



PROJECT MUSE®

Revisiter le consumérisme au Québec

Published by Presses de l'Université Laval

Revisiter le consumérisme au Québec: état des lieux, défis et perspectives.

Presses de l'Université Laval, 2022.

Project MUSE. muse.jhu.edu/book/101098.



➔ For additional information about this book

<https://muse.jhu.edu/book/101098>

CHAPITRE 12

La communication claire pour des relations plus saines entre consommateurs et commerçants

ÉDUCALOI

INTRODUCTION

Adoptée en 1971, la *Loi sur la protection du consommateur* est une loi québécoise qui prévoit plusieurs règles que les commerçants doivent respecter lorsqu'ils fournissent des biens ou des services à des consommateurs. Cette loi a largement contribué à conscientiser la population québécoise sur de nombreux aspects juridiques de la consommation. Il demeure toutefois un manque certain de compréhension des règles en vigueur, autant du côté des consommateurs que des commerçants. Il est pourtant dans l'intérêt général que les relations entre ces deux groupes se basent sur une meilleure connaissance de leurs droits et obligations.

Par ailleurs, pour qu'une personne agisse de manière éclairée, elle doit d'abord reconnaître les aspects juridiques des situations qui se présentent à elle. Elle doit ensuite comprendre les grandes règles du jeu et développer les compétences nécessaires pour prendre des décisions et agir avec confiance.

Dans le domaine de la consommation, les initiatives d'Éducaloi sont nombreuses : sensibilisation sur les réseaux sociaux, ateliers d'éducation juridique dédiés aux jeunes, articles et guides d'information et de vulgarisation, plaidoyer pour améliorer la clarté des lois, etc. Nous répondons également à l'appel de nombreuses organisations qui souhaitent être mieux comprises de leurs clients.

Pour nous, il est essentiel d'agir autant auprès des consommateurs que des commerçants. Il en va d'un meilleur accès à la justice et de relations plus saines entre eux. D'ailleurs, ne dit-on pas que la communication claire est la clé d'une bonne relation ?

1. L'INFORMATION ET L'ÉDUCATION JURIDIQUES : UNE QUESTION D'ACCÈS À LA JUSTICE

C'est dans les années 1970 que l'expression « accès à la justice » commence à circuler dans le milieu juridique québécois¹. Cette expression naît dans un contexte de réformes législatives importantes : adoption de la *Loi sur la protection du consommateur* (1971), création de la Division des petites créances de la Cour du Québec (1971), instauration du Programme québécois d'aide juridique (1973)², adoption de la *Loi sur les recours collectifs* (1978), etc.

À cette époque, la notion d'accès à la justice réfère essentiellement à l'accès au système judiciaire. Il s'agit de s'assurer que les citoyens aient accès aux tribunaux à un coût abordable et dans des délais raisonnables, et que les services des avocats et des notaires soient accessibles à tous. Cette conception « classique » d'accès à la justice s'avère toutefois insuffisante pour répondre aux réels défis de l'accessibilité à la justice au Québec³.

1.1 Une nouvelle conception de l'accès à la justice et la création d'Éducaloi

Au début des années 1990, le gouvernement provincial met sur pied un groupe de travail, présidé par le professeur Roderick Macdonald, afin d'évaluer l'état de l'accessibilité à la justice au Québec. Dans son rapport intitulé *Jalons pour une plus grande accessibilité à la justice*⁴, ce groupe de travail propose une réforme en profondeur du milieu juridique québécois. Ce faisant, il met de l'avant une conception plus large de l'accès à la justice, allant bien au-delà de l'accès aux tribunaux et aux juristes.

Selon le Groupe de travail, « la personne qui ne connaît ni ses droits, ni les moyens dont elle dispose pour les faire valoir n'a pas véritablement accès à la justice⁵ ». Afin de bien fonctionner dans notre société, le citoyen doit être en mesure de reconnaître la dimension juridique du problème auquel il se heurte. Il doit connaître ses droits et ses obligations et savoir comment trouver et utiliser les outils susceptibles de l'aider dans ses démarches de nature juridique⁶.

