



Industrie
Canada

Industry
Canada

Plan d'activités

2002-2003

**Bureau
de la
consommation**

**Carrefour des
consommateurs**

<http://consommateur.ic.gc.ca>

Passerelle
**D'INFORMATION POUR
LE CONSOMMATEUR**
canadien

<http://116/Consommateur.ca>

Canada 

MANDAT

Promotion des intérêts des consommateurs et consommatrices du Canada

Le mandat du Bureau de la consommation (BC) relève du ministre de l'Industrie, qui est tenu par la *Loi sur le ministère de l'Industrie* de « promouvoir les intérêts et la protection des consommateurs et consommatrices du Canada ». La promotion et la protection de l'intérêt du consommateur sont un aspect essentiel de l'atteinte de l'objectif stratégique d'Industrie Canada : « un marché juste et efficace ».

Le Bureau de la consommation travaille de concert avec d'autres ministères et organismes fédéraux, provinciaux et territoriaux, des associations internationales et des organisations non gouvernementales responsables de la protection des consommateurs afin d'atteindre ses objectifs. Dans ce document, nous soulignons certaines

réalisations importantes du Bureau au cours de la période correspondant à son dernier plan d'activités et nous établissons ses orientations pour l'exercice 2002-2003.

L'ENVIRONNEMENT DES CONSOMMATEURS

Au cours des 10 dernières années, d'importants changements survenus dans le marché ont entraîné des avantages considérables pour les consommateurs, ainsi que de nouveaux défis. La technologie, l'intensification du commerce international et de la déréglementation ont permis de créer un grand nombre de nouveaux produits et ont radicalement modifié la façon dont les produits et services sont commercialisés. Les consommateurs ont ainsi profité d'une augmentation considérable du nombre de produits offerts, d'une plus grande adaptation du marché à leurs besoins tels qu'ils sont perçus et d'un plus grand choix.

Des consommateurs bien avertis et au revenu confortable sont en mesure de connaître une amélioration considérable de leur bien-être et de profiter du marché d'aujourd'hui.

Toutefois, deux familles sur trois au Canada n'ont connu qu'une légère amélioration réelle de leur niveau de vie au cours de la dernière décennie, tandis que leurs niveaux d'endettement ont augmenté. Les consommateurs dont les revenus sont moins élevés, qui ont moins de temps à consacrer à la compréhension d'un marché plus complexe et à forte intensité d'information ou qui sont moins bien informés ont vu leurs choix diminuer et l'incertitude et le risque augmenter.

Le défi à plus long terme du Bureau de la consommation consistera à promouvoir une meilleure compréhension de ces changements sur le marché canadien et à contribuer à définir la manière dont le gouvernement pourra y répondre de façon plus efficace.

CINQ OBJECTIFS STRATÉGIQUES

Dans le cadre de ses activités dans les secteurs public et privé, le Bureau de la consommation utilise l'information et des instruments stratégiques innovateurs pour compléter et soutenir la réglementation sur la protection des consommateurs. Au cours des deux prochaines années, le BC s'efforcera de s'acquitter de son mandat en réalisant cinq *objectifs stratégiques* :

- Aider les consommateurs à obtenir de l'information sur la manière de protéger leurs intérêts sur le marché;
- Influencer la formulation des politiques gouvernementales pour refléter les intérêts des consommateurs;
- Promouvoir la coopération pour l'élaboration de politiques de consommation dans tout le Canada;

- Aider les organismes de défense des consommateurs à représenter leurs intérêts de façon efficace auprès du gouvernement et dans le secteur privé;
- Collaborer avec les mouvements de consommateurs et le secteur privé pour élaborer de nouvelles approches en matière de protection des consommateurs.

