



Décision de télécom CRTC 2005-19

Ottawa, le 30 mars 2005

Service 900 – Ententes et garanties offertes aux consommateurs

Références : 8665-C12-15/02 et avis de modification tarifaire 740 et 741 de Bell Canada

Dans la présente décision, le Conseil établit de nouvelles garanties pour les consommateurs qui utilisent le service 900. Les nouvelles mesures de protection prévoient de nouveaux outils de sensibilisation du public destinés à mieux faire connaître aux consommateurs les modalités et les conditions des services 900. Elles prévoient également la réduction des frais maximums par appel dans le cas de certains services 900, l'obligation pour les compagnies de téléphone d'effectuer gratuitement le blocage des appels 900 et l'extension, à tous les fournisseurs de services de contenu 900, de certaines garanties qui auparavant s'appliquaient seulement lorsque la compagnie de téléphone assurait la facturation et la perception, notamment l'obligation de radier les frais raisonnablement contestés.

I. Introduction

1. Le service 900 permet aux utilisateurs d'appeler à des numéros de téléphone précédés de l'indicatif 1-900 et d'accéder à un programme tarifé à l'appel et fourni par un tiers, appelé fournisseur de services de contenu 900. Les programmes tarifés à l'appel qu'offrent les fournisseurs de services de contenu 900 comprennent des services en direct ou préenregistrés, par exemple, des lignes de bavardage pour adultes, l'enregistrement de votes, la consultation de voyants, l'horoscope, la couverture de téléromans, des jeux, le traitement de dons, des résultats sportifs, des prévisions météorologiques, de la traduction ainsi que des services médicaux, juridiques ou gouvernementaux.
2. Le service 900 est un service réseau tarifé fourni par Aliant Telecom Inc. (Aliant Telecom), Bell Canada, MTS Allstream Inc. (MTS Allstream, anciennement MTS Communications Inc.) et TELUS Communications Inc. (TCI) (collectivement, les entreprises de services 900 ou les Compagnies). L'exploitation d'un service 900 est régie par le Tarif des services nationaux, dans le cas d'Aliant Telecom, Bell Canada et MTS Allstream, par le Tarif général dans le cas de TCI ainsi qu'aux termes des trois ententes suivantes : le contrat du fournisseur de services (FS), la convention relative à la gestion des comptes-clients (GCC) et l'entente portant sur la formule de facturation optionnelle (FFO) (collectivement, les ententes). Le Conseil a approuvé ces tarifs et ces ententes. Les ententes définissent les relations d'affaires entre l'entreprise de services 900 et le fournisseur de services de contenu 900.
3. Le service 976, également un service tarifé à l'appel, est fourni exclusivement par Bell Canada, et seulement en Ontario et au Québec. Bell Canada offre ce service aux termes de son Tarif général, d'un contrat FS et d'une convention GCC.
4. Le contrat FS précise les modalités et les conditions suivant lesquelles une entreprise de services 900 fournit un service 900 à un fournisseur de services de contenu 900. Il précise les paramètres liés au réseau, le numéro du programme du service 900 (détection et attribution), les caractéristiques du préambule obligatoire pour les services 900 et la publicité.

5. Conformément à la convention GCC, l'entreprise de services 900 facture les utilisateurs de services 900 au nom du fournisseur de services de contenu 900 en utilisant le numéro de téléphone à partir duquel l'appel 900 est logé. L'entreprise de services 900 verse au fournisseur de services de contenu 900 le montant perçu auprès de l'appelant, moins certains droits et les débits compensatoires¹.
6. Conformément à l'entente FFO, le fournisseur de services de contenu 900 peut facturer directement les utilisateurs de services 900 en utilisant les données détaillées de l'appel fournies par l'entreprise de services 900. Par ailleurs, le fournisseur de services de contenu 900 peut confier en sous-traitance à d'autres entreprises les fonctions de facturation et de perception.
7. Les fournisseurs de services de contenu 900 disposent également d'autres modes de facturation en plus de ceux décrits dans la convention GCC et l'entente FFO, notamment le paiement par carte de crédit et carte de débit, le paiement préautorisé ou les intermédiaires de paiement.
8. L'annexe A décrit les garanties qui étaient offertes aux consommateurs dans le cas du service 900 avant la diffusion de la présente décision.

II. Instance

9. Le Conseil a reçu une demande présentée par les Compagnies le 28 novembre 2001 aux termes de l'avis de modification tarifaire 740 (l'AMT 740), en vue de modifier les ententes de manière à :
 - fournir une protection aux consommateurs à l'égard des services 900 accessibles par Internet, en rendant obligatoire l'affichage du contenu du préambule dans une boîte de dialogue et en obligeant les utilisateurs à cliquer sur le bouton « J'accepte » ou à signifier autrement leur consentement, avant que les frais ne commencent à s'appliquer;
 - ajouter des exigences en matière d'information que les fournisseurs de services de contenu 900 doivent respecter pour faire en sorte que les clients savent qu'une partie autre que la compagnie de téléphone pourra les facturer pour un appel 900;
 - interdire des fraudes du genre « cartes à gratter », qui sont généralement le fait de personnes qui reçoivent des cartes à jouer par la poste les informant qu'elles ont gagné un prix et qu'elles doivent appeler à un numéro 900 pour savoir comment le réclamer;
 - abaisser de 25 \$ à 5 \$ les frais d'appel applicables aux jeux de hasard dont le but est avant tout de permettre au fournisseur de services de contenu 900 de réaliser des profits à partir des frais perçus auprès des appelants à un numéro 900.

¹ Les débits compensatoires correspondent aux frais d'appel que les Compagnies suppriment et qui sont absorbés par les fournisseurs de services de contenu 900. Les débits compensatoires sont décrits en détail aux paragraphes 71 et 72 de la présente décision.

10. Le 19 décembre 2001, les Compagnies ont déposé l'avis de modification tarifaire 741 (AMT 741) dans lequel elles proposaient des changements à la convention GCC. Elles ont proposé d'augmenter de 100 \$ à 200 \$ les frais maximums pour un appel fait à un service de ligne de médium à tarif maximum (LMTM) et de réduire de 10 \$ à 6 \$ les frais maximums par minute pour ce genre d'appels.
11. Dans l'ordonnance *Service 900 – Nouvelles garanties provisoires pour les consommateurs*, Ordonnance de télécom CRTC 2002-143, 9 avril 2002 (l'ordonnance 2002-143), le Conseil a approuvé provisoirement les changements proposés par les Compagnies dans l'AMT 740.
12. Le 9 avril 2002, le Conseil a publié l'avis *Service 900 – Ententes et garanties offertes aux consommateurs*, Avis public de télécom CRTC 2002-2 (l'avis 2002-2), en réponse aux demandes déposées par les Compagnies aux termes des AMT 740 et 741.
13. Dans l'avis 2002-2, le Conseil a sollicité les observations du public sur :
 - les changements proposés dans les AMT 740 et 741;
 - l'efficacité des garanties actuelles offertes aux consommateurs à l'égard du service 900 ainsi que de leurs mécanismes et procédures d'application et, si elles sont jugées inefficaces, toute amélioration possible à ces garanties;
 - la pertinence d'offrir aux consommateurs des garanties semblables à celles contenues dans l'entente GCC lorsque le fournisseur de services de contenu 900 s'acquitte directement des fonctions de facturation et de perception.
14. Dans l'instance relative à l'avis 2002-2, le Conseil a reçu des observations du Commissaire de la concurrence d'Industrie Canada (le Commissaire de la concurrence), de l'Association des consommateurs du Canada (division du Manitoba) et de la Manitoba Society of Seniors (l'ACC/MSOS) ainsi que de l'International Service Bureau, toutes en date du 21 mai 2002; de First Media Group (FMG) en date du 17 juillet 2002, des Compagnies en date du 18 juillet 2002, du Centre pour la défense de l'intérêt public au nom de l'Association des consommateurs du Canada, de l'Organisation nationale anti-pauvreté et de l'Union des consommateurs (les Groupes de défense des consommateurs) en date du 18 juillet 2002, de Bill Elder en date du 9 avril 2002, de Claudia Faille en date du 12 avril 2002 et de Bill Cuell en date du 27 avril 2002.
15. Le 9 avril 2002, le Conseil a adressé des demandes de renseignements aux Compagnies et il a reçu leurs réponses en date du 7 mai 2002.
16. Le 27 mai 2002, Ken Langille et les Groupes de défense des consommateurs ont tous deux adressé des demandes de renseignements aux Compagnies. Le Conseil a reçu les réponses des Compagnies en date du 26 juin 2002.
17. Le Conseil a reçu les réponses des Compagnies et des Groupes de défense des consommateurs en date du 9 août 2002.

III. Observations des parties

18. Les parties à la présente instance ont présenté leur point de vue sur la pertinence d'imposer de nouvelles exigences aux fournisseurs de services de contenu 900 et aux Compagnies. En général, les parties ont fait valoir que, grâce aux nouvelles garanties, les consommateurs disposeraient d'information et de nouveaux outils qui leur permettraient d'éviter de se faire facturer des frais imprévus liés au service 900 et des appels non autorisés aux programmes du service 900.
19. Dans la présente décision, le Conseil a regroupé les observations des parties sous sept points différents :
 1. outils de sensibilisation du public;
 2. réduction des frais maximums applicables à certains programmes du service 900;
 3. mesures visant à limiter les risques pour le consommateur;
 4. autres obligations à l'égard des fournisseurs de services de contenu 900;
 5. extension des garanties prévues à la convention de GCC aux fournisseurs de services de contenu 900 qui utilisent d'autres modes de facturation;
 6. restrictions imposées aux entreprises de services 900;
 7. règlement des plaintes et mesures d'application.

1. Outils de sensibilisation du public

a) Préambule au début des programmes du service 900

i) Protection des consommateurs à l'égard des services 900 accessibles par Internet

20. Dans l'AMT 740, les Compagnies ont proposé de modifier de la manière suivante la définition du « préambule » dans les ententes et d'intégrer ce préambule aux programmes du service 900 accessibles par Internet :

« Préambule » s'entend du message d'une durée maximale de trois (3) minutes présenté au début d'un programme et indiquant les frais d'appel, une description du programme et le nom du fournisseur de services. On y informe l'appelant que la facturation ne débute qu'après le préambule, ce qui permet à l'appelant d'éviter d'engager des frais s'il raccroche avant la fin du message. Dans le cas des applications 900 utilisant le protocole Internet, le contenu du préambule doit être affiché dans une boîte de dialogue, en langage clair et dans une police de taille 12 ou plus. Avant que les frais ne s'appliquent, l'appelant doit cliquer sur le bouton « J'accepte » ou signifier clairement son consentement d'une autre manière. (L'ajout proposé est souligné).

21. Les Compagnies ont fait valoir que les changements proposés feraient en sorte que les utilisateurs d'Internet seraient pleinement informés qu'ils seront facturés pour l'utilisation d'un programme du service 900 par Internet. Les Compagnies estiment que si elles affichent l'information du préambule sous forme de texte et obligent l'utilisateur à signifier qu'il accepte cette information en cliquant sur le bouton « J'accepte », c'est en pleine connaissance de cause que l'utilisateur décidera d'accéder au programme du service 900, comme c'est le cas pour l'utilisateur par téléphone qui demeure en ligne à la fin du préambule.
22. En ce qui concerne la formulation proposée par les Compagnies, « Avant que les frais ne s'appliquent, l'appelant à un service 900 utilisant le protocole Internet doit cliquer sur le bouton « J'accepte » ou signifier clairement son consentement d'une autre manière », les Groupes de défense des consommateurs ont dit craindre que cette formulation ne soit interprétée comme une disposition autorisant un consentement par défaut.
23. Les Groupes de défense des consommateurs ont soutenu que, pour vraiment protéger les consommateurs contre tout appel involontaire au service 900 par Internet, il était essentiel d'exiger clairement une forme de consentement actif. Ils ont donc proposé l'ajout « dans le cadre d'un processus d'adhésion » à la fin de la phrase mentionnée au paragraphe précédant.
24. Dans le même esprit, l'ACC/MSOS ont fait valoir que l'information présentée dans le préambule devrait indiquer clairement qu'en cliquant sur le bouton « J'accepte », l'appelant signifie qu'il accepte d'être facturé pour l'appel. Ces groupes de défense des consommateurs ont ajouté que l'appelant ne doit pas signifier son consentement tout simplement en restant en ligne, mais bien en exécutant une action concrète quelconque.
25. Le Commissaire de la concurrence a appuyé les changements proposés par les Compagnies en vue d'étendre les garanties aux clients qui choisissent d'accéder aux programmes du service 900 par Internet, mais il recommande que le message du préambule soit :
 - a) court, précis et clair;
 - b) facile à lire (il ne doit pas contenir de caractères d'imprimerie, de majuscules, d'espacements étroits ni de petits caractères);
 - c) rédigé dans un langage clair et simple (il doit être exempt de mots et de phrases inusités);
 - d) présenté à l'internaute avant que le transfert ne se produise, ce donnerait amplement l'occasion au client de refuser la nouvelle connexion.
26. En réplique, les Compagnies ont fait valoir que la formulation proposée par les Groupes de défense des consommateurs manquait de clarté et pouvait être mal interprétée. Par contre, elles ont ajouté qu'elles ne s'opposeraient pas à la formulation de rechange suivante « ou signifier son consentement explicite d'une autre façon ». Les Compagnies ont indiqué que cette nouvelle formulation reflèterait l'esprit de la proposition des Groupes de défense des consommateurs, qu'elle serait plus claire et qu'elle se prêterait moins à l'interprétation.

27. Les Compagnies ont accepté la suggestion de l'ACC/MSOS selon laquelle le texte affiché dans la boîte de dialogue doit indiquer clairement qu'en cliquant sur le bouton « J'accepte » ou en signifiant clairement son consentement d'une autre manière, l'utilisateur accepte d'être facturé pour l'accès au programme du service 900. Les Compagnies ont fait savoir que même si ce consentement est implicite dans l'actuel préambule, l'obligation de l'utilisateur de signifier explicitement son consentement permettrait de s'assurer que le consommateur sait que des frais lui seront facturés s'il clique sur le bouton « J'accepte », particulièrement dans le contexte d'une activité en ligne où l'utilisateur risque de ne pas lire le texte du préambule au complet.

28. Dans leurs répliques, les Groupes de défense des consommateurs ont approuvé les propositions du Commissaire de la concurrence concernant l'affichage du préambule dans la boîte de dialogue.

ii) Obligation de fournir des renseignements supplémentaires concernant les autres modes de facturation

29. Dans l'AMT 740, les Compagnies ont proposé de modifier le contrat FS en y ajoutant ce qui suit :

Lorsqu'un programme est facturé conformément à l'Entente portant sur la formule de facturation optionnelle, toute publicité, publication ou tout autre document du fournisseur de service contenant un numéro de programme (autre qu'un numéro figurant dans un annuaire téléphonique ou de publicité) ou un URL lié à un programme 900, doit comporter un énoncé facile à comprendre indiquant : a) que les frais de l'appel ne figureront pas sur la facture de téléphone de l'appelant, b) que l'appelant sera facturé séparément pour l'appel, c) le nom de l'entité qui facturera l'appel et d) que les Compagnies peuvent communiquer des renseignements personnels concernant l'appelant uniquement aux fins de facturation de l'appel.

30. Les Compagnies ont également proposé de modifier les caractéristiques du préambule énoncé dans l'entente FFO en y ajoutant l'information suivante :

Le préambule doit clairement indiquer : a) que les frais de l'appel ne figureront pas sur la facture de téléphone de l'appelant, b) que l'appelant sera facturé séparément pour l'appel, c) le nom de l'entité qui facturera l'appel et d) que les Compagnies peuvent communiquer des renseignements personnels concernant l'appelant uniquement aux fins de facturation de l'appel.

31. Les Compagnies ont fait remarquer qu'elles proposaient ces changements à la suite de plaintes provenant de clients qui avaient reçu des factures pour des services 900, par le biais du processus FFO, qui ne portaient pas le logo de la compagnie de téléphone et ne ressemblaient pas aux factures habituelles des Compagnies. Ces dernières ont d'ailleurs ajouté que certains clients avaient refusé d'honorer les factures émises par des fournisseurs de services de contenu 900, de peur qu'il ne s'agisse de factures frauduleuses.

32. L'ACC/MSOS ont appuyé l'ensemble des modifications proposées par les Compagnies, mais à leur avis, l'information contenue dans les factures de téléphone leur semblait insuffisante. Ces groupes de défense des consommateurs ont ajouté que le fournisseur de services de contenu 900 devrait également fournir un numéro de téléphone sans frais pour les demandes de renseignements, peut-être durant le préambule, afin que l'appelant sache comment communiquer avec l'entité de facturation, au besoin.

