



Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2016-1

Version PDF

Références : 2015-105, 2015-105-1 et 2015-105-2

Ottawa, le 7 janvier 2016

Code des fournisseurs de services de télévision

Le Conseil annonce le nouveau Code des fournisseurs de services de télévision (le Code), un code de conduite obligatoire pour les fournisseurs de services de télévision (FSTV).

Le Code facilite la compréhension des Canadiens à l'égard de leurs ententes de services de télévision et assure que les clients soient habilités dans leurs relations avec les FSTV. Le Code exige, entre autres, que les FSTV s'assurent de la clarté de leurs ententes écrites et de leurs offres. Il établit également de nouvelles règles relatives aux périodes d'essai pour les personnes handicapées, à la modification des choix de programmation, aux appels de service, aux interruptions de service et aux débranchements.

Le Code entrera pleinement en vigueur le 1^{er} septembre 2017. Tous les FSTV autorisés et les FSTV exemptés de l'obligation de détenir une licence et qui sont contrôlés par un FSTV autorisé ou qui y sont affiliés seront tenus de se conformer au Code. Ce dernier sera mis en œuvre par la modification des conditions de licence imposées aux FSTV. Tous les FSTV sont fortement encouragés à satisfaire aux normes énoncées dans le Code dès que possible.

Le Code est énoncé à l'annexe de la présente politique réglementaire.

Introduction

1. Le Conseil annonce le nouveau Code des fournisseurs de services de télévision (le Code), un code de conduite obligatoire pour les fournisseurs de services de télévision (FSTV)¹. Le Code facilite la compréhension des Canadiens à l'égard de leurs ententes de services de télévision et assure que les clients soient habilités dans leurs relations avec les FSTV.
2. Dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2015-104, publiée dans le cadre de l'instance Parlons télé, le Conseil a conclu que, dans un marché dynamique, les Canadiens devraient être mieux outillés pour faire des choix éclairés à l'égard des FSTV. Il a conclu que la création d'un code régissant les relations entre les FSTV et leurs abonnés améliorerait le service à la clientèle et le traitement des plaintes. Dans

¹ Les FSTV, aussi appelés entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR), fournissent des services de télévision par abonnement aux Canadiens. Les FSTV comprennent les fournisseurs de services par câble et par protocole Internet (IP), ainsi que les fournisseurs de services nationaux par satellite de radiodiffusion directe (SRD).

cette politique, le Conseil a indiqué que le Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications (CPRST) serait l'organisme appropriée pour administrer le Code des FSTV. Les questions relatives au CPRST à titre d'administrateur du Code, à la participation des FSTV aux activités du CPRST et aux changements à apporter au mandat, à la gouvernance et à la structure du CPRST sont traitées dans le cadre de l'examen du CPRST annoncé dans l'avis de consultation de radiodiffusion et de télécom 2015-239. Les conclusions du Conseil à cet égard seront annoncées à une date ultérieure.

3. Dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2015-105 (l'Avis), le Conseil a sollicité des observations sur le document de travail à l'égard du Code des FSTV (le document de travail), lequel a proposé des règles concernant :
 - la clarté et la simplicité du langage;
 - les offres promotionnelles;
 - l'information clé que doit contenir une entente écrite et le contenu du résumé des renseignements essentiels (RRE) qui accompagnent les ententes;
 - les modifications aux choix de programmation;
 - les appels de services, les interruptions de service et les débranchements.
4. Le Conseil a publié un document de travail dans le but de proposer un modèle possible du Code et de stimuler les discussions et les débats entre les parties. Le Conseil a tenu compte des interventions et des observations reçues afin de créer la version finale du Code, laquelle est annexée à la présente politique réglementaire.
5. Dans l'Avis, le Conseil a également indiqué son intention d'exiger que tous les FSTV autorisés et toutes les entreprises exemptées liées respectent le Code. Les entreprises exemptées liées sont des services contrôlés par des FSTV autorisés ou qui y sont affiliés et qui sont exemptés de l'obligation de détenir une licence en vertu de l'*Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de distribution de radiodiffusion terrestres desservant moins de 20 000 abonnés*, énoncée dans l'ordonnance de radiodiffusion 2015-544.

Interventions

6. Le Conseil a reçu des interventions de particuliers canadiens, de FSTV, d'organismes d'intérêt public et de groupes de consommateurs, du Consortium des Opérateurs de Réseaux Canadiens (CORC), du CPRST et du gouvernement du Québec. Le Conseil a également recueilli des commentaires de Canadiens sur un forum de discussion en ligne. Le dossier public de la présente instance peut être consulté sur le site web du Conseil, www.crtc.gc.ca.
7. La majeure partie des intervenants a approuvé les dispositions établies par le Conseil dans le document de travail et s'est prononcée en faveur de la création d'un Code.

8. Les particuliers canadiens qui ont déposé des observations au cours de l'instance appuient la création du Code des FSTV. Dans l'ensemble, leurs commentaires rappelaient les frustrations et les inquiétudes exprimées par les Canadiens au cours de l'instance Parlons télé :
- insatisfaction à l'égard d'ententes et d'offres promotionnelles trop compliquées;
 - confusion et différends concernant les modalités et conditions des ententes de service ou des promotions (p. ex. : frais ou mesures incitatives promotionnelles non conformes aux annonces, changements apportés aux ententes ou aux tarifs sans préavis, etc.);
 - frustration à l'égard du délai de réponse aux appels de service.
9. La Fédération nationale des retraités et le Centre pour la défense de l'intérêt public (FNR-CDIP) ont fait valoir dans leur intervention conjointe que le Code devrait être aussi proche que possible de la politique réglementaire de télécom 2013-271 (le Code sur les services sans fil) de façon à éviter tout questionnement inutile de la part des consommateurs et à leur assurer une protection adéquate pour tous leurs services de communications.
10. Les groupes représentant les personnes handicapées ont insisté sur l'importance d'utiliser un langage simple et de fournir des ententes en média substitut. La Alliance for Equality of Blind Canadians (AEBC) a demandé d'ajouter au Code une disposition relative à une période de « réflexion » ou d'essai, afin de donner aux clients, surtout aux personnes handicapées, l'occasion d'évaluer si le service et l'équipement leur conviennent. Media Access Canada (MAC) a réclamé du matériel mieux adapté et plus accessible (p. ex. les télécommandes et les boîtiers de décodage) pour les personnes âgées et les personnes handicapées, ainsi qu'un programme de rabais pour les clients handicapés pour la programmation à laquelle ils ne peuvent accéder.
11. Les FSTV se sont généralement prononcés en faveur du Code. La plupart d'entre eux ont indiqué que le document de travail était trop directif dans plusieurs domaines, notamment la promotion, les ententes, les avis de modification des choix de programmation et les appels de service. Par exemple, Eastlink, SaskTel, MTS et Shaw ont fait valoir que le Code devrait être moins directif ou ne pas s'appliquer aux ententes mensuelles ou à durée indéterminée. Plusieurs FSTV ont souligné le besoin d'une certaine latitude pour gérer leurs entreprises dans un contexte de concurrence et ajouté que les relations avec la clientèle ont toujours été l'un des outils privilégiés d'un fournisseur pour se différencier d'un autre dans l'industrie de la télévision canadienne.

12. Le CORC s'est dit inquiet des coûts administratifs de la mise en œuvre de certaines exigences pour les petits FSTV et ceux de taille moyenne, par exemple l'obligation de fournir aux clients une copie permanente des ententes. Le CORC a aussi fait valoir que, dans certains cas, le document de travail impose aux FSTV des exigences dans des secteurs qui sont en fait hors de leur contrôle (p. ex. : exiger que les FSTV donnent une période de temps précise pour les appels de service dans le cas des FSTV qui exploitent leurs réseaux sur les services de gros d'autres distributeurs).
13. Le CPRST a suggéré d'apporter divers changements aux libellés et a demandé des clarifications ou l'ajout d'exemples dans le but de faciliter l'interprétation et l'administration du Code. Le CPRST a fait valoir que le Conseil devrait veiller à ce que les objectifs du Code soient clairement énoncés et que les exigences du Code soient établies aussi précisément que possible. Le CPRST a également suggéré que si le Conseil prévoyait une mise en œuvre progressive du Code, il devrait décrire clairement les règles provisoires afin d'assurer une application sans équivoque.

Préoccupations et questions à traiter

14. Lors de son analyse, le Conseil s'est basé sur les objectifs suivants de la *Loi sur la radiodiffusion* (la Loi) :
- les entreprises de distribution devraient offrir des conditions acceptables relativement à la fourniture, la combinaison et la vente des services de programmation qui leur sont fournis, aux termes d'un contrat, par les entreprises de radiodiffusion [article 3(1)*t*](iii)];
 - les entreprises de distribution devraient assurer efficacement, à l'aide des techniques les plus efficaces, la fourniture de la programmation à des tarifs abordables [article 3(1)*t*](ii)];
 - le système devrait offrir une programmation adaptée aux besoins des personnes atteintes d'une déficience, au fur et à mesure de la disponibilité des moyens [article 3(1)*p*)].
15. Le Conseil s'est également basé sur l'article 5(2) de la Loi. Plus précisément, l'article 5(2)*g*) prévoit que la réglementation et la surveillance du système devraient être souples et à la fois tenir compte du fardeau administratif qu'elles sont susceptibles d'imposer aux exploitants d'entreprises de radiodiffusion.
16. De plus, le Conseil a tenu compte de l'objectif, énoncé dans l'Avis, qui vise à s'assurer que les Canadiens disposent des renseignements nécessaires pour faire des choix éclairés en ce qui a trait à leurs services de télévision et que les clients sont habilités dans leurs relations avec les FSTV.
17. Le cas échéant, le Conseil a également tenu compte de :
- la cohérence avec le Code sur les services sans fil;

- l'alignement des dispositions du Code avec toute législation provinciale de protection du consommateur de façon à éviter les conflits directs;
- les suggestions du CPRST relatives à la clarté du libellé afin d'éviter tout problème d'interprétation;
- le fardeau imposé aux FSTV pour mettre en œuvre les exigences du Code et les réclamations de ces derniers en vue d'obtenir la latitude nécessaire pour gérer leurs affaires et se livrer concurrence auprès des abonnés.