PRINCIPALES RÉALISATIONS ET ACTIVITÉS EN COURS (1999–2002)

Information aux consommateurs

- En 2000, le Bureau de la consommation a lancé la *Passerelle d'information pour le consommateur canadien*, un portail Internet conçu pour améliorer radicalement l'accès du public à l'information destinée aux consommateurs. Cette passerelle permet d'accéder rapidement et facilement à l'information fournie par 40 ministères et organismes fédéraux et 250 ministères et organismes provinciaux et territoriaux, ainsi que par 150 organismes sans but lucratif. En 2002, le BC a ajouté un nouveau service à la Passerelle, le « Courriel des plaintes », pour aider les consommateurs à porter plainte de façon plus efficace et efficiente.
- Le BC a également lancé une série de **produits d'information** offerts sur le Web et conçus pour aider les consommateurs à

protéger leurs intérêts lorsqu'ils sont confrontés à des aspects clés du marché en évolution. Ces produits sont accessibles depuis « Carrefour des consommateurs » dans *Strategis*, le site Web d'Industrie Canada en matière d'affaires et de consommation. Ces produits comprennent de l'information et des outils interactifs portant sur la vie privée, l'aide au magasinage en ligne en toute sécurité, la gestion de l'argent, la façon d'éviter les fraudes et des calculateurs pour réduire les coûts d'utilisation des cartes de crédit, des services bancaires et des fonds communs de placement.

- De concert avec ses partenaires provinciaux et territoriaux, le BC a publié le *Guide du consommateur canadien, édition 2002* sur

CD-ROM, maintenant offert dans les bibliothèques publiques et universitaires dans tout le pays, ainsi que sur Internet.

- Le BC a publié *Gestion des plaintes des consommateurs : guide à l'intention des entreprises canadiennes* (préparé pour les ministres des gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux) et des études de cas connexes sur les recours axés sur le marché.
- Le BC a continué de publier son *Bulletin trimestriel sur la consommation*, en version papier et dans « Carrefour des consommateurs ». Au cours de l'année écoulée, le Bulletin trimestriel sur la consommation a consacré des éditions spéciales à des sujets tels que l'aide aux jeunes consommateurs pour surfer sur Internet de façon avertie et sûre; le travail des ministres de la consommation des gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux; les consommateurs et la normalisation.

- Le BC a publié des *rappports annuels* sur les frais bancaires et des rapports périodiques sur les taux des cartes de crédit.

Politiques gouvernementales et activités interjuridictionnelles dans l'intérêt des consommateurs

- Dans le cadre conjoint fédéral-provincial-territorial du Comité sur les mesures en matière de consommation, le Bureau de la consommation a contribué à élaborer des plans de travail communs pour faire avancer le programme de protection des consommateurs dans des secteurs clés : *commerce électronique, recours des consommateurs*.

divulgarion du *coût du crédit*, règles régissant les méthodes des *agences de recouvrement* et *coopération en matière d'application des lois* sur la protection des consommateurs dans tout le pays.

- Le BC a organisé un important *forum des bureaux du gouvernement fédéral qui traitent des questions de consommation*. Les objectifs consistaient à aider les participants à mieux s'informer mutuellement sur leurs priorités en matière de protection des consommateurs, mieux comprendre les problèmes des consommateurs dans le marché d'aujourd'hui, définir les domaines d'assistance mutuelle et améliorer leur capacité à assumer leurs responsabilités en matière de protection et d'information des consommateurs.
- Le Groupe de travail sur le transfert électronique de fonds, présidé par le BC, a effectué une évaluation des opérations liées au Code de pratique canadien des services de cartes de débit. Cette

évaluation sera publiée à l'automne 2002.

- Le BC a présidé le groupe de travail de l'Organisation de Coopération et de Développement Économiques (OCDE), qui a élaboré les *Lignes directrices sur la protection du consommateur dans le contexte du commerce électronique*. Le BC poursuit son travail avec le comité de la politique sur la consommation de l'OCDE afin de promouvoir la mise en œuvre des lignes directrices.