33. FMG a indiqué qu'elle était tout à fait favorable à l'idée d'informer les appelants, tant dans la publicité que dans le préambule, qu'ils seraient facturés par une tierce partie. FMG a cependant fait remarquer que les ajouts proposés par les Compagnies seraient coûteux et inutilement répétitifs, et qu'ils entraîneraient une perte de temps et d'espace. Elle a ajouté que si le nom de l'entité de facturation est fourni à l'appelant dans la publicité et dans le préambule, il n'est pas nécessaire de répéter que les frais exigés pour l'appel au service 900 ne figureront pas sur la facture de téléphone de l'appelant, que les appels seront facturés séparément et que les Compagnies pourront communiquer à l'entité de facturation des renseignements concernant la facturation.

iii) Application du préambule à tous les programmes du service 900

34. Les Groupes de défense des consommateurs ont affirmé que, d'après les données fournies par les Compagnies au sujet des plaintes concernant le service 900, certains appelants prétendent ne pas avoir été informés qu'ils seraient facturés. Pour régler ce problème, ont-ils ajouté, le préambule devrait être obligatoire pour tous les programmes du service 900, à la seule exception des cas où l'appelant saute volontairement le préambule.

35. Les Groupes de défense des consommateurs ont fait remarquer que l'article 3.4 du contrat FS précise que le préambule est obligatoire, sauf dans les cas suivants :

- lorsque les frais d'appel sont des frais fixes de trois dollars ou moins, que l'appel ne concerne pas un programme utilisant l'option de reçu, que le numéro est inscrit dans un annuaire téléphonique ou que le programme s'adresse à des appelants de moins de 18 ans;
- lorsqu'un appelant régulier désactive intentionnellement le préambule (le dispositif permettant de désactiver le préambule doit toutefois demeurer inopérant pendant 30 jours après une augmentation du prix du programme).

36. Les Groupes de défense des consommateurs ont fait valoir qu'il y aurait lieu de supprimer la première exception à la règle puisqu'elle permet que les appelants potentiels soient facturés alors qu'ils ne s'y attendent pas. Ils alléguaient que pour de nombreux clients, les frais de trois dollars représentaient une somme importante et que sur une période de 30 jours, le total pourrait être élevé. Les Groupes de défense des consommateurs ont ajouté qu'en supprimant l'exception concernant les frais fixes de moins de trois dollars par appel, il serait probablement possible de réduire la fréquence de l'activation involontaire du service 900 et donc le nombre de plaintes.

iv) Jeux de hasard

37. Les Groupes de défense des consommateurs ont souligné l'importance d'informer pleinement les consommateurs des options à leur disposition lorsqu'ils s'engagent dans un jeu de hasard à partir de numéros 900. Plus précisément, les Groupes de défense des consommateurs ont fait valoir qu'il y aurait lieu d'informer les appelants des moyens de participer délibérément à un jeu de hasard offert gratuitement à partir du service 900, avant que les frais ne commencent à s'appliquer, renseignements qui devraient être fournis dans la publicité générale et dans le préambule présenté au début de tous les appels au numéro 900 en question.

38. L'ACC/MSOS ont fait remarquer que la règle sur les numéros 900 établie par la Federal Trade Commission (la FTC) des États-Unis (É.-U.) exige que les annonces publicitaires sur les jeux de hasard indiquent quelles sont les chances de gagner et, s'il est impossible de les prédire, quels sont les facteurs déterminants, notamment le nombre d'inscriptions. L'ACC/MSOS ont ajouté que la règle de la FTC sur les numéros 900 précise qu'il doit y avoir une méthode permettant aux consommateurs de participer librement aux loteries publicitaires et que cette méthode doit être divulguée dans l'annonce ou le préambule. L'ACC/MSOS ont recommandé que les fournisseurs de services de contenu 900 soient tenus d'inclure cette information dans les annonces publicitaires et dans le préambule des jeux de hasard. Ces groupes de défense des consommateurs ajoutent que la description du prix, lorsqu'elle est incluse, doit être exacte et en aucun cas trompeuse.

v) Divulgence complète des frais applicables au service 900

39. L'ACC/MSOS ont recommandé l'imposition d'exigences plus sévères qui prescrivaient la divulgation de tous les frais possibles liés à un appel à un programme du service 900. L'ACC/MSOS ont déclaré que bon nombre des plaintes adressées par les consommateurs concernent l'imposition imprévue de frais ou l'ampleur des frais. L'ACC/MSOS ont fait remarquer que la définition de « préambule » dans les ententes prévoit uniquement la divulgation des frais de l'appel.
40. L'ACC/MSOS ont fait observer que la règle de la FTC sur les numéros 900 précise que, lorsque des frais fixes s'appliquent à un appel, le montant doit être divulgué dans le préambule et, lorsque l'appel est tarifé à la durée, le préambule doit alors indiquer le coût par minute et, le cas échéant, les frais minimums. L'ACC/MSOS ont ajouté que la règle de la FTC sur les numéros 900 prévoit également que si la durée du programme peut être déterminée à l'avance, il faut alors divulguer, dans le préambule, les frais minimums qui seront facturés si l'appelant écoute la totalité du programme. L'ACC/MSOS ont recommandé l'imposition d'exigences similaires au Canada.
41. L'ACC/MSOS ont fait valoir que lorsque des taux différents s'appliquent à diverses parties du programme, il y a lieu de le mentionner dans le préambule. L'ACC/MSOS ont ajouté que l'appelant doit être prévenu que, si son appel est acheminé à un autre service tarifé à l'appel, d'autres frais s'appliqueront.
42. L'ACC/MSOS ont proposé qu'à intervalles réguliers durant l'appel un message annonce le total des frais facturés à ce stade. D'après l'ACC/MSOS, de nombreux appelants ne réalisent pas que les frais s'accumulent rapidement et il y aurait lieu de les en informer durant l'appel ou lorsqu'ils sont en attente.

b) Sensibilisation du public aux droits des consommateurs

i) Utilisation des programmes du service 900 par des mineurs

43. L'ACC/MSOS ont proposé que les relevés de compte mensuels soient accompagnés d'un message rappelant aux parents d'avertir leurs enfants qu'ils ne peuvent pas appeler à des numéros 1-900 sans leur autorisation.

44. L'ACC/MSOS ont fait remarquer que l'article 3.4 du contrat FS précisait que les programmes destinés à des appelants de moins de 18 ans doivent renfermer un préambule informant les appelants qu'ils doivent avoir obtenu l'autorisation de leurs parents, faute de quoi ils doivent raccrocher ou se déconnecter immédiatement. Selon l'ACC/MSOS, une telle mesure ne garantit nullement que l'appelant a obtenu l'autorisation parentale, ce qui les inquiète.
45. En réplique, les Compagnies ont fait savoir qu'elles envisageraient de participer à une campagne de sensibilisation du public s'il était prouvé que l'utilisation indue du service 900 par des mineurs était un problème répandu.

ii) Différence entre les numéros sans frais d'interurbain et les numéros 900

46. L'ACC/MSOS ont fait valoir que certains consommateurs ne faisaient peut-être pas la différence entre la série de numéros sans frais d'interurbain 1-800 ou 1-888 et la série de numéros 1-900 tarifés à l'appel. L'ACC/MSOS ont affirmé que tout le monde savait que les numéros 1-800 et 1-888 étaient généralement sans frais d'interurbain, mais que certains consommateurs avaient l'impression que les numéros 1-900 l'étaient également. L'ACC/MSOS ont ajouté que de nombreux indicatifs régionaux, tant au Canada qu'aux É.-U., commençaient par un « 8 » ou un « 9 ». À leur avis, cette situation peut prêter à confusion. En effet, certains pourraient croire, par exemple, que les appels à destination d'un indicatif régional commençant par un « 8 » sont sans frais d'interurbain, ou encore que les appels interurbains à des numéros commençant par un « 9 » sont liés, d'une manière ou d'une autre, à un programme du service 900.
47. L'ACC/MSOS ont également fait valoir que les pratiques téléphoniques frauduleuses incitaient les consommateurs à faire des appels interurbains outre-mer à des numéros similaires aux numéros 1-800, par exemple à des numéros dont l'indicatif régional est le 1-809, pour lesquels ils seront facturés à leur insu à des tarifs astronomiques. L'ACC/MSOS ont donc recommandé que les compagnies de téléphone lancent une campagne de sensibilisation auprès des consommateurs, par exemple, en joignant des messages d'information aux relevés de compte mensuels ou en les affichant dans leurs sites Web.
48. En réplique, les Compagnies ont affirmé qu'elles ignoraient qu'il pouvait y avoir de la confusion entre les numéros sans frais d'interurbain et les numéros 900. Elles ont fait valoir que si le problème s'aggravait, elles envisageraient de participer à une campagne de sensibilisation du public. Les Compagnies ont toutefois ajouté qu'il s'agissait probablement d'un problème isolé et que la meilleure façon de le régler consistait à recourir au mécanisme de rétrofacturation.

iii) Information à fournir sur les factures du service 900

49. Les Groupes de défense des consommateurs ont fait valoir que les exigences minimales établies par la FTC concernant les renseignements à divulguer sur les factures de téléphone étaient appropriées et qu'elles devraient être adoptées par le Conseil. Ils ont ajouté que la règle de la FTC concernant les numéros 900 précise que pour chaque appel 900 facturé par la compagnie de téléphone, le relevé doit indiquer la date, l'heure et, pour les services tarifés à la minute, la durée de l'appel. Cette règle précise également, ont-ils ajouté, que ces appels doivent être facturés séparément des appels locaux et interurbains. Selon les Groupes de défense des consommateurs, plus les factures renfermeront d'information au sujet des frais du service 900, moins les consommateurs appelleront la compagnie de téléphone pour obtenir des explications.

50. Selon les Groupes de défense des consommateurs, les mêmes exigences de divulgation de renseignements sur les factures devraient s'appliquer aux fournisseurs de services de contenu 900 qui facturent directement ou à toute entité de facturation pour le compte des fournisseurs de services de contenu 900.
51. Les Compagnies ont fait valoir que leurs pratiques actuelles de facturation dépassaient les exigences de la FTC. Elles ont expliqué que lorsqu'un appel 900 est facturé sur la facture de téléphone normale, aux termes d'une convention GCC, les frais figurent dans la section « messages facturables », sous la rubrique service 900. Les Compagnies ont ajouté que pour chaque appel 900, la facture indiquait la date, l'heure du début de l'appel, la durée, le numéro 900 appelé, une description du programme du service 900 et le total des frais de l'appel avant taxes. Le total des frais exigés pour le service 900, avant taxes, est indiqué à la fin de la section « service 900 », ont-elles précisé.
52. Les Compagnies ont affirmé qu'elles ne connaissaient pas la pratique utilisée par les fournisseurs de services de contenu 900 en ce qui concerne la divulgation des détails de la facture, aux termes de l'entente FFO. Elles appuient toutefois la proposition visant à fournir aux utilisateurs des programmes du service 900 facturés aux termes de l'entente FFO les mêmes détails que ceux qui figurent sur les factures établies aux termes d'une convention GCC. Les Compagnies ont indiqué qu'elles communiquaient aux fournisseurs de services de contenu 900 des renseignements détaillés aux fins de facturation, conformément à la décision *Révisions au service 900*, Décision Télécom CRTC 94-4, 25 février 1994 (la décision 94-4).

2. Réduction des frais maximums applicables à certains programmes du service 900

a) Programmes de jeux de hasard

53. Dans l'AMT 740, les Compagnies ont proposé de réduire de 25 \$ à 5 \$ les frais maximums par appel exigés pour les programmes de jeux de hasard à but lucratif, dans le but de mieux protéger les consommateurs en limitant leurs risques potentiels.
54. L'ACC/MSOS ont indiqué qu'elles appuyaient cette proposition.
55. Les Groupes de défense des consommateurs ont indiqué qu'ils appuyaient la proposition, tout en faisant remarquer qu'il était quand même exagéré d'exiger 5 \$ par appel pour ce genre de services. Les Groupes de défense des consommateurs ont fait remarquer que la loi au Québec prévoyait des frais maximums de 0,50 \$ pour participer à des jeux de hasard. Ils ont ajouté que le prix prescrit par la loi au Québec est approprié et que les jeux de hasard offerts par les fournisseurs de services de contenu 900 dans l'ensemble du Canada devraient être facturés conformément à la loi provinciale la plus sévère.
56. En réplique, les Compagnies ont fait valoir qu'il serait illogique de retenir les frais maximums établis aux termes d'une loi provinciale et de les appliquer aux programmes du service 900 offerts dans les autres provinces, comme le proposent les Groupes de défense des consommateurs. À leur avis, nonobstant les frais maximums que les Compagnies sont disposées à facturer pour les jeux de hasard offerts à partir du service 900, conformément à la convention GCC, le fournisseur de services de contenu 900 doit s'assurer que son programme est conforme aux lois et règlements applicables. Selon les Compagnies, les ententes ne font nullement mention des lois et des règlements susceptibles de s'appliquer dans tous les cas.

b) Programmes de ligne de médium à tarif maximum

57. Dans l'AMT 741, les Compagnies ont proposé la révision de deux sections de la convention GCC applicables aux programmes LMTM. Elles ont proposé de réduire de 10 \$ à 6 \$ les frais maximums par minute pour les appels aux programmes LMTM et d'augmenter les frais maximums par appel de 100 \$ à 200 \$.
58. À l'appui de leur proposition, les Compagnies ont fait valoir que leurs clients avaient demandé que la durée des appels soit prolongée. Elles ont souligné qu'aucun fournisseur de services de contenu 900 n'exigeait actuellement plus de 6 \$ par minute pour les appels à un programme LMTM. À leur avis, selon un tarif de 6 \$ la minute jusqu'à concurrence de 100 \$, un appel à ce genre de service serait coupé dès que le plafond aura été atteint, soit au bout de 16 à 17 minutes. Les Compagnies ont ajouté que les changements proposées permettraient aux fournisseurs de services de contenu 900 d'accroître leurs revenus et d'offrir un meilleur service en doublant la durée possible des appels à ce service 900.
59. Les Compagnies ont soutenu que, d'après leur expérience avec les programmes LMTM, l'ampleur des débits compensatoires n'était en rien liée aux frais d'appel maximums. Elles ont ajouté que la plupart des plaintes au sujet du service 900 concernaient l'imposition même de frais plutôt que le montant des frais.
60. Les Groupes de défense des consommateurs et l'ACC/MSOS ont affirmé qu'ils appuyaient la réduction de 10 \$ à 6 \$ des frais maximums par minute, ce qui était conforme aux pratiques courantes de facturation. Selon eux, il n'y a aucune raison d'autoriser des tarifs plus élevés que ceux actuellement exigés pour ce genre de service; ils ont ajouté qu'en fait, le plafond devrait être fixé à un taux inférieur à 6 \$.
61. Les Groupes de défense des consommateurs et l'ACC/MSOS ont fait valoir que les Compagnies n'avaient nullement prouvé qu'il existait une forte demande de la part des consommateurs en faveur de l'augmentation des frais d'appel maximums de 100 \$ à 200 \$ et que, en l'absence d'une telle demande, ils n'appuyaient pas la proposition visant à augmenter le plafond.

3. Mesures visant à limiter les risques pour le consommateur

a) Blocage des appels

i) Frais de blocage des appels

62. Les Groupes de défense des consommateurs ont fait remarquer que les Compagnies avaient indiqué, en réponse à une demande de renseignements, que la plupart des consommateurs qui se plaignaient du service 900 ont demandé le blocage des appels lorsque ce service leur a été offert. Les Groupes de défense des consommateurs ont ajouté que lorsque le service de blocage des appels a été offert gratuitement, notamment par TCI, les consommateurs ont été encore plus nombreux à le prendre. Les Groupes de défense des consommateurs ont fait remarquer que dans le cas de Bell Canada, 56 p. 100 des plaignants qui se sont adressés à la direction de la compagnie ou au Conseil, ou aux deux, ont demandé le service de blocage des appels lorsque celui-ci leur a été offert pour la première fois, tandis que chez TCI, 91 p. 100 des plaignants ont accepté le service. De l'avis des Groupes de défense des consommateurs, ces chiffres indiquent que les frais de 10 \$ exigés par Bell Canada ont découragé certains consommateurs à prendre le service de blocage des appels.