C'est donc pour aider le citoyen à développer certains réflexes juridiques que le Groupe de travail recommande de concentrer les efforts sur trois éléments clés de l'accès à la justice : l'éducation, l'information, ainsi que la vulgarisation et la lisibilité juridiques⁷.

C'est d'ailleurs cette recommandation qui incite le Barreau du Québec à créer Éducaloi en 2000. Une devise souvent utilisée par Éducaloi depuis sa création, « Savoir, c'est pouvoir! », reflète cette vision plus large de l'accès à la justice. Cette vision mise sur la responsabilisation et la proactivité des citoyens : plus avertis, informés et outillés, ils seront davantage en mesure de participer à la société, de faire valoir leurs droits et d'agir dans le respect de leurs obligations.

2. LA COMPLEXITÉ DU DROIT ET L'IMPORTANCE DE LE COMMUNIQUER CLAIREMENT

La société de droit dans laquelle nous vivons est complexe. Les règles qui ont pour objectif d'organiser la vie des citoyens, dont celles entourant le droit de la consommation, demeurent mystérieuses pour la plupart. La multiplication des lois et des règlements frappe également le domaine de la consommation qui ne cesse d'évoluer au rythme des nouveaux produits, services, technologies, pratiques commerciales et autres.

La complexité du droit s'explique donc par son imposant corpus législatif et réglementaire, mais aussi par son style, souvent lourd, formel et hermétique. Près de 80 % de la population québécoise considère d'ailleurs les lois illisibles⁸. Et si le jargon juridique et technique peut être difficile à comprendre, le problème se trouve surtout ailleurs : absence de mise en contexte, phrases abstraites et trop longues, structure ambiguë, mise en page nuisant à la lecture, etc. Pourtant, le droit vise à encadrer la vie en société. Il paraît alors évident qu'il doit être communiqué clairement. Cette clarté n'est toutefois pas encore une norme dans la pratique, bien que la loi l'exige elle-même de plus en plus⁹.

2.1 Communiquer clairement au bénéfice des consommateurs... et des commerçants

Pour remplir sa mission, Éducaloi s'appuie sur une valeur qui nous est fondamentale : la neutralité. Autant les consommateurs que les commerçants ont des besoins d'information juridique, et il est important d'y répondre.

Il nous paraît ici important de rappeler la diversité des profils de commerçants au Québec. Tous ne sont pas des entreprises multinationales ayant facilement accès aux conseils et aux avis juridiques de juristes chevronnés. Et même dans ce genre d'entreprises, les personnes qui travaillent auprès de la clientèle ne comprennent pas nécessairement bien les règles qu'elles doivent appliquer. Il suffit de penser à la *Politique d'exactitude des prix*, qui peut en laisser plusieurs perplexes.

Si nous agissons à la fois auprès des consommateurs et des commerçants, c'est aussi pour favoriser des relations plus saines. En effet, par son manque de clarté et parfois d'humanité, le style juridique peut contribuer à créer un environnement litigieux. Une meilleure compréhension des droits et des obligations qui encadrent les rapports consommateurs-commerçants peut donc inciter au dialogue et favoriser des rapports plus harmonieux.

Dans ce contexte, notre neutralité nous amène à focaliser sur la relation consommateur-commerçant et à ne pas laisser entendre que le commerçant sera toujours et nécessairement la seule partie fautive dans un conflit.

2.2 La communication claire, une démarche centrée sur le public cible

S'il apparaît essentiel de clarifier le droit au bénéfice des consommateurs et des commerçants, encore faut-il adapter nos communications aux uns et aux autres. Communiquer de la même manière avec tout le monde, c'est rarement efficace.

La communication claire est donc une démarche qui focalise son attention sur le public cible. Elle permet d'abord de mieux connaître le public cible et de définir son besoin d'information. Elle permet ensuite d'adapter la communication pour que le public cible puisse facilement trouver, comprendre et, ultimement, utiliser l'information qui lui est proposée.

Communiquer clairement est une expertise en soi. Il faut évidemment porter une attention particulière aux mots et aux phrases, mais aussi à la structure (agencement logique des idées) et au design (éléments visuels et mise en page). Dans le domaine du droit, il s'agit essentiellement d'optimiser la clarté d'une communication, tout en conservant une rigueur et une précision juridiques à toute épreuve.