Travailler avec les organismes de défense des consommateurs

- Entre 1999 et 2002, 60 organismes ont soumis 261 propositions de projet au Bureau

de la consommation dans le cadre de son *Programme de contributions pour les organismes bénévoles et de défense des consommateurs à but non lucratif*. En moyenne, 11 organismes bénéficient d'un financement dans le cadre du Programme chaque année. Les projets ont porté sur les services financiers, le crédit à la consommation, le commerce électronique, la déréglementation en matière d'énergie, la consommation durable, la vente au détail et les réparations des automobiles, la biotechnologie, la vie privée, les normes et les télécommunications. Sept projets de développement ont été également octroyés pour aider des organismes à devenir plus autonomes sur le plan financier. En 2001-2002, le budget de financement est passé de 1 million de dollars à 1,69 million par an.

- Le Bureau de la consommation a travaillé de concert avec des groupes de défense des consommateurs pour améliorer

leur capacité à influencer le processus d'élaboration des politiques. Le BC a évalué leurs rapports de projet et organisé des réunions bilatérales avec chaque groupe pour les aider dans leurs activités de recherche et leur défense des intérêts des consommateurs.

Trouver de nouveaux moyens de protéger les consommateurs

Le Bureau de la consommation a travaillé sur de nombreux fronts avec de nombreux partenaires pour faire avancer les intérêts des consommateurs dans divers domaines, y compris :

- l'étude de problèmes et de solutions possibles dans le domaine de la confidentialité en *génétique médicale*,

- la poursuite des travaux sur l'élaboration d'une norme d'étiquetage volontaire des produits *génétiquement modifiés*;
- l'élaboration d'un code de pratique pour protéger les consommateurs dans le domaine du commerce électronique;
- la poursuite des travaux sur le *contenu offensant* dans divers moyens de communication;
- la participation à un groupe de travail sur l'éthique et la confiance du public dans le domaine de la *biotechnologie*;
- la contribution aux réponses du gouvernement fédéral à des rapports de l'extérieur, comme ceux du Comité de l'agriculture, du Comité de la santé, et du Comité consultatif canadien de la biotechnologie;
- la participation à l'élaboration d'une norme internationale sur le traitement des plaintes.

PRIX ET RECONNAISSANCE

Passerelle d'information pour le consommateur canadien

La technologie dans l'administration gouvernementale - Prix de Distinction 2001

Médaille d'or - Créer des alliances et partenariats innovateurs pour la prestation des services publics

Médaille d'or - Leadership, réalisation annuelle

Commonwealth Association for Public Administration and Management-International Innovations Awards Programme 2002, Finaliste.

NOTRE OBJECTIF, 2002-2003

Aider les consommateurs à obtenir de l'information sur la manière de protéger leurs intérêts sur le marché

Nous allons :

- Lancer dans « Carrefour des consommateurs » un nouveau produit d'information, *Dépenses et bon sens*, qui comprend des outils interactifs et un guide de langage clair et simple destiné à aider les consommateurs à utiliser au mieux chaque dollar si durement gagné lorsqu'ils font un achat important;
- Créer une base de données consultable de *recherche de politiques* canadiennes produite par les organismes de consommateurs et autres organismes et universitaires;
- Évaluer et améliorer la navigation de « Carrefour des consommateurs » pour que les utilisateurs trouvent l'information plus rapidement et plus facilement;

- Travailler avec le Comité des mesures en matière de consommation conjoint fédéral-provincial-territorial pour créer *À vous de choisir*, une série de modules d'information à l'intention des jeunes consommateurs adultes.

Influencer l'élaboration des politiques gouvernementales pour refléter les intérêts des consommateurs

- Le *Rapport sur les tendances des consommateurs* est une initiative visant à examiner le profil et le rôle des consommateurs dans le marché contemporain en évolution rapide. Ce rapport portera sur la place des consommateurs sur le marché

canadien et analysera les tendances (dans le temps et en comparaison avec d'autres pays) qui ont une incidence sur les consommateurs : données démographiques, revenu, richesse, dette, dépenses, attitudes, encadrement du marché, etc.

