

# LA VULNÉRABILITÉ ÉCONOMIQUE

## Rapport québécois

par

**Pierre-Claude LAFOND**  
professeur titulaire  
Faculté de droit  
Université de Montréal

## CHAPITRE 2 – Contrats de consommation

### Section 1 – Les instruments de protection

#### ss. 1 – Nature

*Quelle est la nature des différents instruments de protection existant dans votre pays ? Lois et arrêtés d'exécution ? Accords collectifs ? Codes de conduite ? Directives ou circulaires émanant de l'autorité de contrôle ?*

Au Québec, le droit de la protection du consommateur s'incarne principalement dans la législation (lois et règlements) et dans la jurisprudence. Aux côtés du *Code civil du Québec* qui prévoit quelques règles de protection, la *Loi sur la protection du consommateur*<sup>1</sup>, adoptée en 1978, a valeur de Code de la consommation, sans en emprunter la forme comme en France, par exemple. Cette loi, de plus de 400 articles, est complétée par un Règlement d'application<sup>2</sup> comprenant au delà de 200 dispositions.

Par ailleurs, plusieurs lois provinciales et fédérales assurant une forme ou une autre de protection du consommateur, s'appliquent sur le territoire québécois. On peut citer, entre autres, la *Loi sur les agents de voyages*<sup>3</sup>, la *Loi sur les arrangements préalables de services funéraires et de sépulture*<sup>4</sup>, la *Loi sur le recouvrement de certaines créances*<sup>5</sup>, la *Loi sur l'intérêt*<sup>6</sup>, la *Loi sur les banques*<sup>7</sup> et la *Loi sur la concurrence*<sup>8</sup>.

---

<sup>1</sup> RLRQ, c. P-40.1

<sup>2</sup> *Règlement d'application de la Loi sur la protection du consommateur*, RLRQ, c. P-40.1, r. 3.

<sup>3</sup> RLRQ, c. A-10.

<sup>4</sup> RLRQ, c. A-23.001.

<sup>5</sup> RLRQ, c. R-2.2.

<sup>6</sup> L.R.C. (1985), ch. I-15.

<sup>7</sup> L.C. 1991, ch. 46.

<sup>8</sup> L.R.C. (1985), ch. C-34.

Les tribunaux ont également, par le passé, rendu des jugements importants précisant le droit de la consommation ou le faisant évoluer (arrêts *Kravitz*<sup>9</sup>, *Time inc.*<sup>10</sup>, *Banque de Montréal c. Marcotte*<sup>11</sup>).

## **ss. 2 – Instruments de protection à vocation générale**

*Votre droit connaît-il des dispositifs légaux de protection (clauses abusives, pratiques commerciales déloyales) susceptibles de s'appliquer à tous les contrats de consommation ? Par exception, certains contrats de consommation (portant sur les immeubles, sur les investissements financiers, sur la constitution de sûretés réelles telles que caution, gage, hypothèque...) sont-ils exclus de ces dispositifs de protection à vocation générale.*

Plusieurs dispositions législatives interdisent les clauses abusives de même que les pratiques commerciales déloyales.

Dans le Code civil, on trouve l'article 1437 qui les interdit de manière générale dans les contrats de consommation et dans les contrats d'adhésion. De façon parallèle, l'article 1435 prohibe les clauses externes, 1436 les clauses illisibles ou incompréhensibles et 1623 les clauses pénales abusives.

Dans la *Loi sur la protection du consommateur* (L.P.C.), l'article 261 précise l'impossibilité de déroger à cette loi par une convention particulière, rendant ainsi illégale et réputée non écrite toute clause contraire à une quelconque disposition de la Loi. De manière plus particulière, l'article 11.1 interdit toute clause d'arbitrage obligatoire. Les articles 25.4 à 25.9 du Règlement prévoient également un certain nombre de stipulations interdites dans les contrats, notamment la stipulation qui vise à exclure ou restreindre les garanties prévues par la L.P.C.

En ce qui concerne les pratiques commerciales déloyales, le Titre II de la L.P.C. (art. 215 à 253) énonce un ensemble de pratiques qui sont considérées comme malhonnêtes envers le consommateur et qui sont interdites, sous peine de sanction pénale, en plus d'une possibilité de poursuite civile. La *Loi sur la concurrence*, loi de compétence fédérale, joue un rôle similaire à cet égard, en matière pénale.

