

SOMMAIRE

Préalablement à ce travail, une recherche approfondie a été effectuée dans le réseau du Code national du bâtiment (CNB), dans la structure de ses comités, son système d'accréditation et sa relation avec les Codes provinciaux et territoriaux. Une attention particulière a été apportée sur l'intérêt public ainsi que les représentants des consommateurs déjà dans le réseau, de manière à atteindre notre objectif, à savoir, l'augmentation de la représentation du consommateur. Nous nous sommes concentrés sur cet objectif; il ne s'agissait pas de faire une évaluation du Code national du bâtiment.

Les activités de recherche préliminaires au projet comprenaient :

- la lecture complète du Code du bâtiment,
- des entrevues avec deux consommateurs clés du réseau national, de la recherche sur le web afin de vérifier l'implication de groupes de consommateurs à l'intérieur d'autres pays dans les réseaux du Code national du bâtiment,
- des entretiens avec des représentants des consommateurs faisant partie de Comités techniques sur les normes de l'Association canadienne de normalisation (CSA) qui sont mentionnées dans le Code,
- des rencontres avec le Conseil canadien de la consommation et
- l'analyse d'un sondage auprès du consommateur réalisé il y a quinze ans qui fournit une perspective historique des priorités du consommateur.

Cette phase de la recherche a été implantée afin de comprendre les façons dont les priorités des consommateurs peuvent être le mieux définies et hiérarchisées.

Un manuel pour les représentants des consommateurs du réseau des normes nationales et les renseignements obtenus dans le cadre des activités décrites ci-dessus ont été pris en considération par le Conseil de la CIAI et son Groupe consultatif bénévole. Cette phase de travail consistait à identifier les éléments essentiels d'un modèle représentatif du consommateur. Le Groupe consultatif bénévole a également analysé le matériel dans le but d'identifier des représentants des consommateurs qui pourraient participer à des comités, d'assurer les ressources pour favoriser la participation et de prendre en considération les éléments qui doivent être retenus pour établir les priorités pour la représentation du consommateur. Exiger qu'un représentant des

consommateurs soit sélectionné par (ou parmi) un groupe de consommateurs existant depuis au moins trois ans devrait permettre une participation indépendante et crédible.

Finalement, nous avons aussi interrogé les étudiants de premier et de deuxième cycles de l'Université de Guelph sur les différents modèles qui pourraient être utilisés comme outils pour évaluer les priorités et utiliser au mieux les ressources limitées de consommateurs.

Compte rendu sur la situation actuelle au Canada et celle d'autres pays

L'information a été obtenue grâce à la participation du consommateur à l'élaboration du code en Australie, en Union européenne, au Royaume-Uni et aux États-Unis. Même si la participation du consommateur au Code national du bâtiment canadien est négligeable, elle s'est avérée beaucoup plus importante qu'à l'intérieur d'autres pays où l'on a organisé des groupes de consommateurs. Les associations de consommateurs dans les autres pays s'impliquent aussi principalement dans leur Système national de normes en participant à l'élaboration des normes qui sont utilisées dans les codes. Bien que certains pays offrent à leurs associations de consommateurs la possibilité de commenter le Code national du bâtiment, ils leur refusent toutefois la participation aux comités qui élaborent ces codes. Comme au Canada, le consommateur atteint son plus fort niveau de participation au sein du Système national de normes et au sein de comités où l'on développe les normes invoquées dans les codes.

Comment déterminer et supporter la représentation du consommateur

Sur la base de la recherche réalisée en partie par ce projet, la CIAI a conclu que la représentation du consommateur est plus efficace lorsqu'elle est soutenue par la notoriété et le poids d'une association de consommateurs. La CIAI reconnaît que de nombreux représentants efficaces de consommateurs se sont impliqués dans l'élaboration de normes ou du code et ils s'y engagent fortement considérant qu'il s'agit d'une expérience personnelle pertinente. La CIAI croit toutefois qu'un lien plus étroit entre le représentant du consommateur et un corps électoral favoriserait une meilleure communication. Cette approche devrait fournir un meilleur soutien au comité de travail, surtout sous la forme de recherche sur les propositions mises de l'avant par les représentants des consommateurs lors des comités.

La coopération entre les groupes de consommateurs afin de coordonner la participation du consommateur à l'élaboration de codes et de normes fournit un forum dans lequel les aires prioritaires pour ce travail peuvent être choisies et les représentants efficaces de consommateurs peuvent être identifiés, recrutés et formés.

