

Vacances à temps partagé :

L'été sur le bord de la mer, l'hiver face à un centre de ski.

Qui ne rêve pas, un jour, d'avoir sa propre unité de condominium ! La formule existe, mais méfiez-vous des marchands de bonheur.

PAR BERNARD GAUTHIER

Au Québec, 30 000 personnes détiennent une unité de vacances en temps partagé quelque part en province ou à l'étranger. On trouve à plus de 2 500 le nombre de centres de villégiature qui ont repris cette formule à travers le monde et à un demi-million le nombre de semaines vendues. Les ventes dépassent les 3 milliards de dollars. La formule est séduisante, mais les consommateurs risquent d'autres déceptions s'ils ne prennent pas garde.

Environ 200 clients de l'association Jean-Pierre Pélard ont été dupés dans leurs achats contre trois promotions québécoises. L'affaire est devant les tribunaux depuis plus d'un an. Et, depuis l'hiver 96, l'ACEP de sud-ouest de Montréal a reçu plus de 300 plaintes de consommateurs frustrés par le concept des vacances partagées. C. Belley (premier hôtel, de Laval, un professionnel de 41 ans, est un de ceux qui a vu ses beaux rêves transformés en cauchemars. Aujourd'hui, C. Belley songe sérieusement à l'adresser aux tribunaux pour annuler ses contrats et obtenir le remboursement des sommes versées.

LA VENTE À TOUT PRIX

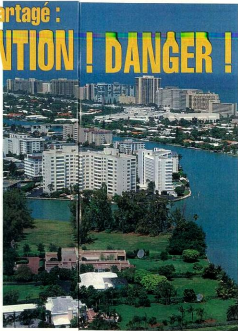
Tout a commencé au bel après-midi de printemps au cours d'une visite au balcon na-

tional de l'Habitat-65, C. Belley est arrivé par un concert où l'on promet une participation au week-end gratuit pour deux personnes dans les Laurentides. Il rempli ses coupes et le dépose dans la belle piscine à ses effets. Quelques semaines plus tard, il apprend qu'il est l'homme gagnant !

En arrivant à l'adresse située dans le petit village des Laurentides, une déception surprise l'attend. Le week-end de rêve est tombé à une date ultérieure, car le petit bond de campagne affiche complet. Plus, pour avoir droit à son péage, il doit acheter à une adresse de présentation d'un nouveau concept vacances d'été dans un hôtel d'été, hôtel et domicile. Plus moyen de s'y opposer. C. Belley se soumet de bonne grâce à la réponse de ses hôtes. «Une heure et demi, au dit-là, c'est finalement bien peu.» Surpris qu'il est déçu sur place.

Une quinzaine d'autres gagnants comme lui sont donc arrivés à l'adresse à l'une des dix tables où un représentant vient de leur expliquer le métrage du concept résidentiel. Pour un montant substantiel, ces derniers pourront acquiescer le droit de loger dans le condominium de leur rêve, généralement une semaine ou deux par année, pour une période de 40 ans. Mais, les acheteurs peuvent perdre leur période de vacances partout ailleurs au monde dans

ATTENTION ! DANGER !



une autre unité de Resort Condominiums International (RCI). Qui pourrait être rassuré une offre semblable ?

Tout a été prévu pour dissuader dans un cadre détendu et chaleureux : café et jus

sur servis à volonté, un service de garde accueille les enfants pour laisser papa et maman tranquilles. La représentation se déroule même dans un décor de la mer des Antilles, histoire de donner le goût des vacances.

Après quelques minutes, un représentant d'une table voisine fait sonner une cloche à vuide. Deux personnes viennent de faire l'acquisition d'une semaine de vacances en haute saison. On invite aussitôt le public à les applaudir. Plus, comme pour les faire dans leur logi, ces deux clients se voient photographier et leur nom est inscrit sur un immense tableau. Pendant ce temps, le président d'accueil assure des tables voisines pour que les représentants fassent connaître à leurs clients que les meilleures occasions continueront à s'offrir. L'effet d'entraînement agit, certains acquiescent.

Pour attirer les consommateurs, les promoteurs ont développé toute une machine. La technique de tout le plus utilisé est celle du *interviewing*. On ne dit jamais qu'il s'agit d'une promotion de vente de vacances à temps partagé, explique Jean-Pierre Pélard, un avocat spécialisé en droit de la consommation. Une fois sur place, le consommateur se rend compte qu'il n'est pas prêt à signer et rédige une période de réflexion, pour mieux analyser la proposition. On fait alors pression sur lui et, dans bien des cas, l'engagement peut durer de trois à sept heures.

Après plusieurs heures, C. Belley cède à son tour à la pression et achète une semaine de vacances à temps partagé pour 3 000 dollars. Montréal-Belley a donc, au cours des 40 prochaines années, le droit d'occuper une unité de condominium d'une chambre à coucher, la première semaine du mois d'été à la syndiquée même dans le dit hôtel. «L'achat d'une unité de vacances me permettait de stabiliser mes coûts d'habbergement à moyen et à long terme. De plus, grâce à la possibilité d'échange, cela me permettait de découvrir de nouvelles destinations. Enfin, il y avait la possibilité de vendre ou de louer une plus-villa.»

DES VACANCES CÔTÉLUSES

C. Belley a vite déchanté. Ses frais annuels pour l'entretien, les assurances et les taxes municipales ont grimpé de 106 à 190 dollars en moins d'un an. C'est 15 % d'augmenter