**Exemple : deux aide-mémoire différents
pour deux publics différents**

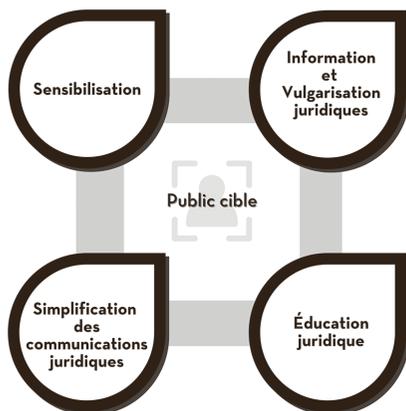
La Table de concertation en matière de petites créances a collaboré avec Éducaloi pour créer deux dépliants d'information au sujet de la Division des petites créances de la Cour du Québec¹⁰. Ces dépliants s'adressent aux parties impliquées dans un litige où le montant en jeu est de 15 000 \$ ou moins. Bien que les sujets abordés dans les deux dépliants soient similaires (fardeau de la preuve, règlement à l'amiable, types de saisie, etc.), le besoin d'information n'est pas toujours le même pour les parties impliquées. Par exemple, savoir comment effectuer une saisie est bien différent de savoir comment réagir lorsque nos biens sont saisis.

Un premier dépliant a donc été créé pour la partie demanderesse et un second pour la partie défenderesse :

- Vous avez une réclamation de 15 000 \$ ou moins? Faites une demande aux petites créances¹¹.
- Vous êtes poursuivi à la Division des petites créances? Ce qu'il faut savoir!¹²

3. SENSIBILISER, INFORMER, ÉDIFIER ET SIMPLIFIER : UNE APPROCHE GLOBALE

Depuis plus de 20 ans, Éducaloi a raffiné son approche pour favoriser l'accès à la justice. Initialement axée sur l'information juridique, notre approche s'est élargie au fil du temps : nous consacrons désormais nos énergies à quatre sphères d'action qui interagissent pour optimiser nos actions auprès de nos différents publics cibles. Cette approche est selon nous nécessaire pour favoriser un meilleur accès à la justice et une plus grande autonomie des individus et des communautés.



3.1 Sensibilisation : piquer la curiosité pour inciter à s'informer

Avant même d'offrir de l'information aux citoyens, nous croyons nécessaire d'attirer leur attention sur les enjeux juridiques de leur quotidien. Nous tentons alors de piquer leur curiosité et de susciter un intérêt qui les amènera, nous le souhaitons, à s'informer davantage. Pour sensibiliser, il faut cibler des messages clés, utiliser des concepts simples et des phrases accrocheuses. Il faut répéter ces messages, les adapter aux différents publics et les transmettre sur différentes plateformes.

La sensibilisation s'avère particulièrement utile lorsque le droit en vigueur change. Par exemple, si de nouvelles règles s'ajoutent à la *Loi sur la protection du consommateur*, encore faut-il que les consommateurs et les commerçants soient au courant que ces règles existent. Une campagne de sensibilisation auprès de la population peut alors être primordiale pour donner pleinement vigueur aux modifications législatives ou réglementaires.

Se coller à l'actualité est aussi une excellente approche pour sensibiliser. Le temps des fêtes est par exemple un bon moment pour parler d'achats en ligne.

Infographie d'Éducaloi : « Achats en ligne : 6 précautions à prendre »

Le magasinage en ligne est plus accessible que jamais. Rares sont les personnes qui ne s'y adonnent pas. Et lorsqu'un prix semble trop beau pour être vrai, il faut se méfier des transactions frauduleuses. Éducaloi a donc développé une infographie illustrant six précautions à prendre afin de magasiner de façon plus sécuritaire.



Une autre bonne approche de sensibilisation est de définir des « moments phares » dans la vie de certains publics cibles. En voici un exemple pour les personnes migrantes qui arrivent au Québec.