63. Selon les Groupes de défense des consommateurs, l'imposition de frais de 10 \$ par Bell Canada pour le blocage des appels semble motivée par deux raisons : elle compense la compagnie pour les coûts accessoires liés au blocage des appels et décourage les demandes frivoles de blocage des appels. Néanmoins, les Groupes de défense des consommateurs croient qu'il y aurait lieu de réexaminer ces motifs.
64. Les Groupes de défense des consommateurs ont fait remarquer que les coûts des Compagnies avaient grandement changé au fil du temps. Ils ont ajouté qu'en fait, les coûts liés à la fourniture du blocage d'appels semblent beaucoup moins élevés aujourd'hui qu'au moment où le tarif a été approuvé. Les Groupes de défense des consommateurs ont fait remarquer que les frais applicables au blocage des appels décourageaient certains clients susceptibles de bénéficier de ce service et qu'il y aurait donc lieu de les supprimer ou, à tout le moins, de les réduire à un taux justifié par les coûts de la phase II.
65. Les Groupes de défense des consommateurs ont fait valoir qu'aucun élément de preuve ne permettait de craindre l'utilisation frivole du service de blocage d'appels par des clients et qu'à leur connaissance, aucune demande frivole n'avait été présentée jusqu'à maintenant à l'égard de ce service. Il n'est donc pas nécessaire, selon eux, de tarifier ce service, sauf pour couvrir les coûts supplémentaires que les Compagnies doivent engager pour fournir le service.
66. Les Groupes de défense des consommateurs ont fait remarquer que TCI facturait des frais d'administration de 18 \$ pour interrompre ou réactiver le service de blocage d'appels. Selon eux, ces frais sont injustifiés et contraires, à tout le moins en principe, à l'esprit de la règle prévoyant des frais maximums de 10 \$ pour ce service. Les Groupes de défense des consommateurs ont fait valoir que TCI devrait être tenue d'abaisser ces frais à un maximum de 10 \$.
67. Les Compagnies ont reconnu que les frais de 10 \$ exigés pour le service de blocage d'appels pouvaient représenter un obstacle financier ou psychologique pour une minorité d'appelants. Elles ne s'opposeraient donc pas à leur suppression pour un premier abonnement au service. Elles ont toutefois précisé que le traitement des demandes pour des services comme le blocage des appels leur occasionnait des frais d'administration. Ces derniers varient d'une compagnie à l'autre, ont-elles précisé, mais dans tous les cas, ils excèdent largement 10 \$. Les Compagnies ont donc un intérêt légitime à s'assurer que les appelants ne présentent pas de demandes répétitives d'installation et d'interruption du service de blocage d'appels. Les Compagnies ont fait valoir que les frais pour un premier abonnement au service de blocage d'appels devraient être supprimés seulement s'il était possible d'imposer des frais raisonnables pour tout changement ultérieur apporté à ce service, à l'instar de TCI qui exige actuellement des frais de 18 \$.

ii) Bloquer les appels par défaut

68. Les Groupes de défense des consommateurs ont fait valoir que l'option de blocage de l'accès aux numéros 900 faisait partie intégrante des mesures de protection des consommateurs à l'égard du service 900. À leur avis, si le régime actuel continuait de susciter de nombreuses plaintes, il y aurait lieu d'envisager d'offrir une option de blocage de l'accès à tous les numéros 900, sauf si le client demande expressément l'accès au service. Les Groupes de défense des consommateurs ont proposé une autre solution consistant à exiger un code d'accès personnel pour les services 900; cette mesure servirait les abonnés qui souhaitent avoir accès aux services 900, mais qui n'arrivent pas à bloquer les appels non autorisés.

69. Bill Cuell a indiqué que le Conseil devrait envisager l'imposition d'une fonction de blocage par défaut des appels dans l'ensemble du réseau, ce qui obligerait les utilisateurs à appeler aux bureaux d'affaires des Compagnies pour demander la suppression du blocage des appels avant de pouvoir utiliser le service 900.
70. En réplique, les Compagnies ont indiqué qu'elles s'opposaient à la proposition voulant que le Conseil mette en place une fonction de blocage des appels par défaut dans l'ensemble du réseau. Selon elles, le blocage des appels dans l'ensemble du réseau constitue une solution déraisonnable sur le plan commercial et la mise en place d'une telle fonction menacerait directement la viabilité du service 900. Les Compagnies ont dit douter que les avantages éventuels pour les consommateurs justifiaient l'imposition de ce lourd fardeau aux Compagnies, aux fournisseurs de services de contenu 900 et aux appelants qui profitent des programmes du service 900.

b) Suppression automatique de tous les frais de service 900 contestés pour la première fois

71. L'article 1 de la convention GCC définit les débits compensatoires comme étant les frais d'appel que les Compagnies ont supprimés et qui ont été absorbés par le fournisseur de services de contenu 900, conformément à l'article 6.4.
72. L'article 6.4 de la convention GCC (paragraphe 1 à 4) se lit ainsi :

« Les Compagnies suppriment tous les frais d'appel à l'égard des programmes offerts par le fournisseur de services, lorsqu'ils :

- font l'objet d'une contestation raisonnable aux termes des procédures de perception de la compagnie visée en ce qui concerne le service 900;
- se rapportent à des appels faits avant que l'appelant ait pu se prévaloir du blocage d'appels du service 900.

Le fournisseur de services absorbe ces frais d'appels, lesquels sont portés au débit de son propre compte.

Si l'appelant conteste des frais qui lui sont imposés, la compagnie visée doit offrir de lui fournir le service de blocage d'appels et elle doit transmettre au fournisseur de services l'information pertinente sur l'appel en cause, conformément à l'article 9.2.

Si, ultérieurement, d'autres litiges portent sur les frais d'appel, les Compagnies suppriment alors les frais contestés et ils sont débités du compte du fournisseur de services. Les Compagnies doivent transmettre au fournisseur de services l'information pertinente sur l'appel en cause, conformément à l'article 9.2 ».

73. Les Groupes de défense des consommateurs ont fait valoir qu'en cas de contestation, les Compagnies devraient automatiquement supprimer les frais du service 900. Selon eux, la preuve semble indiquer que les Compagnies appliquent des normes déraisonnablement élevées

lorsqu'elles interprètent la disposition de la convention GCC selon laquelle les appels doivent « faire l'objet d'une contestation raisonnable ». Les Groupes de défense des consommateurs ont fait valoir qu'il serait juste de permettre une suppression automatique des frais puisque les services 900 sont bloqués seulement sur demande et non par défaut et que le service téléphonique est généralement utilisé par plusieurs membres de la famille, incluant, dans bien des cas, des enfants et des déficients intellectuels.

74. De l'avis des Groupes de défense des consommateurs, le fait qu'un appelant n'ait jamais utilisé le service 900 dans le passé et n'ait jamais été informé de l'existence de l'option de blocage d'appels suffisait à justifier le caractère raisonnable de la contestation. Ils ont ajouté que les compagnies de téléphone ne devraient pas juger le caractère raisonnable d'une contestation autrement qu'en fonction de ces paramètres précis.
75. FMG ne s'est pas prononcée précisément sur la question de savoir si les débits compensatoires devraient être portés automatiquement lorsqu'un client conteste pour la première fois les frais facturés aux termes de la convention GCC. Elle s'est toutefois prononcée sur l'actuelle disposition relative à la rétrofacturation et sur la pertinence de l'inclure dans l'entente FFO. FMG a fait valoir que l'entente FFO ne contenait aucune disposition prévoyant la suppression des frais contestés pour la première fois ou l'application potentielle d'une telle mesure. FMG a ajouté que les garanties actuelles réduisaient grandement la nécessité de renforcer la protection des consommateurs par une disposition régissant la suppression des frais lorsqu'ils sont contestés pour la première fois.
76. FMG a fait valoir que les appelants continuaient d'avoir certains motifs légitimes de se plaindre du service 900, par exemple, lorsque la qualité faisait défaut en raison d'une mauvaise connexion ou d'une interruption accidentelle. En pareilles circonstances, a-t-elle ajouté, la suppression des frais du service 900 par les Compagnies favoriserait les relations avec la clientèle.
77. FMG a fait remarquer que ni les fournisseurs de services de contenu 900 ni les Compagnies ne peuvent s'assurer que le téléphone d'un client sert exclusivement à faire des appels autorisés. En général, a-t-elle ajouté, les Compagnies n'acceptent pas les plaintes fondées sur le motif que les appels n'étaient pas autorisés pour supprimer les frais associés à d'autres services, par exemple aux frais d'interurbains.
78. Dans leur réplique, les Compagnies ont reconnu le mérite de la proposition des Groupes de défense des consommateurs concernant la suppression automatique des frais. À leur avis, la rétrofacturation automatique des frais du service 900 contestés pour la première fois au fournisseur de services de contenu 900 permettrait d'éliminer un élément subjectif des garanties offertes aux utilisateurs du service et allégerait le fardeau administratif des Compagnies. Ces dernières ont ajouté qu'une telle mesure de suppression des frais serait conditionnelle à la confirmation qu'il s'agit vraiment d'une première contestation. Une telle condition, ont-elles indiqué, pourrait contribuer à réduire grandement le nombre de débits compensatoires portés aux comptes des fournisseurs de services de contenu 900.

c) Notification du client lorsque ses frais de service 900 excèdent 50 \$ pour la première fois

79. Les Groupes de défense des consommateurs ont indiqué que si la disposition de suppression automatique des frais contestés pour la première fois n'était pas adoptée et si les compagnies de téléphone continuaient de juger du caractère raisonnable de la première contestation du client, les compagnies de téléphone devraient être tenues d'aviser le client par téléphone, dès que ses frais à l'égard du service 900 excèdent 50 \$ pour la première fois. Selon les Groupes de défense des consommateurs, les clients risquent de recevoir des factures salées si le total des frais engagés pour le service 900 ne leur est communiqué qu'au bout de 30 jours. À leur avis, la notification immédiate, par téléphone, permettrait vraisemblablement de réduire le nombre de débits compensatoires ainsi que le nombre de plaintes que les Compagnies doivent traiter. Les Groupes de défense des consommateurs ont fait valoir qu'il y aurait également lieu, dans le cadre de la notification, de renseigner les clients sur les moyens de bloquer les futurs appels au service 900.
80. Les Groupes de défense des consommateurs ont demandé qu'il y ait examen de la possibilité de rendre la notification immédiate obligatoire, même s'il y avait adoption du mécanisme de suppression automatique, vu les avantages que cette mesure offrirait aux clients ainsi qu'aux compagnies de téléphone. Selon les Groupes de défense des consommateurs, un mécanisme de notification immédiate permettrait de réduire le degré d'anxiété des consommateurs ainsi que le temps et l'énergie qu'ils consacrent à contester les frais, sans parler du temps et des ressources que la compagnie doit prendre pour traiter les plaintes. Les Groupes de défense des consommateurs ont ajouté que, compte tenu des ressources déployées par Bell Canada pour résoudre les litiges concernant le service 900, le coût du mécanisme de notification serait probablement inférieur aux économies qui résulteraient de la réduction du nombre de litiges.
81. Les Compagnies ont répliqué qu'un processus de notification comme celui proposé par les Groupes de défense des consommateurs constituerait une garantie supplémentaire, en plus du préambule indiquant les tarifs et les frais. Les Compagnies ont fait valoir qu'une telle notification serait avantageuse pour les fournisseurs de services de contenu 900 puisqu'elle permettrait de réduire le nombre de débits compensatoires; les appelants seraient en effet moins portés à prétendre qu'ils n'étaient pas au courant des frais engagés.
82. Les Compagnies ont toutefois indiqué qu'il leur faudrait mettre en place de nouvelles pratiques et procédures pour identifier les nouveaux appelants, détecter les appels dont les frais excèdent le seuil et effectuer les appels de notification. Elles ont ajouté que la question du recouvrement des coûts connexes les préoccuperait. Elles ne sont pas certaines que les avantages de la notification immédiate justifieraient le coût de la mise en oeuvre de cette mesure.

d) Obligation pour les appelants de signaler explicitement leur consentement à engager des frais

83. Les Groupes de défense des consommateurs ont fait savoir que si les fournisseurs de services de contenu 900 obligeaient les appelants à signifier explicitement, à la fin du préambule, leur intention de poursuivre l'appel, ces derniers seraient mieux protégés. À leur avis, il serait possible d'instaurer une telle pratique à un coût minimal, sans grand dérangement pour le client, comme dans le cas des systèmes vocaux intégrés où les clients sont priés d'appuyer sur le carré pour poursuivre l'appel.

84. L'ACC/MSOS ont fait valoir qu'on pourrait demander aux appelants d'appuyer sur l'astérisque ou sur le carré pour indiquer qu'ils acceptent les frais, au lieu de ne leur laisser qu'une très courte période pour raccrocher avant que les frais ne commencent à s'appliquer. D'après l'ACC/MSOS, cette mesure permettrait aux consommateurs de décider, en toute connaissance de cause, s'ils acceptent les frais et dissiperait la confusion actuelle quant au moment où les frais commencent à être facturés.
85. En réplique, les Compagnies ont fait valoir que le fait de composer un numéro 900 et de demeurer en ligne après avoir écouté le message annonçant les frais dans le préambule constituent deux gestes explicites signifiant que l'appelant a l'intention d'accepter les frais liés au service 900. Selon les Compagnies, il est inutile de demander à l'appelant de poser un autre geste explicite. Aux dires des Compagnies, les fournisseurs de services de contenu 900 devraient assumer le coût de la mise en place de toute mesure exigeant que l'appelant pose un geste explicite supplémentaire. Les Compagnies se demandent également si l'avantage minimal qu'en retireraient les consommateurs en justifie le coût.

4. Autres obligations à l'égard des fournisseurs de services de contenu 900

a) Fraudes de type « cartes à gratter »

86. Dans l'AMT 740, les Compagnies ont proposé de modifier le libellé des contrats SF et des conventions GCC dans le but de prévenir les fraudes du genre « cartes à gratter », conformément à la *Loi sur la concurrence*. Elles ont expliqué qu'en général, dans ce genre de fraudes, la personne reçoit par la poste des cartes à jouer indiquant qu'elle a gagné un prix et qu'elle doit appeler à un numéro 900 pour savoir comment le réclamer. Dans bien des cas, ont-elles ajouté, les fraudeurs surévaluent la valeur du prix et l'appelant ignore que les frais de l'appel excèdent la valeur du prix.
87. Pour prévenir les fraudes de ce genre, les Compagnies ont proposé d'ajouter dans la convention GCC un paragraphe indiquant qu'elles n'accepteront pas les comptes-clients d'un fournisseur de services de contenu 900 à l'égard des :
- jeux de hasard à but lucratif dans le cadre desquels la remise d'un prix ou de tout autre avantage au participant ou à l'appelant est conditionnelle au paiement d'une somme d'argent par ce dernier, par l'intermédiaire d'un programme 900, ou est présentée comme étant assujettie à une telle condition.
88. Les Compagnies ont également proposé l'ajout du paragraphe suivant au contrat FS :
- Aucun fournisseur de services ne doit utiliser un numéro 900 dont il a le contrôle, ni en autoriser l'utilisation, pour offrir un programme dans le cadre duquel la remise d'un prix ou de tout autre avantage au participant ou à l'appelant est conditionnelle au paiement d'une somme d'argent par ce dernier, par l'intermédiaire d'un programme 900, ou est présentée comme étant assujettie à une telle condition.
89. L'ACC/MSOS se sont dites en faveur de la modification proposée interdisant les programmes du genre « cartes à gratter ». Elles ont fait savoir que, selon les renseignements fournis par AT&T et le National Fraud Information Centre des É.-U., les activités frauduleuses coûtent à l'industrie

américaine des télécommunications plus de quatre milliards de dollars par année et aux consommateurs, plus de 40 milliards de dollars par année. L'ACC/MSOS ont indiqué que, même si ces données concernent les É.-U., il est raisonnable de supposer des chiffres comparables pour le Canada. À leur avis, les Compagnies devraient donc chercher activement à relever et à interdire les programmes du genre « cartes à gratter » ainsi que tout autre genre de fraude.

90. Le Commissaire de la concurrence a recommandé de simplement mentionner, dans le libellé du contrat FS et de la convention GCC portant sur la promotion des jeux de « cartes à gratter », que les messages promotionnels doivent respecter les articles 52, 53 et 74.01 de la *Loi sur la concurrence*. À son avis, une telle mention indiquerait que toutes les affaires de ce genre seront invariablement traitées par un seul organisme d'application de la loi.
91. Le Commissaire de la concurrence a ajouté que, bien qu'il appuyait globalement les mesures proposées en vue d'interdire les fraudes du genre « cartes à gratter », il avait quelques réserves à l'égard de la formulation des modifications proposées et craignait que des messages incohérents ne soient envoyés au public.
92. Le Commissaire de la concurrence a fait valoir qu'un projet de modification de l'article 53 de la *Loi sur la concurrence* concernant l'utilisation des cartes à gratter² précisait très clairement que le seul fait d'inciter un récipiendaire d'une carte à appeler à un numéro payant pour recevoir de l'information sur son prix ou le réclamer pourrait constituer une infraction à la nouvelle loi.
93. Le Commissaire de la concurrence a également fait valoir que le fait de facturer une personne pour sa participation à un concours constituait une loterie et que les jeux de hasard de ce genre tombaient sous le coup de divers articles du *Code criminel*. Il a ajouté que le Bureau de la concurrence et PhoneBusters³ considéraient que le prix d'un timbre-poste ou d'un appel local constituait un coût et que ce genre de promotion était donc inclus dans la définition d'une « loterie ».
94. Les Groupes de défense des consommateurs conviennent avec le Commissaire de la concurrence que les règles du Conseil énoncées dans les ententes pertinentes de service 900 ne doivent ni nuire aux efforts d'autres organismes de réglementation qui traitent de problèmes identiques ou similaires ni réduire la portée des lois générales visant la protection des consommateurs. Selon les Groupes de défense des consommateurs, il serait pertinent et utile pour toutes les parties de faire renvoi à la loi dans les ententes. Les Groupes de défense des consommateurs ont ajouté que lorsque la loi ne suffit pas, le Conseil devrait alors fournir des garanties supplémentaires.

b) Raccordement d'appels sans frais d'interurbain aux services 900

95. Les Groupes de défense des consommateurs ont déclaré que le raccordement d'appels sans frais d'interurbain à des numéros 900 pouvait être une des causes des appels involontaires au service 900. En effet, les appelants ont parfois l'impression de faire un appel sans frais

² En vigueur depuis le 2 juin 2002.

