau de la concurrence a récemment déposé sa première demande d'ordonnance auprès du Tribunal de la concurrence visant une indication de prix partiel contre Cineplex, dans le cadre de laquelle Cineplex a été condamnée à payer une sanction pécuniaire de 38,9 millions \$ CA.

La prolifération de la publicité effectuée par des influenceurs sur les médias sociaux a aussi poussé le Bureau de la concurrence et les Normes canadiennes de la publicité à publier des lignes directrices offrant des orientations pratiques. Le principe fondamental est que tout lien important entre une marque et un influenceur soit divulgué. Il n'est pas nécessaire qu'un lien important prenne la forme d'une rémunération en argent, mais il peut découler aussi de la remise de produits gratuits ou d'autres avantages à l'influenceur. La divulgation de ce lien doit être mise en évidence dans chaque publication sur les médias sociaux.



Écoblanchiment

Les allégations de sociétés qui font des déclarations environnementales trompeuses ou non fondées, également appelées « écoblanchiment », ont proliféré ces dernières années. Les Canadiens étant de plus en plus préoccupés par le changement climatique, les entreprises se sont fait l'écho de ces préoccupations en créant des produits plus durables et plus respectueux de l'environnement. Toutefois, constitue une indication trompeuse toute déclaration ou garantie visant les avantages d'un produit pour la protection ou la restauration de l'environnement ou l'atténuation des causes ou des effets environnementaux, sociaux et écologiques des changements climatiques, des indications qui ne se fondent pas sur une épreuve suffisante et appropriée. Ce comportement susceptible d'examen ne se limite pas aux indications concernant les produits d'une société; il englobe aussi les indications générales sur les avantages d'une entreprise ou de l'activité commerciale d'une entreprise qui ne sont pas fondées sur des éléments corroboratifs suffisants et appropriés obtenus au moyen d'une méthode reconnue à l'échelle internationale.

S'il est constaté qu'une société s'est livrée à ce type de comportement susceptible d'examen, elle peut être condamnée à payer un montant correspondant au plus élevé des montants suivants, soit jusqu'à 10 millions \$ CA dans le cas d'une première infraction (15 millions \$ CA pour les infractions subséquentes) et trois fois la valeur du bénéfice tiré du comportement trompeur ou, si ce montant ne peut pas être déterminé raisonnablement, 3 % des recettes globales brutes annuelles de la société.

Même si l'écoblanchiment est déjà une priorité pour le Bureau de la concurrence, l'ajout d'une disposition particulière sur ce sujet dans la LSC en 2024 conduira probablement à une augmentation des mesures d'application de la loi dans ce domaine.

Droit d'accès privé

À partir du 20 juin 2025, des parties privées pourront s'adresser directement au Tribunal de la concurrence pour contester des pratiques commerciales trompeuses. Pour autoriser la présentation d'une demande d'accès privé, le Tribunal de la concurrence doit être convaincu que « cela servirait l'intérêt public ». Comme ce critère est différent de celui qui s'applique aux demandes privées visant d'autres



formes de comportement susceptible d'examen, il reste à voir comment ce nouveau critère sera interprété par le Tribunal de la concurrence. Le nombre de litiges dans ce domaine sera sans doute amené à augmenter, d'où un risque accru pour les entreprises, car les consommateurs disposeront ainsi d'une nouvelle voie de recours en dehors des recours collectifs. Toutefois, les parties privées ne pourront pas saisir le Tribunal de la concurrence pour obtenir des dommages-intérêts sous forme de restitution, ce qui risque de refroidir toute ardeur de leur part à utiliser cette voie de recours.

Concours et promotions

Les concours et les promotions sont des outils de marketing très appréciés des détaillants et des fabricants de biens de consommation au Canada; ceux-ci doivent donc accorder une attention particulière à la structure de leurs concours et de leurs promotions s'ils veulent respecter les restrictions prévues au *Code criminel* (Canada) et les exigences de la LSC. Un détaillant ou un fabricant de biens de consommation qui organise un concours ou une promotion contrevenant à ces restrictions et exigences risque d'engager sa responsabilité tant au plan civil que criminel.

Un concours type consiste à offrir aux clients la possibilité de remporter un prix sans qu'aucun achat ne soit nécessaire. Les prix peuvent prendre la forme d'escomptes, d'argent comptant, de produits ou de voyages. Le gagnant du prix peut être choisi de différentes manières, par exemple par tirage au sort ou au moyen d'un ticket « à gratter » ou d'un jeu-questionnaire. Les permutations sont infinies, ce qui donne aux entreprises la latitude nécessaire pour organiser les concours et les promotions de manière innovante et conforme.

Restrictions prévues au *Code criminel*

Le *Code criminel* interdit un large éventail d'activités de jeu et de pari, notamment tout concours qui comporte :

- La distribution de prix en fonction du hasard uniquement;
 - La distribution de prix qui sont des effets, denrées ou marchandises par quelque jeu de hasard, ou jeu combinant le hasard et l'adresse, dans lequel le concurrent ou compétiteur verse une contrepartie.



La première catégorie décrite ci-dessus est particulièrement large. Par conséquent, la plupart des concours promotionnels exigeront qu'un client dont le nom a été choisi par tirage au sort réponde également correctement à une question d'habileté afin de gagner un prix. Selon la jurisprudence pertinente, les organisateurs de concours utilisent généralement une question mathématique à quatre étapes et à deux ou trois chiffres. De cette façon, le prix n'est pas gagné uniquement par hasard. Les organisateurs de concours et de promotions utilisent un certain nombre d'autres procédés pour s'assurer que tout concours ou toute promotion donné n'entre pas dans la deuxième catégorie susmentionnée, comme une option de participation « sans achat nécessaire ». Il s'agit généralement d'un « mode de participation alternatif » où le participant n'a pas besoin d'acheter un produit, mais peut simplement envoyer son bulletin de participation par la poste.

Les concours et les promotions relevant de l'une ou l'autre des deux catégories susmentionnées risquent d'être déclarés illégaux. Ces activités constituent des systèmes de loterie, qui ne peuvent être menées que par les organismes de réglementation provinciaux ou avec leur autorisation.

Exigences en vertu de la *Loi sur la concurrence*

En plus des restrictions prévues au *Code criminel*, la LSC impose trois exigences supplémentaires dans le cas d'un concours ou d'une promotion qui favorise des intérêts commerciaux. Par conséquent, lors de la tenue d'un concours ou d'une promotion, le détaillant ou le fabricant de biens de consommation doit également :

- Divulguer de façon convenable et loyale le nombre et la valeur approximative des prix à gagner et certains autres renseignements connus du promoteur du concours et modifiant d'une façon importante les chances de gagner un prix (par exemple, les chances de gain et la question de savoir s'il y a une attribution régionale de prix);
- Distribuer les prix sans retard indu;
- Sélectionner les gagnants en fonction de leur adresse ou du hasard.

Le Bureau de la concurrence est d'avis que la divulgation de l'information requise doit être faite de façon raisonnablement évidente et dans toute



publicité visant à inciter des personnes à participer à une promotion. Ainsi, les détaillants ou les fabricants de biens de consommation qui offrent un concours ou une promotion préparent habituellement des « règles simplifiées » qui renferment l'information requise et d'autres conditions clés du concours et les affichent dans toutes les publicités visant un concours promotionnel. Les règles simplifiées indiquent également où les personnes peuvent consulter l'ensemble des règles du concours (généralement sur un site Web ou dans un magasin).

Jusqu'en octobre 2023, la loi et les règlements du Québec imposaient des exigences supplémentaires aux entreprises et aux fabricants qui organisaient des concours ouverts aux résidents du Québec. Par exemple, l'organisateur du concours devait déposer un avis de concours ainsi que les règles du concours et les publicités du concours auprès de la Régie des alcools, des courses et des jeux (la « Régie ») dans un certain délai avant le lancement du concours et payer à la Régie des frais de concours en fonction de la valeur globale des prix du concours. Ces exigences ont été abrogées, ouvrant le marché québécois aux concours offerts dans le reste du Canada sans aucune obligation supplémentaire.

