Bureau de la concurrence Canada | Competition Bureau Canada

Bulletin d'information sur les études de marché

Canada

Cette publication n'est pas un document juridique. Elle renferme, à titre de référence, des renseignements d'ordre général. Pour en savoir plus, veuillez vous reporter au texte des lois ou communiquer avec le Bureau de la concurrence.

Pour obtenir des renseignements sur les activités du Bureau de la concurrence, veuillez vous adresser au :
Centre des renseignements
Bureau de la concurrence
50, rue Victoria
Gatineau (Québec) K1A 0C9

Téléphone : 819-997-4282
Numéro sans frais : 1-800-348-5358
ATS (pour les malentendants) : 1-866-694-8389
Télécopieur : 819-997-0324
Site Web : www.bureaudelaconcurrence.gc.ca

Pour obtenir cette publication sous une autre forme, veuillez communiquer avec le Centre des renseignements du Bureau de la concurrence aux numéros indiqués ci-dessus.

Cette publication est également offerte sur Internet en version HTML à l'adresse suivante :
http://www.bureaudelaconcurrence.gc.ca/eic/site/cb-bc.nsf/fra/04390.html

Autorisation de reproduire
À moins d'indication contraire, l'information contenue dans cette publication peut être reproduite, en tout ou en partie et par quelque moyen que ce soit, sans frais et sans autre permission du Bureau de la concurrence, pourvu qu'une diligence raisonnable soit exercée afin d'assurer l'exactitude de l'information reproduite, que le Bureau de la concurrence soit mentionné comme organisme source et que la reproduction ne soit présentée ni comme une version officielle ni comme une copie ayant été faite en collaboration avec le Bureau de la concurrence ou avec son consentement. Pour obtenir l'autorisation de reproduire l'information contenue dans cette publication à des fins commerciales, veuillez Demander l'affranchissement de droit d'auteur ou écrire à la :

Direction générale des communications et du marketing
Innovation, Sciences et Développement économique Canada
Édifice C.D.-Howe
235, rue Queen
Ottawa (Ontario) K1A 0H5
Canada
Courriel : ISDE@Canada.ca

No de cat. Iu54-69/2018F-PDF
ISSB/N 978-0-660-27894-0

2019-09-19

Also available in English under the title Market studies Information Bulletin

Dans cette publication, la forme masculine désigne tant les femmes que les hommes.

Préface

Le Bureau de la concurrence (**le Bureau**), un organisme indépendant d'application de la loi, veille à ce que les entreprises et les consommateurs canadiens prospèrent dans un marché concurrentiel et innovateur. Dirigé par le commissaire de la concurrence (**le commissaire**), le Bureau fait enquête sur des pratiques anticoncurrentielles et est responsable de promouvoir la conformité à la Loi sur la concurrence (**la Loi**), à la Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation (sauf en ce qui a trait aux aliments), à la Loi sur l'étiquetage des textiles et à la Loi sur le poinçonnage des métaux précieux.

En plus de ses activités d'enquête et d'application de la Loi, le Bureau encourage la concurrence et favorise la conformité à la Loi en réalisant des activités de sensibilisation du public et en préconisant une plus grande utilisation des forces concurrentielles du marché. Une plus grande concurrence mène généralement à des baisses de prix pour les consommateurs ainsi qu'à un choix et à une innovation accrus.

Grâce aux études de marché, le Bureau peut examiner une industrie ou un secteur commercial (**le secteur**) du point de vue de la concurrence afin de cerner les lois, les politiques, les règlements ou les autres facteurs qui sont pertinents et qui pourraient nuire à la concurrence. Les études de marché permettent au Bureau d'adopter une approche plus globale lorsqu'il analyse un secteur alors que, avec d'autres formes de promotion, le Bureau peut devoir se limiter à donner des conseils sur des questions précises, comme des questions d'intérêt pour des procédures réglementaires précises au niveau fédéral ou provincial.

Pour réaliser des études de marché, le Bureau utilise de l'information accessible au public, de l'information qu'il a déjà en sa possession et de l'information fournie par des intervenants de manière volontaire. Contrairement à bon nombre d'autorités de la concurrence partout dans le monde, dont les autorités de certains des grands partenaires commerciaux du Canada, comme l'Union européenne, les États-Unis, le Royaume-Uni et le Mexique, le Bureau ne dispose pas de pouvoirs d'enquête officiels lui permettant d'obliger la divulgation d'information pour des études de marché.

Le Bureau a produit le présent Bulletin d'information sur les études de marché (**le Bulletin**) afin de décrire la façon dont les études de marché sont utilisées pour encourager la concurrence et de faire preuve de transparence à l'égard des intervenants qui veulent savoir comment le Bureau sélectionne et mène ses études de marché. Le Bulletin décrit également la façon dont les renseignements confidentiels fournis par des intervenants de manière volontaire sont traités et utilisés par le Bureau dans le cadre de l'exécution de ses études de marché. Bien que l'on reconnaisse que le Bureau ne peut prévoir toutes les circonstances qui pourraient survenir dans le cadre d'une étude de marché, le Bulletin vise à offrir aux intervenants certitude et prévisibilité concernant le processus mis en place par le Bureau pour mener à bien des études de marché.

Le Bureau pourra reconsidérer certains aspects du Bulletin à la lumière de l'expérience et de l'évolution des circonstances.