18. Compte tenu de ce qui précède et des commentaires déposés par les particuliers canadiens et d'autres parties à l'instance, le Conseil estime approprié de se pencher sur les questions suivantes :

- le Conseil a-t-il la compétence de mettre en œuvre un code?
- comment limiter les conflits éventuels avec les législations provinciales, territoriales et fédérale?
- le mot « consommateur » devrait-il remplacer le mot « client » dans certaines dispositions du Code?
- les questions relatives aux sections du Code sur les ententes et le résumé des renseignements essentiels (RRE);
- les FSTV devraient-ils offrir des périodes d'essai aux personnes handicapées?
- quels avis les FSTV devraient-ils obligatoirement envoyer?
- quel devrait être le délai de réponse à un appel de service de résidence?
- comment les FSTV devraient-ils donner l'information relative aux interruptions de service?
- la mise en œuvre du Code.

Compétence du Conseil

19. Certaines parties ont soulevé la question de la compétence du Conseil en matière de contrat. Selon Bell, la compétence statutaire du Conseil de réglementer les contrats entre les FSTV et leurs clients en vertu de la Loi n'est pas claire.

20. Le Conseil prévoit mettre en œuvre le Code des FSTV par la voie d'une politique réglementaire adoptée en vertu de la Loi, ce qui représente l'exercice du pouvoir législatif exclusif du parlement canadien de réglementer la radiodiffusion et les entreprises de radiodiffusion.

21. Tous les FSTV autorisés et les entreprises exemptées liées seront tenus, par condition de licence, de respecter le Code des FSTV. L'article 9(1)*b* de la Loi prévoit que le Conseil détient l'autorité d'imposer des conditions de licence « qu'il estime indiquées pour la mise en œuvre de la politique canadienne de radiodiffusion [énoncée à l'article] 3(1) » et qui sont « liées à la situation du titulaire ».
22. La mise en œuvre du Code résulte d'un important processus public et, tel qu'indiqué au paragraphe 14, divers objectifs de politique de radiodiffusion ont guidé sa création, tels que les articles 3(1)*p*), 3(1)*t*(ii) et 3(1)*t*(iii) de la Loi.
23. De plus, le Conseil s'est basé sur les articles 5(1) et 5(2)*d* de la Loi, qui déclarent que « le Conseil réglemente et surveille tous les aspects du système canadien de radiodiffusion en vue de mettre en œuvre la politique canadienne de radiodiffusion établie à l'article 3(1) » et que « la réglementation et la surveillance du système devraient être souples et favoriser la radiodiffusion à l'intention des Canadiens ».

Risque de conflit avec les législations provinciales, territoriales ou fédérale

Positions des parties

24. L'Union des consommateurs, Cogeco et le gouvernement du Québec ont soulevé la question de la compétence provinciale en matière de protection du consommateur.
25. TELUS, Eastlink et Shaw n'ont pas appuyé certaines dispositions du Code qui, selon eux, font double emploi avec des exigences énoncées dans la *Loi sur la concurrence*.

Analyse et décisions du Conseil

26. Un nombre de provinces ont des lois qui établissent certains droits des consommateurs en matière de contrat. Les législations provinciales et territoriales de protection du consommateur ont généralement une portée assez large. Alors que certains articles prévoient des dispositions concernant des industries précises, la majorité de ces textes législatifs établit des lignes directrices et des exigences relatives à certains types de contrats entre les consommateurs et les entreprises pour la fourniture de biens ou de services.
27. On trouve dans les législations provinciales et territoriales de protection du consommateur ainsi que dans le Code des objectifs compatibles qui peuvent se chevaucher dans certaines circonstances et qui visent à protéger le consommateur dans ses relations avec des fournisseurs de services. Alors que les FSTV ne sont pas nommés dans la *Loi constitutionnelle de 1867*, les tribunaux ont toujours jugé que les entreprises de radiodiffusion sont exemptées de la juridiction provinciale prévue à l'article 92(10)*a* de la *Loi constitutionnelle de 1867*, et relèvent donc de la compétence exclusive du Parlement fédéral.
28. Dans la politique relative au Code sur les services sans fil, le Conseil a déclaré qu'il était possible qu'un fournisseur de services se conforme à la fois aux règles du Conseil et à la législation provinciale tant qu'il n'y avait pas de conflit direct entre les

deux. C'est également le cas des FSTV. Le Conseil estime que le Code n'entre pas directement en conflit avec toute législation provinciale de protection du consommateur pertinente.

29. En ce qui a trait à un conflit possible entre le Code et la *Loi sur la concurrence*, il est vrai qu'ils couvrent tous les deux un vaste et même sujet, celui de la publicité. La *Loi sur la concurrence* s'intéresse plus particulièrement à la publicité trompeuse et à la prévention de toute tendance anticoncurrentielle dans le but de préserver la concurrence des prix et des offres sur le marché. Le Code s'efforce de protéger les consommateurs en s'assurant de la clarté des offres et des promotions, habitant ultimement les consommateurs dans leurs relations avec les FSTV.
30. L'argument voulant que les dispositions du Code des FSTV sur la clarté des offres et des promotions sont inutiles parce qu'elles font double emploi avec celles de la *Loi sur la concurrence* est donc sans fondement : les dispositions du Code et celles de cette loi servent un objectif différent et remplissent un rôle différent. Le Conseil estime que la *Loi sur la concurrence* et le Code peuvent coexister étant donné qu'il n'y a aucune indication d'exclusivité du Parlement.

Utilisation du mot « consommateur »

Positions des parties

31. Dans son intervention, l'Union des consommateurs a suggéré que le mot « client » remplace le mot « consommateur » dans le Code parce que l'utilisation du mot client ne permettrait d'appliquer les exigences relatives aux communications et aux équipements qu'une fois le contrat signé.

Analyse et décision du Conseil

32. Selon les définitions données dans le Code, le mot « client » fait référence à une personne qui a déjà établi une relation avec le fournisseur. Le mot « consommateur » pourrait être appliqué à toute personne sur le marché cherchant à obtenir un produit ou un service. Afin d'assurer la clarté et la précision des communications des FSTV avec tous les consommateurs et non pas seulement avec leurs clients actuels, le Conseil remplace dans certains cas le mot « client » par « consommateur » dans le Code. Le mot « consommateur » est donc maintenant défini dans le Code comme « toute personne cherchant à obtenir un service ou un produit ».

Dispositions du Code relatives aux ententes et au résumé des renseignements essentiels

33. Dans le document de travail, le Conseil propose des dispositions qui précisent :
- quand un FSTV doit remettre au client une copie de l'entente;
 - quand un FSTV doit remettre au client le RRE;

- l'information qu'un FSTV doit inclure dans toute entente écrite et dans le RRE;
- la définition d'une copie permanente de l'entente.

Positions des parties

Quand un FSTV doit-il remettre au client une copie de l'entente?

34. Sasktel a fait valoir qu'il serait trop compliqué d'appliquer les dispositions énoncées dans la section « Ententes et documents connexes » du document de travail aux ententes à durée indéterminée, et a recommandé que le Conseil précise que ces dispositions s'appliquent uniquement aux ententes à durée déterminée. MTS s'est prononcée en faveur de la suggestion de Sasktel étant donné que les clients qui ont un contrat à durée indéterminée peuvent annuler leur service en tout temps et que, par conséquent, plusieurs des protections exigées pour les ententes à durée déterminée ne sont pas nécessaires.
35. Shaw a souligné que la grande majorité des clients n'ont pas d'engagements relatifs à leurs services de télévision (dans les ententes indéterminées, la relation repose sur les Modalités de services des FSTV) et que l'application de cette section du Code à la fois aux ententes à durée déterminée et à durée indéterminée constituerait un fardeau administratif pour les FSTV. Shaw a proposé une modification qui permettrait d'appliquer cette section seulement aux ententes à durée déterminée ou aux ententes à durée indéterminée basées sur un contrat signé prévoyant une période d'engagement ou des frais de résiliation.
36. FNR-CDIP ne voit aucune raison justifiant que les consommateurs qui ont signé une entente à durée indéterminée bénéficient de moins de protection pour des services substantiellement similaires. FNR-CDIP a souligné que les préoccupations de Sasktel et de Shaw ne sont pas fondées et que tous les clients des services de télévision devraient avoir droit au même niveau de protection en vertu du Code.

Quand un FSTV doit-il remettre au client le résumé des renseignements essentiels?

37. Bell s'est déclaré en faveur de la production du RRE en raison de son expérience concluante à ce sujet dans le cadre de l'application du Code sur les services sans fil. Rogers et Sogetel appuient également la production d'un tel document. Cependant, ils ont fait valoir que la répétition de renseignements assez similaires dans le résumé et dans l'entente écrite pourrait rendre les documents plus longs, et ont donc demandé davantage de souplesse au Conseil. Ils ont ajouté que, pour éviter tout doublement inutile, les FSTV devraient être autorisés à combiner les deux documents en un seul.
38. Sasktel, Shaw et MTS se sont opposés à la fourniture du RRE. Selon Shaw, l'obligation de fournir un RRE devrait s'appliquer uniquement aux ententes à durée déterminée qui prévoient des périodes d'engagement ou des frais de résiliation. MTS a souligné pour sa part qu'il fournit déjà ces renseignements sur les factures mensuelles de ses clients, dans un document sur les modalités et conditions de service, ainsi que sur son site web, et juge donc qu'il serait inutile et coûteux en

temps et en argent d'inclure à nouveau ces renseignements dans le RRE. Sasktel a fait valoir qu'il ne voyait pas grand avantage à répéter les mêmes renseignements dans l'entente écrite et dans le RRE et qu'il craignait que l'ajout d'un RRE ferait allonger le texte de l'entente écrite et découragerait les clients de lire le document. Selon Sasktel, un RRE ne serait pas nécessaire si l'entente écrite est rédigée en langage clair.

39. Le CPRST a appuyé la fourniture du RRE tout en s'inquiétant du fait que les différences entre ce résumé et l'entente risquent de ne pas être évidentes, un problème auquel il a fait face dans la gestion du Code sur les services sans fil. Le CPRST a fait valoir que plusieurs fournisseurs de service ont intégré le résumé au début de l'entente et ont omis de répéter ensuite les renseignements dans le corps du texte de l'entente. Dans ce cas, le RRE ne constitue plus un résumé clair et concis de l'entente mais plutôt une partie de l'entente elle-même.