Selon la structure d'un concours ou d'une promotion, il existe un certain nombre d'autres conditions du concours et d'autres documents d'information qui peuvent être utiles pour la gestion des risques et la conformité. L'un des avocats de notre groupe de pratique Commerce de détail et marché de consommation se fera un plaisir de fournir des recommandations sur mesure fondées sur la structure proposée d'un concours ou d'une promotion.

POUR PLUS D'INFORMATION, VEILLER COMMUNIQUER AVEC:

Casey Halladay

416-601-4348

challaday@mccarthy.ca



FRANCHISAGE

Aperçu	220
Législation sur les franchises au Canada	221
Droit civil québécois	225

Par Stephanie Sugar



FRANCHISAGE

Aperçu

Le modèle d'entreprise des franchises est couramment utilisé au Canada et a connu une croissance considérable au cours des deux dernières décennies. Des réseaux de franchises ont été utilisés par les entreprises du secteur des produits de consommation, notamment pour l'embouteillage et l'emballage, la prestation de services et la distribution.

Selon l'Association canadienne de la franchise, principal regroupement national de franchises, environ 1 200 marques franchisées exercent leurs activités au Canada par l'intermédiaire de 76 000 unités franchisées, employant directement ou indirectement un Canadien sur 10, dans des réseaux de franchises, et générant des revenus annuels d'environ 120 milliards \$ CA.

Pour accéder au marché canadien, les franchiseurs étrangers ont le choix d'y ouvrir ou non une succursale et d'y constituer ou non une filiale locale. Ces décisions sont dictées en grande partie par des considérations fiscales.

Les franchiseurs étrangers procèdent souvent à une expansion au Canada au moyen d'accords-cadres de franchise ou de développement régional avec des sociétés canadiennes qui sont réputées pour importer avec succès des marques étrangères sur le marché canadien. Ces structures signifient essentiellement que le franchiseur étranger délègue plusieurs des rôles dont il s'acquitte généralement dans son marché national au franchisé principal ou au développeur régional du marché canadien. Ces structures supposent essentiellement que le franchiseur étranger délègue au franchisé principal canadien ou au développeur régional un certain nombre des rôles qu'il joue habituellement dans son marché national. Le franchisé principal détient les droits nécessaires sur un territoire donné pour attribuer des sous-franchises de son propre chef et procure souvent un soutien continu aux sous-franchisés locaux. Les droits d'un développeur régional, par opposition, sont limités à l'ouverture de plusieurs unités directement ou par l'intermédiaire d'un membre de son groupe.

Les franchiseurs étrangers peuvent aussi attribuer directement des



franchises au Canada. Le franchiseur étranger (ou sa filiale canadienne) conclut alors des conventions de franchise avec des franchisés à titre individuel en vue de l'ouverture de points de vente au Canada.

Plusieurs domaines du droit canadien ont des incidences particulières sur le modèle d'affaires fondé sur le franchisage. Nous nous concentrons ici sur la forme la plus directe de réglementation juridique du franchisage au Canada : la législation sur les franchises. Nous avons également prévu une rubrique concernant le Québec.

Législation sur les franchises au Canada

Les provinces du Canada ont le pouvoir de réglementer le franchisage. Jusqu'à maintenant, sept provinces ont adopté des lois visant des franchises : l'Ontario, la Colombie-Britannique, l'Alberta, le Manitoba, le Nouveau-Brunswick et l'Île-du-Prince-Édouard (les « provinces ayant légiféré »), la Saskatchewan ayant également adopté une loi qui devrait entrer en vigueur en 2024.

Malgré de subtiles différences entre les lois sur les franchises que l'on retrouve dans les provinces ayant légiféré, celles-ci sont en grande partie uniformes et mettent l'accent sur la communication de l'information avant la vente. Les franchiseurs au Canada utilisent couramment des documents d'information sur les franchises (un « DIF ») nationaux lorsqu'ils accordent des franchises dans plus d'une province ayant légiféré. De nombreux franchiseurs fournissent aussi volontairement leurs DIFs nationaux aux franchisés éventuels dans les provinces n'ayant pas légiféré.

Le franchiseur qui accorde des franchises dans l'une des provinces ayant légiféré doit remettre au franchisé éventuel un DIF au moins 14 jours avant la plus rapprochée des dates suivantes, à savoir i) la date de signature d'une convention de franchise (qui est définie largement et peut être un bail ou un autre type de contrat) ou ii) la date du paiement de la contrepartie par le franchisé. Certaines provinces ont adopté des dispenses limitées pour des contrats, dont ceux de non-divulgaration ou sur l'emplacement prospectif, qui peuvent être signés sans information préalable avant la conclusion du contrat.

Les DIFs doivent renfermer tous les faits importants, notamment les faits prescrits expressément par la réglementation adoptée en vertu des lois applicables sur les franchises, ainsi que tous les autres faits



dont on peut raisonnablement s'attendre à ce qu'ils aient un effet important sur la valeur de la franchise ou la décision par le franchisé d'acheter la franchise.

Par exemple, le règlement pris en application de la loi ontarienne sur les franchises prescrit actuellement plus de 25 catégories différentes de renseignements qui doivent figurer dans un DIF. En voici certains des principaux sujets : i) des renseignements contextuels détaillés à propos du franchiseur, de ses administrateurs et de ses dirigeants, ii) les coûts initiaux pour le franchisé en vue de l'établissement de la franchise, iii) des renseignements concernant la fermeture d'autres franchises dans le réseau, iv) des renseignements concernant les politiques et pratiques particulières du franchiseur, comme celles qui imposent des restrictions aux biens et services à vendre et celles qui ont trait aux rabais de volume ou à d'autres avantages financiers obtenus par le franchiseur, v) des renseignements concernant les dépenses d'un fonds de publicité auquel la franchise doit contribuer et vi) des renseignements concernant les droits territoriaux accordés au franchisé et/ou réservés au franchiseur.

Le DIF doit aussi renfermer toutes les conventions relatives à la franchise de même que tous les autres faits importants hormis ceux qui sont expressément prescrits et qui pourraient raisonnablement et objectivement être considérés comme ayant une incidence sur la décision d'un franchisé de faire l'investissement dans le réseau de franchises.

Plusieurs décisions judiciaires ont interprété la législation canadienne sur les franchises comme exigeant qu'un DIF comprenne des faits et des renseignements importants pour l'emplacement attribué à un franchisé. Par exemple : i) un DIF doit comprendre tout bail principal conclu entre le franchiseur et le tiers propriétaire par lequel le franchiseur oblige le franchisé à être responsable du bail principal à travers l'intermédiaire d'un sous-bail obligatoire, ii) la divulgation de la mauvaise gestion antérieure d'un emplacement et iii) la question de savoir si l'emplacement ou le réseau est un concept nouveau ou « non éprouvé ».

En raison de l'opinion largement répandue selon laquelle les tribunaux canadiens se sont mis à interpréter la législation sur les franchises, les DIFs au Canada sont rédigés de manière à comprendre non seulement les faits importants pour le franchiseur et le réseau de franchises, mais également les faits importants pour la franchise accordée.



De plus, tous les DIFs doivent comprendre les états financiers du franchiseur pour l'exercice le plus récent présentés dans un document résultant d'un audit ou d'une mission d'examen, sauf si le franchiseur peut bénéficier d'une dispense. Le DIF peut comprendre un bilan d'ouverture pour le franchiseur s'il exerce ses activités depuis moins d'un an ou si 180 jours ne se sont pas encore écoulés depuis la fin du premier exercice du franchiseur.

Toutes les lois canadiennes sur les franchises prévoient actuellement une dispense de l'obligation d'intégrer les états financiers pour les grands franchiseurs établis qui respectent les critères prescrits.

Lorsqu'un « changement important » se produit entre la remise d'un DIF et la signature de la convention de franchise ou le paiement de la contrepartie, le franchiseur doit aussi fournir au franchisé éventuel une déclaration de changement important décrivant ces changements importants. Cette déclaration doit être remise dès que possible après la survenance du changement.