Matthew Boswell
Commissaire de la concurrence par intérim

Table des matières

Introduction

Sélection et portée de l’étude de marché

- Détermination des études de marché possibles
- Sélection de l’étude de marché
- Portée de l’étude de marché

Méthodologie générale pour les études de marché

- Avis d’étude de marché
- Collecte de renseignements
- Traitement des renseignements confidentiels
- Analyse de la concurrence
- Modification de la portée ou arrêt d’une étude de marché
- Consultations préalables à la publication

Rapport d’étude de marché et recommandations

Suivi et évaluation de l’étude de marché

Conclusion

Annexe A : Études de marché du Bureau

- Technologies financières (2017)
- Bière (2013)
- Professions autoréglementées (2007)
- Professions autoréglementées — analyse réalisée après l’étude (2011)
- Médicaments génériques (2007)
- Pour une concurrence avantageuse des médicaments génériques au Canada : Préparons l’avenir (2008)

Notes de bas de page

Introduction

Le commissaire est chargé d'assurer et de contrôler l'application de la Loi[Note de bas de page 1]. La Loi a pour objet de préserver et de favoriser la concurrence au Canada dans le but notamment de stimuler l'adaptabilité et l'efficience de l'économie canadienne, de même que dans le but d'assurer aux consommateurs des prix compétitifs et un choix dans les produits[Note de bas de page 2].

Dans le cadre de son mandat, le Bureau utilise une vaste gamme d'outils de promotion des avantages d'un marché concurrentiel[Note de bas de page 3]. Les études de marché font partie de ces outils. Le Bureau a le pouvoir d'exécuter des études de marché en vertu de différentes dispositions de la Loi, y compris des articles 7[Note de bas de page 4], 125 et 126[Note de bas de page 5].

Le but premier de la réalisation d'une étude de marché est d'évaluer un secteur du point de vue de la concurrence, par exemple pour déterminer si certaines caractéristiques du secteur limitent ou pourraient limiter la concurrence. Les problèmes relatifs à la concurrence peuvent découler d'un certain nombre de facteurs, notamment le comportement des entreprises et des personnes, les lois, les règlements, les politiques ou les obstacles structurels présents dans un secteur.

Lorsque la manière de conduire les affaires influe sur la concurrence et contrevient à la Loi (p. ex. ententes entre concurrents pour fixer des prix ou truquer des offres ou transactions de fusion qui empêchent ou diminuent sensiblement la concurrence), le Bureau prend généralement des mesures d'application de la loi. Si d'autres facteurs semblant restreindre la concurrence dans un secteur sont présents, comme des obstacles réglementaires ou structurels, le Bureau peut opter pour des instruments de promotion, notamment des études de marché, afin de favoriser la concurrence.

Les études de marché peuvent donner des résultats très variés, comme inciter les gouvernements, les organismes de réglementation ou les décideurs à prendre des moyens directs pour diminuer les obstacles qui entravent inutilement la concurrence[Note de bas de page 6]. Les études de marché peuvent également avoir un caractère exploratoire, par exemple si elles sont utilisées pour examiner des tendances nouvelles ou émergentes dans des secteurs où d'éventuels problèmes relatifs à la concurrence n'ont pas encore été étudiés ni abordés par les organismes de réglementation ou d'autres intervenants. Elles peuvent s'avérer utiles pour le Bureau lorsque ce dernier souhaite exercer une influence sur différents groupes d'intervenants.

Le Bureau n'a pas le pouvoir de demander des sanctions ou d'autres types de mesures correctives devant le Tribunal de la concurrence (**le Tribunal**) ni devant n'importe quel autre tribunal dans le cadre de son travail de production d'études de marché. Les sanctions ou autres mesures correctives ne peuvent être imposées que par l'entremise d'initiatives d'application de la loi, qui feraient suite à un comportement anticoncurrentiel. En outre, le Bureau n'a pas le pouvoir d'obliger des parties à fournir des renseignements pour des études de marché[Note de bas de page 7]. Le Bureau utilise plutôt de l'information accessible au public, de l'information qu'il a déjà en sa possession et de l'information fournie par des intervenants de manière volontaire.

Même si la portée, la complexité et la durée des études de marché peuvent varier, le Bureau suit habituellement un certain nombre d'étapes standard pour la sélection, la définition de la portée et l'exécution d'une étude de marché. Afin d'établir un cadre clair et prévisible pour la conduite des études de marché qui profitera aux intervenants, le Bulletin énonce et explique ces mêmes étapes. Le Bulletin décrit également la façon dont le

Bureau traite les renseignements confidentiels dans le cadre des études de marché ainsi que les interactions présentes entre les études de marché et les efforts d'application de la loi du Bureau.

Sélection et portée de l'étude de marché

Détermination des études de marché possibles

La plupart des problèmes relatifs à la concurrence qui sont portés à l'attention du Bureau sont d'abord évalués pour vérifier s'il s'agit d'une question d'application de la loi et déterminer s'il y a bel et bien infraction à la Loi. En présence d'éléments de preuve d'une possible infraction à la Loi, le Bureau utilisera normalement les outils d'application et de conformité décrits dans le bulletin Cadre d'action pour la concurrence et la conformité[Note de bas de page 8].

Si l'on ne relève pas de violation manifeste de la Loi, mais qu'il semble quand même exister des obstacles à la concurrence dans un secteur, le Bureau peut procéder à une étude de marché pour examiner les obstacles en question. Si les obstacles à la concurrence semblent découler de lois, de règlements, de politiques, d'obstacles structurels présents dans un secteur ou d'autres facteurs ayant une incidence sur des aspects importants de la concurrence (p. ex. prix, production, entrée, publicité, substitution, choix de produit et qualité du produit), l'étude de marché peut s'avérer un bon choix pour évaluer des préoccupations relatives à la concurrence.

Puisque les études de marché exigent habituellement de nombreuses ressources, le Bureau fait preuve d'une grande prudence lorsqu'il sélectionne une étude de marché et en définit la portée; il doit s'assurer qu'il examinera des enjeux réellement importants pour les Canadiens et pour l'économie canadienne.

En règle générale, le Bureau mène des recherches et des évaluations sur plusieurs secteurs possibles avant de réaliser une étude de marché. Le Bureau tentera de cibler des secteurs importants pour l'économie canadienne afin que l'étude de marché qu'il entreprendra mène à des conclusions permettant de stimuler l'adaptabilité et l'efficience de l'économie canadienne et d'assurer aux consommateurs des prix compétitifs et un choix dans les produits.