En vertu de l'article 6.1, les contrats de consommation portant sur un immeuble ne sont pas visés par toutes les dispositions de la L.P.C. Cependant, celles relatives aux pratiques commerciales (art. 215 à 253) reçoivent application. Les opérations relatives aux valeurs mobilières et d'investissement sont exclues de l'application de la L.P.C. (art. 6 a)).

## **ss. 3 – Instruments de protection propres à certains contrats de consommation ou à certains modes de conclusion de ceux-ci**

*Quels sont les contrats de consommation ou les types de contrats de consommation qui font l'objet d'une protection particulière ?*

---

<sup>9</sup> *General Motors Products of Canada Ltd. c. Kravitz*, [1979] 1 R.C.S. 790.

<sup>10</sup> *Richard c. Time inc.*, 2012 CSC 8, [2012] 1 R.C.S. 265.

<sup>11</sup> 2014 CSC 55.

Les premiers articles de la L.P.C. (1 à 22.1) s'appliquent de manière générale à tous les contrats de consommation, sauf en matière immobilière.

La Loi se divise ensuite en plusieurs sections qui visent des contrats de consommation particuliers et qui les encadrent par des mesures de protection qui leur sont exclusivement applicables. Il en va ainsi des contrats conclus avec un commerçant itinérant, des contrats conclus à distance, des contrats de crédit, des contrats de location à long terme de biens, des contrats relatifs aux automobiles (autos d'occasion, réparation), des contrats de services à exécution successive (d'enseignement, d'entraînement, d'assistance ou de service fourni à distance) et de carte prépayée. Comme autres exemples, la *Loi sur les arrangements préalables de services funéraires et de sépulture* s'adresse aux contrats spécifiés et la *Loi sur les agents de voyages* au contrat d'achat de voyage par un consommateur.

#### **ss. 4 – Le consommateur protégé**

*Comment le consommateur protégé est-il défini ? L'inexpérience de la personne est-elle prise en compte ? La personne qui agit dans un but professionnel est-elle protégée en tant que consommateur ? La personne qui agit à la fois dans un but professionnel et dans un but privé est-elle protégée en tant que consommateur ?*

La L.P.C. définit le consommateur comme « une personne physique, sauf un commerçant qui se procure un bien ou un service pour les fins de son commerce »<sup>12</sup>. Le Code civil n'énonce pas expressément de définition du consommateur, mais celle-ci peut être inférée de la notion de contrat de consommation énoncée à l'article 1384 du Code. Elle s'aligne sur celle de la L.P.C.

La personne qui agit dans un but commercial (professionnel, en Europe) est exclue de la notion de consommateur et ne peut donc invoquer la protection à ce titre. La jurisprudence a toutefois créé des exceptions pour l'agriculteur, l'artisan et les professions libérales<sup>13</sup>, lesquels peuvent bénéficier de la protection de la L.P.C. lorsqu'ils acquièrent d'un commerçant des biens ou des services pour les fins de leurs activités.

La jurisprudence considère que l'acquéreur d'un bien ou d'un service à des fins mixtes (commerciale et privée) sera protégé par la L.P.C. si la fin privée est principale. Le fait d'utiliser à l'occasion le bien à des fins d'affaires ne lui fait pas perdre la protection de la L.P.C.<sup>14</sup>

L'inexpérience ou la vulnérabilité du consommateur ne constituent donc pas des éléments de la définition législative de celui-ci<sup>15</sup>. En revanche, les tribunaux et la doctrine les prennent en

---

<sup>12</sup> L.P.C., art. 1 e).

<sup>13</sup> *Bowman c. Asphalte T.M.S. inc.*, [1982] C.S. 586 (agriculteur); *Bérubé c. Tracto inc.*, [1998] R.J.Q. 93 (C.A.) (artisan); *Pacific National Leasing Corp. c. Rose*, [2001] R.J.Q. 78 (C.A.) (dentiste).

<sup>14</sup> *Marcotte c. Banque de Montréal*, 2009 QCCS 2764, par. 1140-1143, confirmé par 2012 QCCA 1396; *Pacific National Leasing Corp. c. Rose*, [2001] R.J.Q. 78 (C.A.).

compte dans l'appréciation du consentement du consommateur et dans l'imposition d'une sanction au commerçant. L'article 9 L.P.C. prévoit à ce propos une règle qui permet au tribunal, pour apprécier le consentement du consommateur donné à un contrat, de considérer la condition des parties et les circonstances dans lesquelles le contrat a été conclu.

En vertu de l'article 7, la caution est également protégée par plusieurs mesures de la L.P.C., pourvu qu'elle ait elle aussi les qualités d'un consommateur.