La législation canadienne sur les franchises prévoit plusieurs dispenses relatives à l'obligation de remettre un DIF. Par ailleurs, il existe des différences quant aux dispenses prévues dans la législation des provinces ayant légiféré et ces dispenses sont habituellement interprétées de manière restrictive par les tribunaux. Cependant, de façon générale, les dispenses se limitent aux cas suivants : i) le franchisé connaît déjà très bien le réseau de franchises, ii) le risque financier et l'investissement du franchisé sont très faibles, iii) le franchisé acquiert la franchise d'un tiers sans participation active du franchiseur ou iv) l'investissement dans la franchise est très important et le franchisé est présumé être beaucoup plus sophistiqué.

La résolution prévue par la loi est le principal recours du franchisé qui ne reçoit pas de DIF ou qui reçoit un DIF vicié. La résolution permet au franchisé de mettre fin à la convention de franchise et aux conventions accessoires intervenues avec le franchiseur sans pénalité ni obligation additionnelle et lui permet de recevoir une importante indemnité financière afin de le remettre dans la situation où il se trouvait avant la vente.



Compte tenu de la portée du recours en résolution, les franchiseurs qui accordent des franchises dans les provinces ayant légiféré ont tout intérêt à ce que leurs DIFs soient entièrement conformes et à jour chaque fois qu'ils sont remis à des franchisés éventuels. La période pendant laquelle un franchisé peut solliciter la résolution dépend de la gravité du vice du DIF : i) un délai de prescription de 60 jours pour les vices mineurs ayant peu d'importance et ii) un délai de prescription de deux ans pour les vices majeurs ou pour le défaut de fournir un DIF. Les tribunaux ont conclu que certaines insuffisances constituent un « vice fatal » (p. ex. le défaut de fournir un certificat signé ou l'information financière requise) et sont en soi un manquement effectif à l'obligation de fournir de l'information.

Hormis l'information communiquée avant la vente, la législation canadienne sur les franchises établit également des obligations réciproques d'agir de bonne foi et de manière équitable pour les parties à une convention de franchise et procure aux franchisés le droit de s'associer les uns avec les autres.

L'obligation d'agir de bonne foi oblige le franchiseur à tenir compte des intérêts légitimes de ses franchisés avant d'exercer ses droits contractuels et impose aux parties une norme de caractère raisonnable sur le plan commercial. L'application de l'obligation dépend fortement des faits en cause et une vaste jurisprudence a interprété cette obligation dans le contexte de différents types de litiges en matière de franchise.

Il est interdit aux franchiseurs d'entraver ou de restreindre le droit que confère la loi aux franchisés de s'associer les uns avec les autres de quelque manière que ce soit et toute disposition d'une convention de franchise qui vise à restreindre l'association entre des franchisés est nulle. Les tribunaux canadiens ont interprété cette disposition comme donnant aux franchisés le droit de se regrouper dans le cadre de litiges contre le franchiseur, par exemple dans le cadre d'un recours collectif.

Toutes les lois canadiennes sur les franchises interdisent expressément aux parties à une convention de franchise de renoncer aux droits et obligations prévus par ces lois ou de les déléguer à des tiers, par contrat. Cela signifie qu'un franchiseur étranger accordant des franchises dans les provinces ayant légiféré ne peut pas utiliser une clause de choix du droit applicable ni aucune autre disposition de ses conventions de franchise pour éviter l'application de ces lois sur les franchises.



Droit civil québécois

Bien qu'il n'y ait pas de législation spécifique sur les franchises en vigueur au Québec, le *Code civil du Québec* (« C.c.Q. ») peut imposer des obligations concrètes aux franchiseurs.

En vertu du C.c.Q., les « clauses externes » (c.-à-d. les modalités contractuelles contenues dans des documents annexes de la convention de franchise) doivent être portées à l'attention des franchisés éventuels lors de la phase précontractuelle pour leur être opposables. Cela peut aussi s'appliquer à certaines dispositions du manuel d'exploitation d'un franchiseur qui s'apparentent à des modalités contractuelles.

La Cour d'appel du Québec a statué que l'obligation d'agir de bonne foi en vertu du C.c.Q. exige qu'un franchiseur porte à l'attention d'un franchisé éventuel toute information qui pourrait avoir un effet déterminant sur la volonté de ce dernier de conclure la convention de franchise (9150-0595 Québec inc. c. Franchises Cora inc., 2013 QCCA 531). Il s'agit d'une forme d'obligation de divulgation préalable à la vente qui s'inscrit dans l'obligation d'agir de bonne foi prévue par le C.c.Q.

Une fois qu'une convention de franchise a été conclue, le C.c.Q. peut également imposer des obligations implicites réelles aux franchiseurs, en dehors des modalités stipulées dans la convention. Dans le contexte du franchisage, les tribunaux québécois ont reconnu des obligations implicites assez larges pour les franchiseurs, en fonction de la nature de la relation de franchise, notamment l'obligation :

- D'informer;
- De fournir une assistance technique et commerciale;
- De coopérer et collaborer;
- De loyauté;
- De respecter les attentes raisonnables et les intérêts commerciaux de l'autre partie;
- De traiter les parties dans des situations similaires de manière cohérente;



- D'aider un cocontractant en difficulté et de réduire le montant des dommages-intérêts contractuels en dépit de clauses contractuelles claires;
- De prendre des mesures raisonnables pour protéger la notoriété et la pertinence de la marque;
- De ne pas créer de fausses attentes;
- D'exercer ses droits de manière

Les obligations susmentionnées incombent au franchiseur à l'avantage de chaque franchisé individuel et de l'ensemble du réseau de franchisés. Les tribunaux québécois se sont fondés sur ces obligations implicites pour sanctionner le comportement de franchiseurs, même lorsque la convention de franchise n'interdisait pas expressément le comportement en question.

Par exemple, dans l'une des principales affaires portant sur l'obligation de coopérer en matière de franchisage, le franchiseur avait élaboré une stratégie de marché qui mettait certains de ses propres magasins d'entreprise en concurrence directe avec ses franchisés. Rien dans la convention de franchise n'empêchait le franchiseur de faire concurrence à ses franchisés et, en fait, la convention de franchise favorisait expressément le franchiseur sur cette question. La Cour d'appel du Québec a cependant jugé que le franchiseur avait violé ses « obligations implicites, faisant partie du cercle contractuel élargi ». Selon la Cour, la responsabilité du franchiseur découlait du fait qu'il n'avait pas aidé ses franchisés à s'adapter au changement de système. La Cour a statué que le franchiseur, lié par une obligation d'agir de bonne foi et de faire preuve de loyauté envers ses franchisés, avait le devoir de collaborer avec eux afin de prévenir un préjudice économique ou, à tout le moins, de minimiser les conséquences du changement de système (*Provigo Distribution inc. c. Supermarché A.R.G. inc.*, 1997 CanLII 10209 (QC CA)).

En 2015, la Cour d'appel du Québec a appliqué le précédent établi dans l'affaire *Provigo* au contexte d'un différend entre le franchiseur Dunkin Brands et certains de ses franchisés québécois. En se fondant sur la théorie des obligations implicites et de l'obligation d'agir de bonne foi, la Cour a interprété la convention de franchise comme comportant une obligation implicite pour le franchiseur qui consistait à protéger



et à rehausser sa marque et a conclu qu'il n'avait pas respecté cette obligation. Le franchiseur a été jugé responsable de son inaction face à l'effondrement de la marque sur le marché régional. Plutôt que de répondre aux préoccupations des franchisés concernant le déclin de sa marque, le franchiseur a cherché à leur imposer un programme de rénovation coûteux et a exigé des franchisés qu'ils signent une décharge les empêchant d'intenter une quelconque action en justice contre le franchiseur. La Cour a jugé que le franchiseur avait violé son obligation implicite envers ses franchisés et a accordé à ces derniers des dommages-intérêts importants (*Dunkin Brands Canada Ltd. c. Bertico inc.*, 2015 QCCA 624). Le raisonnement de la Cour d'appel du Québec a été cité avec approbation par la Cour suprême du Canada en 2019 (*Modern Concept d'entretien inc. c. Comité paritaire de l'entretien d'édifices publics de la région de Québec*, 2019 CSC 28).