Pour trouver les secteurs qui feront éventuellement l'objet d'une étude de marché, le Bureau tiendra compte d'un éventail de renseignements, dont :

- les suggestions inscrites sur le Formulaire de suggestions d'activités de promotion du Bureau[Note de bas de page 9];
- les commentaires formulés par les intervenants, y compris la communauté juridique, le milieu des affaires, les groupes de consommateurs, les universitaires et d'autres intervenants;
- les plaintes adressées au Bureau;
- les activités menées antérieurement par le Bureau dans un secteur donné ou les questions examinées par les directions générales chargées de l'application de la loi du Bureau qui semblent indiquer la présence de problèmes relatifs à la concurrence dans un secteur ne se prêtant peut-être pas à une mesure d'application;
- les problèmes de concurrence soulevés dans des discussions sur les politiques publiques, dans des reportages des médias ou dans le cadre de travaux accomplis par d'autres organismes de concurrence;

- l'évaluation de l'incidence économique de lois, de règlements ou de politiques;
- les propositions ou procédures législatives ou réglementaires et les autres initiatives de politique fédérales ou provinciales;
- les demandes des gouvernements, des décideurs ou des organismes de réglementation au niveau fédéral et provincial.

Lorsque des sujets possibles ont été définis pour une éventuelle étude de marché, le Bureau peut consulter des intervenants pour obtenir d'autres points de vue sur la pertinence des études de marché envisagées. À cette étape, le Bureau mènera également une recherche visant à mieux comprendre le ou les secteurs envisagés ainsi que toute préoccupation possible en matière de concurrence. Cette recherche évaluera certains facteurs, y compris, mais non de façon limitative, la structure, la taille et l'importance du secteur, les principaux participants du secteur, les lois, les règlements et les politiques qui sont pertinents ainsi que les activités antérieures du Bureau dans le secteur, s'il y a lieu.

Sélection de l'étude de marché

Avant de sélectionner une étude de marché, le Bureau tiendra compte d'un éventail de facteurs simultanément. Un poids plus important pourrait être accordé à certains d'entre eux, mais chaque facteur contribuera à orienter la décision ultime du Bureau quant à la tenue ou non d'une enquête dans un secteur donné.

Comme le mentionne le Bulletin Cadre d'action pour la concurrence et la conformité, le Bureau tient compte des éléments suivants lorsqu'il évalue un éventuel projet de promotion, y compris de possibles études de marché :

1. Existe-t-il une occasion utile pour présenter les constatations du Bureau, et l'intérêt du public à l'égard de cette question est-il élevé?
2. Le Bureau apportera-t-il des arguments uniques, différents de ceux présentés par d'autres?
3. Le Bureau sera-t-il vraisemblablement en mesure d'évaluer l'incidence de ses activités de promotion de la concurrence?
4. Les activités du Bureau procurent-elles vraisemblablement des avantages clairs et tangibles aux Canadiens? Dans quelle mesure l'incidence sera-t-elle vraisemblablement ressentie[Note de bas de page 10]?

Du point de vue pratique, lorsqu'il sélectionne une étude de marché, le Bureau peut aussi tenir compte d'autres facteurs, comme la disponibilité et le coût des données ou des renseignements pertinents. Étant donné que le Bureau ne peut obliger personne à fournir des données ou de l'information dans le cadre d'une étude de marché, il doit se baser sur l'information qu'il a déjà en sa possession, sur l'information mise à la disposition du public et sur celle fournie volontairement par des intervenants[Note de bas de page 11]. D'autres facteurs pourraient être pris en compte avant de procéder au choix final du sujet d'une étude, comme la disponibilité d'un savoir-faire en la matière obtenu auprès d'experts ou à l'interne, au Bureau, ainsi que les ressources requises et disponibles et le temps qui pourrait être nécessaire pour mener à bien une étude de marché.

Dans certaines circonstances, il est peu probable que le Bureau procède à une étude de marché, notamment si le Bureau prévoit amorcer des mesures d'application de la loi, si l'étude de marché risque de chevaucher des procédures judiciaires devant le Tribunal ou une autre cour ou des initiatives d'application de la loi du Bureau déjà en cours, ou si un problème relatif à la concurrence est traité dans d'autres tribunes.

Portée de l'étude de marché

Les études de marché abordent habituellement des enjeux complexes, surtout si le secteur visé est assujetti à une réglementation détaillée ou vit une période de transition s'expliquant par l'arrivée de technologies émergentes ou de nouveaux modèles d'affaires.

En règle générale, le Bureau tentera de restreindre la portée de ses études de marché, si la situation s'y prête, afin de cibler les enjeux les plus importants qui pourraient avoir une incidence sur la concurrence. Pour ce faire, il pourrait présenter les principales questions que l'étude de marché abordera (et peut-être préciser les enjeux que l'étude de marché n'examinera pas). Une autre technique consisterait à définir des hypothèses vérifiables d'un point de vue quantitatif; on peut, par exemple, comparer les prix dans des territoires qui disposent d'une réglementation restreignant l'entrée avec les prix dans des territoires qui disposent d'une réglementation moins stricte[Note de bas de page 12].

La réduction de la portée des questions traitées dans une étude de marché peut s'avérer profitable pour les intervenants, qui seront alors davantage en mesure de déterminer s'ils prendront part à l'étude de marché et de définir la forme que prendra leur participation le cas échéant. Il devient aussi plus facile pour le Bureau de mener et de publier des études de marché en temps opportun, de s'attaquer à des questions des plus importantes pour les Canadiens et l'économie canadienne, et de cibler ses efforts sur le sujet choisi.

Méthodologie générale pour les études de marché

Avis d'étude de marché

Le Bureau exerce un haut degré de transparence dans la réalisation de ses études de marché; habituellement, il publie un avis d'étude de marché et un communiqué de presse au début de chaque étude[Note de bas de page 13].