Vidéos d'Éducaloi pour les nouveaux arrivants

Disponible sur la chaîne YouTube d'Éducaloi, une série de 10 courtes vidéos, en anglais et en français, a été créée afin d'informer les nouveaux arrivants de leurs droits et obligations dans plusieurs domaines : logement, travail, droits de la personne, conduite automobile, etc. Parmi ces vidéos, deux portent sur le droit de la consommation :



Magasinage : remboursement et échange



Magasinage : la garantie légale

Ces vidéos de sensibilisation font l'objet de campagnes promotionnelles ponctuelles et ciblées sur les réseaux sociaux et auprès des réseaux communautaires d'appui aux nouveaux arrivants. Elles invitent également le public à s'informer davantage en consultant des articles Web plus détaillés sur les mêmes sujets.

3.2 Information et vulgarisation juridiques : focaliser sur les conséquences concrètes du droit

La loi est complexe. Les personnes qui souhaitent en apprendre davantage sur leurs droits et leurs obligations doivent avoir accès à de l'information juridique claire. Bien que ce besoin d'information puisse être la conséquence d'une sensibilisation réussie, il découle, la plupart du temps, d'une problématique juridique ponctuelle et bien réelle. Dans ce contexte, quelle distinction peut-on faire entre l'information et la vulgarisation ?

L'information juridique permet d'expliquer ce que la loi prévoit dans un domaine juridique précis. Bien qu'elle soit utile, l'information juridique comporte certaines limites, car la situation vécue par un citoyen ne relève pas d'une réalité fragmentée : elle touche souvent plusieurs domaines de droit en même temps. C'est ici que la vulgarisation juridique entre en jeu.

Vulgariser, c'est rendre un sujet complexe accessible pour des non-experts. Sans tomber dans l'avis ou le conseil juridique, la vulgarisation juridique cherche à s'ancrer dans la situation vécue par le citoyen. En se projetant ainsi dans la réalité du citoyen, on constate nécessairement que sa réalité est multifacette et peut présenter plusieurs ramifications juridiques.

Ainsi, au lieu d'informer en ayant comme point de départ un domaine de droit ou une notion juridique précise, on vulgarise en partant de la situation vécue par le citoyen. On met ensuite l'accent sur les conséquences concrètes et pratiques du droit dans cette situation, et non sur le droit lui-même, qui relève davantage de la théorie.

S'adapter à la diversité des publics cibles

S'il peut y avoir plusieurs facettes juridiques à une même situation, il peut aussi y avoir plusieurs profils de personnes qui sont confrontées à une situation similaire. Communiquer clairement implique alors de s'adapter aux différents publics dont les besoins et les préoccupations peuvent grandement varier.

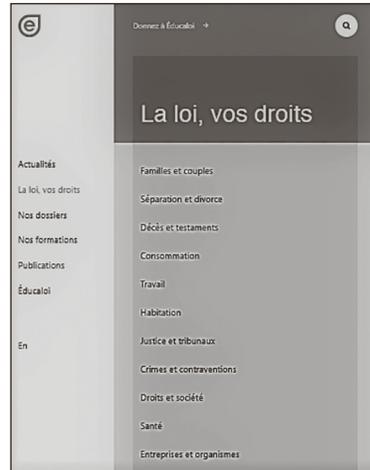
Évidemment, dans le domaine de la consommation, les besoins et les préoccupations des consommateurs peuvent être bien différents de ceux des commerçants. Mais il faut aussi garder en tête que ces deux groupes ne sont pas homogènes. Du côté des commerçants, on peut retrouver des entreprises individuelles, des PME, des grandes entreprises, des multinationales, etc. Leurs besoins en matière d'information juridique varieront grandement, puisque leurs réalités et leurs ressources sont différentes.

Du côté des consommateurs, plusieurs traits particuliers ou facteurs de vulnérabilité peuvent entrer en ligne de compte : faibles lecteurs, personnes en situation de handicap, personnes dont la langue maternelle n'est pas le français ni l'anglais, etc. Plus la communication prendra en compte les caractéristiques du public visé, plus elle sera claire et efficace.