### **ss. 5 – Contre qui le consommateur est-il protégé ?**

*Pour que le consommateur soit protégé, faut-il qu'il contracte avec un professionnel ou une entreprise ? Si oui, comment cette notion de professionnel ou d'entreprise est-elle définie ? Quid des professions libérales ? Quid des entités poursuivant des missions de service public (eau, gaz, électricité, transports en commun...) ?*

*Le consommateur est-il protégé lorsqu'il contracte avec un autre consommateur si ce dernier est représenté ou assisté par un professionnel ? Ex.: consommateur qui achète un véhicule auprès d'un garagiste agissant au nom et pour le compte d'un autre consommateur.*

Pour être protégé par la L.P.C., le consommateur doit impérativement contracter avec un commerçant (art. 2). La Loi ne définit pas le commerçant, mais celui-ci est décrit traditionnellement par la jurisprudence et la doctrine comme « celui qui pose des actes de commerce de manière habituelle et pour son propre compte »<sup>16</sup>. De manière différente, au sens du Code civil, le consommateur doit contracter avec une entreprise, laquelle est définie à l'article 1525, al. 3 comme « l'exercice, par une ou plusieurs personnes, d'une activité économique organisée, qu'elle soit ou non à caractère commercial, consistant dans la production ou la réalisation de biens, leur administration ou leur aliénation, ou dans la prestation de services ». Cette définition de l'entreprise se veut plus large que celle du commerçant de la L.P.C. et peut inclure les agriculteurs, les artisans et les professions libérales.

Les entreprises de services publics (eau, gaz, électricité, transports en commun) seraient considérées comme des commerçants, si on en juge les articles 3 et 4 L.P.C. Néanmoins, la jurisprudence a déjà considéré que les contrats règlementés par des normes étatiques ne seraient

---

<sup>15</sup> Dans les arrêts *Régie d'assainissement des eaux du bassin de la Prairie c. Janin Construction*, [1999] R.J.Q. 929 (C.A.), et *Walsh c. Brais*, 12001] R.J.Q. 2164 (C.A.), la Cour d'appel rappelle que seuls les critères de qualification d'un contrat d'adhésion énoncés à l'article 1379 C.c.Q. doivent être pris en compte. On peut extrapoler et raisonner de même pour le contrat de consommation et la définition du consommateur.

<sup>16</sup> *Roy c. Ellis*, (1898) 7 B.R. 222; *Pépin c. Two Mountains Sand Co.*, [1950] C.S. 291; *Kruse Motors Ltd. c. Beauchamp*, [1960] C.S. 191; Antonio PERRAULT, *Traité de droit commercial*, t. 2, Montréal, Éditions Albert Lévesque, 1936, p. 605.

pas soumis à l'application du Code civil ou de la L.P.C.<sup>17</sup> Le droit québécois n'apparaît pas encore tout à fait clair sur cette question<sup>18</sup>.

Un consommateur qui contracte avec un autre consommateur n'est pas protégé par le droit de la consommation. Certaines situations particulières font toutefois l'objet de mesures de protection. Ainsi, la L.P.C. qualifie de commerçant l'intermédiaire qui agit à titre onéreux entre deux consommateurs pour la vente d'une auto d'occasion (art. 165), ces derniers s'en trouvant de la sorte protégés. En revanche, la formule d'une vente d'accommodation, où le consommateur vend son automobile d'occasion à un autre consommateur, qu'il a lui-même trouvé, et dans laquelle le commerçant (duquel le consommateur vendeur cherche à acheter un nouveau véhicule) ne sert qu'à remplir les documents pour la vente, échappe à l'application de la L.P.C.

## **Section 2 – Les techniques de protection**

### **ss. 1 – La prohibition des clauses abusives et l'exigence de transparence**

#### *A – La notion de clause abusive*

#### *B – L'exigence de transparence des clauses contractuelles*

#### *C – La sanction des clauses abusives*

### **ss. 2 – La prohibition des pratiques commerciales déloyales**

*Que faut-il entendre par pratiques commerciales déloyales ? Illustrez si vous le désirez avec le Dieselgate (constructeur automobile ayant mis au point un logiciel en vue de truquer les données d'émission de polluants) ou avec une autre affaire. Quelles sont les sanctions civiles applicables ? Ont-elles un caractère dissuasif ? Cette technique de protection vous paraît-elle pertinente ?*

Il faut entendre par « pratiques commerciales déloyales » des pratiques de commerce où le commerçant ne respecte pas ses obligations de loyauté, de transparence et de bonne foi. On peut ajouter celles qui sont inéquitables pour le consommateur, comme l'imposition d'une clause pénale déraisonnable, ou s'attaque directement à un public vulnérable, comme la publicité destinée aux enfants (art. 248 et 249 L.P.C.). Le législateur n'en donne pas de définition précise et a plutôt choisi d'établir une liste de pratiques interdites (art. 219 à 251).