Le Rapport vise à stimuler la discussion entre des intervenants clés, notamment des groupes de défense des consommateurs, des universitaires et des analystes des politiques gouvernementales. Il servira de base analytique à l'appui des délibérations d'un futur colloque national sur les questions de consommation et fera une analyse et un survol approfondis des questions qui se posent aux consommateurs d'aujourd'hui.

Pour l'exercice 2002-2003, le BC définira le fondement analytique du Rapport sur les tendances des consommateurs, y compris la première version de consultation. Il établira un nouveau comité consultatif qui fera des observa-

tions sur le Rapport et commencera la planification préliminaire d'un colloque national sur les nouvelles orientations en matière d'analyse de la consommation.

Nous allons également :

- Lancer, de concert avec les provinces et les territoires, une étude des répercussions des négociations de l'*Accord général sur le commerce des services* sur la capacité des gouvernements à régler la protection des consommateurs;
- Commencer un *échange d'information et d'analyses* entre les ministères et organismes fédéraux ayant des responsabilités dans le domaine de la protection des consommateurs afin de

contribuer à une compréhension commune des questions de consommation et partager plus efficacement les ressources et l'expérience.

Promouvoir la coopération dans le domaine de l'élaboration des politiques de consommation dans tout le Canada

Pour préparer la future rencontre fédérale-provinciale-territoriale des ministres responsables de la consommation en 2003, le Bureau de la consommation coordonnera avec les responsables du Comité des mesures en matière de consommation les questions stratégiques suivantes :

- Proposition pour une approche harmonisée afin de déterminer quelles lois sur la consommation s'appliquent dans les différends qui surgissent entre **des**

consommateurs et des entreprises relevant de juridictions différentes,

- Élaboration d'une approche harmonisée pour déterminer dans quels cas **les imputations des frais de carte de crédit** s'appliqueraient;
- Élaboration d'une approche pour la protection des consommateurs dans le marché du **crédit à la consommation parallèle** (p. ex. organismes prêteurs jusqu'au jour de paie).

Aider les organismes de consommateurs à représenter leurs intérêts de façon efficace auprès du gouvernement et dans le secteur privé

Le Bureau de la consommation :

- Examinera les dispositions sur l'admissibilité au ***Programme de contributions pour les organisations sans but lucratif de consommateurs et de bénévoles*** dans le but de préciser les organismes qui sont ou non admissibles à recevoir des fonds;
- Aidera les ***principaux organismes nationaux de consommateurs*** à promouvoir une meilleure collaboration dans des domaines tels que l'échange d'information, l'élaboration de positions communes sur les enjeux publics et la mise en commun des ressources pour communiquer avec le public;
- Dirigera un partenariat de groupes de consommateurs, d'universitaires et d'employés de l'État pour concevoir un ***réseau de recherche en consommation*** efficace, qui améliorera la capacité des organismes de consommateurs, des universitaires et des analystes des politiques gouvernementales à échanger des informations et des idées.

Collaborer avec les gouvernements, les mouvements de consommateurs et le secteur privé pour élaborer de nouvelles approches en matière de protection des consommateurs

Le Bureau de la consommation :

- Publiera le *Code de pratique du commerce électronique* et lancera un site Web de promotion connexe ainsi qu'une campagne de sensibilisation du public, après accord final avec les intervenants;
- Travaillera avec les organismes de défense des consommateurs pour que les pratiques commerciales d'un premier groupe de commerçants en ligne soient conformes aux normes du Code de pratique du commerce électronique;
- Participera à l'élaboration d'une norme internationale sur le traitement des plaintes;

- Étudiera avec les intervenants nationaux la faisabilité de normes nationales et internationales pour des *codes de conduite axés sur le marché*.

Nota : toutes les publications mentionnées dans ce Plan d'activités sont accessibles soit en ligne, soit par l'intermédiaire du Bureau de la consommation. Pour de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec :

Bureau de la consommation
Industrie Canada
255 rue Albert, 10^e étage
Pièce 1023
Ottawa (Ontario)
K1A 0H5
<http://consommateur.ic.gc.ca>
<http://infoconsommation.ca>