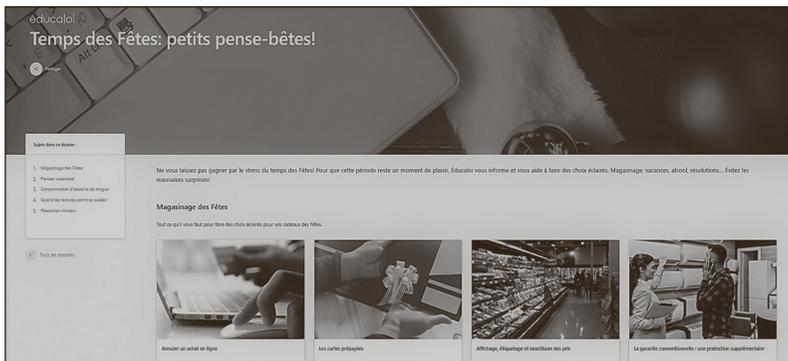
Information et vulgarisation sur le site Web d'Éducaloi

En 2019-2020, le site Web bilingue d'Éducaloi a reçu près de 6 millions de visites. Il compte plus de 450 articles parmi lesquels plusieurs se rattachent au droit de la consommation. On y aborde des situations visées par la *Loi sur la protection du consommateur*, mais aussi par le *Code civil du Québec* et plusieurs autres lois. Par exemple :

- Engager un fournisseur de services ;
- Acheter des préarrangements funéraires ;
- Trouver des solutions au surendettement ;
- Quoi faire en cas de vice caché ;
- Acheter des produits d'assurance.



Par ailleurs, pour la période des fêtes, nous avons créé un dossier thématique « Temps des fêtes : petits pense-bêtes ». On y parle de magasinage, mais aussi de plusieurs autres sujets pertinents pour cette période de l'année : jours fériés et vacances annuelles, voyage, alcool et drogue au volant, endettement, etc.



3.3 Éducation juridique : prévenir les problèmes et développer le réflexe juridique

L'éducation juridique se distingue de l'information juridique. Alors que l'information vise à transmettre des connaissances aux citoyens, l'éducation permet en outre de renforcer les compétences et les attitudes qui permettent aux citoyens de reconnaître la dimension juridique d'une situation, d'agir de manière éclairée et de participer activement à la société¹³.

L'éducation juridique favorise par ailleurs une perception plus positive des mécanismes de justice¹⁴ et suscite un intérêt pour le phénomène du droit et son influence sur la vie quotidienne. Sous cet angle, l'éducation conjugue ses efforts à ceux de la vulgarisation, qui cherche aussi à créer une certaine conscience et culture juridiques.

Pour maximiser son effet préventif, l'éducation juridique doit évidemment débiter avant que la personne soit confrontée à une problématique juridique. Cette éducation peut se faire dès le plus jeune âge, certes, mais aussi tout au long de la vie. Des citoyens juridiquement informés, responsables et impliqués sont mieux à même de prévoir et d'éviter les obstacles et les conflits.

Le site educationjuridique.ca

Ce site rassemble les ressources pédagogiques d'Éducaloi destinées aux enseignants et aux intervenants en milieu scolaire. Les enseignants peuvent y trouver des outils clé en main, comme des troupes pédagogiques, des vidéos ou des textes d'information juridique, pour enseigner eux-mêmes certaines notions juridiques. Ils peuvent aussi s'inscrire à notre programme d'ateliers afin qu'un juriste bénévole viennent animer un des huit ateliers d'Éducaloi dans leur classe (ou à distance). Voici quelques exemples de ces activités :

- Destiné aux élèves de 3^e secondaire, l'atelier « la Cour des petites créances est ouverte » fait vivre aux élèves un procès entre un consommateur et un commerçant.

LA COUR DES PETITES CRÉANCES EST OUVERTE!

Après avoir présenté la Cour des petites créances, cet atelier fait vivre aux élèves un procès devant cette cour.

Niveau(x) suggéré(s) : 3e secondaire

Discipline(s) : Anglais, langue seconde, Droit, Éducation financière, Éthique et culture religieuse, Français

Durée : 60 min.

PLUS D'INFO



- Un autre atelier, « Notre conflit, notre solution! », leur fait découvrir la possibilité de trouver une solution à l'amiable plutôt que de recourir au tribunal.