Information à inclure dans les ententes et les résumés de renseignements essentiels

40. Le Conseil a reçu des commentaires sur la pertinence d'inclure dans les ententes et les RRE une liste des canaux avec leurs prix. Plusieurs Canadiens ont fait valoir qu'ils aimeraient que le vrai prix des services paraisse de façon aussi évidente que le prix promotionnel, ainsi que la date d'expiration de toute offre promotionnelle. Ils ont souligné leur désir de transparence quant aux listes de canaux et ont réclamé une répartition détaillée des coûts et des canaux offerts dans un forfait.
41. FNR-CDIP a fait valoir que l'obligation d'inscrire dans l'entente la liste des canaux choisies avec leur prix n'allongerait pas trop le texte du contrat et que les FSTV devraient y voir l'occasion d'améliorer leurs contrats.
42. Rogers et Sasktel ont souligné que l'énumération dans l'entente de tous les canaux et forfaits choisis par un client pourrait être d'intérêt limité étant donné que l'information risque d'être rapidement périmée. Il faudrait donc accorder aux FSTV la latitude nécessaire pour se conformer à cette disposition par d'autres moyens, notamment l'ajout d'une indication de l'endroit où trouver cette information.
43. Le CORC a indiqué que l'entente ne devrait pas être surchargée d'informations non essentielles pour le client. Inclure les canaux choisis avec leur prix au moment de l'entente allongerait le texte des ententes sans offrir plus d'avantages aux clients. Il a aussi fait valoir que l'obligation de fournir dans le RRE une liste des canaux et de prix se traduirait par l'ajout de plusieurs pages de renseignements supplémentaires qui se trouvent déjà dans le corps de l'entente. Le CORC a suggéré de procéder plutôt par des notes de renvoi pour amener le lecteur à trouver l'information dans le corps du texte de l'entente. Le RRE deviendrait ainsi un outil utile aux consommateurs pour trouver l'information qu'ils veulent dans leur entente de service.

Format de la copie permanente de l'entente

44. Dans leurs interventions et au cours de la consultation en ligne, certains particuliers ont dit souhaiter recevoir leur entente écrite par courriel ou par des portails en ligne.

45. Certaines parties ont affirmé que l'obligation d'adopter la copie papier comme format par défaut de la copie permanente ne tient pas compte du fardeau administratif que cela imposerait aux FSTV, pas plus que de l'impact environnemental de la distribution de documents sur papier. Certains FSTV ont indiqué que la copie permanente de l'entente devrait être en format électronique et qu'une copie papier pourrait être donnée sans frais à la demande des clients. Eastlink a souligné qu'il faudrait donner aux FSTV la latitude de décider du format des ententes à fournir aux clients.
46. Quant au fardeau administratif, le CORC a fait valoir que plusieurs des plus petites sociétés n'ont pas de magasins et qu'elles dépendent uniquement du commerce en ligne ou téléphonique; exiger que ces sociétés envoient des copies papier de toutes leurs ententes risquerait de leur imposer des coûts d'exploitation importants et inutiles. Shaw a recommandé d'éliminer cette disposition du Code. Il a souligné que l'exigence d'envoyer une copie papier pourrait entraîner la production d'un gros volume de papier inutile et indésirable, compte tenu de la tendance de l'industrie à adopter un environnement plus transactionnel (les clients peuvent s'abonner puis se désabonner à un service dans la même journée).
47. FNR-CDIP a suggéré que la copie permanente de l'entente soit une copie papier et que la responsabilité de convaincre le client d'accepter une copie électronique incombe au FSTV. FNR-CDIP a aussi fait valoir que la version électronique de l'entente devrait être identique à la version papier et envoyée dans un format commun, comme le PDF, afin que les clients puissent l'imprimer facilement.
48. Selon Cogeco et Sasktel, il ne serait pas raisonnable d'exiger que les FSTV conservent indéfiniment les copies des ententes avec leurs clients; de plus, il faudrait seulement exiger que les FSTV envoient gratuitement des copies permanentes des ententes aux clients durant leur période d'engagement. Dans le même esprit, Rogers a souligné que l'on ne devrait pas exiger que les ententes demeurent disponibles pendant plus de deux ans après le débranchement du service.

Analyse et décisions du Conseil

Quand un FSTV doit-il remettre au client une copie de l'entente?

49. Le Conseil estime que pour les FSTV, le fardeau administratif et le coût des ententes écrites pour les clients d'ententes à durée indéterminée sont élevés. Contrairement aux clients d'ententes à durée déterminée, ceux qui ont des ententes mensuelles ou indéterminées peuvent mettre fin à leur service en tout temps sans pénalité.
50. Le Conseil précise donc que la section VII ne s'appliquera qu'aux ententes à durée déterminée. Les FSTV ne seront pas tenus d'offrir une entente écrite aux clients d'ententes indéterminées ou mensuelles. Dans le cas des ententes à durée déterminée, les FSTV devront offrir au client une copie permanente de l'entente écrite et des documents connexes dès la conclusion de l'entente et en tout temps au cours de la période d'engagement lorsque le client en fait la demande. Le titre de la section et le libellé du texte sont modifiés en conséquence.

51. Bien que la section VII s'applique seulement aux ententes à durée déterminée, les sections IV – Ententes en langage simple, V – Langue de l'entente écrite, VI – Prix dans l'entente écrite et IX – Résumé des renseignements essentiels s'appliquent à la fois aux ententes à durée déterminée et indéterminée si le FSTV choisit de fournir des ententes écrites à ses clients signataires d'ententes à durée indéterminée.

Quand un FSTV doit-il remettre au client le résumé des renseignements essentiels?

52. Certaines parties ont remis en question l'utilité du RRE. Ce dernier est un condensé clair et précis des principaux éléments d'une entente. Bien que les ententes claires et précises puissent permettre d'assurer que les clients des FSTV disposent de l'information nécessaire pour faire des choix éclairés sur leurs services de télévision, le RRE, quant à lui, donne aux clients un outil supplémentaire pour mieux comprendre leurs ententes et minimiser l'incertitude. Par conséquent, le Conseil exige que les FSTV offrent à leurs clients un RRE lorsqu'ils offrent la copie permanente de l'entente écrite, que celle-ci soit à durée déterminée ou indéterminée. Cette exigence aidera les clients à mieux comprendre leurs ententes puisque le RRE en exposera clairement les éléments clés.

53. Compte tenu des observations du CPRST à l'égard du RRE, le Conseil ajoute une précision selon laquelle le RRE est indépendant de l'entente (qu'il soit fourni sous forme de document distinct ou qu'il figure aux premières pages de l'entente) et que le fait de fournir l'information dans le RRE ne remplace pas l'obligation de fournir ces renseignements dans l'entente elle-même.

Information à inclure dans les ententes et les résumés de renseignements essentiels

54. Certains FSTV ont fait valoir qu'il serait d'un intérêt limité d'inscrire dans l'entente ou dans le RRE la liste des canaux avec leurs prix. Le Conseil estime que, pour faire des choix de programmation éclairés, les clients doivent savoir quels services de programmation ils ont choisis et à quels prix (le montant mensuel par forfait et par canal). Le Conseil maintient donc son exigence d'inclure l'information sur les canaux, tant dans l'entente écrite que dans le RRE.

55. De plus, le Conseil estime que, pour faire des choix de services éclairés, les consommateurs doivent connaître à la fois le prix promotionnel et le prix courant de ces services. Les FSTV devront inscrire dans l'entente écrite le prix promotionnel et sa date d'expiration ainsi que le nouveau prix d'un service de façon à éviter que la facture d'un client semble augmenter de façon imprévue.

Format de la copie permanente de l'entente

56. Dans la politique sur le Code sur les services sans fil, le Conseil a déclaré :

De nombreux consommateurs conservent des dossiers électroniques et font la plupart de leurs transactions en ligne. Dans leur cas, une copie électronique du contrat écrit et des documents connexes pourrait mieux leur convenir, du moment qu'il s'agit d'une version permanente, et non d'hyperliens menant vers des pages

Web qui peuvent être modifiées par le FSSF (fournisseur de service sans fil). Le Conseil estime qu'une copie permanente peut être une copie imprimée ou une copie électronique, du moment que la copie électronique ne peut pas être modifiée et qu'elle peut être facilement lue par le client.

57. De la même façon, en ce qui a trait aux ententes entre les FSTV et les clients, le Conseil estime qu'il ne serait pas approprié d'imposer que la copie permanente de l'entente soit en format papier. Le Conseil laisse plutôt à chaque FSTV le soin de décider du format par défaut de la copie permanente de l'entente, c'est-à-dire soit papier, soit électronique.
58. Cependant, étant donné que ce n'est pas tous les Canadiens qui pourront accéder à la version électronique de l'entente, les clients signataires d'ententes à durée déterminée doivent pouvoir en obtenir une copie papier en tout temps au cours de leur période d'engagement, et ce, sans frais.
59. Le Conseil élimine donc le paragraphe VII. 2 du document de travail. Il modifie aussi la définition de « copie permanente » telle qu'elle est formulée dans les Définitions du Code afin de préciser qu'elle ne doit pas comporter d'hyperliens que le FSTV pourrait changer; les clients seront ainsi en mesure de conserver un dossier permanent.
60. De plus, le Conseil précise qu'un client peut demander une copie permanente en tout temps « au cours de la période d'engagement ». Les FSTV ne devraient pas avoir l'obligation de conserver des ententes écrites indéfiniment; les y obliger n'apporterait pas grand-chose de plus aux clients une fois que le service a pris fin. De plus, les clients ont maintes occasions d'obtenir une copie papier de leur entente avant de mettre fin aux services.
61. Finalement, en ce qui a trait à la production d'une copie de l'entente dans un format substitut pour les personnes handicapées, le Conseil modifie la disposition pour préciser « en tout temps au cours de la période d'engagement » afin de l'harmoniser avec le changement ci-dessus et avec le Code sur les services sans fil.