POUR PLUS D'INFORMATION, VEUILLEZ COMMUNIQUER AVEC :

Stephanie Sugar

416-601-8976

ssugar@mccarthy.ca



LANGUE

À l'extérieur du Québec	229
Au Québec	230
Au travail	230
Sur le marché	230

Par Véronique Wattiez Larose, Jessica Cytryn et
Vino Wijeyasuriyar



LANGUE

La Constitution du Canada accorde à l'anglais et au français un statut égal quant à leur emploi au Parlement et dans les cours fédérales. Dans certaines provinces, dont le Québec, toutes les lois doivent être publiées en anglais et en français. La *Loi sur les langues officielles* fédérale, qu'est venue appuyer plus tard la *Charte canadienne des droits et libertés*, exige que toutes les institutions fédérales offrent des services dans les deux langues officielles là où la demande est importante ou lorsque des services sont fournis aux voyageurs. L'instruction publique est offerte dans les deux langues officielles lorsque le nombre le justifie. Dans la majeure partie du Canada, les règles linguistiques s'appliquent principalement aux institutions gouvernementales et non aux entreprises privées.

À l'extérieur du Québec

À l'extérieur du Québec, le principal domaine dans lequel les règles linguistiques s'appliquent au secteur privé est celui de l'emballage des produits de consommation. Les règlements pris en application de la *Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation* fédérale précisent les renseignements particuliers devant figurer sur l'étiquette d'un produit de consommation préemballé vendu au Canada. Ces renseignements doivent être indiqués en anglais et en français. Il existe des exceptions qui concernent, notamment, les produits ayant un caractère religieux, les produits de marchés de spécialité et les produits d'essai, ainsi que les produits qui sont étiquetés dans la langue qui convient aux produits, comme les livres et les cartes de souhaits.

Bien que le Canada soit bilingue dans la sphère de compétence fédérale, les gouvernements provinciaux et territoriaux de ce pays peuvent appliquer leur propre politique linguistique pour tout ce qui relève de leur compétence. Le Nouveau-Brunswick et les trois territoires sont officiellement bilingues. Plusieurs provinces ont adopté des lois qui exigent la prestation de services publics en français, lorsque la situation le justifie. Toutefois, seule la législation linguistique du Québec régit la façon dont les entreprises exercent leurs activités.

Au Québec

La *Charte de la langue française* du Québec (la « Charte ») affirme que le français est la seule langue officielle de la province. La Charte accorde à toute personne vivant au Québec, y compris aux travailleurs et aux consommateurs, le droit d'exercer ses activités en français. Les personnes ou entités faisant des affaires au Québec sont donc assujetties à des règles sur la manière dont elles exercent des activités dans cette province, notamment en ce qui concerne la langue qu'elles utilisent dans leurs interactions avec le public et avec leurs employés, clients et partenaires d'affaires.

Au travail

Au Québec, les communications écrites avec les travailleurs doivent être en français, y compris les offres d'emploi et de promotion et les conventions collectives. À quelques exceptions près, nul ne peut être congédié, mis à pied, rétrogradé ou muté pour sa méconnaissance d'une autre langue que le français, mais la connaissance de l'anglais ou d'une autre langue peut être une condition à l'embauche si la nature du poste l'exige et si l'employeur a pris tous les moyens raisonnables pour éviter d'avoir à exiger la connaissance de l'autre langue.

À compter du 1^{er} juin 2025, les entreprises qui emploient 25 personnes (le seuil actuel est de 50) au Québec pendant au moins six mois doivent s'inscrire auprès d'un organisme provincial de réglementation (l'Office québécois de la langue française ou OQLF) pour obtenir un certificat de francisation en démontrant que l'utilisation du français est généralisée à tous les niveaux de l'entreprise (y compris dans le cadre de l'utilisation des technologies de l'information et dans les communications avec les clients, les employés et les investisseurs). Les entreprises dont l'utilisation du français n'est pas généralisée à tous les niveaux peuvent être assujetties à un programme de francisation pour atteindre cet objectif au fil du temps. De plus, les entreprises comptant au moins 100 employés doivent mettre sur pied un comité interne de francisation qui surveille l'utilisation du français sur le lieu de travail.

Sur le marché

Emballage et étiquetage des produits : Toute inscription sur un produit, son contenant ou son emballage ou sur un document ou un objet



accompagnant ce produit, y compris le mode d'emploi et les certificats de garantie, doit inclure un texte en français équivalent qui doit figurer d'une façon au moins aussi évidente que le texte affiché dans une autre langue. Il existe certaines exceptions notables à cette règle, notamment pour certains produits logiciels et produits culturels et éducatifs.

Les marques de commerce reconnues au Canada peuvent figurer uniquement dans une autre langue que le français sur les inscriptions de produits lorsqu'aucune version correspondante en français ne se trouve au registre des marques de commerce canadien. À compter du 1^{er} juin 2025, si un générique ou un descriptif du produit (sauf exception, comme les noms commerciaux et les noms de produits) est compris dans une marque de commerce non assortie d'une version française qui est utilisée sur des produits et des emballages, celui-ci devra figurer en français sur le produit ou sur un support qui s'y rattache de manière permanente.

Affichage public : L'affichage public et la publicité commerciale doivent se faire en français. Ils peuvent comporter d'autres langues, mais le texte en français doit avoir un impact visuel beaucoup plus important, c'est-à-dire qu'il doit figurer « de façon nettement prédominante » (essentiellement être au moins deux fois plus grand que le texte rédigé dans une autre langue) et avoir une lisibilité et une visibilité permanente qui sont au moins équivalentes à celles du texte rédigé dans une autre langue. Les panneaux-réclame et les enseignes visibles d'une voie publique, sur un véhicule de transport public ou dans un abribus doivent être rédigés exclusivement en français. Conformément à l'art. 27.7 du *Règlement sur la langue du commerce et des affaires*, l'affichage public visible depuis l'extérieur d'un local doit être accompagné de termes en français (notamment un générique ou un descriptif des produits ou des services visés ou encore un slogan) afin de respecter le seuil de figuration « de façon nettement prédominante ».

À l'instar des exceptions concernant l'emballage des produits, les marques de commerce reconnues au Canada peuvent figurer exclusivement dans une autre langue que le français dans l'affichage public et la publicité commerciale, sauf si une version correspondante en français de la marque est inscrite au registre des marques de commerce canadien. À compter du 1^{er} juin 2025, dans le cas d'une marque de commerce qui figure dans une autre langue que le français



dans un affichage public et une publicité commerciale, l'espace consacré à l'objet en français doit dans son ensemble avoir un impact visuel beaucoup plus important que la marque de commerce, c'est-à-dire qu'il doit être au moins deux fois plus grand, et avoir une lisibilité et une visibilité permanente qui sont équivalentes.

Marketing et publicité : Les documents et communications de marketing et de publicité destinés au public, y compris ceux figurant dans les sites Web et les médias sociaux, ainsi que les dépliants, catalogues, brochures, bons de commande, factures et reçus, doivent inclure un texte en français équivalent qui doit figurer de façon aussi prédominante que celui présenté dans une autre langue que le français. Cela signifie, par exemple, que les entreprises exerçant des activités au Québec doivent avoir une version française de leur site Web qui présente le même contenu que la version anglaise.

Contrats d'adhésion : Les contrats dont les modalités essentielles sont déterminées au préalable par une partie (p. ex. les bons de commande, les modalités d'utilisation et les politiques de confidentialité de sites Web) doivent être rédigés en français, et la version française doit être présentée à la partie qui n'a pas rédigé le contrat avant qu'elle ne prenne la décision d'être liée par une version en anglais ou dans une autre langue. Le défaut de le faire peut donner lieu à une action en annulation du contrat.

POUR PLUS D'INFORMATION, VEUILLEZ COMMUNIQUER AVEC :

Véronique Wattiez Larose

514-397-4249

vwlarose@mccarthy.ca

Jessica Cytryn

514-397-4226

jcytryn@mccarthy.ca

Vino Wijeyasuriyar

514-397-7825

vwijeyasuriyar@mccarthy.ca



TROIS CAS PARTICULIERS

Cadre canadien des produits de santé naturels	234
Exigences liées aux licences de mise en marché	234
Processus d'évaluation et d'approbation	235
Produits de santé naturels et cannabis	236
Connaître les règles canadiennes applicables à la distribution des boissons alcooliques	239
Considérations diverses sur l'achat et la distribution au niveau provincial	241
Publicité des boissons alcooliques au Canada	242

Par Martha Harrison, Ranjeev Dhillon, Evie Bouras, Rami Chalabi et Matthew Sanders.