NOTRE CONFLIT, NOTRE SOLUTION!

Grâce à une mise en situation incluant des jeunes, les élèves s'exercent à trouver une solution gagnant-gagnant pour toutes les parties!

Niveau(x) suggéré(s) : 3e secondaire

Discipline(s) : Droit, Éthique et culture religieuse, Français, Projet personnel d'orientation

Durée : 60 min.

PLUS D'INFO



- Destiné aux élèves de 5^e secondaire, l'atelier « À vos marques, prêts, investissez! » invite les élèves à se mettre dans la peau d'un investisseur et à réfléchir aux bonnes pratiques des entreprises et au respect des lois qui les gouvernent. L'activité amène également les élèves à prendre des décisions d'investissement éclairées et à mesurer les conséquences possibles du comportement d'une entreprise.

À VOS MARQUES, PRÊTS, INVESTISSEZ!

Les élèves sont invités à réfléchir sur les bonnes pratiques des entreprises et le respect des lois qui les gouvernent.

Niveau(x) suggéré(s) : 5e secondaire

Discipline(s) : Anglais, langue seconde, Droit, Éducation financière, Éthique et culture religieuse, Projet personnel d'orientation

Durée : 60 min.

PLUS D'INFO

Adapté à l'enseignement à distance





3.4 Simplification des communications juridiques : être clair, dès le départ

La communication claire du droit est désormais une nécessité pour toutes les sociétés. Ce n'est pas un luxe. La matière juridique doit être plus accessible et doit être communiquée dans le but d'être comprise. Il faut donc trouver des moyens de rapprocher le droit des citoyens, et ce, autant au bénéfice de monsieur et madame Tout-le-Monde qu'à celui des juristes, des juges et des autres intervenants qui contribuent au droit et à la justice.

Les communications juridiques prennent plusieurs formes: lois, règlements, jugements, doctrine, directives, contrats, lettres, avis, etc. Plus les communications juridiques sont claires dès le départ, plus les initiatives qui suivent sont susceptibles de l'être aussi. Il est plus aisé de sensibiliser, d'informer, de vulgariser et d'éduquer en partant de textes juridiques clairs et accessibles qu'en partant d'écrits ambigus et nébuleux.

On peut aussi s'avancer, sans prendre trop de risques, en affirmant que des communications juridiques claires peuvent favoriser un sentiment de confiance auprès des gens qui les reçoivent.

L'exemple de la *Loi sur la protection du consommateur*

Cette loi est souvent citée en exemple comme étant une loi claire et accessible. La réalité du terrain montre toutefois que les gens ne la comprennent pas aussi bien qu'on pourrait le croire. Utiliser des phrases courtes et des mots relativement simples ne semble donc pas suffisant pour que la loi soit accessible. Il serait par exemple possible d'en simplifier la structure en regroupant certains articles afin de limiter les nombreux renvois d'une section à l'autre.

Évidemment, la rédaction législative est complexe, et réviser une loi dans son entièreté en appliquant les principes de la communication claire constitue un exercice de grande envergure. Néanmoins, un certain travail de simplification, plus circonscrit et moins ambitieux, peut être bénéfique.

Pensons aux nombreuses mentions obligatoires imposées aux commerçants par la *Loi sur la protection du consommateur* et son règlement d'application. Ces mentions, souvent rédigées dans un style très juridique et peu accessible, peuvent nuire aux commerçants qui souhaitent innover pour communiquer plus clairement avec leurs clients. Si on considère que les consommateurs sont davantage en contact avec ces mentions obligatoires qu'avec les textes législatifs eux-mêmes, un travail de simplification ciblé sur ces mentions pourrait être fort opportun.

La simplification des communications juridiques chez Éducaloi

Un des champs d'action d'Éducaloi est d'appuyer les organisations publiques et privées dans leur désir de mieux se faire comprendre par leurs clients ou par les citoyens qu'elles desservent. C'est par son offre de service-conseil qu'Éducaloi répond à cette demande.

Éducaloi accompagne de nombreuses organisations pour les aider à conceptualiser, produire et réviser des outils de communication juridique clairs : institutions financières, sociétés d'État, organismes gouvernementaux, organismes à but non lucratif, ordres professionnels, entreprises du domaine des assurances et des télécommunications, etc.