Période d'essai pour les personnes handicapées

62. Certains intervenants ont évoqué le besoin de prévoir une période de réflexion ou d'essai pour donner aux clients, et tout particulièrement aux personnes handicapées, la possibilité de décider si les services d'un FSTV répond bien à leurs besoins et, dans le cas contraire, d'annuler les services sans avoir à payer de frais de résiliation anticipée. Dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2015-105-2, le Conseil a demandé aux parties des renseignements supplémentaires afin d'étayer le dossier sur l'ajout éventuel au Code des FSTV d'une disposition relative à une période d'essai.

Positions des parties

63. Des intervenants, dont les FSTV, des groupes de consommateurs et des particuliers, se sont déclarés favorables à l'ajout d'une période d'essai pour les personnes handicapées. Ils ont convenu que les clients ont besoin de temps pour évaluer l'accessibilité et la facilité d'utilisation de l'équipement et des services des FSTV.
64. Vidéotron et Eastlink se sont opposés à une période d'essai obligatoire pour les personnes handicapées. Vidéotron a allégué qu'il offrait déjà une telle période d'essai. Eastlink, quant à lui, s'y opposait en raison du coût potentiel que devraient assumer les FSTV en ce qui a trait à l'accessibilité, de l'absence de preuves et des lourdes exigences relatives à l'accessibilité auxquelles les FSTV sont déjà assujettis.
65. FNR-CDIP a fait valoir que le Conseil devrait insister sur la nécessité d'une formation adéquate des représentants du service à la clientèle en ce qui concerne les droits des personnes handicapées, dont le droit à une période d'essai.
66. Pour ce qui est de la durée de la période d'essai, FNR-CDIP a allégué qu'on devrait offrir aux clients un délai de 90 jours, et non de 30 jours, pour retourner l'équipement. MAC a déclaré que l'équipement n'est pas la seule raison d'être d'une période d'essai pour les personnes handicapées; on doit aussi tenir compte de la question du contenu accessible dans lequel le client peut naviguer à un rythme plus lent. Le client doit évaluer si la quantité de contenu accessible vaut le coût du service. MAC a donc suggéré une période d'essai de 45 jours, ainsi qu'une liste de conditions possibles selon lesquelles une résiliation devrait être acceptée sans frais de résiliation anticipée ou de frais d'installation.
67. TELUS a demandé au Conseil de prévoir une disposition selon laquelle tout incitatif ou cadeau avec achat doit aussi être retourné. Bell a suggéré que le libellé reflète le fait que l'emballage d'origine doit être retourné.
68. Shaw s'inquiétait que certains clients puissent utiliser la période d'essai de façon inappropriée, c'est-à-dire résilier régulièrement leur abonnement pour ensuite se réabonner auprès du même FSTV. C'est pourquoi il a suggéré que la période d'essai ne s'applique qu'aux nouveaux clients (c.-à-d. les non abonnés au service du FSTV depuis un an). Shaw a aussi demandé au Conseil de prévoir que des frais puissent être exigés pour l'installation et l'équipement endommagé ou non retourné.
69. SaskTel a allégué qu'accorder aux personnes handicapées une période pour annuler leur entente de service sans pénalité ne devrait pas ignorer la responsabilité d'un client de payer les services reçus d'un FSTV. Rogers, quant à lui, a fait valoir que, si pour quelque raison que ce soit, une personne handicapée décide que le service de télévision ne répond pas à ses besoins, elle devrait pouvoir mettre fin au service au cours de la période d'essai, et ce, sans pénalité.
70. FNR-CDIP, MAC, l'AEBC-CNIB et l'Union des consommateurs ont appuyé une période d'essai pour tous les clients parce que cela donne aux clients le temps d'examiner les modalités et conditions de l'entente de service.

71. Plusieurs FSTV ont allégué qu'il n'y a aucune raison justifiant de prévoir une période d'essai pour tous les clients et qu'il n'existe aucune preuve du besoin d'une telle disposition. Ils ont aussi fait valoir que les raisons d'être de la période d'essai prévue dans le Code sur les services sans fil (p. ex. : le besoin d'évaluer la couverture sans fil dans une région) ne s'appliquent pas aux services de télévision.
72. Bell a ajouté qu'en ce qui concerne les ententes avec les FSTV conclues à distance ou en ligne, ce qui est majoritairement le cas, certaines lois provinciales en matière de protection du consommateur prévoient déjà une période minimale de sept jours en vue de permettre au client d'examiner les modalités et conditions de l'entente et de s'assurer que les documents la reflètent adéquatement, y compris la qualité du service, et ce, sans pénalité financière en cas d'annulation.

Analyse et décisions du Conseil

73. L'article 3(1)p) de la Loi prévoit que « le système devrait offrir une programmation adaptée aux besoins des personnes atteintes d'une déficience, au fur et à mesure de la disponibilité des moyens ».
74. Dans la politique sur le Code sur les services sans fil, le Conseil a décidé qu'une période d'essai prolongée était nécessaire pour aider les personnes handicapées à trouver des produits et des forfaits de services sans fil qui leur convenaient. Il a reconnu que les personnes handicapées pouvaient avoir besoin de plus de temps pour se familiariser avec un nouvel appareil mobile ou pour l'intégrer dans des logiciels ou technologies d'assistance existants ou nouveaux.
75. Comme le prévoit le Code sur les services sans fil, les fournisseurs de services sans fil doivent offrir une période d'essai minimale de 15 jours civils au cours desquels les clients peuvent annuler leur contrat sans pénalité, sous réserve de satisfaire à certaines conditions. Le Conseil a estimé possible que les clients ne découvrent certaines contraintes relatives à leurs services qu'après avoir commencé à recevoir ces services.
76. À l'égard des services offerts par les FSTV, le Conseil estime que la question des obstacles à l'accessibilité doit être abordée et prévoit donc une disposition du Code exigeant que les FSTV offrent une période d'essai de 30 jours à tout client qui s'identifie comme une personne handicapée ou qui indique qu'une personne du ménage où le service est fourni l'est. Le Conseil estime que 30 jours est une durée appropriée.
77. Quelques parties ont suggéré que le Code précise les conditions selon lesquelles un client handicapé devrait avoir le droit d'annuler le service pendant la période d'essai. À cet égard, il existe un nombre de raisons pour lesquelles un client handicapé peut décider que l'accessibilité ou la facilité d'utilisation d'un service de télévision ou un équipement ne lui convient pas. Les besoins d'accessibilité sont souvent uniques et varient en fonction du type de handicap. Par conséquent, une personne handicapée doit être en mesure d'annuler son entente avec un FSTV pendant la période d'essai si

elle estime, pour quelque raison que ce soit, que le service de télévision ou l'équipement ne répond pas à ses besoins.

78. En ce qui concerne les frais d'utilisation, les personnes handicapées qui annulent leur service pendant la période d'essai ne seront pas tenus de payer les frais d'utilisation du service de télévision au cours de la période d'essai. Il serait injuste d'exiger un paiement pour un service qu'ils jugent inaccessible ou inutilisable.
79. Le Conseil ajoute également le libellé suggéré par TELUS et Bell sur les cadeaux avec achat et l'emballage d'origine. L'expression « cadeau avec achat » est définie dans la section Définitions du Code.
80. En ce qui concerne la suggestion de FNR-CDIP relative à la formation des représentants du service à la clientèle sur les droits des clients handicapés, le Conseil estime que la politique sur l'accessibilité (politique réglementaire de radiodiffusion et de télécom 2009-430) traite adéquatement de cette question.
81. Enfin, pour ce qui est de la période d'essai pour tous les clients, bien que le Code sur les services sans fil prévoie une telle période d'essai, compte tenu qu'il n'existe généralement pas de problème de couverture ou de fiabilité du service ou encore de contraintes relatives au service offert par les FSTV, il n'est pas nécessaire d'inclure dans le Code une période d'essai pour tous les clients. Chaque FSTV pourra décider d'offrir ou non une telle période d'essai à titre de mesure incitative.

Avis à donner par les FSTV

82. Dans le document de travail, le Conseil a proposé d'exiger que les FSTV donnent un avis minimal de 45 jours civils à leurs clients dans le cas de toute modification aux choix de programmation, dont :
 - le prix des canaux individuels ou des forfaits de canaux;
 - la nature de service d'un canal;
 - l'assemblage des canaux;
 - le prix de l'équipement.
83. Des intervenants ont aussi suggéré d'autres cas où les FSTV devraient ou non être tenus de donner un avis aux clients :
 - si la modification est à l'avantage du client;
 - si la modification des options de programmation demandée par le client signifie qu'il ne pourra revenir à son forfait original ou aux mêmes canaux au même tarif;
 - avant l'expiration d'une entente à durée déterminée.