---

<sup>17</sup> *Glykis c. Hydro-Québec*, [2004] 3 R.C.S. 285; *Gaz Métropolitain c. Scotia Bank*, REJB 2002-39554 (C.Q.); *contra: Hydro-Québec c. Surma*, [2001] R.J.Q. 1127 (C.A.).

<sup>18</sup> Jean-Louis BAUDOIN et Pierre-Gabriel JOBIN, *Les obligations*, 7<sup>e</sup> éd. par Pierre-Gabriel JOBIN et Nathalie VÉZINA, Cowansville, Éditions Yvon Blais, 2013, p. 102-103; Marie-Ève ARBOUR et Caroline PLANTE, « Le consommateur et les services publics au Québec », (2008) 49 *C. de D.* 27; Nathalie CROTEAU, « Le contrat réglementé est-il à l'abri de l'intervention judiciaire ? », (2009) 68 *R. du B.* 219.

D'évidence, toute représentation trompeuse entre dans cette description et, effectivement, tant la loi provinciale que la loi fédérale, interdisent les représentations trompeuses sous toutes leurs formes (par affirmation, par omission, par comportement, publicité, étiquetage, déclarations en personne, etc.). Le *Dieselgate* entre parfaitement dans cette catégorie.

En vertu de l'article 272 L.P.C., les sanctions civiles qui sont applicables peuvent varier de l'annulation du contrat conclu, à la réduction du prix payé, aux dommages-intérêts compensatoires et même punitifs. Le Code civil prévoit des sanctions semblables pour les représentations dolosives, à l'exception des dommages punitifs. La portée dissuasive de ces sanctions s'incarne surtout dans la condamnation à des dommages-intérêts punitifs, dans les cas qui le permettent, et dans la multiplication des indemnités qui peuvent être accordées par la voie d'une action collective<sup>19</sup>.

De manière générale, les sanctions civiles semblent plus efficaces et pertinentes que les sanctions pénales, qui sont rarement imposées faute de poursuites étatiques et dont le montant des amendes s'avère insuffisant pour marquer une dissuasion.

### **ss. 3 – Les informations (préalables) et le formalisme (pré)contractuel**

#### ***A – Informations (préalables) et devoir de conseil***

*Une obligation d'information repose-t-elle sur le professionnel durant la phase précontractuelle ? L'obligation d'information se poursuit-elle durant la phase d'exécution du contrat ? L'obligation d'information est-elle modalisée par la loi ? Types d'informations à fournir, support, époque...? Le professionnel est-il en outre tenu à un devoir de conseil ?*

Une lourde obligation d'information pèse sur le commerçant qui contracte avec le consommateur. Le déséquilibre contractuel entre les deux parties étant marqué par un déficit informationnel du consommateur, le législateur tente d'établir un équilibre en forçant la partie qui possède le plus d'information sur le bien ou le service et sur les modalités contractuelles, en l'occurrence le commerçant, à la transmettre à celle qui en possède moins, le consommateur. Le commerçant n'est cependant pas tenu à un devoir de conseil.

Pareille obligation d'information intervient à la phase précontractuelle, pour assurer la qualité du consentement du consommateur, et se poursuit durant la phase d'exécution du contrat.

Lors de la phase précontractuelle, la L.P.C. prévoit une série de contrats types que doivent intégrer les commerçants à leurs contrats. Il s'agit des contrats spécifiques dont nous avons traité antérieurement à la ss. 3 de la Section 1 (contrats conclus avec un commerçant itinérant, des contrats conclus à distance, des contrats de crédit, des contrats de location à long terme de biens, des contrats relatifs aux automobiles (autos d'occasion, réparation), des contrats de services à exécution successive (d'enseignement, d'entraînement, d'assistance ou de service fourni à distance)). Les informations à fournir et l'exposé des droits du consommateur y sont contenus. Le législateur fait le pari qu'un consommateur mieux informé est un consommateur mieux protégé.

---

<sup>19</sup> Voir séance 4 sur la vulnérabilité et l'accès à la justice.