L'approche que nous privilégions est de renforcer les connaissances et les compétences en communication claire au sein même de ces organisations. Notre objectif est de développer l'autonomie des équipes de travail afin qu'elles puissent appliquer ces savoirs à long terme. Nous offrons de la formation, de l'accompagnement et du *coaching* auprès de différents départements, notamment celui du contentieux (juristes), des communications et du service à la clientèle.

Éducaloi participe également, à titre de formateur, à des séminaires de rédaction des jugements pour aider les juges à communiquer plus clairement avec les parties impliquées dans les dossiers qu'ils doivent trancher. Fréquemment, nous aidons différents cours à simplifier les avis d'audiences destinés aux parties.

En ce qui concerne la simplification des lois, Éducaloi contribue à des commissions parlementaires, des audiences publiques, des tables de concertation et des recherches universitaires.

Pour les commerçants, se faire comprendre, c'est payant

La *Loi sur la protection du consommateur* impose aux commerçants de rédiger leurs contrats de manière claire et lisible¹⁵. Cette obligation vise évidemment la protection des consommateurs, mais les commerçants peuvent aussi y trouver leur compte. La réécriture de contrats en langage clair, bien qu'elle implique des investissements de temps et d'argent, peut rapidement devenir payante.

En effet, communiquer plus clairement avec la clientèle peut engendrer de nombreux avantages pour une entreprise : plus grande efficacité organisationnelle, économies d'argent importantes quant au service après-vente, amélioration de la satisfaction de la clientèle, avantage concurrentiel par rapport aux autres entreprises du même secteur, etc.¹⁶.

Dans son article « Le langage clair en droit : pour une profession plus humaine, efficace, crédible et prospère¹⁷ », l'avocate Stéphanie Roy, à l'époque chez Éducaloi, souligne également la dimension « marketing » des communications claires :

[...] [D]es textes clairs témoignent d'un réel souci d'être utile au client et peuvent devenir un puissant outil de marketing. En fait, il est essentiel que les communications écrites d'une organisation soient en accord avec le positionnement qu'elle véhicule en publicité et en marketing. Cela contribue

à assurer la crédibilité et la reconnaissance positive de son image de marque. Inversement, si cet accord fait défaut, les investissements en temps et en argent mis en marketing et en publicité risquent d'être vains¹⁸.

4. L'ACCÈS À LA JUSTICE, C'EST AUSSI UNE QUESTION D'ACCOMPAGNEMENT

Nous avons tenté d'illustrer en quoi des communications juridiques plus claires peuvent contribuer à un meilleur accès à la justice. Nous avons également exploré en quoi de telles communications peuvent mener à des relations plus saines entre consommateurs et commerçants. Pour optimiser les retombées de nos actions, nous ne nous limitons pas à transmettre de l'information juridique. Nous consacrons également nos énergies à d'autres sphères comme la sensibilisation, la vulgarisation, l'éducation et la simplification des communications juridiques.

Mais encore là, ces initiatives ne sont pas suffisantes pour assurer un véritable accès à la justice. Ce que la pratique et la recherche démontrent, c'est qu'une autre sphère d'action est essentielle : celle de l'accompagnement¹⁹. Tant les consommateurs que les commerçants ont besoin d'être accompagnés et conseillés dans leurs démarches. Cette responsabilité relève entre autres des professionnels du droit, avocats et notaires, dont les codes de déontologie imposent le devoir de communiquer avec leurs clients de manière à être compris²⁰. Cette responsabilité relève également des différents services d'aide, tant publics que communautaires : ministère de la Justice du Québec, Office de la protection du consommateur, Centres de justice de proximité, cliniques juridiques, associations de défense des droits des consommateurs, etc.

Cette mission d'accompagnement est complémentaire à celle d'Éducaloi, et nous serons toujours présents pour appuyer les services d'aide qui s'y consacrent. Nous pouvons aussi faciliter leur travail en leur offrant des outils simples et pratiques et en renforçant leurs compétences en éducation juridique et en communication claire du droit.