Positions des parties

Avis aux clients de modifications apportées aux options de programmation

84. En ce qui concerne combien de temps à l'avance les FSTV doivent donner l'avis aux clients dans le cas d'une modification apportée aux options de programmation, la plupart des particuliers qui ont offert des commentaires à ce sujet ont allégué que l'avis de 45 jours civils suggéré dans le document de travail était insuffisant.
85. Les FSTV et Corus se sont généralement entendus pour dire que, afin d'aligner le Code des FSTV avec le Code sur les services sans fil et les différentes législations provinciales en matière de protection du consommateur, l'avis à donner par les FSTV devrait être d'au moins 30 jours civils dans le cas de toute modification.
86. SaskTel a allégué qu'un avis de 30 jours permettrait aux clients d'agir s'ils ne désirent plus s'abonner au service modifié. Il a plaidé que ce délai permettrait aux clients de prévoir le changement dans leur prochaine facture et permettrait aux FSTV de réagir aux changements qui surviennent dans le milieu. Selon Rogers, les clients préfèrent être avisés peu de temps avant la mise en vigueur d'une modification. Le CORC a indiqué qu'un avis de plus de 30 jours pouvait désavantager les clients qui sont susceptibles de l'oublier.
87. FNR-CDIP a fait valoir qu'en ce qui concerne toute modification aux options de programmation liée à l'assemblage des canaux, les FSTV devraient être tenus de donner un avis de 60 jours en vue d'accorder plus de temps (deux périodes de facturation) aux clients pour évaluer les modifications et leurs options. On ne devrait permettre aucune autre modification lorsque les clients ont signé des ententes à durée déterminée. Dans le cas des ententes à durée indéterminée, NPF-PIAC allègue que les FSTV devraient donner un avis de 60 jours pour toute modification.
88. En ce qui concerne les modifications qui devraient exiger un avis, les FSTV et le CORC se sont dits favorables à l'élimination de l'avis aux clients dans le cas d'une modification de la nature de service d'un canal. La plupart ont fait valoir qu'il serait difficile pour les FSTV de repérer les modifications de la nature des services et que cette responsabilité devrait incomber au radiodiffuseur. Certains ont suggéré que l'avis par le radiodiffuseur pourrait, par exemple, se faire au moyen d'un avis au téléspectateur ou d'un message défilant. Le CORC a allégué que les FSTV n'ont aucun contrôle sur de telles modifications et ne reçoivent eux-mêmes qu'un avis généralement très court. La seule chose qu'on devrait donc exiger des FSTV est de transmettre un avis aux consommateurs après avoir reçu du canal un avis de modification.
89. Shaw a allégué que cette exigence était incompatible avec l'élimination de la protection du genre annoncée dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2015-86. Il a fait valoir que des modifications mineures aux formules de programmation et à la nature de service peuvent survenir régulièrement et qu'elles sont hors du contrôle ou de l'influence des FSTV. Selon Shaw, en l'absence d'une surveillance réglementaire de la nature de service, toute disposition visant à aviser les

clients des FSTV d'une modification de la nature de service serait impossible à respecter et à appliquer.

Exceptions à l'exigence de donner un avis préalable

90. Shaw et Rogers ont allégué que les FSTV devraient continuer d'avoir la latitude de procéder à des modifications (p. ex. : un nouveau service sans frais additionnels) sans donner un avis préalable, afin de satisfaire et de conserver leur clientèle. FNR-CDIP a déclaré qu'il ne s'opposerait pas à une exception dans le cas d'une diminution des tarifs des services compris dans l'entente (semblable à l'exception prévue dans le Code sur les services sans fil).

Avis aux clients de l'impossibilité de retourner à leur forfait ou choix d'origine

91. MAC a suggéré que les FSTV devraient être tenus d'indiquer à leurs clients si leur forfait actuel existe toujours avant de faire des modifications. Sinon, les FSTV devraient expliquer clairement à leurs clients qu'ils ne pourront retourner à leur ancien forfait s'ils sont insatisfaits du nouveau.

Avis préalable aux clients de l'expiration de leur entente

92. Des particuliers se sont plaints au sujet des promotions qui expirent sans avis et des augmentations imprévues de tarifs mensuels qui s'ensuivent.

93. Dans son intervention, FNR-CDIP a allégué que les clients devraient recevoir un avis de 90 jours avant l'expiration de la période d'engagement prévue dans une entente à durée déterminée, et que dans le cas où le client déciderait de renouveler l'entente, cet avis devrait comprendre toute modification à l'entente, dont une augmentation des tarifs ou des modifications aux options de programmation. Il a également fait valoir que les ententes à durée déterminée ne devraient pas être renouvelées automatiquement pour une pleine période d'engagement, mais que le service devrait plutôt se poursuivre sans interruption sur une base mensuelle, sous réserve de toute modification précisée par le FSTV dans cet avis.

94. Eastlink et Rogers ont plaidé qu'il s'agit d'une pratique normale de continuer à fournir le service aux clients sur une base mensuelle afin d'éviter toute interruption de service. Eastlink a ajouté qu'à l'expiration d'une entente à durée déterminée, les tarifs du marché s'appliquent et que les clients en sont informés à l'occasion de leur facture mensuelle suivante.

95. Le CPRST a allégué que la section du Code qui traite des ententes devrait être claire sur les modalités précises que les FSTV doivent divulguer lors du renouvellement automatique d'une entente.

Analyse et décisions du Conseil

Avis aux clients de modifications aux options de programmation

96. Le fait d'exiger un avis trop à l'avance (p. ex. : un délai plus long que les 45 jours proposés) n'est pas nécessairement plus avantageux pour les consommateurs qu'un avis plus court. De plus, cela peut retarder les modifications nécessaires à apporter aux services et à l'équipement des FSTV.
97. L'un des principaux arguments avancés par les FSTV et Corus pour réduire l'avis à 30 jours civils est que le délai devrait être le même que celui prévu dans le Code sur les services sans fil et les différentes législations provinciales en matière de protection du consommateur.
98. Le Code sur les services sans fil exige que les fournisseurs de services sans fil donnent à leurs clients un avis préalable d'au moins 30 jours civils avant d'apporter des modifications à certaines modalités et conditions du contrat et des documents connexes ainsi qu'aux politiques sur la protection des renseignements personnels.
99. De plus, à titre d'exemple, la *Loi sur la protection du consommateur* du Québec prévoit qu'un commerçant doit transmettre au consommateur un avis écrit contenant exclusivement la nouvelle clause ou la clause modifiée au moins 30 jours avant l'entrée en vigueur d'une modification.
100. Un avis de 30 jours permettra au client de réagir rapidement et l'y encouragera. Pour cette raison et afin d'assurer la cohérence avec le Code sur les services sans fil et les différentes législations provinciales en matière de protection du consommateur, le Conseil choisit un avis de 30 jours. Les FSTV seront donc tenus de transmettre un avis préalable d'au moins 30 jours civils avant d'apporter des modifications à leurs options de programmation.
101. Pour ce qui est de savoir si un client devrait être avisé de la modification de la nature d'un service, le Conseil a déclaré dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2015-86 qu'il n'appliquerait plus les conditions de licence sur la nature de service et que la majorité des services de programmation (à quelques exceptions près) pourraient déposer une demande en vue de supprimer ce type de condition de licence. Le Conseil retire donc l'exigence selon laquelle un FSTV doit aviser son client lorsqu'un canal modifie la nature de son service.

Exceptions à l'exigence de donner un avis préalable

102. Dans la politique sur le Code sur les services sans fil, le Conseil a qualifié de très subjective la question de savoir si une modification à un contrat est à l'avantage du client, ne lui impose pas de nouvelles obligations ou encore diminue les obligations du fournisseur de service sans fil; la réponse à cette question peut donc varier d'un client à l'autre. Une disposition du Code sur les services sans fil permet des modifications unilatérales dans des circonstances limitées et bien définies.

103. Afin d'assurer la cohérence et la clarté, de prévenir tout problème d'interprétation, et puisque cette disposition ne s'appliquerait que lorsqu'elle est clairement à l'avantage du client, le Conseil inclut une disposition semblable à celle du Code sur les services sans fil dans la section XI du Code des FSTV. Cette disposition s'appliquera dans des circonstances précises : à l'occasion d'une réduction de tarif ou de l'offre d'un nouveau service sans frais additionnels. Cela réduira également le fardeau administratif des FSTV.

Avis aux clients de l'impossibilité de retourner à leur forfait ou choix d'origine

104. Un client devrait être avisé si la modification qu'il désire apporter à son choix ou à son forfait signifie qu'il lui sera impossible de retourner à son forfait ou à son choix d'origine au même tarif, surtout dans le cas d'ententes fondées sur des droits acquis. Le Conseil ajoute donc à la section X du Code une disposition exigeant qu'un FSTV donne un avis au client le cas échéant.

Avis préalable aux clients de l'expiration de leur entente

105. Un grand nombre de plaintes déposées auprès du Conseil à l'égard des FSTV concernent la facturation et les ententes. Pour ce qui est d'une entente à durée déterminée, un avis inclus dans la facturation mensuelle accordera généralement moins d'un mois au client pour vérifier les modalités de son contrat et faire des comparaisons avec d'autres FSTV. Ce délai est trop court pour que le client examine les nouveaux tarifs et décide s'il veut poursuivre ou non son contrat avec le même FSTV.
106. Par conséquent, le Conseil ajoute à la section VII une disposition exigeant qu'un FSTV donne un avis préalable de l'expiration d'une entente de service avec un client. Les parties ont suggéré différents délais, allant de 30 jours à 6 mois, mais le Conseil estime qu'un délai de 90 jours accordera suffisamment de temps à un client pour réévaluer les modalités de l'entente et décider s'il veut poursuivre cette entente avec le même FSTV. De plus, cela assurera une cohérence avec le Code sur les services sans fil.

Appels de service

107. Dans le document de travail, le Conseil a proposé deux options dans la section sur les appels de service :
- Option A : Un FSTV doit informer le client de la période de temps, qui ne doit pas dépasser 4 heures, pendant laquelle le service à domicile débutera.
 - Option B : Un FSTV doit donner au client une période de temps pendant laquelle le service à domicile débutera.

108. Le document de travail prévoit aussi qu'un FSTV doit divulguer les renseignements suivants avant tout service à domicile :

- les frais possibles liés à un service à domicile, y compris les frais minimum, le cas échéant;
- comment le FSTV ou le client peuvent annuler un rendez-vous ou en fixer un autre et l'informer de tous les frais relatifs à ce changement;
- comment déposer une plainte relative à un appel de service insatisfaisant, y compris dans le cas d'un rendez-vous qui a été retardé ou manqué.

Positions des parties

109. Des particuliers Canadiens et des groupes de consommateurs se sont majoritairement déclarés en faveur de l'option limitant la période de temps à 4 heures. Certains particuliers ont suggéré de plus petites périodes de temps, de 30 minutes à 3 heures. Le Forum for Research and Policy in Communications a pour sa part fait valoir qu'on devrait prévoir une pénalité pécuniaire si un FSTV ne respecte pas la période de temps imposée.

110. Certains particuliers ont allégué qu'on devrait aussi prévoir un délai maximal dans lequel un FSTV devrait répondre à un appel de service et envoyer un technicien à domicile. Ils ont suggéré un délai qui varie entre 2 et 5 jours à compter de l'appel.

111. La plupart des FSTV ont soutenu que la section sur les appels de service était inutile parce qu'il est dans l'intérêt de chaque FSTV d'offrir un bon service à la clientèle, la qualité du service étant un facteur de différenciation important au niveau de la concurrence.