³ PhoneBusters est le Centre canadien d'appels antifraude sous la responsabilité conjointe de la Police provinciale de l'Ontario et de la Gendarmerie royale du Canada.

d'interurbain alors qu'en réalité, leur appel est acheminé à un service tarifé à l'appel. Les Groupes de défense des consommateurs ont fait remarquer que la règle établie par la FTC au sujet des numéros 900 interdit les pratiques suivantes :

- i) utiliser des numéros sans frais d'interurbain pour des services tarifés à l'appel, sauf si l'appelant a déjà conclu une entente avec la compagnie ou s'il règle son appel par carte de crédit;
- ii) raccorder directement un appel sans frais d'interurbain à un numéro 900;
- iii) percevoir, auprès des fournisseurs de services 900, des frais de rappel lorsque le client compose d'abord un numéro sans frais d'interurbain.

96. Les Groupes de défense des consommateurs ont fait valoir qu'il y avait lieu de retenir des garanties semblables à l'égard des consommateurs canadiens.
97. En réplique, les Compagnies ont admis que la pratique consistant à raccorder des appels sans frais d'interurbain à des programmes de service 900 pouvait être trompeuse, et elles ont approuvé les restrictions suggérées par les Groupes de défense des consommateurs. Les Compagnies ont souligné qu'il existait actuellement une interdiction visant ce genre de pratiques trompeuses ou frauduleuses de la part des fournisseurs de services de contenu 900, et que dans les cas où la surveillance exercée avait permis de détecter que des appels sans frais d'interurbain étaient raccordés à des services 900 sans autorisation, les mesures nécessaires avaient été prises.

c) Utilisation des programmes du service 900 par des mineurs

98. L'ACC/MSOS se sont dites préoccupées par le fait que les fournisseurs de services de contenu 900 étaient autorisés à cibler les mineurs. L'ACC/MSOS ont fait remarquer que selon la règle de la FTC sur les numéros 900, les enfants de moins de 12 ans ne pouvaient pas être ciblés, à moins qu'il ne s'agisse d'un programme du service 900 offert uniquement à des fins éducatives. L'ACC/MSOS ont souligné qu'aux É.-U., par exemple, les services 900 qui incitent les enfants de moins de 12 ans à téléphoner pour parler à leurs personnages de bande dessinée favoris étaient interdits. L'ACC/MSOS ont recommandé que des garanties similaires soient mises en oeuvre au Canada.

d) Références à d'autres programmes du service 900

99. Les Groupes de défense des consommateurs ont fait valoir que, pour limiter les dommages causés par les services 900 trop facilement accessibles, il suffirait d'interdire aux fournisseurs de services de contenu 900 d'inciter les appelants à utiliser de nouveau le service 900 ou à faire appel à d'autres programmes, ou d'exercer des pressions en ce sens. Les Groupes de défense des consommateurs ont ajouté qu'ils ne savaient pas à quel point ces pratiques contribuaient au degré actuel d'insatisfaction de la clientèle quant au service 900, mais ils ont fait valoir que de telles garanties étaient nécessaires à moins que la preuve indéniable ne soit faite que les pratiques en question ne constituent pas un problème.
100. En réplique, les Compagnies ont affirmé qu'elles ne savaient pas jusqu'à quel point les pratiques visant à inviter les gens à appeler fréquemment ou à faire appel à d'autres programmes du service 900 constituaient un problème, mais elles ont déclaré qu'elles ne

s'opposaient pas à la restriction. Elles ont toutefois souligné que l'application de telles restrictions relatives au contenu serait assujettie au processus de surveillance du contenu et aux dispositions en matière de résiliation.

e) Pratiques de perception à l'image des normes de l'industrie

101. Les Groupes de défense des consommateurs ont fait valoir qu'à moins que la preuve ne soit faite que des pratiques de perception fâcheuses et contraires à l'éthique de la part des fournisseurs de services de contenu 900 ne constituaient pas une cause de plaintes chez les consommateurs, les règles concernant les pratiques de perception qui s'appliquent aux fournisseurs de services de contenu 976 devraient s'appliquer aux fournisseurs de services de contenu 900.
102. Les Groupes de défense des consommateurs ont fait remarquer que dans l'ordonnance *Le CRTC approuve de façon définitive les modifications apportées au service 976*, Ordonnance CRTC 2001-502, 29 juin 2001, le Conseil a ordonné à Bell Canada de modifier la convention GCC qu'elle avait conclue avec les fournisseurs de services de contenu 976 afin qu'elle renferme la liste des pratiques proscrites aux termes des lois et règlements des provinces concernant les agences de perception, sous réserve des changements nécessaires.
103. Les Groupes de défense des consommateurs ont également fait valoir qu'il devrait être interdit de percevoir les frais de services 900 contestés et de signaler tout défaut de paiement aux agences d'évaluation du crédit et ce, jusqu'à ce que la compagnie traitant le litige ait expliqué de manière exhaustive au client la raison pour laquelle elle considère que ces frais sont légitimes et que le Conseil ait confirmé que la compagnie avait le droit de les percevoir.
104. Les Groupes de défense des consommateurs ont fait remarquer qu'en réponse à une demande de renseignements, les Compagnies avaient déclaré que les lois et les règlements s'appliquaient toujours et que, par conséquent, il n'était pas nécessaire de les répéter dans les contrats. Les Groupes de défense des consommateurs ont affirmé que, malgré l'exactitude de cette affirmation, il est probable que le fait de recourir aux ententes pour rappeler aux parties, les obligations imposées par la loi, dans les cas où la conformité à ces obligations a posé des problèmes dans le passé, favoriserait le respect des obligations et était donc souhaitable.
105. En réplique, les Compagnies ont fait valoir qu'aucun élément du dossier de l'instance ne prouve que des pratiques inadéquates de perception avaient constitué un problème important relativement au service 900. Les Compagnies ont fait remarquer que le service 900 était offert à l'échelle nationale, contrairement au service 976, qui lui se limite à l'Ontario et au Québec. Selon les Compagnies, pour être conforme à la suggestion des Groupes de défense des consommateurs, la convention GCC devrait inclure les lois des 10 provinces et des trois territoires, ainsi que tous les amendements qui leur ont été apportés. Les Compagnies mettent en doute la nécessité d'une réponse aussi complexe à un problème dont rien n'indique l'existence. Les Compagnies ont fait remarquer que les fournisseurs de services de contenu 900 étaient liées par les dispositions des lois en vigueur concernant la perception, peu importe qu'elles soient reprises ou non dans les ententes.

5. Garanties prévues à la convention GCC – Extension de leur application aux fournisseurs de services de contenu 900 qui utilisent d'autres modes de facturation

Observations des Compagnies

106. Les Compagnies ont fait valoir que les principales mesures de protection des consommateurs prévues dans la convention GCC pouvaient aussi être incluses dans le contrat FS afin d'offrir plus de protection aux consommateurs en cas d'interaction insatisfaisante avec des fournisseurs de services de contenu 900 non conformes et qui ne respectent pas la convention GCC. Les Compagnies ont déterminé que les principales mesures de protection des consommateurs étaient les suivantes : le blocage des appels, le mécanisme des débits compensatoires, le service téléphonique de demande de renseignements auprès du fournisseur de services et le préambule obligatoire. Les Compagnies ont fait valoir que tous les fournisseurs de services de contenu 900 doivent signer un contrat FS et que le fait d'y inclure les mesures de protection permettra de garantir un degré de protection des consommateurs universel et cohérent, peu importe le mode de facturation adopté par le fournisseur de services de contenu 900.
107. Les Compagnies ont fait valoir que les principales mesures de protection des consommateurs pouvaient être efficaces peu importe que les Compagnies s'occupent directement ou non de la facturation et de la perception des frais liés au service 900. Selon les Compagnies, les fournisseurs de services de contenu 900 seraient obligés, aux termes du contrat FS, d'adopter un mécanisme de débits compensatoires et une procédure de blocage d'appel identiques à ce que prévoit la convention GCC, et les utilisateurs qui n'ont pu se prévaloir de ces mesures de protection auraient la possibilité de formuler une plainte auprès des Compagnies ou du Conseil. Les Compagnies ont indiqué que les fournisseurs de services de contenu 900 qui ne respectaient pas les clauses du contrat FS ne seront pas en mesure de faire valoir les frais des services 900 auprès des tribunaux civils. Les Compagnies ont ajouté que le préambule au programme du service 900 était présenté sur le réseau et que les fournisseurs de services de contenu 900 continueront d'en évaluer la qualité et la justesse de manière indépendante.
108. Selon les Compagnies, il importe de souligner que divers autres mécanismes de paiements comportent également leurs propres mesures de protection du consommateur. Les Compagnies ont fait remarquer, par exemple, que les cartes de crédit et de débit ainsi que les prélèvements automatiques comportaient tous des ententes concernant les débits compensatoires. Les Compagnies ont ajouté que les utilisateurs du service 900 qui n'étaient pas satisfaits pouvaient porter plainte auprès du tribunal approprié, tout comme n'importe quel consommateur.
109. Les Compagnies ont indiqué qu'à la lumière de leur proposition visant à inclure les principales mesures de protection des consommateurs dans le contrat FS, il ne servait à rien de répéter les autres garanties prévues par la convention GCC dans l'entente FFO. Les Compagnies ont reconnu que les principales mesures de protection des consommateurs constituaient des garanties selon lesquelles l'utilisateur pouvait toujours agir selon sa volonté et son libre choix. Les Compagnies ont affirmé qu'en revanche, les mesures destinées à répéter les lois fédérales ou provinciales sont grandement symboliques et n'offrent aucune protection supplémentaire aux consommateurs. Les Compagnies ont fait valoir que les mesures d'exploitation et de protection de marque qui figurent dans la convention GCC avaient trait aux intérêts commerciaux des Compagnies et ne constituaient pas des garanties offertes aux consommateurs.

110. Les Compagnies ont fait remarquer que le service 900, tel qu'offert aux termes de l'entente FFO, était constitué d'un service de connexion de base et d'information de base sur l'utilisation. Selon les Compagnies, ce service est comparable à celui des appels sans frais d'interurbain, et rien ne justifie que les Compagnies soient obligées de superviser la qualité des biens ou des services vendus ou des pratiques de facturation des tierces parties qui utilisent la connexion sans frais d'interurbain.

Observations de FMG

111. FMG a fait valoir que les garanties offertes aux consommateurs conformément aux tarifs du service 900, qui incluent une période sans frais pour la présentation du préambule et la divulgation du prix dans la publicité, protègent les utilisateurs des services 900 offerts aux termes des ententes FFO. FMG a fait valoir que, comme dans le cas de toutes les demandes relatives au service 900, tout défaut de la part du fournisseur de services de contenu 900 de fournir les principales garanties offertes aux consommateurs doit entraîner la résiliation du service, aux termes des dispositions prévues au contrat FS.

112. FMG a fait valoir que les Compagnies refusaient normalement de radier d'autres types de frais, tels que les frais d'interurbain, si la raison invoquée avait trait à un appel non autorisé. FMG a déclaré que les fournisseurs de services, tels que les Compagnies, ne peuvent pas faire grand chose pour garantir que l'appareil téléphonique du consommateur ne sert pas à loger des appels non autorisés.

113. FMG a affirmé que grâce au fait qu'elle offre son service aux termes d'une entente FFO, elle a pu maintenir d'excellentes relations avec sa clientèle et ce, en partie parce que la compagnie a accepté à l'occasion de supprimer des frais liés raisonnablement contestés qui étaient liés au service 900. FMG a conclu qu'il n'était pas nécessaire que les ententes FFO comportent une clause relative à la radiation des frais que le client conteste pour la première fois, ni qu'elles prévoient des mesures coercitives.

Observations des Groupes de défense des consommateurs et de l'ACC/MSOS

114. Les Groupes de défense des consommateurs et l'ACC/MSOS ont indiqué qu'ils appuyaient l'idée voulant que les mêmes garanties offertes aux consommateurs s'appliquent à tous les fournisseurs de services de contenu 900 et 976. Selon l'ACC/MSOS, il devrait régner un climat de certitude et de conformité en ce qui a trait aux pratiques de facturation. L'ACC/MSOS ont fait valoir qu'il ne faut pas s'attendre à ce que les consommateurs pensent qu'ils ne sont pas protégés simplement parce que la facture est envoyée par une autre entité. Selon les Groupes de défense des consommateurs, les consommateurs méritent d'être protégés contre les pratiques abusives peu importe les ententes concernant la facturation conclues entre les fournisseurs de services de contenu 900 et les compagnies de téléphone. Les Groupes de défense des consommateurs étaient d'avis qu'il ne faudrait pas permettre de faire exception à l'uniformité des garanties que dans les cas qui sont entièrement justifiés.

115. Les Groupes de défense des consommateurs ont fait valoir qu'en plus de la proposition des Compagnies, les garanties suivantes, qui figurent déjà dans la convention GCC, devraient aussi être incluses dans les contrats FS et les tarifs qui régissent les services 900 et 976 :

- une clause relative à la suppression des frais de services à l'intention des clients qui utilisent pour la première fois le service 900, en contestent raisonnablement les frais et acceptent de recourir au blocage des appels 900;
- un avis donné aux consommateurs qui contestent des frais liés au service 900 pour leur indiquer qu'ils peuvent faire bloquer ce genre d'appels s'ils en font la demande à leur compagnie de téléphone locale;
- des frais maximums par appel dans le cas des programmes destinés à des personnes de moins de 18 ans;
- des frais maximums par appel applicables aux jeux de hasard à but lucratif;
- des frais maximums par minute et par appel dans le cas des lignes de médium;
- des frais maximums par appel pour tous programmes de valeur subséquents, comme le prévoit le paragraphe 7.5(d) de la convention GCC;
- l'interdiction d'exiger des frais dans le cas des programmes qui comportent des scénarios répétitifs, de longues périodes d'attente, du verbiage ou de longues procédures de téléchargement afin de prolonger l'appel;
- les règles de protection de la vie privée des consommateurs, telles qu'elles sont prévues à l'annexe D de la convention GCC.

116. Les Groupes de défense des consommateurs et l'ACC/MSOS ont fait remarquer que les Compagnies avaient déclaré, en réponse à une demande de renseignements, que le fait d'ajouter au contrat FS une annexe décrivant les types de programmes du service 900 qui ne sont pas visés par le contrat contrevient à l'article 36 de la *Loi sur les télécommunications* (la *Loi*), parce qu'une telle mesure viserait à réglementer le contenu ou la signification du programme de service 900, d'où une restriction qui serait susceptible d'être contestée aux termes de la *Charte des droits et libertés* au titre de violation de la liberté d'expression. Les Groupes de défense des consommateurs et l'ACC/MSOS dénoncent ce point de vue. L'ACC/MSOS ont déclaré que la mise en oeuvre de garanties visant à protéger les consommateurs n'avait rien à voir avec le contenu du programme du service 900. Selon l'ACC/MSOS, les Compagnies ne dictent pas le contenu du programme du service 900, mais s'assurent simplement que celui-ci n'est pas illégal, frauduleux ou trompeur.

117. Les Groupes de défense des consommateurs ont fait valoir que les restrictions propres aux services, proposées ci-haut, sont approuvées par le Conseil et, par conséquent, sont conformes à l'article 36 de la *Loi*. Selon les Groupes de défense des consommateurs, ces restrictions, même s'il est établi qu'elles contreviennent au droit d'expression, seraient quand même conformes aux exigences de la *Charte des droits et libertés* puisque leur justification peut se prouver dans le cadre d'une société libre et démocratique.