L'avis d'étude de marché énonce l'objectif global de l'étude de marché et fournit normalement une brève description de la raison pour laquelle ce sujet a été sélectionné. L'avis d'étude de marché contient également de l'information sur les aspects suivants :

- la portée de l'étude de marché et les principales questions abordées;
- le rôle (s'il y a lieu) des autres ministères et organismes gouvernementaux qui pourraient prendre part à l'étude;
- le travail effectué précédemment par le Bureau sur le secteur visé, si ce travail est public;
- l'échéancier de l'étude de marché, y compris les dates importantes, comme les consultations publiques et la publication du rapport;
- les directives à suivre s'adressant aux intervenants qui souhaitent participer à l'étude.

Collecte de renseignements

Le lancement d'une étude de marché est habituellement accompagné d'une période de collecte intense de renseignements. Cette collecte se fondera sur les recherches menées par le Bureau à l'étape de sélection initiale et de définition de la portée de l'étude de marché. Le Bureau commence généralement par recueillir le plus de renseignements possible auprès des sources accessibles au public. Dans plusieurs cas, ces renseignements comprendront des données qualitatives et quantitatives puisées dans des mémoires de recherche et des rapports réalisés par des organismes de réglementation, des associations de l'industrie, des universitaires, des groupes de réflexion et d'autres parties. Le Bureau peut examiner des documents publics et des documents financiers, comme des rapports annuels, des statistiques et des données d'enquête.

À l'étape de la collecte de renseignements, le Bureau dressera une liste des intervenants pertinents qui pourraient avoir des documents ou des opinions à partager au sujet des questions examinées dans le cadre de l'étude de marché. Les intervenants que le Bureau contactera seront différents d'une fois à l'autre, mais il s'agira habituellement de ministères et d'organismes de réglementation du gouvernement, d'acteurs du marché (des acteurs bien établis ou nouveaux dans le secteur), d'associations industrielles, de groupes de consommateurs et d'autorités antitrust ou de réglementation étrangères, suivant le cas. Selon l'intervenant contacté, le Bureau pourrait demander des renseignements précis ou réaliser une entrevue, en personne ou au téléphone. Il pourrait aussi demander des présentations écrites. L'information et les opinions fournies par les intervenants sont un élément essentiel des études de marché.

Le Bureau essaie de réduire le plus possible le coût engendré pour les intervenants lorsque ces derniers doivent répondre à des demandes d'information ou participer d'une autre façon à une étude de marché. Pendant les réunions tenues avec les intervenants, le Bureau discutera de la nature et de l'accessibilité de tout renseignement pertinent demandé (p. ex. volume de renseignements, périodes couvertes par une éventuelle demande d'information, etc.). Le Bureau pourrait également étudier d'autres moyens d'obtenir de l'information pertinente.

Dans le cadre du processus de collecte de renseignements, il se peut que le Bureau organise des tables rondes ou des ateliers pour réunir des intervenants, des experts et d'autres parties intéressées qui pourront présenter des points pertinents et en discuter[Note de bas de page 14]. Lorsqu'il décide d'utiliser de tels outils, le Bureau profite d'une excellente occasion de recueillir des points de vue sur des enjeux émergents et sur des façons de favoriser la concurrence et l'innovation dans le secteur.

À l'occasion, le Bureau pourrait faire appel aux services d'experts de l'industrie, d'experts en économie ou d'autres experts pour l'aider dans certains aspects d'une étude de marché, y compris pour la collecte d'information. La décision de retenir les services d'un expert se fonde sur un certain nombre de facteurs, dont les considérations budgétaires et la nécessité d'obtenir une expertise en la matière, et sera prise au cas par cas.

Le Bureau ne procède pas à des études de marché en vue d'obtenir de l'information qui sera utilisée dans le cadre de ses activités d'application de la loi. Pour réaliser ses études de marché, le Bureau cherchera normalement à obtenir des données et des renseignements généraux sur le secteur à l'étude de la part d'acteurs du marché et d'autres intervenants. En règle générale, le Bureau ne souhaite pas obtenir des documents commerciaux ou des communications de tous les jours, comme des courriels. Si une étude de marché mène à la découverte d'éléments de preuve clairs selon lesquels il y aurait eu violation de la Loi, ces éléments pourraient

être utilisés dans une mesure d'application de la loi. À l'inverse, les enquêtes sur l'application de la loi peuvent, dans certains cas, apporter des renseignements qui incitent le Bureau à entreprendre une étude de marché.

i) Traitement des renseignements confidentiels

La politique du Bureau sur le traitement des renseignements confidentiels obtenus dans le cadre de l'application ou du contrôle d'application de la Loi est énoncée dans le Bulletin d'information sur la communication de renseignements confidentiels aux termes de la Loi sur la concurrence (**le Bulletin sur la confidentialité**)[Note de bas de page 15]. Les politiques décrites dans le Bulletin sur la confidentialité s'appliquent également aux renseignements confidentiels obtenus dans le cadre d'études de marché.

Les renseignements confidentiels fournis volontairement au Bureau dans le cadre d'une étude de marché sont protégés par les dispositions sur la confidentialité énoncées à l'article 29 de la Loi. Les dispositions de l'article 29 protègent les renseignements obtenus par le Bureau ou fournis à ce dernier, y compris l'identité des personnes les ayant fournis et toute information pouvant révéler leur identité. L'article 29 accorde au Bureau la discrétion de communiquer des renseignements dans quatre situations bien circonscrites :

- à un organisme canadien d'application de la loi;
- aux fins de l'application et du contrôle d'application de la Loi;
- quand le renseignement est devenu public;
- quand la communication du renseignement est autorisée par la personne l'ayant fourni.