La situation économique actuelle ne devrait pas freiner l'élaboration et la production de documents de support promotionnels et l'identification d'autres sources de financement et d'autres ressources qui favoriseraient la participation du consommateur. Nous devons toujours faire face à différents cycles économiques.

Le Rapport recommande la création d'un fonds spécial administré indépendamment. L'industrie, le gouvernement, les fondations ou les organismes caritatifs pourraient y apporter leur aide financière afin d'assurer une participation durable du consommateur aux activités d'élaboration du code durant le temps nécessaire pour effectuer le travail. Cette approche permet à l'industrie de compter sur l'implication du consommateur sans la perception d'abus d'autorité et encourage l'aide financière gouvernementale avec l'assurance d'une implication efficace et coordonnée du consommateur.

Identifier les secteurs prioritaires afférents aux codes du bâtiment

Dans le processus de compilation de ce Rapport, l'expert conseil qui en est l'auteur a révisé, sur le web, tous les codes et tous les documents relatifs au processus d'élaboration du code national ainsi que les différents processus provinciaux devant être adoptés par le CNB. Les codes et le processus d'élaboration du code ont été étudiés pour tenter d'identifier les secteurs où l'on accordait une faible priorité aux préoccupations du consommateur et identifier les dispositions afin d'inclure la représentation du consommateur. L'objectif ne consistait pas en l'analyse des codes actuels, mais plutôt à l'identification d'un « Modèle aux meilleures pratiques » pour favoriser la participation et au développement d'un outil de décision pour faciliter le travail des associations de consommateurs dans le choix des allocations de ressources à l'intérieur du réseau pour l'élaboration du code.

Défendre une représentation plus importante du consommateur au sein des comités du code du bâtiment

La plus grosse dépense qu'un consommateur puisse faire dans sa vie est l'achat d'une maison. Selon les recherches effectuées pour ce projet auprès des groupes de consommateurs, il ressort les problèmes liés aux réparations et aux rénovations domiciliaires et ceux liés à l'entretien des véhicules automobiles sont les plus importants, en nombre et en coût. Malgré cela, les associations de consommateurs ont tendance à allouer très peu de ressources aux activités reliées au logement et la participation du consommateur se restreint largement à sa représentation au sein de comités à l'intérieur du Système national de normes, lequel élabore les normes incorporées aux codes. L'information contenue dans le projet de la Commission canadienne des codes du bâtiment et de prévention des incendies pour améliorer le réseau d'élaboration et de coordination des codes de bâtiment provinciaux et territoriaux stipule que les consommateurs tombent sous la catégorie très large « d'utilisateurs ». La représentation du consommateur est incluse dans le groupe de représentation « intérêt général » sur les comités. On ne reconnaît pas la nécessité d'une représentation distinctive du consommateur. La CIAI reconnaît que certains groupes d'intérêt, autres que des groupes de consommateurs, comme ceux de Canadiens avec certains handicaps, défendent souvent l'intérêt du public/consommateur ainsi que sa position sur les comités. Ces représentants sont souvent les plus efficaces sur certains comités, particulièrement ceux traitant d'accessibilité, et ces groupes devraient participer aux processus mis en place pour mieux coordonner la représentation du consommateur. Puisque les consommateurs sont des intervenants clés dans l'élaboration et la mise en application des codes du bâtiment et de prévention des incendies au Canada, il est clair qu'ils doivent être impliqués plus directement. Ce rapport souhaite jeter les bases d'un réseau qui améliorera la coordination à l'intérieur du mouvement des consommateurs et qui nous fournira de l'aide afin d'augmenter la représentation du consommateur sur les comités des codes de bâtiment et augmenter les ressources disponibles pour réaliser ce travail.

Dans l'élaboration d'un « Modèle aux meilleures pratiques » développé dans la section 3 de ce Rapport, la CIAI a énoncé trois principes de base pour guider le consommateur dans l'élaboration des codes. Ces principes sont « Les motivations de base du consommateur », « La participation du consommateur fait la différence » et « La santé et la sécurité sont des objectifs pressants ».

Recommandations pour la coopération et la coordination entre les groupes de consommateurs

Après avoir consulté un autre groupe national de consommateurs, le Conseil d'administration de la CIAI a développé et approuvé plusieurs recommandations. Ces dernières ont comme objectif d'améliorer la coordination et la coopération entre les groupes existants afin de s'assurer que les secteurs du réseau du CNB, qui sont importants pour le consommateur, soient traités. Ces recommandations ont formulées dans la section 7 de ce Rapport.

BACK