118. Les Groupes de défense des consommateurs ont fait remarquer que les restrictions en question ne limitent pas la capacité des fournisseurs de services de contenu 900 d'offrir leurs services, mais limitent tout simplement les frais qui peuvent s'appliquer à certains types de services et interdisent les frais liés à toute prolongation inutile de l'appel. Les Groupes de défense des consommateurs soutiennent qu'aucune de ces restrictions ne limite indûment la liberté d'expression des fournisseurs de services de contenu 900. Selon les Groupes de défense des consommateurs, les restrictions contreviennent à l'alinéa 2b) de la *Charte des droits et libertés*, mais elles aident à garantir l'atteinte de l'important objectif légitime en matière de protection du consommateur. De plus elles portent très peu atteinte au droit d'expression.
119. L'ACC/MSOS ont fait valoir que l'annexe D de la convention GCC, qui prévoit des règles de protection de la vie privée, devrait s'appliquer aux fournisseurs de services de contenu 900 aux termes de l'entente FFO.
120. Les Groupes de défense des consommateurs ont fait valoir que les règles de protection de la vie privée prévues à l'annexe D de la convention GCC avaient obtenu force de loi dans le cadre de la *Loi fédérale sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques*, et qu'elles s'appliquaient probablement aux fournisseurs de services de contenu 900. Les Groupes de défense des consommateurs ont indiqué qu'il serait utile de rappeler aux fournisseurs de services de contenu 900 leurs obligations en matière de collecte de renseignements sur les utilisateurs et ce, par l'intermédiaire des règles de protection de la vie privée.

Observations en réplique des Compagnies

121. En réplique, les Compagnies ont rappelé que FMG avait fait valoir que l'actuelle entente FFO protégeait adéquatement les consommateurs grâce aux exigences concernant le préambule et la divulgation du prix. FMG avait également soutenu que l'application plus large des garanties offertes aux consommateurs, en particulier la clause relative à la suppression des frais que le consommateur conteste pour la première fois, dépassait la portée de l'entente FFO. Les Compagnies ont fait valoir qu'il n'était pas possible de compter sur tous les fournisseurs de services de contenu 900 pour qu'ils concilient adéquatement les intérêts des consommateurs et leurs propres intérêts commerciaux. Les Compagnies ont réitéré que pour cette raison, les principales mesures de protection des consommateurs devraient s'appliquer à tous les programmes du service 900, et ont fait valoir que les fournisseurs de services de contenu 900 qui ont déjà établi de bonnes relations avec leur clientèle seront guère touchés par cette mesure.
122. Les Compagnies ne se sont pas objectées à l'idée que les mesures de protection de la vie privée décrites à l'annexe D de la convention GCC s'appliquent à tous les programmes du service 900, peu importe l'entité responsable de la facturation, mais elles ont toutefois fait remarquer que les fournisseurs de services de contenu 900 sont tenus, quoi qu'il en soit, de se conformer aux lois et aux règlements fédéraux et provinciaux en vigueur. Les Compagnies ont ajouté que d'autres clauses des ententes prévoyaient la protection de la confidentialité des renseignements sur le consommateur et décrivaient les utilisations permises de ces renseignements. Selon les Compagnies, il n'est pas nécessaire d'inclure dans le contrat FS les règles générales de protection de la vie privée énoncées à l'annexe D de la convention GCC.

6. Restrictions imposées aux entreprises de services 900

a) Débranchement du service téléphonique du client pour défaut de paiement des frais liés au service 900

123. Les Groupes de défense des consommateurs ont fait valoir que le Conseil devrait expressément interdire le débranchement du service téléphonique local ou interurbain en cas de défaut de paiement des frais liés au service 900, à l'instar de la Federal Communications Commission aux É.-U. Les Groupes de défense des consommateurs ont dit craindre que certaines Compagnies invoquent le débranchement du service téléphonique pour menacer les consommateurs qui ne s'acquittent pas des frais liés au service 900. Les Groupes de défense des consommateurs ont fait valoir qu'une telle pratique était entièrement inadmissible. Ils ont avoué qu'ils ne connaissaient pas l'ampleur du problème, mais ont affirmé qu'il serait utile d'établir une règle précisant clairement que le défaut d'acquitter les frais liés au service 900 ne peut entraîner le débranchement de tout service autre que l'accès aux services 900.
124. En réplique, les Compagnies ont fait remarquer que leur politique ou leur pratique ne consistait pas à débrancher le service téléphonique local ou interurbain en cas de défaut de paiement des frais liés au service 900. Les Compagnies ont d'ailleurs fait valoir que leurs Modalités de service interdisaient la suspension ou la résiliation d'un service tarifé en cas de défaut de paiement des frais de service 900. Selon les Compagnies, il n'est pas à leur avantage sur le plan commercial de débrancher le service offert à leurs abonnés qui ne s'acquittent pas d'une présumée dette envers une tierce partie. Les Compagnies ont fait valoir que les garanties actuelles concernant le débranchement du service téléphonique étaient suffisantes et que rien n'indiquait que le débranchement ou les menaces de débranchement pour défaut de paiement des frais de service 900 constituaient un problème pour les consommateurs.

b) Responsabilité limitée

125. L'ACC/MSOS ont dit craindre que les dispositions relatives à la responsabilité limitée prévue à l'article 6 du contrat FS, à l'article 7.12 de la convention GCC et à l'article 11 de l'entente FFO soient trop vagues, et que les Compagnies doivent assumer une certaine responsabilité liée à la perte ou au dommage. Selon l'ACC/MSOS, il n'est pas déraisonnable de proposer que les Compagnies soient tenues de respecter une norme équivalente à celle de tout autre fournisseur de biens ou de services, notamment qu'elles soient obligées de déployer des efforts raisonnables pour s'assurer que leurs services 900 sont légitimes et qu'elles garantissent l'entière et exacte divulgation des frais qui peuvent être encourus.
126. En réplique, les Compagnies ont fait valoir que les observations de l'ACC/MSOS traduisaient une mauvaise compréhension du rôle des Compagnies quant à la fourniture du service 900 et au statut des Compagnies à titre d'entreprises.
127. Les Compagnies ont déclaré qu'elles offraient l'infrastructure réseau pour le service 900, et en option, un service de facturation et de perception, mais qu'elles ne fournissaient pas le contenu des programmes du service 900 ni les services qui s'y rattachent. Les Compagnies ont ajouté qu'à titre d'entreprises canadiennes offrant un service tarifé, elles avaient bien peu de marge de manoeuvre pour refuser d'offrir un service à des fournisseurs de services de contenu 900 ou pour s'immiscer dans le contenu du programme. Selon les Compagnies, il ne serait pas

raisonnable d'imposer une responsabilité exhaustive aux entreprises qui offrent le service 900 mais qui n'exercent pratiquement aucun choix quant à leurs clients et à la manière dont ils utilisent leurs installations.

c) Obligation de fournir des services 900 licites

128. L'ACC/MSOS ont fait valoir que l'article 3.7 du contrat FS stipule que les Compagnies ne sont pas tenues de s'assurer que les concours et les loteries sont licites. L'ACC/MSOS ont recommandé que les Compagnies prennent des mesures raisonnables pour s'assurer que les services 900 qu'ils offrent aux consommateurs sont licites.
129. En réplique, les Compagnies ont fait valoir que c'est au fournisseur de services de contenu 900 qu'il revient de veiller à ce que son programme respecte les lois et les règlements pertinents, ce qui explique pourquoi les ententes ne font pas état des lois et des règlements susceptibles de s'appliquer.
130. Les Compagnies ont fait remarquer que le contrat FS et la convention GCC précisent les conditions selon lesquelles elles offrent la fonctionnalité des appels 900 et elles acceptent d'effectuer la facturation au nom des fournisseurs de services de contenu 900. Les Compagnies ont ajouté que l'article 3.1 du contrat FS prévoit ce qui suit :

Le fournisseur de services est responsable de la préparation ou de l'enregistrement de tous les programmes, qui doivent être conformes aux lois fédérales, provinciales et municipales en vigueur ainsi qu'aux règlements. [Traduction]

131. Les Compagnies ont également ajouté que l'article 3.7 du contrat FS stipule ce qui suit :

Les Compagnies ne sont pas responsables des concours et des loteries ainsi que leur promotion. Il est de l'entière responsabilité du fournisseur de services de s'assurer que tous les aspects de ses services sont conformes à la loi. [Traduction]

7. Règlement des plaintes et mesures d'application

a) Procédure relative au règlement des plaintes des consommateurs

132. L'ACC/MSOS ont recommandé que peu importe que la facturation soit effectuée aux termes de la convention GCC ou d'une entente FFO, il devrait y avoir une procédure semblable à celle décrite dans la règle de la FTC sur les numéros 900 aux fins de traitement des plaintes des clients. L'ACC/MSOS ont souligné que la règle de la FTC sur les numéros 900 prévoit que les entités de facturation doivent répondre à des exigences en matière de traitement des plaintes de la part de clients. L'ACC/MSOS ont ajouté également que la règle de la FTC sur les numéros 900 prévoit également que si l'entité de facturation omet de se conformer à une de ces exigences, elle perd son droit de percevoir le montant contesté, même si en bout de ligne il est établi que les frais sont légitimes.

133. L'ACC/MSOS ont déclaré que parmi les droits accordés aux consommateurs, il y a le droit au recours ou à l'indemnisation lorsque les biens ou les services ne sont pas satisfaisants ou sont facturés injustement. Selon l'ACC/MSOS, il devrait exister une procédure uniforme prévoyant des lignes directrices qui servent à traiter les plaintes de manière juste et en temps opportun, quelle que soit l'entité de facturation.
134. L'ACC/MSOS ont fait remarquer que la règle de la FTC sur les numéros 900 précisait que toute entité de facturation, qu'il s'agisse d'une entreprise de service 900 ou d'un fournisseur de services de contenu 900, doit informer ses clients de leurs droits en tant que consommateurs et des obligations de l'entité de facturation. L'ACC/MSOS ont suggéré la mise en oeuvre d'une exigence semblable afin que les consommateurs sachent quoi faire s'ils souhaitent contester des frais liés au service 900.
135. Les Groupes de défense des consommateurs ont fait valoir qu'une fois qu'un consommateur a contesté des frais de service 900, il se peut que les contestations ultérieures ne puissent donner lieu à la suppression des frais de la part des entreprises de service 900. Selon les Groupes de défense des consommateurs, les données internes de Bell Canada révèlent que près du quart des plaintes ne visent pas des frais contestés pour la première fois, et que 12 p. 100 des plaintes n'étaient pas suivies d'un remboursement. Lorsque les litiges en matière de facturation ne sont pas résolus dans un certain délai, par exemple 30 jours, les Groupes de défense des consommateurs ont proposé que le litige soit confié au Conseil aux fins de décision et que la somme en litige ne porte pas intérêt.
136. En réplique, les Compagnies ont fait valoir qu'un des thèmes qui revenait régulièrement dans le mémoire de l'ACC/MSOS était l'utilité de rendre la réglementation canadienne sur le service 900 conforme à la règle de la FTC sur les numéros 900, en ce qui a trait, par exemple, aux procédures concernant les plaintes et la divulgation de la facturation. Les Compagnies ont reconnu que l'approche de la FTC constituait un excellent guide concernant la réglementation du service 900, mais elles ont souligné qu'aux É.-U., l'industrie des télécommunications possède une structure très différente de la nôtre et les défis qu'elle présente sont tout autres. Les Compagnies ont également ajouté que les compétences et les pouvoirs d'exécution du Conseil et de la FTC étaient, eux aussi, différents.
137. Les Compagnies ont fait remarquer que lorsqu'un utilisateur contestait des frais, mais qu'il ne pouvait se prévaloir de la disposition prévoyant leur suppression, elles reportaient ces frais à l'attention du fournisseur de services de contenu 900. Les Compagnies ont fait remarquer qu'en conséquence, les litiges non résolus n'engageaient pas directement les Compagnies. Les Compagnies ont ajouté qu'elles appuyaient néanmoins la résolution méthodique des litiges liées au service 900 par une tierce partie impartiale.

b) Application des garanties offertes aux consommateurs

138. Les Compagnies ont fait valoir que les garanties existantes et les mécanismes d'application actuels étaient efficaces et qu'il n'était pas nécessaire de les modifier.
139. Selon les Compagnies, les statistiques qui ont été acheminées aux bureaux de la haute direction du Conseil et des Compagnies sur les plaintes concernant le service 900 au cours des quatre dernières années révèlent que le nombre de plaintes se traitait assez bien. Les Compagnies ont précisé que toutes les plaintes ayant fait l'objet d'un suivi durant cette période portaient sur les

frais des programmes du service 900, et que la majorité des plaintes provenaient d'utilisateurs qui recouraient aux programmes du service 900 pour la première fois. Les Compagnies ont déclaré que, dans la plupart des litiges en cause, elles ont crédité le montant des frais contestés au compte des clients. Les Compagnies ont de plus affirmé que 75 p. 100 des plaignants qui se sont adressés à Bell Canada, et 91 p. 100 des plaignants qui se sont adressés à TCI, se sont par la suite abonnés au service de blocage des appels 900.

140. Les Compagnies ont déclaré, en réponse à des demandes de renseignements, que pendant une période de cinq mois en 2002, Bell Canada a tenu des dossiers détaillés sur les plaintes qui étaient confiées à un groupe de représentants du service à la clientèle spécialisé dans le traitement des appels concernant le service 900. Les Compagnies ont précisé que durant cette période :
- le groupe en question traitait environ 1360 plaintes par mois;
 - la plupart des appels, soit environ 78 p. 100, étaient à l'origine d'une première contestation;
 - environ 62 p. 100 des clients se sont par la suite abonnés au service de blocage d'appels;
 - la plupart des clients, soit environ 88 p. 100, ont eu droit à un crédit.
141. Selon les Compagnies, il existe environ trois mécanismes d'application à l'égard des garanties offertes aux clients du service 900, à savoir un examen initial du programme, un processus continu de surveillance et la résiliation du contrat FS pour cause de non-conformité. Les Compagnies ont fait remarquer que l'examen initial du programme du service 900 était un outil efficace pour détecter les cas de non-respects involontaires des ententes, mais inefficace pour détecter les fournisseurs de services de contenu 900 qui cherchaient délibérément à tromper les utilisateurs. Les Compagnies ont de plus fait valoir que le processus continu de surveillance permettait de détecter les comportements non conformes d'une façon raisonnablement efficace et constituait également un moyen dissuasif. Finalement, les Compagnies ont expliqué que la résiliation d'un contrat FS pour cause de non-conformité amenait leurs employés à rendre des décisions à la fois difficiles et subjectives qui ont donné lieu à des litiges coûteux opposant les Compagnies aux fournisseurs de services de contenu 900 et, à l'occasion, à des appels devant le personnel du Conseil. De l'avis des Compagnies, la résiliation d'un contrat FS demeure un outil d'application dont le succès est mitigé.
142. Les Compagnies ont précisé que relativement peu de plaintes des clients n'étaient pas résolues à l'aide des principales mesures de protection du consommateur. Selon les Compagnies, ces mesures, telles que la politique sur les débits compensatoires et le blocage d'appels, constituaient les mécanismes les plus efficaces pour prévenir les problèmes et résoudre les litiges concernant le service 900. Les Compagnies ont fait valoir, en revanche, qu'elles étaient peu en mesure de surveiller le service 900 en ce qui a trait aux préoccupations quant à la protection des consommateurs.

143. Les Groupes de défense des consommateurs ont indiqué que les garanties offertes aux consommateurs seraient mieux respectées si, à la suite de plaintes reçues ou acheminées par les compagnies de téléphone, le Conseil rendait des ordonnances de débranchement à l'endroit des fournisseurs de services de contenu 900 et poursuivait ces entreprises pour violation du contrat FS, le cas échéant, aux termes de l'alinéa 73(2)b) de la *Loi*. En outre, les Groupes de défense des consommateurs ont fait remarquer que l'alinéa 73(2)b) de la *Loi* prévoit des poursuites si une modalité de service n'est pas respectée aux termes de l'article 24 de la *Loi*. Les Groupes de défense des consommateurs ont fait valoir que, puisque le contrat FS était approuvé par le Conseil, les garanties qui s'y trouvent constituent des modalités de service, tout comme les règles énoncées dans les tarifs pertinents des Compagnies. Les Groupes de défense des consommateurs ont suggéré que le Conseil établisse un processus simplifié permettant d'entreprendre des poursuites lorsque les fournisseurs de services de contenu 900 enfreignent nettement les règles.
144. Selon les Groupes de défense des consommateurs, un des problèmes concernant le régime actuel du service 900 a trait aux infractions répétées des règles existantes. Les Groupes de défense des consommateurs ont fait valoir que l'approche actuelle quant à l'application des règles du service 900 semble inadéquate, et qu'il était essentiel que toute règle, existante ou nouvelle, soit adéquatement appliquée. À leur avis, il ne sert à rien de créer des règles qui peuvent être ignorées sans qu'aucune conséquence ne s'ensuive.
145. Les Groupes de défense des consommateurs ont déclaré que le seul outil d'application actuellement utilisé semble être la résiliation du service, aux termes du contrat FS. Ils ont fait remarquer que selon les dires des Compagnies en réponse à une demande de renseignements, Bell Canada avait débranché 64 fournisseurs de services de contenu 900 pour cause de violation de la convention GCC ou du contrat FS, entre le 15 septembre 1999 et le 14 mars 2002, dont 56 pour violation en regard du contenu et pour présentation de préambule trompeur ou de publicité trompeuse.
146. Les Groupes de défense des consommateurs ont fait remarquer que les Compagnies avaient précisé, en réponse à une demande de renseignements, que selon leur expérience, la résiliation constitue une sanction dont l'efficacité est limitée. Plus précisément, les Groupes de défense des consommateurs ont relevé les affirmations suivantes de la part des Compagnies :
- i) la possibilité d'une obligation de réparer par suite d'une résiliation inadéquate a incité les Compagnies à faire preuve de prudence dans l'utilisation de cette sanction;
 - ii) le processus de résiliation est un processus relativement lent et lourd;
 - iii) les fournisseurs de services de contenu 900 peuvent prendre des mesures pour limiter l'efficacité de la résiliation, par exemple en adoptant diverses dénominations sociales (c.-à.-d., ne considérer la résiliation de certains numéros que comme une simple dépense d'entreprise).
147. Les Groupes de défense des consommateurs ont fait valoir qu'il était inadéquat de ne se fier qu'au débranchement volontaire de la part des compagnies de téléphone comme moyen d'application des règles de protection des consommateurs relativement au service 900. Les Groupes de défense

des consommateurs ont fait remarquer que les Compagnies avaient affirmé, en réponse à une demande de renseignements, que dans certaines circonstances, il conviendrait que le Conseil joue un rôle plus actif en matière de sanction à l'égard des fournisseurs de services de contenu 900 non conformes.