Lorsqu'il reçoit de l'information, le Bureau fait bien attention d'en préserver la confidentialité dans ses communications avec les intervenants ou le public ainsi que dans ses rapports finaux ou autres documents qui pourraient être produits dans le cadre d'une étude de marché[Note de bas de page 16].

Même si tous les renseignements fournis de manière volontaire seront traités conformément à l'article 29 de la Loi, un rapport d'étude de marché peut inclure une analyse fondée sur de l'information confidentielle ou commercialement sensible. On invite les intervenants à désigner l'information de cette nature pour que le Bureau s'assure de ne pas la publier dans le rapport. Lorsqu'une analyse est basée sur de l'information confidentielle ou commercialement sensible, le Bureau veille à protéger les intérêts et l'identité de chaque intervenant, par exemple en regroupant les renseignements pour qu'il ne soit plus possible d'attribuer des détails précis à certaines parties. Le Bureau peut aussi demander aux intervenants leur permission pour publier leur identité et tout mémoire écrit ou toute autre information fournie dans le cadre de l'étude de marché. Cependant, les intervenants ne sont aucunement tenus d'accorder l'autorisation demandée.

Analyse de la concurrence

En règle générale, l'analyse que mène le Bureau pendant une étude de marché examine la dynamique concurrentielle d'un secteur, y compris la présence d'obstacles à la concurrence pouvant être éliminés ou atténués dans le but d'accroître la concurrence et l'innovation. S'il est possible de le faire, les renseignements quantitatifs (p. ex. les renseignements sur le prix et la quantité) peuvent être examinés à l'aide d'une analyse économétrique et d'autres méthodes de manière à cerner les tendances qui se dessinent, à déterminer les secteurs qui semblent souffrir le plus de problèmes concurrentiels et à tester l'impact empirique de certaines mesures réglementaires ou de certaines structures du marché. Les résultats de l'analyse des données

quantitatives peuvent ensuite être jumelés et approfondis à l'aide des renseignements qualitatifs tirés des entrevues, des rapports et d'autres sources.

Une fois que le Bureau a relevé les obstacles à la concurrence et leurs causes probables, il examine des solutions correctives possibles qui pourraient être mises en place pour régler tout problème relatif à la concurrence. En général, les mesures correctives prennent la forme de recommandations à l'intention des organismes de réglementation, des décideurs, des associations industrielles ou d'autres intervenants quant à la façon de s'attaquer aux obstacles à la concurrence. Par exemple, le Bureau peut recommander que certains obstacles réglementaires soient éliminés ou assouplis. Dans d'autres cas, le Bureau peut considérer que la modernisation, l'élargissement ou l'adoption d'un règlement pourrait être la meilleure façon pour rendre les règles du jeu de la concurrence équitables ou pour aborder la défaillance du marché qui a une répercussion néfaste sur la concurrence. Par exemple, dans le contexte du rapport sur les technologies financières, le Bureau a formulé des recommandations visant à accorder l'accès à l'infrastructure et aux services de base afin de faciliter l'adoption de modèles d'affaires novateurs.

Lorsqu'il évalue les obstacles réglementaires à la concurrence réels ou potentiels dans un secteur, le Bureau mesure normalement l'ampleur et la portée du préjudice possible à la concurrence en exécutant une évaluation préliminaire de la réglementation déjà en place ou proposée. Si l'évaluation préliminaire donne à penser que la réglementation risque d'avoir une incidence négative sur la concurrence, le Bureau doit ensuite déterminer si les restrictions en question sont proportionnelles relativement à la promotion ou au maintien d'autres objectifs de politiques publiques. Si elles ne le sont pas, le Bureau peut recommander l'adoption de solutions de rechange à la réglementation moins strictes, tout en reconnaissant que certains règlements peuvent s'avérer nécessaires pour atteindre certains objectifs de politiques publiques. Cette approche se fonde sur un processus recommandé par l'Organisation de coopération et de développement économiques[Note de bas de page 17].

Dans le but d'élaborer des options et des solutions de rechange en matière de politiques dans les secteurs réglementés, le Bureau pourrait aussi examiner l'incidence que la réglementation pourrait avoir sur l'environnement au sens plus large en consultant des intervenants, en allant chercher le point de vue d'experts et en tenant compte de l'expérience vécue dans d'autres territoires qui ont adopté des cadres de réglementation semblables. Le Bureau pourra aussi mener une analyse coûts-avantages des options à l'étude. Lorsque la situation le permet, le Bureau décrira l'incidence des tendances pertinentes observées sur le marché, comme l'évolution technologique, les nouvelles chaînes d'approvisionnement, un changement dans les préférences des consommateurs et les développements dans les marchés connexes. Il est important de bien comprendre les changements survenus dans un secteur pour pouvoir évaluer si un système de réglementation donné est susceptible d'avoir des effets restrictifs sur la concurrence.

Modification de la portée ou arrêt d'une étude de marché

Après une première phase de recherche et de consultation, le Bureau pourrait décider de modifier la portée d'une étude de marché en excluant certains éléments de l'examen et en ajoutant d'autres éléments ou en concentrant ses efforts sur d'autres. Il se pourrait également que le Bureau décide, dans certaines circonstances, de ne pas poursuivre une étude de marché s'il est établi, à l'examen, que l'ampleur d'un quelconque problème relatif à la concurrence n'est pas aussi grande que ce que l'on croyait initialement, si une mesure prise par un organisme de réglementation, un décideur ou un autre intervenant réduit la nécessité de réaliser l'étude en question[Note de bas de page 18], si le Bureau n'a pas été en mesure de recueillir suffisamment d'information pour

évaluer pleinement la dynamique concurrentielle du secteur, ou si le Bureau décide d'opter pour une autre approche, y compris de possibles mesures d'application de la loi. Dans une telle situation, le Bureau pourrait mettre à jour l'avis d'étude de marché pour indiquer tout changement survenu[Note de bas de page 19].