112. TekSavvy et le CORC ont tous deux allégué que la section sur les appels de service ne devrait pas s'appliquer aux petits FSTV indépendants qui, souvent, ne sont affiliés à aucun réseau de fournisseurs d'accès et qui, de ce fait, ne sont pas responsables des appels de service. TekSavvy a plaidé que le Conseil devrait entreprendre une consultation distincte sur la meilleure façon d'exiger que les fournisseurs de gros d'accès au réseau respectent les normes établies dans le Code des FSTV.

113. Bien que la plupart des FSTV aient déclaré que toute la section était inutile, ils ont tout de même exprimé leur nette préférence pour l'option B si le Conseil devait adopter des telles dispositions. Ils ont plaidé qu'une période de temps précise ne devrait pas être imposée en raison du trop grand nombre de facteurs pouvant influencer sur le service à domicile, par exemple les différences entre régions urbaines et rurales, la circulation ou la météo. Les FSTV ont ajouté très bien connaître leurs marchés respectifs et être les mieux placés pour évaluer la période de temps appropriée pour un appel de service.

114. Le CPRST a fait valoir que le Conseil devrait clarifier les expressions « frais possibles » et « frais minimum » à l'égard des appels de service.

115. SaskTel a allégué qu'il était inutile de demander aux FSTV de fournir des renseignements sur les frais possibles, la fixation d'un nouveau rendez-vous ou les plaintes parce que d'autres sections du Code exigent la divulgation de ces mêmes renseignements.
116. De même, la plupart des FSTV se sont opposés à l'exigence de fournir des renseignements sur la façon de déposer une plainte au sujet d'un appel de service insatisfaisant avant même que le rendez-vous ait lieu parce que, selon eux, cela pourrait avoir une incidence négative sur la perception et les attentes du client.

Analyse et décisions du Conseil

117. Les Canadiens déposent souvent des plaintes liées aux visites à domicile pour une installation ou des réparations. Bien qu'il n'existe pas de données relatives aux FSTV, les plaintes à l'égard de l'installation, des réparations et de l'entretien ont représenté 21,8 % des plaintes traitées par le CPRST en 2013-2014 en matière de télécommunications. Ces données sont pertinentes parce que les fournisseurs de service envoient vraisemblablement un seul technicien pour installer ou réparer tant le service Internet que le service de télévision chez les clients abonnés à des forfaits regroupant des services de radiodiffusion et de télécommunication.
118. Le Conseil sait qu'attendre longtemps une visite à domicile constitue une source de frustration pour les consommateurs. Cependant, un certain nombre de facteurs peuvent influencer la période de temps pendant laquelle le service à domicile débutera : les spécificités géographiques d'un marché, la circulation, la nature du travail à accomplir, le nombre de techniciens disponibles dans la région, etc.
119. Une période de temps uniforme s'appliquant à tous les FSTV du Canada est irréaliste. Le Conseil adopte par conséquent l'option B. Les FSTV devront indiquer la période de temps pendant laquelle le service à domicile débutera, mais le Code ne précise pas la durée de cette période.
120. Certains intervenants ont allégué que le Code devrait aussi exiger que les FSTV effectuent le service à domicile dans un délai précis à compter de la demande du client, par exemple 2 à 5 jours. La capacité d'effectuer le service à domicile dans un délai précis peut varier d'un FSTV à un autre selon la région, le temps de l'année, la disponibilité des techniciens, etc. Le Conseil n'imposera donc pas de délai précis.
121. Dans son intervention, le CPRST a demandé au Conseil de clarifier la signification des expressions « frais possibles » et « frais minimum ». Aux fins de précision, un FSTV n'est pas tenu d'informer son client à l'avance des frais exacts liés à l'appel de service, mais il doit lui indiquer les frais possibles qui pourraient s'appliquer en l'espèce. Bien qu'il ne s'agisse pas d'une liste d'exemples exhaustive, le Conseil estime que les frais minimum pour un service à domicile (y compris les frais d'administration) et les frais de réparation ou de remplacement d'équipement peuvent tous être des frais possibles liés à un appel de service.

122. Alors que les FSTV devront fournir les renseignements sur tous les frais additionnels dans des ententes écrites et dans le RRE, ce ne sont pas tous les clients qui auront un document écrit à consulter. Cela est particulièrement le cas des clients qui ont une entente indéterminée ou des nouveaux clients qui n'ont pas encore reçu une copie permanente de l'entente lors de l'installation. Par conséquent, le Conseil retient l'exigence selon laquelle un FSTV devra préciser les frais possibles liés à un appel de service, y compris tout frais minimum le cas échéant.
123. La plupart des FSTV se sont opposés à l'exigence d'expliquer à un client avant tout service à domicile comment déposer une plainte au sujet d'un appel de service insatisfaisant. Le Conseil reconnaît qu'obliger un FSTV à indiquer le processus de plainte avant même que le service soit rendu peut sembler indûment négatif. Par conséquent, le Conseil supprime cette exigence du Code.
124. Comme l'ont exprimé certains FSTV dans leurs interventions, il en va de leur intérêt d'offrir un bon service à leurs clients. La qualité du service est un facteur concurrentiel important. Cet aspect étant une source importante de frustration pour certains consommateurs, le Conseil entend surveiller cet enjeu afin de déterminer si les FSTV déploient les efforts nécessaires pour améliorer la rapidité et la ponctualité de leurs réponses aux appels de service.

Interruptions de service

125. Dans le document de travail, le Conseil a proposé d'exiger qu'un FSTV explique au client dans l'entente de services ou dans les documents connexes sa politique sur les interruptions de service et la façon d'appliquer les rabais.

Positions des parties

126. La majorité des parties qui sont intervenues à ce sujet croyaient approprié d'exiger qu'un FSTV explique au client sa politique sur les interruptions de service et la façon d'appliquer les rabais.
127. Shaw et Rogers se sont opposés à l'inclusion de cette disposition en invoquant la cohérence avec le Code sur les services sans fil, lequel ne contient aucune disposition sur les interruptions de service. Ils ont fait valoir que certaines interruptions sont inévitables (p. ex. une erreur humaine, l'entretien du réseau) et que les rabais offerts de bonne volonté devraient être traités au cas par cas par le représentant du service à la clientèle.
128. MAC a suggéré que l'explication sur l'application des rabais fasse partie du RRE et que la politique sur les interruptions de service se trouve dans l'entente ou dans les documents connexes, comme il est proposé dans le document de travail. Il allègue aussi que l'entente ou les documents connexes devraient faire référence à un site web où les renseignements à jour sur les interruptions de service seraient publiés.

129. Certains particuliers s'attendaient à ne pas payer leur service de télévision lorsqu'il est en panne. Un particulier a fait valoir, comme MAC, qu'un FSTV devrait être tenu de publier sur son site web des renseignements sur les interruptions de service.
130. FNR-CDIP estimait que l'expression « interruption de service » devrait être définie, tout en notant que l'interruption de service ne devrait pas se limiter aux cas où aucun canal n'est disponible. La détérioration du service, même si elle ne touche pas tous les canaux ou n'occasionne pas une interruption complète, devrait donner lieu à une compensation. MAC a suggéré que le Code reconnaisse l'existence d'une interruption de service dans le cas où un FSTV n'a pas fourni un service qu'il aurait pu fournir tout en facturant ce service au client.
131. Le CPRST a aussi demandé plus de clarté sur ce qui constitue une interruption de service et sur le terme « rabais », afin d'éviter la confusion avec les termes « promotion » ou « réduction ». Il a noté que le Code ne précise pas les éléments que devrait couvrir la politique (le moment d'appliquer les rabais, les crédits ou les remboursements, l'application en cas d'interruption partielle, etc.).
132. L'Union des consommateurs a fait valoir qu'un FSTV ne devrait jamais compenser une période d'interruption par une somme moindre que celle correspondant au prorata de la durée de l'interruption; de plus, prévoir une compensation maximale devrait être interdit.

Analyse et décisions du Conseil

133. L'objectif de la disposition est de s'assurer que les renseignements sur la politique des FSTV sur les interruptions de service et les rabais sont donnés aux clients afin qu'ils puissent faire un choix éclairé au sujet des services de télévision qu'ils reçoivent. Cela est conforme à l'objectif du Conseil de donner un pouvoir accru aux Canadiens.
134. Le Conseil reconnaît que les interruptions de service sont souvent inévitables. À la condition qu'un FSTV déclare clairement sa politique sur les interruptions de service dans l'entente écrite ou dans les documents connexes, le Conseil estime qu'il convient de permettre au FSTV de décider s'il accordera un rabais et de quelle façon.
135. Le Conseil encourage les FSTV à publier les renseignements sur les interruptions de service sur leur site web parce qu'il s'agit d'un moyen économique et efficace d'informer leurs clients de toute interruption de service dans leur région.

Mise en oeuvre

136. Dans l'Avis, le Conseil a indiqué son intention de mettre en oeuvre le Code des FSTV en temps utile afin de maximiser les bénéfices du Code pour les Canadiens et d'exiger que tous les FSTV autorisés et les entreprises liées exemptées respectent le Code.

Positions des parties

137. La plupart des FSTV ont indiqué avoir besoin de temps afin d'apporter des ajustements à leurs processus et systèmes pour mettre en œuvre le Code, tels que des changements à leurs systèmes de facturation, ententes et documents connexes, ainsi qu'à la formation du personnel de première ligne.
138. Ils allèguent que la mise en œuvre du Code devrait avoir lieu après celle des autres importantes décisions de politique découlant de l'instance Parlons télé. Shaw, Rogers et Vidéotron ont suggéré que le Code soit mis en œuvre en juin 2017, soit six mois après la mise en œuvre de la dernière décision de politique de Parlons télé, alors que d'autres FSTV ont proposé un an après (décembre 2017).
139. FNR-CDIP a fait valoir que le délai pour que les FSTV mettent en œuvre le Code ne devrait pas excéder six mois après la publication de la présente politique réglementaire.