CADRE CANADIEN DES PRODUITS DE SANTÉ NATURELS

Cadre canadien des produits de santé naturels

Le Canada a conçu un cadre de réglementation des produits de santé naturels et sans ordonnance (les « PSN ») qui diffère à bien des égards de celui d'autres territoires, y compris les États-Unis, où il n'existe pas de catégorie de produits équivalente. Même si de nombreux produits, qui seraient considérés comme des PSN en vertu du cadre de réglementation canadien, ne sont pas assujettis à l'obtention d'une autorisation de mise en marché pour leur distribution dans d'autres territoires, les fabricants, distributeurs et détaillants doivent connaître l'approche plus restrictive adoptée par les autorités canadiennes en ce qui concerne l'introduction des PSN sur le marché canadien. Au Canada, les PSN sont régis par un régime autonome de délivrance de licence de mise en marché et d'approbation administré par la Direction des produits de santé naturels et sans ordonnance (la « DPSNSO ») de Santé Canada.

La structure législative du régime des PSN est définie dans la *Règlement sur les produits de santé naturels* (le « RPSN »), pris en application de la *Loi sur les aliments et drogues* (Canada). Pris ensemble, ces textes définissent le champ d'application des produits qui entrent dans la catégorie des PSN. En règle générale, les suppléments de vitamines ou de minéraux, les remèdes à base d'herbes et de plantes, les remèdes homéopathiques, les remèdes traditionnels (p. ex. médecine traditionnelle chinoise), les probiotiques, les acides aminés et les acides gras essentiels destinés à l'usage humain, ainsi que certains produits destinés aux soins personnels (shampooings, dentifrices, antisudorifiques, etc.) sont tous réglementés en tant que PSN. Dans la mesure où les producteurs de biens de consommation ont l'intention de vendre ces types de produits sur le marché canadien, l'application éventuelle du RPSN doit être prise en compte. Un « cosmétique » dans un territoire donné peut constituer un PSN au Canada.

Exigences liées aux licences de mise en marché

Comme exigence de base, une licence de mise en marché doit être obtenue avant qu'un PSN puisse être vendu au Canada. L'activité de vente d'un PSN est définie comme incluant le fait de mettre en vente, d'exposer ou d'avoir en sa possession pour la vente ou la distribution,

pour une contrepartie ou non¹. Compte tenu de cette définition large, la DPSNSO considère qu'un large éventail d'activités liées aux PSN relève de sa compétence et du cadre plus large de la délivrance de licences. Un dossier complet de demande de licence de mise en marché pour un PSN comprend plusieurs éléments, lesquels peuvent inclure le texte de l'étiquette proposée, des rapports sommaires sur l'innocuité, les spécifications du produit fini et des données probantes sur l'efficacité. La composition d'un tel dossier est fonction du type de produit visé : produit homéopathique, produit de médecine traditionnelle, produit assorti d'un usage ou de fins recommandés particuliers, etc. Par conséquent, déterminer la catégorie à laquelle appartient un produit donné constitue à bien des égards le point de départ de toute procédure de demande de licence de mise en marché pour un PSN.

Processus d'évaluation et d'approbation

Au moment de l'évaluation des demandes de licence de mise en marché, la DPSNSO adopte une approche fondée sur le risque qui se concentre sur les éléments d'une demande qui sont le plus directement liés à l'innocuité et à l'efficacité du produit. Il n'est pas rare que la DPSNSO exige des données supplémentaires ou des précisions dans le cadre de l'évaluation d'une demande, et les demandeurs doivent être prêts à répondre rapidement à ces questions afin d'en accélérer le traitement.

Une fois qu'une demande de licence de mise en marché a reçu l'approbation de la DPSNSO, Santé Canada attribue un numéro d'identification au produit (un numéro de produit naturel (NPN) ou un numéro de remède homéopathique (DIN-HM), selon la nature du produit), et le produit est répertorié dans la base de données des produits de santé homologués de Santé Canada. Cette base de données permet au public d'accéder à l'information sur les PSN homologués, notamment le nom du titulaire de la licence, une liste de tous les ingrédients médicinaux et non médicinaux, la forme posologique, les usages ou fins recommandés et les enseignements sur les risques associés à l'utilisation du produit.

Les PSN approuvés sont également soumis à des exigences d'emballage et d'étiquetage imposées par le RPSN, qui exigent qu'une étiquette

1 *Loi sur les aliments et drogues*, LRC 1985, c. F-27, art. 2.

intérieure et une étiquette extérieure accompagnent le produit. L'espace principal de l'étiquette intérieure et de l'étiquette extérieure doit comporter les renseignements suivants :

- La marque nominative du produit;
- Le numéro d'identification du produit tel qu'attribué par Santé Canada;
- La forme posologique;
- Les mentions « stérile » et « sterile » (le cas échéant);
- La quantité nette dans le contenant immédiat, exprimée en poids, en volume ou en nombre.

Pour plus d'information sur les règles d'étiquetage obligatoires des PSN, voir **Emballage et étiquetage**.

Produits de santé naturels et cannabis

Depuis la légalisation du cannabis par le gouvernement canadien en octobre 2018, le secteur des biens de consommation a manifesté un intérêt considérable pour la conception de PSN contenant du cannabis ou des dérivés et extraits connexes, en particulier du cannabidiol (le « CBD »). À l'heure actuelle, les PSN ne peuvent comprendre que les parties de la plante de cannabis qui ne sont pas régies par la *Loi sur le cannabis* (Canada) (p. ex. les dérivés du cannabis produits conformément au *Règlement sur le chanvre industriel* qui ne contiennent pas de phytocannabinoïdes isolés ou concentrés). Le CBD étant actuellement régi par la *Loi sur le cannabis*, il ne peut pas être légalement inclus comme ingrédient dans un PSN à l'heure actuelle. En revanche, un certain nombre de PSN approuvés contiennent du chanvre comme ingrédient acceptable. Il s'agit d'un secteur naissant au Canada, et nous prévoyons des mises à jour réglementaires potentiellement importantes de la part de Santé Canada en ce qui concerne les produits de soins personnels à base de CBD en particulier. De nombreux acteurs du secteur des soins personnels espèrent certainement profiter des nouvelles gammes de produits potentiels dans ce domaine. Pour plus d'information sur l'application et le champ d'application de la *Loi sur le cannabis*, voir **Emballage et étiquetage**. Il convient de noter que

les récentes propositions de modification des exigences en matière d'emballage et d'étiquetage devraient simplifier l'étiquetage et permettre une plus grande différenciation des marques.

Cannabis

Avec la promulgation de la *Loi sur le cannabis*, le Canada est devenu le premier pays du G7 à légaliser au niveau fédéral l'usage récréatif du cannabis pour les adultes, en autorisant sa production, sa distribution et sa vente. Depuis lors, le régime de réglementation a évolué et le secteur cannabis a pris de l'expansion à un rythme rapide, tant à l'échelle nationale qu'internationale.

Délivrance de licences

La responsabilité de la surveillance de la culture, de la production et de la distribution du cannabis est partagée entre les gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux et les municipalités. Santé Canada délivre des licences et fournit un cadre juridique pour la culture et la production de cannabis au moyen de diverses licences. Une personne ou une entreprise est tenue d'obtenir une licence délivrée par Santé Canada pour mener diverses activités liées au cannabis, notamment la culture du cannabis, la vente de cannabis à des fins médicales et les tests analytiques et la recherche, diverses sous-licences étant disponibles en fonction de la nature et de l'ampleur de l'activité. En particulier, une licence de transformation sous le régime de la *Loi sur le cannabis* est de plus en plus importante, car elle permet à son titulaire d'exercer diverses activités essentielles à la production de produits à valeur ajoutée, tels que les huiles et les gélules de cannabis.

Les licences relatives à la distribution sont délivrées à l'échelle provinciale et territoriale. La distribution du cannabis varie d'une province et d'un territoire à l'autre, dans le cadre de ventes privées, de ventes gouvernementales ou d'une combinaison des deux.