Consultations préalables à la publication

Avant de produire le rapport final, le Bureau mènera des consultations préalables à la publication pour valider et affiner les conclusions tirées de l'étude de marché, l'analyse et les possibles options et solutions de rechange en matière de politiques. Le Bureau tentera dans la mesure du possible de consulter des intervenants clés afin de connaître leur point de vue sur l'exactitude du rapport et les conclusions de l'étude ainsi que sur le caractère raisonnable et efficace de toute proposition de recommandation. C'est à cette étape que le Bureau entamera aussi des discussions avec des intervenants pour s'assurer qu'aucun renseignement confidentiel ou commercialement sensible n'est divulgué. Lorsque la situation le permet, le Bureau publiera une version provisoire du rapport d'étude de marché pour obtenir des commentaires du public dans le cadre des consultations préalables à la publication, et il fera de son mieux pour que les intervenants aient assez de temps pour examiner et commenter le rapport provisoire[Note de bas de page 20].

Rapport d'étude de marché et recommandations

À la suite des consultations préalables à la publication, le Bureau publie habituellement un rapport d'étude de marché définitif sur son site Web. Les rapports d'étude de marché ciblent des groupes d'intervenants diversifiés, y compris des organismes de réglementation et des décideurs, des organismes gouvernementaux, le milieu juridique, le monde des affaires, les groupes de consommateurs et le grand public.

Le Bureau fera de son mieux pour publier le rapport d'étude de marché dans les 12 à 18 mois suivant la publication d'un avis d'étude de marché. Toutefois, la complexité de l'étude de marché ainsi que la portée des activités de relations externes réalisées avant de terminer le rapport peuvent avoir une incidence sur les échéances. La publication d'une étude de marché s'accompagne habituellement de la diffusion d'un communiqué de presse et d'une stratégie d'information dont l'objectif est de faire connaître le travail et les conclusions du Bureau.

En plus d'offrir des réponses aux questions clés énoncées dans l'avis d'étude de marché, le rapport d'étude de marché contient habituellement un aperçu du secteur examiné, une description de l'ensemble des lois, des politiques ou des règlements qui sont pertinents et qui régissent le secteur, les méthodes de recherche utilisées tout au long de l'étude de marché, une évaluation de tout problème relatif à la concurrence qui a été relevé ainsi qu'une liste de recommandations.

Le rapport d'étude de marché établit habituellement si des aspects de la structure du secteur, si des lois, des règlements et des politiques en vigueur ou proposés ou si d'autres facteurs nuisent à la concurrence, puis il formule des recommandations pour s'attaquer aux préoccupations soulevées relativement à la concurrence. Le Bureau reconnaît que certains intervenants, y compris les organismes de réglementation et les décideurs, possèdent un savoir-faire dans le domaine et doivent accomplir des mandats très précis. Lorsqu'il formule des recommandations à l'intention de ces parties, le Bureau, à titre d'expert de la concurrence, doit définir des solutions de rechange raisonnables et efficaces qui permettent d'élargir la portée des forces concurrentielles du marché en laissant quand même les organismes de réglementation et les décideurs atteindre leurs propres

objectifs sachant qu'il faudra possiblement trouver un juste milieu entre les objectifs en matière de concurrence et les autres aspects des politiques publiques.

Suivi et évaluation de l'étude de marché

Après la publication d'un rapport sur une étude de marché, il se peut que le Bureau surveille les mesures prises par les décideurs, les organismes de réglementation et les intervenants afin de déterminer si les modifications apportées concordent avec ses recommandations et de préciser les incidences que ces modifications semblent avoir sur le secteur. Dans les cas où les cadres réglementaires font l'objet d'une révision active, il est possible d'observer des changements assez rapidement. Dans d'autres cas, le Bureau peut devoir observer un secteur pendant plusieurs années afin de mesurer l'incidence de ses efforts, surtout lorsque les recommandations du Bureau sont destinées à plusieurs décideurs différents (p. ex. lorsqu'un secteur est assujetti à une réglementation provinciale). Dans certains cas, le Bureau peut publier une évaluation de suivi pour faire rapport sur les modifications apportées et cerner les points qui semblent encore présenter des problèmes du point de vue de la concurrence[Note de bas de page 21].

L'évaluation des études de marché aide le Bureau à mesurer l'incidence de son propre travail. Cela pourrait être pris en compte dans la sélection de futures initiatives de promotion ou d'autres activités du Bureau.

Si un rapport d'étude de marché contient des recommandations relatives à une modification à un règlement ou à une politique, le Bureau se tiendra disponible pour travailler en collaboration avec les organismes de réglementation et les décideurs afin de répondre à toute autre question que ces derniers pourraient avoir et donner des directives sur la mise en œuvre de ses recommandations. Par ailleurs, un rapport d'étude de marché peut servir à étayer la position prise par le Bureau lorsqu'il présente par la suite ses observations aux intervenants, y compris pour la présentation d'observations devant des conseils, des commissions ou des tribunaux fédéraux ou provinciaux, conformément aux articles 125 et 126 de la Loi.

Conclusion

Les études de marché peuvent générer un éventail de résultats renforçant la concurrence et s'avérer utiles pour différents groupes d'intervenants. À l'avenir, le Bureau continuera d'utiliser les études de marché pour stimuler l'adaptabilité et l'efficience de l'économie canadienne, de même que pour assurer aux consommateurs des prix compétitifs et un choix dans les produits.

Conformément à ce qui est indiqué dans le Bulletin, le Bureau applique une méthode générale qui sert à orienter la réalisation de ses études de marché, mais qui est quand même flexible et adaptable sur différents points en fonction des besoins relevés dans une situation donnée, notamment en ce qui concerne la nature et la portée des questions à l'étude, la disponibilité de l'information et la volonté des intervenants de collaborer.