IV. Analyse du Conseil

1. Outils de sensibilisation du public

a) Préambule au début des programmes du service 900

i) Protection des consommateurs à l'égard des services 900 accessibles par Internet

148. Le Conseil est d'avis que, tout comme les utilisateurs d'un programme du service 900 par téléphone, les utilisateurs par Internet doivent être informés qu'il y a des frais rattachés à l'accès à un programme du service 900 par Internet. Par conséquent, le Conseil établit que les changements proposés par les Compagnies dans l'AMT 740, au sujet de l'intégration du préambule aux programmes du service 900 par Internet, sont adéquats, et qu'une telle mesure tient compte des préoccupations des Groupes de consommateurs.
149. Le Conseil considère que la nouvelle formulation que les Compagnies ont suggérée dans leurs commentaires afin que la définition du « préambule » précise que l'utilisateur par Internet doit cliquer sur le bouton « J'accepte » « ou signifier son consentement explicite d'une autre façon » est également adéquate.
150. Tel que suggéré par l'ACC/MSOS, le Conseil considère que l'information contenue dans la boîte de dialogue doit clairement indiquer qu'en cliquant sur le bouton « J'accepte », l'utilisateur par Internet accepte d'acquiescer les frais liés à l'accès au programme du service 900. Bien que cette information soit implicite dans les exigences relatives à l'actuel préambule, le Conseil estime qu'elle doit être énoncée explicitement dans le contexte de l'activité en ligne, afin d'accroître la probabilité que les utilisateurs par Internet soient au courant des frais.
151. Quant à l'apparence du contenu du préambule présenté sur Internet, le Conseil fait remarquer que les Compagnies ont proposé que le texte soit présenté en langage clair, dans une police de taille 12 ou plus. Le Conseil estime toutefois que les recommandations du Commissaire de la concurrence concernant la présentation du contenu du préambule dans la boîte de dialogue sont raisonnables et permettront aux utilisateurs de mieux comprendre les conséquences d'utiliser le service 900 par Internet.
152. À la lumière de ce qui précède, le Conseil établit que les Compagnies doivent s'assurer que la définition du « préambule » figurant dans les ententes précise que le contenu de la boîte de dialogue présentant les programmes du service 900 sur Internet doit être :
 - i) un message court, précis et clair;
 - ii) facile à lire (il ne doit pas contenir de caractères d'imprimerie, de majuscules, d'espaces étroits ni de petits caractères);

- iii) rédigé dans un langage clair et simple (il doit être exempt de mots et de phrases inusités);
- iv) présenté dans une police de taille 12 ou plus;
- v) présenté à l'internaute avant que le transfert ne se produise;
- vi) assorti d'une mention indiquant clairement qu'en cliquant sur le bouton « J'accepte », « ou en signifiant son consentement explicite d'une autre façon », l'utilisateur par Internet accepte d'acquitter les frais liés au programme du service 900.

ii) Obligation de fournir des renseignements supplémentaires concernant les autres modes de facturation

153. Le Conseil est d'avis que les propositions des Compagnies présentées dans l'AMT 740 en ce qui concerne la présentation d'information supplémentaire aux utilisateurs du service 900 devraient permettre à ceux-ci de mieux comprendre la manière dont leurs appels à un service 900 seront facturés et, par conséquent, de simplifier la perception des frais pour les fournisseurs de services de contenu 900. Le Conseil est d'avis que si les appelants ne sont informés que du nom de l'entité qui effectue la facturation, comme l'a suggéré FMG, il se peut qu'ils ne comprennent pas les modes de facturation. Par exemple, les appelants ne comprendront peut-être pas que les appels leurs seront facturés séparément ou que les Compagnies achemineront l'information à l'entité de facturation. Le Conseil fait remarquer que les Compagnies ont proposé que cette exigence ne soit pas appliquée dans le cas des annuaires téléphoniques ou de publicité. Le Conseil établit que malgré cette exemption à l'égard des annuaires standard et sans publicité, l'exigence s'appliquera à la publicité dans les annuaires des Compagnies.
154. En ce qui concerne la suggestion de l'ACC/MSOS selon laquelle un numéro de téléphone sans frais permettant aux clients de poser des questions devrait être fourni par le fournisseur de services de contenu 900 lors du préambule, le Conseil fait remarquer qu'aux termes de l'article 4.2 de l'entente FFO, le fournisseur de services de contenu 900 doit indiquer son numéro de téléphone sans frais sur ses factures. Selon le Conseil, cette exigence qui est déjà en vigueur est suffisante.

iii) Application du préambule à tous les programmes du service 900

155. Le Conseil fait remarquer qu'à l'intérieur d'une période de facturation, les frais de 3 \$ ou moins par appel pourraient s'accumuler de manière à constituer un montant important. Le Conseil convient que l'exigence relative au préambule ne devrait pas faire l'objet d'une exception lorsque les taux fixes applicables à un appel sont de 3 \$ ou moins. Le Conseil est d'avis que le préambule devrait être associés à tous les programmes du service 900, sauf dans les cas où des appelants réguliers consentent explicitement à passer outre au message. Par conséquent, le Conseil estime que tous les programmes de service 900 devraient être précédés d'un préambule, y compris ceux à taux fixe de 3 \$ ou moins, à moins qu'un appelant régulier désactive volontairement le préambule (cette option n'étant toutefois pas possible dans les 30 jours qui suivent une augmentation de prix).

iv) Jeux de hasard

156. Le Conseil fait remarquer qu'il incombe aux gouvernements fédéral, provinciaux et municipaux compétents en matière de loteries et de jeux de hasard de rendre des décisions sur certaines questions, comme par exemple la question de savoir si les fournisseurs de services de contenu 900 doivent proposer un moyen de participer gratuitement à des concours ou dévoiler les chances de gagner. Le Conseil fait remarquer qu'aux termes de l'article 3.1 du contrat FS, tous les fournisseurs de services 900 doivent se conformer aux lois et règlements fédéraux, provinciaux et municipaux pertinents.
157. En ce qui concerne la proposition visant à garantir des descriptions de prix non trompeuses, le Conseil fait remarquer qu'aux termes de l'article 3.1 du contrat FS, les fournisseurs de services de contenu 900 doivent respecter toutes les lois applicables.
158. Le Conseil conclut que le préambule doit présenter d'autres façons de participer à un tirage ou à un jeu de hasard qui n'exigent pas le recours à un numéro 900, de manière à éviter des frais inutiles aux appelants.

v) Divulgence complète des frais applicables au service 900

159. Dans le but de garantir que le préambule fait état de tous les frais applicables au service 900, le Conseil conclut, à la suggestion de l'ACC/MSOS, que les Compagnies doivent modifier dans leurs ententes la définition de « préambule » de manière à préciser que tous les taux et tous les frais éventuels doivent être divulgués, y compris les frais fixes, les tarifs à la minute, les frais minimums et maximums, ainsi que tous les tarifs qui peuvent s'appliquer à divers éléments d'un programme. De plus, le Conseil est d'avis que le préambule doit avertir les appelants que des frais supplémentaires s'appliqueront si leur appel est transféré à un autre service facturable par appel.
160. En ce qui concerne l'annonce des frais encourus en milieu d'appel, le Conseil fait remarquer qu'aucune preuve présentée ne justifie qu'une telle annonce serait réalisable sur le plan technique ou n'établir, si une telle annonce était réalisable, les coûts qui y seraient associés. De plus, le Conseil estime que le préambule renseignera suffisamment les appelants sur tous les frais applicables, y compris les frais maximums par appel. Par conséquent, il n'est pas pertinent selon le Conseil d'imposer l'annonce des frais encourus en milieu d'appel.

b) Sensibilisation du public aux droits des consommateurs

i) Utilisation des programmes du service 900 par des mineurs

161. En ce qui concerne les inquiétudes soulevées par l'ACC/MSOS relativement au besoin d'informer les parents qu'ils doivent avertir leurs enfants de ne pas utiliser un service 900 sans leur autorisation, le Conseil estime qu'un programme de sensibilisation du public dans les sites Web des Compagnies et au moyen d'encarts de facturation annuels pourrait suffire à les apaiser.

ii) Différence entre les numéros sans frais d'interurbain et les numéros 900

162. En ce qui concerne la mise sur pied d'une vaste campagne de sensibilisation du public visant à informer les clients de la différence entre les appels sans frais d'interurbain et les appels logés à des numéros 900 ou à d'autres indicatifs régionaux, le Conseil conclut qu'il y a insuffisance de preuve démontrant une confusion qui justifierait une telle campagne. Toutefois, le Conseil estime que dans la mesure où il pourrait effectivement y avoir confusion dans l'esprit des clients, il serait possible d'en éliminer une bonne partie en intégrant, dans les sites Web et les encarts annuels de facturation des fournisseurs de services 900, des précisions sur le fait que les appels logés à un numéro 900 et les appels interurbains à destination d'un indicatif régional commençant par « 8 » sont associés à des frais, contrairement aux appels logés à des numéros 800 ou 888, qui sont sans frais d'interurbain.

iii) Renseignements à fournir sur les factures du service 900

163. En ce qui concerne la proposition des Groupes de défense des consommateurs voulant que les factures du service 900 précisent la date, l'heure et dans le cas des services facturés à la minute, la durée de l'appel, le Conseil fait remarquer que les pratiques de facturation actuelles des Compagnies dépassent de telles exigences. Le Conseil est toutefois d'avis qu'il conviendrait que tous les appelants à des numéros 900 reçoivent des factures contenant tous ces détails afin qu'ils puissent vérifier l'exactitude des frais qui leur sont facturés. Par conséquent, le Conseil estime que le contrat FS devrait être modifié de manière à exiger que tous les fournisseurs de services de contenu 900 donnent des factures aussi détaillées que celles des Compagnies.

iv) Programme de sensibilisation du public

164. Dans le but de mieux sensibiliser le public aux droits des consommateurs dans les cas de litiges relatifs à la facturation, à l'utilisation des programmes du service 900 par des mineurs, au blocage des appels et aux frais applicables au service 900, le Conseil conclut que les sites Web et les encarts annuels de facturation des Compagnies doivent contenir les éléments ci-après, dans un texte clair et concis, au moyen d'une police de taille 12 ou plus :
- i) un rappel que les parents devraient avertir leurs enfants de ne pas loger d'appels à des numéros 900 sans leur autorisation;
 - ii) un rappel que les services 900 et les appels interurbains à destination d'un indicatif régional commençant par « 8 » sont associés à des frais, contrairement aux services sans frais d'interurbain;
 - iii) de l'information sur la disponibilité du service de blocage des appels;
 - iv) un énoncé précisant aux consommateurs qu'ils peuvent communiquer avec le Conseil pour trouver des solutions aux litiges qui les opposent à un fournisseur de services de contenu 900 ou à une entreprise de services 900.

165. Le Conseil fait remarquer que l'encart annuel doit être fourni par voie électronique aux clients qui reçoivent leurs factures par Internet, et qu'il doit contenir le même texte clair et concis, et utiliser une police de taille 12.

2. Réduction des frais maximums applicables à certains programmes du service 900

a) Programmes de jeux de hasard

166. Le Conseil estime que la proposition faite par les Compagnies dans l'AMT 740 et qui vise à réduire de 25 \$ à 5 \$ par appel 900 les frais maximums applicables aux jeux de hasard est raisonnable et qu'elle favoriserait la protection des clients en limitant les risques éventuels. Selon le Conseil, peu importe le montant maximum, les fournisseurs de services de contenu 900 devront s'assurer que leurs programmes satisfont aux lois et règlements fédéraux, provinciaux et municipaux pertinents, conformément à l'article 3.1 du contrat FS.

b) Programmes de lignes de médium à tarif maximum

167. Le Conseil estime que la proposition faite dans l'AMT 741 et qui vise à réduire de 10 \$ à 6 \$ le tarif maximum par minute applicable aux programmes LMTM est raisonnable étant donné qu'aucun fournisseur de services de contenu 900 ne facture actuellement ces programmes plus de 6 \$ la minute.

168. Le Conseil fait remarquer que les Compagnies n'ont pas présenté une preuve suffisante à l'appui de leur argument selon lequel les clients réclamaient une prolongation de la durée de leurs appels à des programmes LMTM. Par conséquent, le Conseil est d'avis qu'il ne serait pas indiqué d'augmenter les frais maximums applicables à ces programmes pour les faire passer de 100 \$ à 200 \$ par appel.

3. Mesures visant à limiter les risques pour le consommateur

a) Blocage des appels

169. Dans la décision 94-4, le Conseil a établi que les Compagnies devaient offrir le service de blocage des appels à tout abonné qui le demandait, moyennant des frais d'établissement forfaitaires d'au plus 10 \$, sans frais mensuels récurrents. Le Conseil a affirmé que si la compagnie engageait d'autres coûts pour fournir le blocage des appels, elle devrait les recouvrer au moyen des tarifs applicables au service 900.

i) Frais de blocage des appels

170. Le Conseil fait remarquer que Bell Canada, Island Telecom Inc. (Island Tel), Maritime Tel & Tel Limited (MTT) et NBTel Inc. (NBTel) exigent des frais de 10 \$ pour effectuer le blocage des appels. Le Conseil fait également remarquer que MTS Communications Inc., NewTel Communications Inc. et TCI n'exigent aucun frais pour activer cette fonction, mais qu'en Alberta, TCI facture 18 \$ pour les demandes subséquentes visant à ajouter ou à retirer le blocage des appels 900.

171. Le Conseil fait remarquer que, selon les données fournies par les Compagnies, 91 p. 100 des plaignants dans le territoire de desserte de TCI se sont abonnés au blocage des appels lorsque le service leur a été offert sans frais, tandis que seulement 56 p. 100 des plaignants dans le territoire de desserte de Bell Canada se sont abonnés au service de blocage des appels au taux de 10 \$, lorsqu'il leur a été offert pour la première fois. Le Conseil fait également remarquer que 19 p. 100 des clients de Bell Canada qui, à l'origine, avaient refusé le service de blocage des appels s'y sont abonnés par la suite. Selon le Conseil, ces données suggèrent que les frais peuvent dissuader les clients de s'abonner au service de blocage des appels. Par conséquent, le Conseil estime qu'il conviendrait d'éliminer les frais relatifs à la mise en œuvre du blocage des appels.
172. Toutefois, le Conseil est d'avis que les Compagnies devraient pouvoir, à leur discrétion, facturer tout changement subséquent au service de blocage des appels afin d'empêcher les clients d'ajouter ou de retirer ce service à répétition. Selon le Conseil, il devrait s'agir de frais nominaux d'au plus 10 \$, et tout coût supplémentaire associé à la résiliation ou à l'ajout du blocage des appels devrait être recouvré à même les tarifs applicables au service 900. Par conséquent, le Conseil estime que TCI doit réduire à 10 \$ son tarif de 18 \$.

ii) Blocage des appels par défaut

173. Le Conseil fait remarquer que les Groupes de défense des consommateurs et Bill Cuell lui ont proposé de prendre en considération la possibilité d'imposer par défaut le blocage de tous les appels 900, sauf lorsque les consommateurs demandent l'accès à un tel service. Les Groupes de défense des consommateurs ont ajouté qu'une autre solution consistait à exiger un code d'accès personnel pour les services 900. Le Conseil estime que d'autres garanties relatives au service 900, notamment la modification des coûts applicables au blocage des appels, permettent de bien répondre à la situation. Le Conseil fait remarquer que le dossier de la présente instance ne comporte aucune preuve relative à la faisabilité de la mise en œuvre de l'accès à des services 900 au moyen d'un mot de passe, ou aux coûts qui y seraient associés. Par conséquent, le Conseil juge qu'il ne doit pas imposer une telle exigence.

b) Suppression automatique de tous les frais de service 900 contestés pour la première fois

174. Conformément aux dispositions actuelles relatives à la rétrofacturation, les compagnies de téléphone suppriment tous les frais qui font l'objet d'une contestation raisonnable pour la première fois, sans exiger qu'il s'agisse de frais applicables à une première utilisation du service par un client particulier. Le Conseil fait remarquer que les Groupes de défense des consommateurs ont proposé que les frais contestés à l'égard d'une première utilisation soient supprimés, mais ils n'ont pas fourni d'explications plus détaillées sur la mise en œuvre d'une telle mesure. Le Conseil est d'avis que pour mettre en œuvre la suppression automatique, il devrait déterminer si, par exemple, cette mesure ne porterait que sur les frais applicables à une première utilisation d'un service 900 à l'intérieur d'une période de facturation particulière ou sur le montant total exigible au moment où un client conteste pour la première fois une facturation. Il devrait également déterminer si une échéance devrait être imposée pour la contestation des frais et si la suppression des frais s'appliquerait à tous les services 900.
175. Le Conseil fait remarquer qu'à l'appui de leur proposition visant une suppression automatique, les Groupes de défense des consommateurs ont fait valoir que les Compagnies utilisent peut-être une norme trop élevée pour déterminer si les contestations sont raisonnables. Le

Conseil fait remarquer que le dossier de la présente instance ne comporte aucune preuve à l'appui de la proposition selon laquelle le système actuel de suppression des frais faisant l'objet de contestation pose des problèmes. Le Conseil juge que, selon la preuve présentée dans le cadre de la présente instance, les Compagnies suppriment la majorité des frais applicables aux appels 900 lorsqu'ils font l'objet d'une première contestation.