Analyse et décisions du Conseil

140. Selon le Conseil, le 1^{er} septembre 2017 est, tout bien considéré, une date d'entrée en vigueur raisonnable pour la mise en œuvre du Code. Pour en arriver à cette date, le Conseil a tenu compte du calendrier de la mise en œuvre des autres décisions de politique de Parlons télé, ainsi que de son expérience avec la mise en œuvre du Code sur les services sans fil. Ce délai donnera aux FSTV suffisamment de temps pour ajuster leurs processus et systèmes.
141. Compte tenu de la période de temps accordée aux FSTV afin d'apporter les changements nécessaires afin de se conformer au Code, le Conseil encourage fortement tous les FSTV à satisfaire aux normes énoncées dans le Code dès que possible.
142. Après avoir examiné divers moyens pour mettre en œuvre le Code, le Conseil estime qu'une mise en œuvre par voie de modifications aux conditions de licence des FSTV est la méthode la plus appropriée. Les FSTV devront donc respecter le Code par voie de conditions de licence qui seront imposées lors du prochain renouvellement de leur licence.
143. Le Conseil exigera que tous les FSTV autorisés et leurs entreprises liées exemptées se conforment au Code. Bien que les FSTV liées exemptées puissent desservir de plus petites localités ou des localités éloignées, leur affiliation à des FSTV autorisés signifie généralement qu'ils ont plus de ressources (p. ex. : des centres de service à la clientèle et des systèmes de facturation centralisés) que les FSTV indépendants exemptés. En exigeant que les FSTV exemptés liés respectent le Code, le Conseil s'assure que tous les clients de FSTV soient couverts par le Code, et ce, peu importe où ils résident et la façon dont leur service est réglementé.

144. Le Conseil avait envisagé d'incorporer le Code au *Règlement sur la distribution de radiodiffusion* par voie de référence; cela lui aurait permis d'appliquer le Code à tous les FSTV en même temps et de manière efficace. Toutefois, à la lumière des récentes modifications à la *Loi sur les textes réglementaires*, qui définit la portée de l'autorité d'incorporer des documents par voie de référence, cette approche aurait vraisemblablement créé d'importants enjeux de mise en œuvre.
145. En ce qui concerne les FSTV dont la licence expire après 2017, là où cela s'avère possible, en examinant des demandes visant d'autres modifications de licence, le Conseil pourra prendre en considération le fait que le titulaire est déjà assujéti aux conditions de licence exigeant le respect du Code ou qu'il a demandé leur ajout. Le Conseil pourra aussi exercer le pouvoir qui lui est accordé par l'article 9(1)c) de la Loi pour imposer, de sa propre initiative, de nouvelles conditions de licence cinq ans après l'attribution ou le renouvellement d'une licence, même si la période de licence n'est pas arrivée à terme.
146. Le Conseil modifiera également l'*Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de distribution de radiodiffusion desservant moins de 20 000 abonnés* pour imposer le Code des FSTV à tout FSTV exempté lié à un FSTV autorisé.
147. Afin d'assurer la cohérence avec la définition du mot « client » contenue dans le *Règlement sur la distribution de radiodiffusion*, le Code s'appliquera aux clients résidentiels et non aux clients d'affaires.
148. Le Code dans son entier s'appliquera aux nouvelles ententes de service à compter du 1^{er} septembre 2017. Les nouvelles ententes de service font référence tant aux nouvelles ententes qu'aux renouvellements d'ententes des clients existants, y compris les ententes à durée indéterminée qui se renouvellent automatiquement chaque mois.
149. Il incombera aux FSTV de conserver toute preuve ou renseignement nécessaire à leur défense à une allégation de non-respect du Code des FSTV.
150. Le Conseil a l'intention de réexaminer le Code cinq ans après sa mise en œuvre.

Secrétaire générale

Documents connexes

- *Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de distribution de radiodiffusion terrestres desservant moins de 20 000 abonnés*, ordonnance de radiodiffusion CRTC 2015-544, 9 décembre 2015
- *Demande de renseignements supplémentaires – Appel aux observations sur un document de travail à l'égard du Code des fournisseurs de services de télévision*, avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-105-2, 24 juillet 2015

- *Examen du mandat et de la structure du Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications Inc.*, avis de consultation de radiodiffusion et de télécom CRTC 2015-239, 4 juin 2015
- *Appel aux observations sur un document de travail à l'égard du Code des fournisseurs de services de télévision*, avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-105, 26 mars 2015
- *Parlons télé : Cap sur l'avenir – Faire des choix éclairés à l'égard des fournisseurs de services de télévision et améliorer l'accès à la programmation télévisuelle*, politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-104, 26 mars 2015
- *Parlons télé : Aller de l'avant – Créer une programmation canadienne captivante et diversifiée*, politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-86, 12 mars 2015
- *Parlons télé*, avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2014-190, 24 avril 2014
- *Le Code sur les services sans fil*, politique réglementaire de télécom CRTC 2013-271, 3 juin 2013
- *Accessibilité des services de télécommunication et de radiodiffusion*, politique réglementaire de radiodiffusion et de télécom CRTC 2009-430, 21 juillet 2009

Annexe à la politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2016-1

Code des fournisseurs de services de télévision

Les termes en *caractères gras et italiques* sont définis dans la section « Définitions » à la fin du Code.

Clarté – Généralités

I. Communication en langage simple en français ou en anglais

1. Un *fournisseur de services de télévision* (FSTV) doit communiquer avec les *consommateurs* en utilisant un *langage simple*.
2. Un FSTV doit aviser un consommateur s'il n'est pas en mesure de le servir tant en anglais qu'en français.

Promotion

II. Clarté des offres

1. Un FSTV doit s'assurer que toute offre au consommateur soit clairement expliquée dans toutes ses communications avec ses consommateurs, y compris ses conversations téléphoniques et son matériel publicitaire.
2. Les explications relatives à une offre doivent indiquer clairement :
 - a. la durée de l'offre;
 - b. dans le cas d'une offre comprenant un rabais d'une durée limitée ou autre mesure incitative, le prix du service à la fin de tout rabais de durée limitée ou mesure incitative;
 - c. toute autre obligation du consommateur liée à l'acceptation de l'offre, y compris la *période d'engagement* minimale pendant laquelle des *frais de résiliation anticipée* peuvent être exigés.

III. Promotion des options d'assemblage

1. Un FSTV doit s'assurer que le consommateur soit au courant de la disponibilité, du prix et du contenu de son *service d'entrée de gamme*.

Ententes et documents connexes

IV. Ententes en langage simple

1. Un FSTV doit s'assurer que toute *entente écrite* et tous les *documents connexes* soient clairs et faciles à lire et à comprendre pour les *clients*.

V. Langue de l'entente écrite

1. Un FSTV doit aviser le client s'il n'est pas en mesure de fournir une entente écrite et tous les documents connexes soit en anglais ou en français, au choix du client.

VI. Prix dans l'entente écrite

1. Un FSTV doit s'assurer que les prix indiqués dans une entente écrite soient clairs et précisent s'ils comprennent les taxes ou d'autres frais. Cela comprend le prix des forfaits et des canaux individuels auxquels le client s'abonne.
2. Un FSTV doit s'assurer que tous les frais additionnels soient clairement énumérés, détaillés et expliqués dans une entente écrite de fourniture de service. Ces frais peuvent comprendre, sans toutefois s'y limiter, des frais de location d'*équipement*, d'installation ou d'accès.

VII. Ententes à durée déterminée

1. Un FSTV doit offrir au client une *copie permanente* de l'entente écrite et des documents connexes au moment de la conclusion de l'*entente*. Si le client accepte cette offre, tous ces documents doivent lui être remis sans frais dans les délais suivants :
 - a. Lorsque l'entente est conclue en personne, le FSTV doit donner au client l'entente écrite et les documents connexes dès que le client y consent.
 - b. Lorsque l'entente n'est pas conclue en personne (c.-à-d. qu'elle est conclue par téléphone, en ligne ou par une autre méthode à distance), le FSTV doit envoyer l'entente écrite et les documents connexes au client dans les 15 jours civils suivant l'acceptation de l'entente par le client. Si le FSTV ne le fait pas, ou si les modalités de la copie permanente de l'entente diffèrent des modalités acceptées par le client, le client peut, dans les 30 jours civils suivant la réception de la copie permanente de l'entente, annuler l'entente sans avoir à payer de frais de résiliation anticipée ou une autre pénalité.
2. En tout temps pendant la période d'engagement, le FSTV doit aussi fournir au client, sur demande et sans frais, une copie de l'entente dans un format (papier ou électronique) au choix du client.
3. En tout temps pendant la période d'engagement, le FSTV doit fournir au client, sur demande et sans frais, une copie de l'entente dans un format substitut à l'intention des personnes handicapées.
4. Les ententes écrites doivent présenter clairement tous les renseignements suivants :
 - a. une liste des canaux individuels ou des forfaits de canaux choisis par le client au moment de la conclusion de l'entente;

- b. le prix des canaux individuels ou des forfaits de canaux choisis par le client au moment de la conclusion de l'entente, y compris une mention claire de toute offre promotionnelle, de la date d'expiration de cette offre et du prix exigé après son expiration;
- c. les frais mensuels pour le service au moment de la conclusion de l'entente, y compris une mention claire de toute offre promotionnelle, de la date d'expiration de cette offre et du prix exigé après son expiration;
- d. tous les frais additionnels énumérés séparément, comprenant, sans s'y limiter, les frais d'installation;
- e. les frais mensuels relatifs à tout équipement compris dans l'entente;
- f. la période d'engagement, y compris la date du début et la date de fin de l'entente;
- g. les modalités de renouvellement de l'entente, y compris si l'entente se renouvelle automatiquement et, le cas échéant, à compter de quelle date et pour combien de temps;
- h. le cas échéant :
 - i. le total des frais de résiliation anticipée;
 - ii. la manière de calculer les frais de résiliation anticipée pendant la période d'engagement;
 - iii. la date à compter de laquelle les frais de résiliation anticipée ne s'appliqueront plus au client;
- i. lorsque de l'équipement est fourni ou loué en vertu de l'entente :
 - i. le prix de détail de l'équipement s'il peut être acheté (immédiatement ou au moyen d'un contrat de location-achat);
 - ii. le montant payé par le client ou celui qu'il paiera pour l'équipement pendant la période d'engagement ou à l'avenir;
 - iii. une description des différents choix du client relatifs à la fourniture de l'équipement (y compris la location et la location-achat);
 - iv. une description de l'endroit où le client peut trouver des renseignements sur tous les frais liés à la mise à jour de l'équipement.