S'inspirant de ses propres expériences, des commentaires des intervenants et des pratiques exemplaires relevées à l'échelle internationale, le Bureau continuera de préciser et de clarifier son approche à l'égard des études de marché au besoin.

Annexe A : Études de marché du bureau[Note de bas de page 22]

Technologies financières (2017)

En mai 2016, le Bureau a lancé une étude de marché dans le secteur des technologies financières. L'étude s'est concentrée sur trois grandes catégories de services : paiements de détail et système de paiements de détail; prêt et financement participatif en capital; courtage et conseils d'investissement. L'étude avait pour but de découvrir pourquoi le Canada accuse un certain retard par rapport à ses pairs à l'échelle internationale lorsqu'il est question de l'adoption de solutions technologiques novatrices.

Les résultats de cette étude ont été publiés en décembre 2017 et sont fondés sur un examen approfondi des produits ou des services appartenant à ces catégories, y compris un examen de l'information accessible publiquement de même que des présentations faites par des entreprises de technologies financières en démarrage, des institutions financières établies, des experts de l'industrie, des organismes de réglementation et des associations industrielles ou de consommateurs. Le Bureau a effectué plus de 130 entrevues avec des intervenants, tenu 10 séances d'information, participé à 13 événements de sensibilisation et organisé un atelier sur les technologies financières qui a rassemblé des participants du marché, des organismes de réglementation et des décideurs, ce qui a mené à la publication de l'ébauche du rapport aux fins de commentaires du public. Le Bureau a utilisé l'information recueillie pour évaluer l'incidence de l'innovation des technologies financières dans l'environnement concurrentiel, déterminer les obstacles à l'entrée et à l'expansion des technologies financières au Canada, et déterminer si des changements réglementaires peuvent être nécessaires pour favoriser davantage la concurrence et l'innovation dans le secteur des services financiers.

Les organismes de réglementation et les décideurs du secteur financier ont réalisé des progrès importants en ce qui a trait à l'adaptation de l'environnement réglementaire pour favoriser l'innovation dans le secteur des services financiers. Même si la réglementation est nécessaire pour atteindre d'importants objectifs de politiques, tels que la protection des consommateurs et la stabilité du système financier, il faut la moderniser afin de favoriser davantage la concurrence et l'innovation pour les Canadiens.

En se fondant sur les conclusions de cette étude de marché, le Bureau a rédigé 11 recommandations générales et 19 recommandations plus ciblées pour les organismes de réglementation et les décideurs du secteur financier afin de s'assurer que les changements réglementaires futurs créent des possibilités d'innovation dans cet important secteur de l'économie canadienne.

Bière (2013)

À la fin de l'année 2013, le Bureau a entrepris une étude sur les industries de la bière en Ontario et au Québec. Les provinces canadiennes ont chacune un régime différent en ce qui concerne les boissons alcoolisées, mais la plupart des autres provinces appliquent des systèmes s'apparentant de près ou empruntant à ceux de l'Ontario et du Québec pour ce qui est du niveau de contrôle réglementaire exercé sur les opérations de détail. Par ailleurs, au moment de l'étude, un certain nombre de rapports se contredisaient quant aux raisons pour lesquelles le prix de la bière variait entre l'Ontario et le Québec. L'étude avait pour but d'examiner les différences entre les industries en Ontario et au Québec et d'étudier l'effet de ces différences sur la concurrence dans chacune de ces provinces.

L'étude a suscité un vif intérêt chez les médias et le public, et le Bureau a activement contribué au débat. Pendant l'étude, le gouvernement de l'Ontario a annoncé des plans visant à établir un nouveau cadre pour la vente au détail de la bière en Ontario, qui prévoyait notamment d'étendre les ventes de bière aux épiceries. Le Bureau a estimé que les changements stratégiques proposés, qui devraient accroître la commodité du service et les choix offerts aux consommateurs, constituaient un pas dans la bonne direction pour renforcer la compétitivité du marché de la bière en Ontario. En raison de l'évolution de la situation, le Bureau a mis fin à son étude de marché.

Professions autoréglementées (2007)

En 2007, le Bureau a publié une étude sur l'atteinte de l'équilibre entre la concurrence et la réglementation dans les professions autoréglementées. L'étude s'est penchée sur cinq groupes de professionnels, soit les comptables, les avocats, les optométristes, les pharmaciens et les agents immobiliers. Comme les professions autoréglementées ont le pouvoir de mettre en place des restrictions qui ont force de loi tout en ayant peut-être des préoccupations conflictuelles entre leurs propres intérêts et ceux du public, le Bureau a choisi d'examiner leurs cadres de réglementation afin d'étudier toutes les restrictions potentiellement inutiles et anticoncurrentielles susceptibles d'être en place. En réalisant l'étude, le Bureau s'est appuyé sur un examen interne des règlements et des documents, des entrevues et des questionnaires exhaustifs avec les organismes de réglementation et les membres de la profession, les renseignements statistiques disponibles sur ces professions ainsi que des documents universitaires et des ouvrages économiques qui explorent l'incidence de certaines restrictions et structures de réglementation sur la concurrence dans les marchés professionnels.

Même si la réglementation variait considérablement entre les provinces et les professions examinées, le Bureau a cerné plusieurs points qui semblaient susciter une préoccupation générale, notamment les restrictions sur l'entrée dans la profession, les portées exagérément étroites de l'exercice, les limitations liées à la publicité, l'utilisation de guides de tarifs suggérés ainsi que les restrictions sur les structures commerciales. L'étude a été bien accueillie par les organismes de réglementation, tant dans les professions examinées que dans les autres organisations, dont plusieurs ont pris en considération les recommandations du Bureau lorsqu'ils ont été ultérieurement appelés à modifier leurs cadres de réglementation.