176. Le Conseil fait remarquer que selon les Groupes de défense des consommateurs, le fait qu'un appelant ne se soit jamais vu facturer de frais applicables à un service 900 par le passé et le fait qu'il n'ait pas encore été informé du service de blocage des appels constituent une preuve suffisante que la contestation est raisonnable. Selon le Conseil, pour déterminer si des plaintes sont raisonnables, il importe d'examiner les faits particuliers qui concernent chacune d'elles. Le Conseil fait remarquer que la question du caractère raisonnable des contestations est présente à plusieurs endroits dans les modalités de service des Compagnies, par exemple dans les dispositions relatives au débranchement du service téléphonique. Le Conseil estime qu'une disposition sur la suppression automatique pourrait avoir pour résultat de forcer les Compagnies à supprimer des frais dans le cas de plaintes non raisonnables, ce qui est inacceptable.
177. De plus, selon le Conseil, s'il était largement connu que les frais applicables à une première utilisation seront supprimés, des appelants pourraient choisir de tirer profit de cette situation en logeant de nombreux appels à des services 900 au cours d'une période de facturation particulière ou au cours de plusieurs périodes de facturation, en ayant l'intention de contester les frais par la suite de manière à les faire supprimer.
178. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil est d'avis que les dispositions actuelles sur la rétrofacturation offrent encore un redressement adéquat dans le cas des frais qui font l'objet d'une contestation raisonnable.

c) Notification du client lorsque les frais de service 900 excèdent 50 \$ pour la première fois

179. Le Conseil fait remarquer que les Compagnies ont indiqué que la question du recouvrement des coûts associés à l'élaboration de nouvelles routines et procédures visant à mettre en œuvre un processus de notification leur poserait un problème. Le Conseil fait également remarquer que, pour l'instant, personne ne sait combien il en coûterait pour fournir un processus de notification dans le cas des frais applicables à un service 900 lorsqu'ils excèdent 50 \$. Le Conseil estime que les procédures devant permettre de déterminer les frais de service 900 engagés aux termes de l'entente FFO risqueraient d'être coûteuses, car ces frais de service ne sont pas facturés par les Compagnies. Le Conseil souligne les propositions formulées dans la présente décision concernant le blocage des appels et la suppression des frais, ainsi que celles visant une meilleure information des clients des services 900 quant aux choix qui leurs sont offerts en matière de tarifs et de résolution de litiges.
180. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil estime qu'il ne convient pas d'adopter une exigence relative à la notification des clients lorsque les frais de service 900 excèdent 50 \$ pour la première fois.

d) Obligation pour les appelants de signaler explicitement leur consentement à engager des frais

181. Le Conseil prend note de la proposition des Groupes de défense des consommateurs selon laquelle les appelants devraient obligatoirement signifier explicitement qu'ils acceptent les frais applicables au service 900, par exemple en appuyant sur le carré du clavier téléphonique. Selon le Conseil, le fait de composer un numéro 900 et de demeurer en ligne après avoir écouté le préambule, qui contient de l'information sur les frais applicables, signifie explicitement que l'appelant sait que des frais lui seront facturés. Par conséquent, le Conseil estime que les appelants ne devraient pas avoir à signifier leur consentement explicite au moyen d'une action particulière autre que le fait de demeurer en ligne et d'écouter le préambule.

4. Autres obligations à l'égard des fournisseurs de services de contenu 900

182. Le Conseil fait remarquer que tous les fournisseurs de services 900 et tous les fournisseurs de services de contenu 900 doivent satisfaire aux lois et règlements fédéraux, provinciaux et municipaux pertinents.

a) Fraudes de type « cartes à gratter »

183. Tel que mentionné précédemment, les Compagnies ont proposé dans l'AMT 740 de modifier le libellé des contrats FS et des conventions GCC de manière à empêcher les fraudes de type « cartes à gratter » en interdisant les programmes de service 900 dans le cadre desquels la remise d'un prix ou d'un avantage à l'appelant est conditionnelle au paiement de frais par l'intermédiaire d'un service 900, ou est présentée comme étant assujettie à une telle condition. Le Conseil est d'avis que les changements proposés sont conformes à la *Loi sur la concurrence*, telle que modifiée, et qu'ils ne nuisent pas aux autres efforts déployés dans le domaine de la réglementation en vue d'enrayer la fraude associée aux « cartes à gratter ». Le Conseil estime que les dispositions proposées apporteraient une protection supplémentaire contre de telles fraudes et, par conséquent, il juge appropriés les changements proposés.

b) Raccordement d'appels sans frais d'interurbain aux services 900

184. Le Conseil estime que parce que des appels sans frais d'interurbain sont raccordés à des services 900, les utilisateurs des services 900 peuvent se voir facturer pour ces services sans avoir été informés des frais applicables. Dans le but de mettre un frein à de telles pratiques, le Conseil estime que le contrat FS devrait énoncer explicitement que les pratiques suivantes sont interdites :

- i) utiliser des numéros sans frais d'interurbain pour des services tarifés à l'appel, sauf si l'appelant a déjà conclu une entente avec la compagnie ou s'il règle son appel par carte de crédit;
- ii) raccorder directement un appel sans frais d'interurbain à un numéro 900;
- iii) percevoir, auprès des fournisseurs de services de contenu 900, des frais de rappel lorsque le client compose d'abord un numéro sans frais d'interurbain.

c) Utilisation des programmes du service 900 par des mineurs

185. En ce qui concerne la proposition de l'ACC/MSOS voulant que des garanties semblables à celles que prévoit la règle de la FTC sur les numéros 900 soient adoptés à l'égard des mineurs, le Conseil estime que le processus de rétrofacturation, le service de blocage des appels et le programme de sensibilisation du public dans les sites Web et les encarts annuels de facturation des Compagnies pourraient contribuer à dissiper les préoccupations à ce chapitre.

d) Référence à d'autres programmes du service 900

186. En ce qui concerne la proposition des Groupes de défense des consommateurs visant à interdire aux fournisseurs de services de contenu 900 de faire pression sur les appelants pour qu'ils utilisent à nouveau leurs services ou pour qu'ils logent des appels à d'autres programmes de service 900, le Conseil fait remarquer que les Groupes de défense des consommateurs ont déclaré ignorer la mesure dans laquelle de telles pratiques contribuent à l'insatisfaction des clients à l'égard des services 900. Le Conseil remarque également que les Compagnies ont déclaré ne pas savoir dans quelle mesure cette situation constituait un problème. Le Conseil estime que le dossier de la présente instance ne comporte aucune preuve à l'appui de la proposition selon laquelle la pression exercée sur les appelants pour les amener à loger des appels supplémentaires constitue un problème. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil est d'avis qu'une telle interdiction ne devrait pas être adoptée.

e) Pratiques de perception à l'image des normes de l'industrie

187. En ce qui concerne la proposition des Groupes de défense des consommateurs selon laquelle la convention GCC devrait inclure les lois et règlements provinciaux pertinents qui portent sur les organismes de recouvrement, le Conseil fait remarquer que le dossier de la présente instance ne comporte aucun élément de preuve pouvant laisser croire qu'il existe un problème lié à des pratiques de perception inappropriées. De plus, le Conseil fait remarquer que les services 900 sont des services nationaux : il serait donc peu pratique d'inclure dans la convention GCC les lois de toutes les provinces. Le Conseil fait remarquer qu'aux termes de l'article 3.1 du contrat FS, les fournisseurs de services de contenu 900 doivent se conformer à toutes les lois locales, y compris celles qui s'appliquent à la perception. Par conséquent, le Conseil estime que cette proposition ne devrait pas être adoptée.

5. Garanties prévues à la convention GCC – Extension de leur application aux fournisseurs de services de contenu 900 qui utilisent d'autres modes de facturation

188. Le Conseil est d'avis que les mesures de protection prévues dans la convention GCC, qui ne s'appliquent par conséquent qu'aux entreprises de services 900 qui assurent la facturation et la perception, devraient dorénavant être intégrées aux contrats FS et s'appliquer à tous les fournisseurs de services de contenu 900, quelle que soit l'entité chargée de facturer les services.
189. En ce qui concerne la proposition des Groupes de défense des consommateurs selon laquelle les mesures de protection des consommateurs devraient être appliquées de la même façon par tous les fournisseurs de services de contenu 976, le Conseil estime qu'elle déborde le cadre de la présente instance.

i) Suppression des frais contestés et blocage des appels

190. Le Conseil est d'avis que dans les cas d'un premier litige associé aux services 900, la suppression des frais raisonnablement contestés constitue une mesure de protection fondamentale. Par conséquent, selon le Conseil, il convient que soient appliquées les mesures de suppression des frais raisonnablement contestés que le client a engagés avant d'avoir pu se prévaloir du service de blocage des appels à un service 900, et ce, que la facturation soit la responsabilité d'une entreprise de services 900 ou d'un fournisseur de services de contenu 900.
191. Le Conseil estime également que les fournisseurs de services de contenu 900 doivent avertir les clients qui contestent des frais de service 900 qu'ils peuvent faire bloquer les appels logés à des numéros 900 en en faisant la demande auprès de leur compagnie de services téléphoniques locaux. Encore une fois, le Conseil est d'avis qu'une telle disposition ne doit pas être fonction d'une entité de facturation.

ii) Frais maximum

192. Le Conseil note que selon les Groupes de défense des consommateurs, les dispositions suivantes de la convention GCC, qui établissent les frais maximums applicables à certains types de programmes du service 900, devraient s'appliquer également aux fournisseurs de services de contenu 900 responsables de leur propre facturation :
- frais maximums de 3 \$ l'appel pour les personnes de moins de 18 ans;
 - frais maximums de 5 \$ l'appel dans le cas des jeux de hasard à but lucratif;
 - frais maximums de 6 \$ la minute et de 100 \$ l'appel dans le cas des programmes LMTM;
 - frais maximums de 25 \$ l'appel dans le cas des programmes de valeur subséquente, tel qu'établi aux termes de l'article 7.5(d) de la convention GCC.
193. Le Conseil fait remarquer que selon des dispositions de la convention GCC, les frais maximums par appel sont de 50 \$, sauf lorsqu'il est précisé autrement, et que les programmes entreprises /gouvernement qui mettent l'accent sur les activités commerciales, l'administration publique ou les activités de bienfaisance autorisées ne se voient pas imposer de frais maximums.
194. Le Conseil remarque que l'entente FFO fait état d'une limite de 3 \$ par appel dans le cas des programmes destinés aux appelants de moins de 18 ans, et d'une limite de 50 \$ par appel dans le cas des autres programmes.
195. Le Conseil est d'avis que les fournisseurs de services de contenu 900 devraient être tenus d'établir les mêmes frais maximums, peu importe la méthode de facturation qu'ils utilisent, et il estime que les dispositions relatives aux frais maximums établies dans la convention GCC devraient s'appliquer à tous les fournisseurs de services de contenu 900 aux termes du contrat FS. Le Conseil fait remarquer que le fait de transférer les dispositions relatives aux frais maximums dans le contrat FS se traduira par une baisse des frais d'appel lorsque les fournisseurs de services de contenu 900 facturent des programmes de jeux de hasard à but lucratif, des programmes de

valeur subséquente ou des programmes mettant l'accent sur les activités commerciales, l'administration publique ou les activités de bienfaisance autorisées ne se voient pas imposer de frais maximums. Le Conseil fait également remarquer que ce changement fera passer de 50 \$ à 100 \$ les frais maximums applicables aux programmes LMTM aux termes de l'entente FFO.

iii) Interdiction relative aux propos répétitifs, aux longues périodes d'attente, etc.

196. Les Groupes de défense des consommateurs ont proposé que l'interdiction qui est faite dans la convention GCC d'utiliser des propos répétitifs, de longues périodes d'attente, du verbiage ou de longues procédures de téléchargement dans les programmes du service 900 dans le but de prolonger la durée des appels devrait s'appliquer à tous les fournisseurs de services de contenu 900. Le Conseil fait remarquer que l'annexe C de la convention GCC établit que les Compagnies ne doivent pas acheter les comptes-clients d'un fournisseur de services qui utilise de tels moyens pour prolonger la durée des appels.
197. Étant donné que le Conseil juge inacceptables de telles pratiques intentionnellement trompeuses, peu importe qui est responsable de la facturation, il estime que le contrat FS devrait prévoir l'interdiction de ces pratiques.

iv) Protection de la vie privée

198. Le Conseil fait remarquer que les Compagnies ne se sont pas opposées à la proposition visant à inclure dans le contrat FS les principes relatifs à la confidentialité décrits à l'annexe D de la convention GCC, mais qu'elles estimaient que cet ajout était inutile compte tenu des dispositions actuelles des ententes. Le Conseil fait également remarquer que l'annexe D de la convention GCC établit les principes de protection de la vie privée destinés aux fournisseurs de services de contenu 900 qui souscrivent à l'option de reçu. Selon cette option, les organismes de bienfaisance enregistrés sont des fournisseurs de services de contenu 900, et les appelants peuvent composer un numéro 900 pour faire un don, dont le montant apparaîtra sur leur compte de téléphone. Le Conseil estime que l'inclusion dans le contrat FS des principes de protection de la vie privée à l'annexe D de la convention GCC permettrait de rappeler aux fournisseurs de services de contenu 900 les obligations qui leur incombent.
199. Selon le Conseil, les principes de protection de la vie privée devraient s'appliquer à tous les fournisseurs de services de contenu 900. Par conséquent, le Conseil juge que le contrat FS devrait inclure la liste des principes de protection de la vie privée contenus dans l'annexe D de la convention GCC révisée, sans la référence à l'option de reçu, de manière que les principes qui y sont établis s'appliquent à tous les fournisseurs de services de contenu 900 et à tous les services 900.

6. Restrictions imposées aux entreprises de services 900

a) Débranchement du service téléphonique du client pour défaut de paiement des frais liés au service 900

200. Le Conseil prend note de la proposition des Groupes de défense des consommateurs selon laquelle les services locaux ou interurbains des consommateurs qui ne paient pas leurs frais de service 900 ne devraient pas être débranchés. Le Conseil fait toutefois remarquer que le dossier

de la présente instance ne comporte aucune preuve confirmant que les Compagnies agissent de la sorte. Au contraire, la preuve présentée par les Compagnies démontre que le débranchement des services locaux ou interurbains des clients qui ne paient pas leurs frais de service 900 ne fait partie ni de leur politique, ni de leurs pratiques.

201. Le Conseil fait remarquer que dans la décision *Modalités de service – Débranchement pour cause de paiement partiel des frais*, Décision de télécom CRTC 2004-31, 11 mai 2004, le Conseil a interdit aux Compagnies de suspendre ou de débrancher les services tarifés, ou de menacer de le faire, lorsque le client a fait des paiements partiels suffisants pour couvrir les frais tarifés.
202. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil estime que les règles actuelles qui régissent le débranchement des services pour défaut de paiement des frais sont appropriées.

b) Responsabilité limitée

203. En ce qui concerne la proposition faite par l'ACC/MSOS visant à accroître la responsabilité des Compagnies, le Conseil estime qu'il serait inapproprié de revoir les dispositions qui limitent la responsabilité des Compagnies étant donné que les Compagnies ne fournissent pas de programmes de service et de contenu 900. Selon le Conseil, rien ne prouve qu'il faut accroître la responsabilité des Compagnies.

c) Obligation de fournir des services 900 licites

204. En ce qui concerne la proposition faite par l'ACC/MSOS voulant que les Compagnies prennent des mesures raisonnables pour garantir que les services 900 qu'elles offrent aux consommateurs sont licites, le Conseil fait remarquer que les Compagnies font un examen initial des programmes de service 900, en assurant une surveillance continue par la suite. Le Conseil fait également remarquer que des lignes directrices relatives au contenu sont jointes à la convention GCC, et que leur non-respect peut constituer un motif de débranchement du service. Par conséquent, le Conseil estime qu'il n'est pas nécessaire que les Compagnies prennent de nouvelles mesures pour s'assurer que les services 900 qu'elles offrent aux consommateurs sont licites.