Produits infusés au cannabis

Le *Règlement sur le cannabis* définit le régime de la production et de la vente légales de cannabis comestible, d'extraits de cannabis et de cannabis pour usage topique.

Les règlements ont introduit des paramètres de production et des lignes directrices stricts en ce qui concerne ces produits, notamment:

Commerce transfrontalier : Un guide du secteur des produits de la consommation pour faire des affaires au Canada

- L'exigence selon laquelle tous les produits du cannabis comestibles doivent être « stables » et ne pas nécessiter de réfrigération ou de congélation;
- Une restriction de l'utilisation de caféine, de vitamines et de minéraux pour enrichir les produits comestibles;
- Une limite de 10 mg de THC par unité et par emballage;
- L'interdiction du co-emballage de produits comestibles à base de cannabis avec des produits alimentaires.

Image de marque et publicité

La *Loi sur le cannabis* impose des interdictions strictes en ce qui concerne le marquage, la publicité et la promotion des produits du cannabis. Ces restrictions visent à protéger la santé et la sécurité publiques, en particulier à limiter l'accès des jeunes au cannabis, et comprennent des règles strictes sur la manière dont le cannabis peut faire l'objet d'une publicité et des exigences selon lesquelles la publicité ou promotion du cannabis ne doit pas viser les jeunes ou leur être accessible. La *Loi sur le cannabis* impose également des exigences strictes en matière d'emballage neutre pour les produits du cannabis.

Même si les restrictions en matière de promotion et de publicité sont importantes, la *Loi sur le cannabis* autorise une promotion limitée en matière d'information et de préférence de marque.

Produits contenant du CBD

La demande de produits contenant du CBD, un phytocannabinoïde censé avoir certaines vertus thérapeutiques, ne cesse de croître. Bien qu'il soit possible d'extraire le CBD du cannabis et du chanvre industriel, le CBD et tous les produits contenant du CBD sont régis par la *Loi sur le cannabis*. Cela comprend le CBD dérivé des plantes de chanvre industriel, ainsi que le CBD dérivé d'autres variétés de cannabis. Toute personne souhaitant fabriquer des produits à base de CBD doit donc obtenir la licence appropriée en vertu de la *Loi sur le cannabis*.

Importation et exportation de produits du cannabis

Ces dernières années, plusieurs pays ont légalisé le cannabis à des fins médicales. Toutefois, le commerce international du cannabis demeure très limité. Le cannabis (y compris le CBD) est actuellement une substance contrôlée en vertu de la *Convention unique des Nations unies sur les stupéfiants de 1961*, modifiée par le *Protocole de 1972*. Conformément aux obligations internationales prévues par cette convention, l'importation et l'exportation de cannabis vers et depuis le Canada ne sont autorisées que dans des cas limités, notamment à des fins scientifiques ou médicales légitimes.

Alliances stratégiques

Nous avons vu de nouveaux entrants faire leur apparition dans le secteur du cannabis dans le cadre d'alliances stratégiques ou d'importantes prises de participation dans de grandes entreprises du secteur. L'émergence de partenaires stratégiques possédant des marques destinées aux consommateurs établies a fourni aux entreprises du cannabis à la fois des capitaux et un savoir-faire pour les aider à mettre en œuvre leur stratégie à long terme, tout en permettant aux entreprises établies d'accéder à un nouveau secteur en forte croissance. Des entreprises d'autres secteurs (produits pharmaceutiques, biens de consommation emballés) continuent de surveiller ce segment de marché.

Connaître les règles canadiennes applicables à la distribution des boissons alcooliques

La réglementation de la fabrication, de la distribution, de la commercialisation et de la vente de boissons alcooliques au Canada relève des compétences fédérale, provinciale et territoriale. Avant d'entrer sur le marché canadien, les fabricants et les distributeurs d'alcool doivent connaître une myriade d'exigences réglementaires.

Les lois fédérales réglementent l'importation au Canada et la distribution à l'intérieur du Canada de boissons alcooliques (à travers les frontières provinciales et territoriales), ainsi que plusieurs questions liées à la fiscalité et à la taxe d'accise. Les normes de composition des produits et les règles de commercialisation des boissons alcooliques (y compris le vin et la bière) sont également réglementées au niveau

fédéral. Les lois provinciales et territoriales régissent la distribution intraprovinciale des boissons alcooliques, par l'intermédiaire de sociétés d'État ou d'entreprises privées, ou les deux.

Normes fédérales de réglementation de produits tels que les boissons alcooliques

Au Canada, la *Loi sur les aliments et drogues* (la « LAD ») et ses règlements prescrivent, entre autres, des normes de produit et de composition pour les aliments, y compris les boissons alcooliques (à noter que les provinces prescrivent également des normes particulières pour les spiritueux qui complètent celles de la LAD). La *Loi sur la salubrité des aliments au Canada* (Canada) et ses règlements visent à améliorer les régimes de salubrité alimentaire au Canada.

De nombreuses normes fédérales sont élaborées afin de garantir que le consommateur prenne ses décisions d'achat en toute connaissance de cause. À titre d'exemple très simple, un produit commercialisé en tant que vin au Canada doit être composé de raisins fermentés, et uniquement de raisins. Lorsque d'autres jus de fruits sont fermentés et/ou ajoutés au jus de raisin, le produit est considéré comme un « vin de fruits ». Les règlements d'application de la LAD prescrivent les additifs autorisés et même certaines pratiques de fabrication qui façonnent la boisson alcoolique prescrite finale (y compris la bière, le vin, le whisky, le rhum, le gin, le brandy, les liqueurs, les cordiaux spiritueux, la vodka, la tequila, le mezcal et le cidre).

Il existe également des règles de composition et de commercialisation pour les boissons alcooliques non standards. Par exemple, l'étiquette d'une boisson alcoolique qui n'a pas de norme de composition prescrite (telle qu'un cocktail préemballé) doit indiquer une liste d'ingrédients, alors qu'une telle exigence n'est pas nécessaire pour les produits standards comme la vodka et le gin.

Après plus de 30 ans sans avoir été mises à jour, les règles relatives aux normes de produits pour la bière envisagées dans la LAD ont été modifiées en 2019 afin de suivre la croissance rapide du marché des bières artisanales et aromatisées. Entre autres, ces modifications attendues de longue date ont changé la définition de la norme de produit de la bière pour inclure certains arômes et additifs autorisés, y compris le miel et les herbes.

Les fabricants internationaux ne doivent pas présumer que les normes de produits et d'étiquetage mondiales s'appliqueront au Canada. Non seulement le Canada a des exigences supplémentaires en matière de traduction et de contenu des étiquettes, mais les vignettes et les allégations sur les produits sont également strictement contrôlées. En particulier, les illustrations et les récits qui annoncent une teneur en alcool, des ingrédients ou des procédés de fabrication « naturels », une teneur « biologique » ou diverses déclarations environnementales sont actuellement dans le collimateur des divers organismes de réglementation (en général l'Agence canadienne d'inspection des aliments ou l'ACIA) chargés de faire appliquer la loi.

Considérations diverses sur l'achat et la distribution au niveau provincial

Une fois que les fabricants et les distributeurs internationaux sont convaincus que leurs produits sont conformes aux normes canadiennes, ils peuvent les vendre sur le marché canadien. Il n'est peut-être pas surprenant de constater qu'il ne suffit pas de trouver un partenaire contractuel et de conclure un accord d'approvisionnement pour y parvenir.

Chaque province et territoire dispose d'un régime distinct de distribution et de vente d'alcool et d'une société ou d'une autre autorité gouvernementale chargée de réglementer la vente et la consommation d'alcool. La plupart des provinces ont ce que l'on appelle généralement un système « fermé », dans lequel une société d'État provinciale est responsable de l'importation des produits dans la province, ainsi que de la vente au détail. Certaines provinces, comme l'Alberta, utilisent un réseau de vente au détail du secteur privé, tandis que d'autres, comme l'Ontario, la Colombie-Britannique et le Québec, utilisent une combinaison de points de vente au détail privés et publics. La Régie des alcools de l'Ontario (la « LCBO ») est le plus grand importateur/acheteur de boissons alcooliques au monde.