À la phase postcontractuelle, le commerçant est également contraint de fournir certaines informations au consommateur dans des situations spécifiques prévues par la Loi. À titre d'exemple, il doit fournir un état de compte détaillé au consommateur titulaire d'une marge de crédit ou d'une carte de crédit (art. 94). Avant l'exécution d'une clause de déchéance du bénéfice du terme, il doit envoyer un avis prescrit par la Loi, accordant 30 jours au consommateur pour corriger son défaut de paiement (art. 105 et 106). Il en va de même avant la reprise de possession d'un bien vendu à tempérament, dont le commerçant s'est réservé la propriété du bien jusqu'à parfait paiement (art. 139). En cas de modification unilatérale du contrat, le commerçant doit transmettre au consommateur un avis, rédigé clairement et lisiblement, l'informant de la date d'entrée en vigueur de la modification et de son droit de résilier le contrat sans frais ni pénalité (art. 11.2). Les annexes de la Loi ou le Règlement d'application prévoient les formules détaillées et les contenus à utiliser.

### ***B – Le formalisme contractuel***

*Des règles de forme (écrit, support durable, signatures, mentions préimprimées, mentions manuscrites...) sont-elles requises pour la formation de certains contrats de consommation ? Ces exigences de forme sont-elles compatibles avec la conclusion des contrats par voie électronique ou avec la numérisation des documents papier ?*

Le droit de la consommation québécois se caractérise par un formalisme contractuel important, qui déroge à cet égard du droit commun. Les contrats qui sont visés à l'article 23 L.P.C. et dont nous avons traité à la sous-section précédente sont ceux qui sont soumis à ce formalisme. Des règles de forme et de contenu sont prescrites par la Loi et par le Règlement d'application. Ainsi, le contrat doit être écrit, rédigé en français (sauf volonté contraire des parties), être préparé en double de façon à ce que le consommateur en conserve une copie, et être signé par les deux parties, le commerçant apposant sa signature le premier (art. 25 à 30).

Pour ce qui est des contrats électroniques, la L.P.C. prévoit un autre type de formalisme, avec exigence d'une divulgation d'une longue liste de renseignements avant la conclusion du contrat, une présentation de manière évidente et intelligible, la transmission dudit contrat et une possibilité que le consommateur puisse le conserver et l'imprimer sur support papier (art. 54.4 et 54.7). Cette approche convient bien aux contrats conclus à l'aide d'un ordinateur ou d'une tablette numérique. Elle est cependant mal adaptée à ceux que le consommateur conclut à l'aide de son téléphone portable, où la dimension de l'écran rend la lecture du contrat plus difficile. Pour le contrat conclu oralement à distance (par téléphone), le commerçant est exempté de l'obligation de transmettre les informations oralement, mais il doit alors transmettre un contrat écrit au consommateur et lui accorder un droit de retrait de 7 jours (art. 6.5 Règlement).

### ***C – Sanctions***

*Comment le non-respect des informations (préalables) et du formalisme contractuel est-il sanctionné ? Quels sont les pouvoirs d'appréciation du juge ? Le bénéfice de certaines sanctions pourrait-il être refusé au consommateur de mauvaise foi ou qui abuserait de son droit ?*

Le non-respect de l'obligation d'information ou du formalisme contractuel est énoncé à l'article 271 L.P.C. qui accorde au consommateur le droit de demander l'annulation du contrat pour cette

raison. Néanmoins, si le commerçant parvient à démontrer que le consommateur n'a subi aucun préjudice du fait du manquement à cette obligation, le tribunal refusera de prononcer la nullité. Le consommateur ne peut donc pas être délié du contrat qu'il a conclu pour une simple question de forme sans conséquence réelle. Le consommateur de mauvaise foi ou qui cherche à abuser de son droit ne recevrait pas la considération du juge.

Il faut ajouter que la nullité du contrat emporte l'obligation de remettre les parties en l'état. Si le consommateur n'est pas en mesure de rendre ce qu'il a reçu en l'état, le tribunal ne pourra tout simplement pas accorder sa demande d'annulation.

#### ***D – Appréciation critique de cette technique de protection***

L'expérience montre que ce type d'intervention législative produit des effets limités car les consommateurs ne lisent généralement pas les contrats qu'ils signent et, au demeurant, éprouvent de grandes difficultés à les comprendre compte tenu de leur langage technique, juridique et, par conséquent, inintelligible pour la personne moyenne<sup>20</sup>. En outre, trop d'informations, comme le prescrit la Loi et comme s'y adonnent les commerçants avec leurs contrats longs et détaillés, équivaut pour le consommateur à une absence d'information.