7. Règlement des plaintes et mesures d'application

a) Procédure relative au règlement des plaintes des consommateurs

205. En ce qui concerne la proposition faite par l'ACC/MSOS visant l'application d'une procédure unique de règlement des plaintes par tous les fournisseurs de services de contenu 900, et la proposition faite par les Groupes de défense des consommateurs selon laquelle les litiges non résolus devraient être soumis au Conseil, le Conseil fait remarquer que le dossier de la présente instance ne comporte aucune preuve relative au fait que, dans le cas des litiges non résolus portant sur des services 900, les procédures actuelles de règlement des plaintes posent un problème. C'est pourquoi le Conseil est d'avis qu'il serait inapproprié d'isoler le cas des litiges relatifs aux services 900 comme s'il s'agissait qu'une catégorie devant être traitée différemment des autres catégories de services. Le Conseil estime que le fait de fournir de l'information sur les encarts annuels de facturation et sur les sites Web des entreprises de services 900 suffit à informer les consommateurs qu'ils peuvent s'adresser au Conseil pour trouver des solutions aux litiges non résolus qui les opposent à un fournisseur de services de contenu 900 ou à une entreprise de services 900.

b) Application des garanties offertes aux consommateurs

206. Le Conseil fait remarquer que les Compagnies assurent une surveillance continue des programmes de service 900, et qu'elles mettent fin aux services 900 offerts par des fournisseurs de services de contenu 900 lorsque ces derniers ne respectent pas les mesures de protection des consommateurs. Le Conseil fait également remarquer qu'à la réception d'une plainte, le processus en place lui permet d'établir si l'entreprise de services 900 a raison ou non de débrancher le fournisseur de services de contenu 900.
207. Le Conseil estime que les ordonnances de débranchement prises par le Conseil ne sont probablement pas plus efficaces que les étapes que suivent déjà les Compagnies et qui mènent au débranchement des fournisseurs de services de contenu 900 qui ne respectent pas les règles. Étant donné qu'il ne pourrait prendre une ordonnance de débranchement qu'après avoir suivi une procédure visant à recueillir les arguments des parties concernées, le Conseil est d'avis que la mise en application des ordonnances de débranchement qu'il rendrait prendrait probablement plus de temps que celle des ordonnances de débranchement qui sont rendues par les Compagnies.
208. Selon le Conseil, il est également peu probable que la poursuite au criminel des fournisseurs de services de contenu 900 soit un mécanisme d'application efficace parce que de telles poursuites sont à la fois longues et peu pratiques, et qu'il faut prouver au-delà de tout doute raisonnable qu'il y a eu infraction, ce qui constitue une exigence supérieure à celle qui est requise dans le cas d'une ordonnance de débranchement.
209. Par conséquent, le Conseil estime que les propositions des Groupes de défense des consommateurs selon lesquelles le Conseil devrait rendre des ordonnances de débranchement à l'endroit des fournisseurs de services de contenu 900 et poursuivre les entreprises qui commettent des infractions au contrat FS en vertu de l'alinéa 73(2)b) de la Loi ne permettraient pas d'assurer une protection accrue des consommateurs.

V. Conclusions du Conseil

210. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil approuve les AMT 740 et 741, avec les modifications suivantes. Le Conseil ordonne :
- i) aux Compagnies de modifier, dans leurs ententes, la définition de « préambule » de manière à préciser que dans le cas du recours à un service 900 dans Internet, le texte du préambule que contient la boîte de dialogue doit : être court, précis et clair; être facile à lire (c.-à-d. qu'il évite le recours inutile aux caractères d'imprimerie, aux majuscules, aux espacements étroits ou aux petits caractères); être rédigé dans un langage clair (c.-à-d. sans structures ou termes inusités); être présenté dans une police de taille 12 ; être présenté à l'utilisateur avant que le transfert ait lieu; indiquer clairement qu'en cliquant sur la boîte « J'accepte », ou en signifiant autrement son consentement explicite, l'internaute accepte d'acquitter les frais liés au programme du service 900.

- ii) aux Compagnies de modifier le libellé de l'article 3.5 du contrat FS, tel que proposé dans l'AMT 740, de manière à retirer des exigences relatives à l'information publicitaire l'exception visant les publicités dans les annuaires téléphoniques.
- iii) aux Compagnies de retirer du préambule l'exception visant les appels à taux fixe de 3 \$ ou moins, en supprimant l'article 3.4(d) du contrat FS ainsi que toute autre référence à cette exception dans les contrats.
- iv) aux Compagnies de modifier l'article 3.4 du contrat FS de manière à établir que le préambule doit décrire tout autre moyen qui permet à l'utilisateur de participer à un tirage ou à un jeu de hasard sans devoir composer un numéro 900 et se voir facturer les frais applicables.
- v) aux Compagnies de modifier dans les ententes la définition de « préambule » de manière à prévoir que : (i) tous les taux et frais éventuels doivent être divulgués, y compris les frais fixes, les tarifs à la minute, les frais minimums et maximums, ainsi que tous les tarifs susceptibles de s'appliquer à divers éléments d'un programme de service 900; et que (ii) si un appel à un service 900 est transféré à un autre service facturable par appel, des frais supplémentaires s'appliqueront.
- vi) aux Compagnies de fournir dans leurs sites Web, dans les 90 jours suivant la date de la présente décision, et dans leurs encarts annuels de facturation destinés à tous leurs clients, à compter de septembre 2005 et tous les mois de septembre par la suite, l'information suivante : un rappel que les parents devraient avertir leurs enfants de ne pas logger d'appels à des numéros 900 sans leur autorisation; un rappel que les services 900 et les appels interurbains à destination d'un indicatif régional commençant par « 8 » sont associés à des frais, contrairement aux services sans frais d'interurbain; de l'information sur la disponibilité du service de blocage des appels; un énoncé selon lequel les consommateurs peuvent communiquer avec le Conseil pour trouver des solutions aux litiges qui les opposent à un fournisseur de services de contenu 900 ou à une entreprise de services 900. Le Conseil ordonne aux Compagnies d'employer un langage clair et concis, dans un texte employant une police de taille d'au moins 12 dans les encarts de facturation et dans les sites Web, et de fournir des encarts annuels électroniques aux clients qui reçoivent leurs factures par Internet, toujours en se servant du même texte clair et concis, dans une police de taille 12. Les Compagnies doivent déposer auprès du Conseil les encarts de facturation proposés au moins 90 jours avant de les faire parvenir à leurs clients.
- vii) aux Compagnies de modifier le contrat FS de manière à exiger que pour chaque appel à un service 900, la facture précise la date de l'appel, l'heure de début, la durée, le numéro 900 appelé, la description du programme 900 en question, les frais totaux de l'appel sans les taxes, ainsi que le total de tous les frais du service 900 sans les taxes.

- viii) aux Compagnies de réviser l'article 7.5(c) de la convention GCC, tel que proposé dans l'AMT 741, afin de réduire de 10 \$ à 6 \$ le tarif maximum par minute applicable aux programmes LMTM, mais de maintenir à 100 \$ les frais maximums applicables à ces programmes.
- ix) à Bell Canada, à MTS Allstream, à Island Tel, à MTT et à NBTel de retirer les frais d'activation du service de blocage des appels. TCI doit réduire de 18 \$ à 10 \$ les frais applicables aux demandes subséquentes visant l'ajout ou le retrait de la fonction de blocage des appels.
- x) aux Compagnies de modifier le contrat FS de manière à interdire explicitement les pratiques suivantes permettant d'acheminer des appels sans frais d'interurbain à des numéros 900 :
 - a. utiliser des numéros sans frais d'interurbain pour des services tarifés à l'appel, sauf si l'appelant a déjà conclu une entente avec la compagnie ou s'il règle son appel par carte de crédit;
 - b. raccorder l'appel directement d'un numéro sans frais d'interurbain à un numéro 900;
 - c. percevoir, auprès des fournisseurs de services de contenu 900, des frais de rappel lorsque le client compose d'abord un numéro sans frais d'interurbain.
- xi) aux Compagnies de modifier le contrat FS de manière à :
 - a. exiger des fournisseurs de services de contenu 900 qu'ils suppriment les frais applicables à un service 900 qui font l'objet d'une contestation raisonnable et qui ont été engagés avant que l'appelant ait eu la possibilité d'activer le blocage des appels;
 - b. énoncer que lorsqu'un appelant conteste des frais applicables à un service 900, le fournisseur de services de contenu 900 doit l'informer de la disponibilité du service de blocage des appels;
 - c. ajouter aux ententes conclues avec tous les fournisseurs de services de contenu 900 les dispositions relatives aux frais maximums établies dans la convention GCC. Par conséquent, les dispositions sur les frais maximums devraient être retirées des conventions GCC et des ententes FFO;
 - d. inclure l'interdiction d'utiliser dans les programmes 900 des propos répétitifs, de longues périodes d'attente, du verbiage ou de longues procédures de téléchargement comme de moyens de prolonger la durée des appels, interdiction qui est énoncée dans les conventions GCC;

- e. ajouter la liste des principes de protection de la vie privée décrits à l'annexe D de la convention GCC, sans la référence à l'option de reçu, de manière que les principes établis à l'annexe D de la convention GCC s'appliquent à tous les fournisseurs de services de contenu 900 et à tous les services 900. Par conséquent, les Compagnies doivent supprimer l'annexe D de la convention GCC.

Secrétaire général

Ce document est disponible, sur demande, en média substitut, et peut également être consulté en version PDF ou en HTML sur le site Internet suivant : <http://www.crtc.gc.ca>

**Description des mesures de protection des consommateurs
en vigueur avant la décision 2005-19**

- a) **Préambule** : Le préambule, d'une durée d'au plus trois minutes, est le message présenté aux appelants par les fournisseurs de services 900 au début de chaque appel logé à un programme de service 900, avant que des frais soient appliqués. Il donne une description du programme, les frais qui y sont associés, ainsi que le nom du fournisseur de services. En tout temps durant le préambule, les appelants peuvent raccrocher pour éviter les frais. Les programmes de service 900 fournis au moyen d'Internet doivent également présenter le texte du préambule. De plus, dans le cas des programmes destinés aux appelants de moins de 18 ans, le préambule doit préciser que l'autorisation parentale est requise. Lorsqu'un fournisseur de services a recours à une entente FFO pour sa facturation, le préambule doit identifier la partie responsable de la facturation et informer les appelants que les frais applicables aux appels n'apparaîtront pas sur le compte de téléphone des Compagnies. Avant la présente décision, l'article 3.4(d) du contrat FS indiquait que le préambule n'était pas requis dans le cas des appels tarifés à un taux fixe de 3 \$ ou moins, si l'appel n'était pas logé à un programme utilisant l'option de reçu, s'il s'agissait d'un numéro inscrit dans un annuaire téléphonique, ou s'il s'agissait d'un programme destiné aux appelants de moins de 18 ans.
- b) **Suppression des frais faisant l'objet d'une contestation raisonnable** : Les Compagnies supprimeront tous les frais applicables à des programmes de service 900 qui font l'objet d'une contestation raisonnable pour la première fois dans le cas d'appels logés avant que l'appelant ait eu la possibilité de se prévaloir du service de blocage des appels. Il est interdit aux fournisseurs de services de contenu 900 de chercher à percevoir les frais ainsi annulés. Ces frais supprimés doivent être absorbés par le fournisseur du service 900 et ils sont débités à compte. Les « débits compensatoires » désignent tous les frais que les Compagnies ont supprimés et le fournisseur de services de contenu 900 a ensuite absorbés. Dans le cas des contestations subséquentes, les Compagnies supprimeront tous les frais non payés, mais elles communiqueront des renseignements précis et pertinents sur l'appel au fournisseur de services de contenu 900, qui pourra alors décider de percevoir la créance ou non.
- c) **Blocage des appels** : Le blocage des appels est offert à tous les clients désireux de limiter l'accès à des numéros de services 900 logés à partir de leurs lignes téléphoniques.
- d) **Obligation de fournir un numéro de téléphone pour les demandes de renseignements** : Le fournisseur de services de contenu 900 doit donner un numéro de téléphone sans frais d'interurbain auquel il peut être joint et où le client peut discuter de questions relatives au programme de service 900. Les appelants peuvent tenter de résoudre les litiges qui les opposent à un fournisseur de services de contenu 900 avant de porter plainte aux Compagnies ou au Conseil.

- e) **Réclamation de prix** : Il est interdit aux Compagnies d'approuver un programme de service 900 dans le cadre duquel l'appelant doit payer pour recevoir un prix ou pour obtenir de l'information au sujet d'un prix.
- f) **Respect des lois municipales, provinciales et fédérales** : Les fournisseurs de services de contenu 900 doivent consentir à respecter toutes les lois municipales, provinciales et fédérales.
- g) **Fraude** : Il est interdit aux Compagnies d'acheter les comptes-clients de fournisseurs de services de contenu 900 aux termes d'une convention GCC si, de l'avis raisonnable des Compagnies, les programmes de service 900 sont ou pourraient être frauduleux ou trompeurs.
- h) **Notification relative à la FFO** : Le contrat FS précise que, dans sa publicité ou par le biais d'autres moyens de communication, le fournisseur de services de contenu 900 doit identifier la partie responsable de la facturation et signifier aux appelants que les frais n'apparaîtront pas sur le compte de téléphone des Compagnies. L'entente FFO prévoit également que le préambule doit contenir cette information, de manière que les appelants sachent à l'avance qu'ils recevront leur facture directement du fournisseur de services de contenu 900.
- i) **Sollicitation directe interdite dans le cadre des programme de lignes de médium à tarif maximum (LMTM)** : Il est interdit aux fournisseurs de services de contenu 900 de communiquer avec les appelants afin de les inviter à utiliser de futurs programmes LMTM. En cas de non-respect, et en se fondant sur les plaintes des appelants, les Compagnies peuvent en dernier recours débrancher un numéro 900 associé au programme du fournisseur de services de contenu 900 et cesser de facturer le service.
- j) **Frais plafonds** : Les conventions GCC et les ententes FFO établissent tous les deux les frais plafonds applicables à certains programmes de service 900. Il s'agit du montant maximum facturable par appel (dans certains cas, il existe une limite au montant facturé par minute). Par contre, il n'existe aucun plafond pour le montant total des frais de tous les appels que le client fait à un programme de service 900.
- k) **Option de reçu et protection de la vie privée** : La présente disposition vise à garantir que le fournisseur de services de contenu 900 respectera le choix de l'appelant quant à la protection de sa vie privée. L'appelant doit pouvoir refuser que son nom, ou tout autre renseignement, soit utilisé par une tierce partie à d'éventuelles fins de marketing. Les principes de protection de la vie privée, qui sont établis à l'annexe D de la convention GCC, sont les mêmes que ceux qui ont été adoptés par l'Association canadienne du marketing et qui sont destinés aux agents de vente directe.
- l) **Débits compensatoires maximums** : Si, pour une période donnée (p. ex., trois mois consécutifs), le montant des débits compensatoires représente un pourcentage donné de la facturation totale à l'égard d'un programme de service 900 en particulier, les Compagnies doivent mettre fin au programme.

- m) **Programmes pour adultes :** Il est interdit aux Compagnies d'acheter les comptes-clients de fournisseurs de services dont les programmes de service 900 proposent une stimulation sexuelle ou des thèmes visant l'excitation sexuelle.
- n) **Longues périodes d'attente :** Il est interdit aux Compagnies d'acheter les comptes-clients de fournisseurs de services 900 dont les programmes se servent de longues période d'attente, de propos répétitifs, de verbiage ou de longues procédures de téléchargement pour prolonger la durée des appels.
- o) **Renseignements sur le crédit :** Il est interdit aux Compagnies d'acheter les comptes-clients de fournisseurs de services 900 dont les programmes fournissent des renseignements sur l'obtention de crédit, de prêts ou de cartes de crédit, ou sur des moyens d'améliorer le dossier, les antécédents ou la cote de crédit.
- p) **Renseignements sur l'emploi :** Il est interdit aux Compagnies d'acheter les comptes-clients de fournisseurs de services 900 qui mettent l'accent sur des descriptions générales d'emploi ou sur la façon de se trouver un emploi.