Le processus d'achat des spiritueux a souvent fait l'objet de discussions dans les secteurs internationaux et a été remis en cause à de nombreuses reprises, sur le plan du commerce, par l'Organisation mondiale du commerce et à l'occasion de procédures de règlement des

différents dans le cadre d'accords commerciaux régionaux, tels que l'*Accord Canada-États-Unis-Mexique* (l'« ACEUM »), en grande partie parce qu'il est perçu comme un système protectionniste. Bien que chaque province et territoire dispose de sa propre procédure d'achat, la plupart d'entre eux utilisent des méthodes similaires. Les fabricants qui souhaitent pénétrer le marché canadien devront envisager chaque province et territoire séparément, afin de réussir à faire inscrire leurs boissons alcooliques sur la liste.

Les mesures d'achat standards comprennent des processus internes établis par les sociétés d'État, qui envisagent les profils de produits que l'autorité compétente en matière de boissons alcooliques souhaite remplir. Ce système tient compte des habitudes d'achat passées et des nouvelles tendances. La Société des alcools du Québec (SAQ), par exemple, dispose d'une *Politique d'achat et de mise en marché* qui définit les règles d'inscription aux listes. En général, à l'issue des diverses procédures internes, un contrat est conclu entre le fabricant et la société d'État, qui définit les obligations d'approvisionnement, les considérations relatives aux prix, les droits de compensation, etc. Le produit doit souvent satisfaire à des tests d'analyse chimique, être conforme aux normes d'emballage et d'étiquetage en vigueur et, dans de nombreux cas, être expédié dans des conteneurs portant un marquage spécifique à la province pour faciliter le stockage.

Les agents qui agissent pour le compte des fabricants fournissent souvent des services dans le cadre des procédures d'achat provinciales. Ces services peuvent être particulièrement utiles aux premières étapes de la négociation avec la société d'État concernée.

Publicité des boissons alcooliques au Canada

La publicité des boissons alcooliques au Canada est régie, en grande partie, par le *Code de la publicité radiodiffusée en faveur de boissons alcoolisées* fédéral (le « Code ») du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (le « CRTC »). Les règles relatives à la diffusion de messages publicitaires sont très détaillées. Les messages publicitaires ne peuvent pas tenter d'influencer la consommation par des personnes n'ayant pas l'âge légal, tenter d'instituer un produit comme le « symbole d'un statut social », créer l'impression que la consommation d'un tel produit est essentielle pour prendre plaisir à

une activité ou dépeindre la consommation d'alcool dans des situations où elle est interdite (comme au volant), etc. Afin de s'assurer que les publicitaires se conforment à ces règles, l'organisme Les normes canadiennes de la publicité offre des services de préapprobation aux fins de conformité aux règles du Code fédéral, ainsi que des services d'examen des publicités imprimées et extérieures en fonction des restrictions publicitaires provinciales supplémentaires. Chaque province du Canada a adopté une législation concernant la publicité sur l'alcool sur son territoire, qui peut ou non s'aligner sur les principes énoncés dans le Code. Certaines provinces ont des exigences additionnelles. Par exemple, au Manitoba, il est nécessaire d'inclure un message de responsabilité sociale dans toutes les publicités (p. ex. « Veuillez boire de façon responsable »).

Par conséquent, les campagnes de commercialisation mondiales pourraient ne pas être autorisées au Canada, et il peut être nécessaire de concevoir des annonces et des publicités imprimées particulières pour le Canada.

Le consommateur canadien est de plus en plus intéressé par les nouvelles tendances en matière de boissons alcooliques — et le marché est en effet rentable et en pleine croissance au Canada. À l'avenir, nous nous attendons à ce que la convergence entre le secteur des boissons alcooliques et celui du cannabis et le développement de catégories de boissons à faible teneur en alcool, sans alcool et désalcoolisées aient une incidence significative sur les normes, les ventes, la rentabilité et le choix des consommateurs.

POUR PLUS D'INFORMATION, VUEILLER COMMUNIQUER AVEC:

Martha Harrison

416-601-8864

mharrison@mccarthy.ca

Rami Chalabi

416-601-8125

rchalabi@mccarthy.ca

Ranjeev Dhillon

416-601-8327

rdhillon@mccarthy.ca

Matthew Sanders

416-601-4306

msanders@mccarthy.ca

Evie Bouras

416-601-4305

ebouras@mccarthy.ca

VENTE DIRECTE AU CONSOMMATEUR

Connaissance des partenariats existants	245
Attention accrue à la réglementation	245
Considérations relatives aux données et à la cybersécurité	246

Par Chrystelle Chevalier-Gagnon



VENTE DIRECTE AU CONSOMMATEUR

Le modèle de vente directe au consommateur (« VDC ») demeure un canal de vente attrayant pour de nombreux fabricants de produits de marques grand public. Au départ un espace occupé principalement par des entreprises du secteur du commerce électronique effectuant uniquement de la VDC, la VDC a de plus en plus été adoptée par des marques établies qui y voient une occasion unique de vendre directement aux consommateurs sans l'intermédiaire de plateformes, de partenaires de vente au détail, de grossistes ou de distributeurs. En pratique, l'immédiateté de la relation entre la marque et le consommateur qu'offre la vente VDC s'accompagne également d'un lien plus immédiat entre les marques et un certain nombre de régimes de réglementation et de conformité importants.

Connaissance des partenariats existants

Les marques qui envisagent de passer au modèle de VDC doivent avant tout se demander si leurs relations contractuelles existantes avec des intermédiaires (qu'il s'agisse de distributeurs, de partenaires de vente au détail ou autres) seront compromises — ou même si les accords existants empêchent tout simplement la poursuite d'un canal de VDC. Les relations des marques grand public avec les intermédiaires du secteur doivent donc être au premier plan des préoccupations de ces marques lorsqu'elles envisagent une incursion dans un canal de VDC, de sorte qu'un examen complet des engagements contractuels existants doit être effectué dès le départ. Les marques pourront ainsi identifier les points problématiques pour les partenaires commerciaux, négocier les modifications contractuelles nécessaires et se positionner pour évaluer correctement la viabilité du lancement d'une stratégie de VDC.

Attention accrue à la réglementation

Étant donné qu'un passage à l'espace VDC positionne ultimement les marques dans une relation plus immédiate avec les consommateurs, la VDC peut déclencher l'application de régimes de réglementation qui était auparavant assurée par des tiers. Par exemple, les marques qui s'appuyaient auparavant sur un intermédiaire (comme un distributeur ou un partenaire de vente au détail) pour les interactions avec les clients devront, dans un contexte de VDC, envisager l'application des lois sur



la protection du consommateur à leurs activités de VDC. Les retours de marchandise par les clients, les remboursements et les activités de commerce électronique destinées aux consommateurs peuvent tous présenter de nouvelles considérations d'ordre juridique. De même, lorsque le produit a été vendu directement aux consommateurs, les marques peuvent être amenées à collaborer plus directement avec les organismes de réglementation pour gérer les retraits et les rappels de produits, ou d'autres mesures correctives. Pour les marques qui vendent des produits sur une base transfrontalière, il faut décider qui sera l'importateur officiel pour les VDC et qui sera responsable du paiement des droits ou taxes dus sur les produits importés. Pour ces raisons, les fabricants de marques grand public doivent s'assurer qu'ils disposent des ressources internes et externes appropriées pour traiter de ces questions et d'autres aspects liés à la conformité qui auraient autrement été pris en charge par des intermédiaires.