#### **ss. 4 – Le droit de rétractation**

*Votre droit consacre-t-il un droit de rétractation ? Dans quel cas ? Dans quel délai ? Quelle en est la raison d'être ? Le bénéfice du droit de rétractation pourrait-il être refusé au consommateur de mauvaise foi ou qui en abuserait ? Appréciation critique de cette technique de protection.*

Le droit de rétractation, dénommé en droit québécois droit de retrait ou faculté de dédit, constitue l'une des mesures de protection fétiches du droit de la consommation. Il s'exerce sans avoir à justifier de raison et sans pénalité. Il ne peut donc y avoir question de mauvaise foi ou d'abus, en l'espèce. Sa raison d'être est de permettre au consommateur de revenir sur une décision impulsive, parfois sous le coup de pressions exercées par le commerçant, et d'assurer un consentement libre, éclairé et réfléchi. Le temps de réflexion constitue une dimension extrêmement importante en matière de protection du consentement du consommateur.

Puisqu'il s'agit d'une mesure exceptionnelle qui remet en question le principe de la stabilité des contrats, il n'est accordé que dans des cas très précis. En l'occurrence, la L.P.C. prévoit six cas où ce droit peut être exercé (bientôt sept). Le Code civil, pour sa part, en prévoit un pour le contrat d'achat d'un immeuble d'habitation neuf (art. 1785, al. 2), tandis que la *Loi sur les arrangements préalables de services funéraires et de sépulture* en consacre un autre (art. 10).

Ce qu'il convient de regretter, c'est l'absence d'uniformité du délai accordé au consommateur pour exercer son droit de retrait. Celui-ci varie entre deux jours pour le contrat de crédit et trente jours pour le contrat de services funéraires. Il peut même aller jusqu'à un an dans le cas d'un contrat conclu avec un commerçant itinérant qui n'a pas respecté certaines obligations de la L.P.C. (art. 59).

---

<sup>20</sup> Voir à cet effet notre article « *Caveat venditor ! Pour en finir avec la liberté contractuelle du consommateur* », (2013) 47 *RJTUM* 9.



Cette technique de protection se veut très utile et efficace pour le consommateur car elle n'implique pas l'intervention du tribunal. Il s'agit d'un moyen simple et rapide, pourvu que le consommateur en soit dument informé. La prochaine modification à la *Loi sur la protection du consommateur* accordera un droit de retrait aux acheteurs de vacances à temps partagé, ce qui les exemptera, comme c'est le cas actuellement, de se présenter au tribunal pour demander l'annulation du contrat pour cause de lésion ou de fausses représentations.

## **ss. 5 – La vente des biens de consommation**

### **Conclusion**

*Existe-t-il dans votre droit d'autres catégories de personnes économiquement vulnérables, avec des particularités intéressantes à souligner ?*

Les consommateurs représentent sans l'ombre d'un doute une catégorie de personnes économiquement vulnérables sur le plan contractuel. Ils n'ont cependant pas l'apanage de la vulnérabilité économique.

Que l'on pense aux personnes de la classe moyenne, qui ne sont pas admissibles à l'aide juridique et qui ne disposent pas des ressources financières suffisantes pour s'offrir les services d'un avocat et le luxe d'une poursuite en justice. Le droit de la consommation peut demeurer lettre morte si ses bénéficiaires n'ont pas les moyens de le faire valoir devant les instances judiciaires.

Que l'on pense aussi aux locataires, dont plusieurs sont en situation économique précaire et qui sont souvent à la merci de propriétaires sans scrupules qui cherchent à augmenter le loyer de manière déraisonnable, à les expulser ou négligent l'entretien de l'immeuble. Le droit civil comporte bien sûr plusieurs mesures de protection à leur égard et la Régie du logement veille à leur application, mais ce n'est pas toujours suffisant car on est en présence d'une grande vulnérabilité économique et d'un rapport de force inégal.

Qu'il soit également permis de penser aux personnes âgées, dont une vaste majorité vit dans la pauvreté, avec le soutien des rentes publiques uniquement, et qui souffrent trop souvent d'exploitation de leur entourage immédiat ou des institutions qui les hébergent. Leur situation est particulièrement préoccupante car ce sont souvent des personnes qui hésitent à se plaindre et à faire valoir leurs droits.