- j. une explication de tous les documents connexes, par exemple la *politique sur la protection de la vie privée*;
 - k. si la mise à jour de l'équipement ou la modification d'une modalité ou condition de l'entente prolonge la période d'engagement du client ou modifie d'autres aspects de l'entente;
 - l. le cas échéant, le montant du dépôt de garantie et les modalités connexes, y compris les conditions de retour du dépôt;
 - m. l'endroit où les clients peuvent se renseigner sur :
 - i. le prix des canaux individuels ou des forfaits de canaux;
 - ii. la façon de retirer ou d'ajouter des canaux individuels ou des forfaits de canaux et les frais qui s'appliqueraient, le cas échéant;
 - iii. la garantie offerte par le fabricant de l'équipement, le cas échéant;
 - iv. les outils pour aider les clients à gérer leur facture;
 - v. comment communiquer avec le service à la clientèle du FSTV;
 - vi. comment porter plainte au sujet des services et les différents recours disponibles, y compris comment faire avancer une plainte au sein du FSTV et la façon de déposer une plainte auprès du Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications (CPRST);
 - vii. le Code des fournisseurs de services de télévision.
5. Lorsque la période d'engagement doit se renouveler à son expiration, le FSTV doit, 90 jours civils avant la date d'expiration de la période d'engagement initiale, donner un avis au client de toute modification à l'entente qui entrera en vigueur lors du renouvellement.

Période d'essai

VIII. Période d'essai pour les personnes handicapées

1. Lorsqu'un client qui s'auto-identifie comme une personne handicapée, ou indique qu'un membre du ménage desservi par le service est handicapé, accepte une entente, le FSTV doit lui offrir une période d'essai d'au moins 30 jours civils pour permettre au client de déterminer si le service et l'équipement répondent à ses besoins.
2. La période d'essai doit commencer le jour où débute le service.

3. Au cours de la période d'essai, le client peut annuler son entente sans payer de pénalité, de frais d'installation ou de résiliation anticipée, à condition qu'il ait rendu à l'état presque neuf l'équipement fourni par le FSTV, le *cadeau avec achat* ainsi que tout emballage original le cas échéant.

Résumé des renseignements essentiels

IX. Résumé des renseignements essentiels

1. Un FSTV doit offrir un résumé des renseignements essentiels au client lorsqu'il offre une copie permanente de l'entente. Ce document résume les éléments les plus importants de l'entente pour le client.
2. Le résumé des renseignements essentiels est un document indépendant de l'entente écrite, qu'il soit fourni sous forme de document distinct ou qu'il figure aux premières pages de l'entente. Le fait que des renseignements se trouvent dans ce résumé ne remplace pas l'obligation de fournir les mêmes renseignements ou des renseignements semblables dans l'entente écrite elle-même.
3. Un FSTV doit s'assurer que le résumé des renseignements essentiels contienne tous les renseignements suivants :
 - a. la liste des canaux individuels ou des forfaits de canaux choisis par le client au moment de la conclusion de l'entente;
 - b. le prix des canaux individuels ou des forfaits de canaux choisis par le client au moment de la conclusion de l'entente, y compris une mention claire de toute offre promotionnelle, de la date d'expiration de cette offre et du prix exigé après son expiration;
 - c. les frais mensuels pour les services de télévision au moment de la conclusion de l'entente, y compris une mention claire de toute offre promotionnelle, de la date d'expiration de cette offre et du prix exigé après son expiration;
 - d. tous les frais additionnels énumérés séparément, comprenant, sans s'y limiter, les frais d'installation;
 - e. les frais mensuels relatifs à tout équipement compris dans l'entente;
 - f. la période d'engagement, y compris la date du début et de la fin de l'entente et les modalités de renouvellement de l'entente;
 - g. comment porter plainte au sujet des services et les différents recours disponibles, y compris comment faire avancer une plainte au sein du FSTV et la façon de déposer une plainte auprès du CPRST.

4. Un FSTV doit s'assurer que le résumé des renseignements essentiels :
 - a. reflète exactement le contenu de l'entente;
 - b. soit un document distinct de toute entente écrite ou figure bien en évidence dans les premières pages de toute entente écrite;
 - c. soit clair, concis, rédigé en langage simple et écrit dans une police de caractères facile à lire;
 - d. soit disponible sur demande et sans frais dans un format substitut à l'intention des personnes handicapées.

Modification des choix de programmation

X. Modification des choix de programmation

1. Un FSTV doit permettre au client de modifier les canaux facultatifs individuels ou les forfaits de canaux facultatifs. Un FSTV peut toutefois offrir un canal facultatif individuel ou un forfait de canaux facultatifs ne pouvant pas être modifié pour une période de temps précise si le client en est clairement informé et accepte les modalités et conditions énoncées dans une entente écrite.
2. Lorsqu'un FSTV reçoit une requête d'un client voulant modifier des canaux individuels ou des canaux facultatifs, le FSTV doit :
 - a. informer le client s'il pourra retourner à son premier choix de canaux individuels ou à son forfait d'origine et si le même tarif s'appliquera;
 - b. offrir au client de lui faire parvenir un résumé écrit des modifications.

XI. Avis de modification des choix de programmation

1. Un FSTV doit donner au client, en ce qui concerne les services auxquels il est abonné, un avis d'au moins 30 jours civils lors de toute modification :
 - a. du prix des canaux individuels ou des forfaits de canaux;
 - b. de l'assemblage des canaux;
 - c. du prix de l'équipement.
2. Cet avis doit expliquer clairement toute modification et indiquer la date de mise en vigueur.
3. L'avis doit expliquer clairement les choix advenant que le client souhaite ne plus être abonné aux services modifiés du FSTV.

4. Un FSTV peut modifier les choix de programmation d'un client au cours de la période d'engagement sans que ce dernier y consente si cette modification est à l'avantage du client parce qu'elle :
 - a. réduit le coût d'un service ou d'un forfait;
 - b. lui fournit un service sans coût additionnel.

Appels de service

XII. Appels de service, y compris le service à domicile pour l'installation ou les réparations

1. Un FSTV doit donner au client une période de temps pendant laquelle le service à domicile débutera.
2. Avant tout service à domicile, un FSTV doit expliquer les frais possibles liés à un service à domicile, y compris les frais minimum, le cas échéant.
3. Avant tout service à domicile, un FSTV doit expliquer au client comment le FSTV ou le client peuvent annuler un rendez-vous ou en fixer un autre et l'informer de tous les frais relatifs à ce changement.

Interruptions de service

XIII. Interruptions de service

1. Un FSTV doit expliquer au client, dans toute entente écrite ou dans les documents connexes, sa politique sur les interruptions de service et la façon d'appliquer les rabais.

Débranchement

XIV. Débranchement

1. Un FSTV doit expliquer au client dans toute entente écrite ou dans les documents connexes sa politique sur le *débranchement* d'un service, y compris :
 - a. les motifs d'un débranchement;
 - b. le moment et la manière de procéder à un débranchement;
 - c. l'avis qui doit être donné préalablement au débranchement;
 - d. les circonstances dans lesquelles le service d'un client peut ou ne peut pas être débranché dans le cas d'un différend sur les frais;
 - e. le moment où le compte d'un client sera confié à une agence de recouvrement pour cause de non-paiement; et

f. le coût du rebranchement du service, le cas échéant.

Définitions

Cadeau avec achat

Un article offert à un client par un FSTV afin de le motiver ou de l'encourager à choisir son service (p. ex. : télé intelligente, ordinateur portable, console de jeu, carte de crédit prépayée, etc.).

Client

La personne qui est responsable du paiement des services de programmation distribués par le FSTV. Le terme exclut le propriétaire ou l'exploitant d'un hôtel, d'un hôpital, d'une maison de repos ou de tout autre local commercial ou établissement.

Consommateur

Toute personne cherchant à obtenir un produit ou un service.

Copie permanente

Une copie non modifiable (p. ex. sur papier ou en format PDF) de l'entente, exempte d'hyperliens modifiables par le FSTV, à compter de la date de signature ou de la date de la dernière modification.

Débranchement

La résiliation des services par le FSTV.

Documents connexes

Tout document cité dans une entente qui a une incidence sur l'utilisation du client du service du FSTV, y compris sa politique sur la protection de la vie privée.

Entente

Un accord liant le FSTV et le client relativement à la fourniture de services de télévision.

Entente à durée déterminée

Une entente d'une durée fixe de plus d'un mois.

Entente à durée indéterminée

Une entente sans durée prédéterminée et qui, en temps normal, se renouvelle automatiquement chaque mois.

Entente écrite

Le document qui consigne le contenu de l'entente.

Équipement

Un appareil ou une combinaison d'appareils nécessaires à la réception du service fourni par le FSTV, tel qu'un boîtier de décodage, une télécommande ou une antenne satellite.

Fournisseur de services de télévision (FSTV)

Une entreprise qui offre des services de télévision par abonnement aux Canadiens. En temps normal, elle redistribue des émissions provenant de la télévision traditionnelle en direct et de stations de radio et distribue des services spécialisés, de télévision payante, de télévision à la carte (TVC) et de vidéo sur demande (VSD), ainsi que des services sonores payants. Les FSTV comprennent les câblodistributeurs, les fournisseurs de services nationaux par satellite de radiodiffusion directe (SRD) et les fournisseurs de services par protocole Internet (IP).

Frais de résiliation anticipée

Les frais qui peuvent être imposés lorsque le service d'un client est résilié avant la fin de la période d'engagement.

Langage simple

Langage clair et facile à comprendre.

Période d'engagement

La durée de l'entente. Pour une entente à durée déterminée, la période d'engagement est la durée complète de l'entente. Pour une *entente à durée indéterminée*, la période d'engagement est le mois courant ou la période de facturation.

Politique sur la protection de la vie privée

La politique qui explique comment le FSTV traite les renseignements personnels des clients.

Service d'entrée de gamme

Un forfait de services de programmation, aussi appelé service de base, qu'un FSTV est tenu de distribuer en vertu du *Règlement sur la distribution de radiodiffusion*.