Considérations relatives aux données et à la cybersécurité

Un facteur important du passage à la VDC est l'éventail des possibilités de collecte de données qu'offrent les canaux de VDC. Les interactions directes avec les consommateurs, sources de renseignements précieux sur les préférences, les dépenses, la situation géographique et d'autres données démographiques, peuvent être exploitées pour affiner les efforts de marketing et de publicité, par exemple. Compte tenu des renseignements personnels concernant les individus qui peuvent être recueillis dans le cadre des interactions liées à la VDC et au commerce électronique, les données et la cybersécurité sont d'une importance primordiale. Les marques qui envisagent de lancer un canal de VDC doivent déterminer dès le départ les types de renseignements personnels qu'elles ont l'intention de recueillir auprès des consommateurs individuels dans le cadre d'achats directs, et pour chaque type de renseignements, à quelles fins la marque entend les utiliser. Plus précisément, la marque a-t-elle l'intention de vendre ces données à d'autres entités ou de les partager avec elles, ou d'envoyer des publicités ciblées aux visiteurs de sites Web? Dans chaque cas, une politique de confidentialité claire, des consentements appropriés et un programme de sécurité de l'information adapté doivent être élaborés et mis en œuvre, en plus d'identifier les principales menaces en matière de cybersécurité avant le lancement de toute activité de VDC. Il ne fait aucun doute que les modèles de VDC



sont une occasion importante de faire progresser les stratégies de vente omnicanaux, à condition que les marques grand public cernent les enjeux en matière de réglementation et de conformité qui découleront de ces modèles, et qu'elles se préparent à les relever.

POUR PLUS D'INFORMATION, VUEILLER COMMUNIQUER AVEC:

Chrystelle Chevalier-Gagnon

514-397-4159

cchevaliergagnon@mccarthy.ca



PROFIL McCARTHY TÉTRAULT

Notre groupe Commerce de détail et marché de consommation	249
Au cœur du secteur	250
Aperçu du secteur	250
Contacts à McCarthy Tétrault	252
Remerciements	252

PROFIL MCCARTHY TÉTRAULT

Notre groupe Commerce de détail et marché de consommation

Grâce à notre expérience inégalée du secteur, nos conseils pratiques et contextuels et nos équipes sur mesure et intégrées, notre groupe Commerce de détail et marché de consommation de McCarthy Tétrault aide ses clients à surmonter les défis quotidiens inhérents au secteur et à tirer parti des tendances émergentes qui profitent à leurs entreprises. Nos vastes connaissances et notre expérience des affaires à l'échelle mondiale nous permettent de donner des conseils sur des mandats importants dans tous les secteurs : biens de consommation, aliments, boissons et agroalimentaire, franchises et distribution, hôtellerie et restauration, et commerce de détail. Nous mettons par ailleurs au service de nos clients les professionnels les plus expérimentés et les plus compétents afin de leur fournir des conseils juridiques et stratégiques de premier plan, quels que soient leurs défis. Notre cabinet a mis sur pied une équipe sectorielle, proactive et intégrée, qui possède une expérience dans diverses disciplines et régions afin de répondre aux besoins des entreprises en contact avec les consommateurs au Canada, aux États-Unis et à l'étranger.

Profondément ancrés dans le secteur, nous sommes dirigés par des avocats spécialisés dans le commerce de détail et les biens de consommation, qui s'appuient sur leurs compétences juridiques et l'expérience de notre cabinet dans des secteurs connexes, comme la technologie et les services financiers, pour répondre aux besoins juridiques généraux du secteur. Nous participons activement à de nombreuses associations du secteur, comme le Conseil canadien du commerce de détail, le Conseil international des centres commerciaux, la Retail Industry Leaders Association, l'International Group of Department Stores, l'Association canadienne de la franchise ainsi que Produits alimentaires et de consommation du Canada. Nous sommes donc intimement au courant de ce qui se passe au sein du secteur — ce qui est primordial si nous voulons aider nos clients à garder une longueur d'avance dans ce secteur très dynamique.

Notre équipe a l'habitude de repérer les marchés étrangers prometteurs et d'élaborer des stratégies d'entrée qui permettent de surmonter les obstacles au marché. Nous tirons aussi parti de nos relations et de notre expertise pour aider les entreprises à relever leurs enjeux stratégiques

et juridiques lorsqu'elles entrent sur le marché canadien et y prennent de l'expansion.

Disposant de spécialistes dans tous les grands centres d'affaires du Canada et d'une excellente compréhension des différences entre les législations provinciales, nous aidons nos clients à réussir dans chaque marché. Nous sommes fiers d'être un cabinet entièrement bilingue et d'offrir le soutien juridique nécessaire pour répondre aux exigences liées à l'usage du français ou de l'anglais.

Au cœur du secteur

Plongés au cœur du secteur, nous entretenons des liens avec les leaders et les associations du secteur. C'est grâce à ces liens et à notre compréhension des tendances émergentes que nous aidons nos clients à garder une longueur d'avance. L'approche transparente de notre cabinet signifie que les clients n'ont qu'un coup de fil à donner pour résoudre un problème ou saisir une occasion.

Aperçu du secteur

Nous prenons fréquemment la parole à l'occasion d'événements sectoriels, notamment ceux organisés par le Conseil canadien du commerce de détail, la Retail Industry Leaders Association, l'International Group of Department Stores, le Luxury Law Summit, Produits alimentaires et de consommation du Canada et notre propre Sommet annuel sur le secteur du commerce de détail et des biens de consommation. Grâce à notre participation active et à la place que nous occupons à la table des discussions, nous comprenons les nouveaux défis auxquels vous êtes confrontés et savons comment les relever.

Notre Sommet national annuel sur le commerce de détail et des biens de consommation est une occasion de mettre en lumière les dernières tendances du secteur et l'évolution des questions juridiques, ainsi que de proposer des conseils pratiques sur les questions d'actualité touchant les détaillants et les entreprises en contact avec les consommateurs. Pour plus d'information sur le secteur au Canada, veuillez consulter notre blogue : [**Perspectives**](#) du secteur du détail et des biens de consommation.

Possédant des bureaux dans les principaux centres commerciaux du Canada et des bureaux de représentation à New York et à Londres, au Royaume-Uni, McCarthy Tétrault offre des services intégrés en droit des affaires, litige, droit fiscal, droit immobilier et droit de l'emploi et du travail tant à l'échelle nationale qu'internationale.

Veillez communiquer avec l'un(e) des avocat(e)s ci-dessous pour vous aider à effectuer une analyse détaillée des enjeux liés à votre entreprise.

Contacts à McCarthy Tétrault

CHEF, GROUPE COMMERCE DE DÉTAIL ET MARCHÉ DE CONSOMMATION

Chrystelle Chevalier-Gagnon
514-397-4159
cchevaliergagnon@mccarthy.ca

CHEF, BIENS DE CONSOMMATION

Christopher Hubbard
416-601-8273
chubbard@mccarthy.ca

CHEF, ALIMENTS, BOISSONS ET AGROALIMENTAIRE

Kara Smyth
403-260-3724
ksmyth@mccarthy.ca

CHEF, FRANCHISES ET DISTRIBUTION

Stephanie Sugar
416-601-8976
ssugar@mccarthy.ca

CHEF, HÔTELLERIE ET RESTAURATION

Trevor Lawson
416-601-8227
tlawson@mccarthy.ca

CHEF, LUXE

Casey Halladay
416-601-4348
challaday@mccarthy.ca

CHEF, COMMERCE DE DÉTAIL

Donovan Plomp
604-643-7156
dplomp@mccarthy.ca

Remerciements

Outre les auteurs mentionnés dans chaque rubrique, de nombreuses personnes ont contribué à la publication du présent Guide. Le groupe Commerce de détail et marché de consommation tient à souligner l'apport important des personnes suivantes :

Samantha Morel

Nureen Ismail

Liam Rompré

Pierre Dushime

Fred Purkey

Juliet Watts

Kassandra Grenier

Samantha Steeves

VANCOUVER

Suite 2400, 745 Thurlow Street
Vancouver (Colombie-Britannique)
V6E 0C5

CALGARY

Suite 4000, 421 7th Avenue SW
Calgary (Alberta) T2P 4K9

TORONTO

Suite 5300, TD Bank Tower
Box 48, 66 Wellington Street West
Toronto (Ontario) M5K 1E6

MONTRÉAL

Bureau MZ400
1000, rue De La Gauchetière Ouest
Montréal (Québec) H3B 0A2

QUÉBEC

500, Grande Allée Est, 9e étage
Québec (Québec) G1R 2J7

NEW YORK

55 West 46th Street, Suite 2804
New York, New York 10036
États-Unis

LONDRES

1 Angel Court, 18th Floor
Londres EC2R 7HJ
Royaume-Uni