Professions autoréglementées — analyse réalisée après l'étude (2011)

En 2011, le Bureau a publié une évaluation postérieure à l'étude pour présenter les progrès accomplis dans la mise en œuvre des recommandations formulées en 2007. Dans le cadre de cette évaluation, le Bureau a consulté des représentants des cinq professions examinées à propos des mesures qu'ils avaient prises pour mettre les recommandations de l'étude en place, a eu de plus amples interactions avec des professionnels et d'autres intervenants, et a effectué sa propre surveillance ainsi que ses propres recherches afin d'évaluer les changements dans le marché. L'évaluation a révélé que l'étude avait réussi à sensibiliser les membres de toutes les professions à la nécessité de tenir compte de la concurrence lorsqu'ils conçoivent leurs règlements. Des progrès ont également été réalisés à l'égard de l'élimination des restrictions inutiles à la concurrence dans plusieurs secteurs visés par l'étude, en particulier les restrictions relatives à la mobilité interprovinciale. Les représentants des professions ont encore du pain sur la planche afin de trouver le juste équilibre entre la concurrence et la réglementation.

Médicaments génériques (2007)

En 2007, le Bureau a publié une étude de marché sur le secteur des médicaments génériques dans laquelle il se penchait sur l'état du marché et cernait les secteurs où des modifications du cadre du marché pourraient procurer des avantages plus importants grâce à la concurrence. Plusieurs études récentes ont révélé que les médicaments d'ordonnance génériques étaient relativement plus chers au Canada que dans d'autres pays. En réalisant l'étude, le Bureau s'est fié à des renseignements accessibles au public, à des données achetées auprès de fournisseurs tiers ainsi qu'à des renseignements fournis volontairement par les acteurs du secteur. Une version préliminaire de l'étude a été distribuée aux principaux groupes d'intérêt afin de vérifier les faits et de leur donner l'occasion d'offrir des renseignements supplémentaires au Bureau.

Le Bureau a découvert que les médicaments génériques étaient fournis au Canada à l'aide d'un cadre unique et complexe qui permettait aux pharmacies de remplacer les produits génériques figurant sur les listes de médicaments admissibles par des médicaments de marques déposées. La fabrication des médicaments génériques est devenue plus compétitive au cours des 15 dernières années, la concurrence étant vigoureuse dans l'approvisionnement de plusieurs médicaments génériques au Canada. Cela dit, la concurrence entre les fabricants de médicaments génériques visant à offrir des prix plus bas sous forme de rabais tournait souvent à l'avantage des pharmacies, au lieu de faire baisser les prix payés par les régimes d'assurance ou par les consommateurs. Le Bureau a découvert qu'un cadre de réglementation dans lequel les mesures incitatives pour approvisionner les régimes d'assurance-médicaments reflétaient plus fidèlement la dynamique sous-jacente du marché pouvait apporter des avantages importants pour les régimes d'assurance-médicaments et, en retour, pour les assureurs, les employeurs et les Canadiens.

Pour une concurrence avantageuse des médicaments génériques au Canada : Préparons l'avenir (2008)

En 2008, le Bureau a publié un rapport de suivi qui énonçait les options possibles afin que les décideurs et les régimes d'assurance-médicaments puissent profiter des avantages de la concurrence dans les secteurs des médicaments génériques. Le Bureau a donné à entendre que les régimes d'assurance-médicaments privés pourraient améliorer leur position de négociation en créant des réseaux de pharmacies privilégiés et en offrant aux patients des incitatifs pour rechercher des prix plus bas et pour faire appel aux fournisseurs privilégiés. Les régimes publics pourraient prévoir des mesures afin d'obtenir les prix réels des médicaments d'ordonnance (comme des appels d'offres concurrentiels), de rémunérer les services en pharmacie directement au lieu de passer par des rabais sur les médicaments génériques, d'éliminer les restrictions sur la concurrence entre les pharmacies et d'améliorer la coopération entre les provinces. Les travaux du Bureau, qui ont été bien accueillis par les décideurs provinciaux et d'autres intervenants, ont fait partie de la discussion sur les démarches subséquentes dans ce domaine.

Notes de bas de page

Note de bas de page 1

Loi sur la concurrence, L.R.C., 1985, ch. C-34, ainsi modifié, à l'article 7.

Note de bas de page 2

Loi sur la concurrence, supra note 1, à l'article 1.1.

Note de bas de page 3

Le Bureau dispose d'un large éventail flexible d'instruments à sa disposition pour accomplir son travail de promotion. Ces instruments entrent généralement dans trois grandes catégories : (1) conseils à l'intention des organismes de réglementation et des décideurs; (2) interventions réglementaires; (3) études de marché (qui peuvent servir à étoffer les instruments (1) et (2)). Pour en savoir plus à ce sujet, voir le Bulletin Cadre d'action pour la concurrence et la conformité.

Note de bas de page 4

Le paragraphe 7(1) est une orientation de vaste portée pour le commissaire et elle comprend la réalisation de projets, y compris des études de marché, visant à accroître l'efficacité de l'application et du contrôle d'application de la Loi. Voir également l'article 1.1 de la Loi, selon lequel l'objet de la loi est notamment « de préserver et de favoriser la concurrence au Canada dans le but de stimuler l'adaptabilité et l'efficience de l'économie canadienne » et « d'assurer aux consommateurs des prix compétitifs et un choix dans les produits ».

Note de bas de page 5

Les articles 125 et 126 de la Loi confèrent au commissaire une vaste fonction de promotion lui permettant de présenter des observations en ce qui concerne la concurrence devant des offices, des commissions, des tribunaux ou des personnes exerçant des activités de réglementation à l'échelon fédéral ou provincial; cette fonction ne se limite pas aux organismes et aux tribunaux administratifs.

Note de bas de page 6

Dans les cas où la réglementation est nécessaire, le Bureau prône un juste équilibre réglementaire entre la concurrence et les autres objectifs de politiques publiques.

Note de bas de page 7

L'Organisation de coopération et de développement économiques a reconnu la valeur des pouvoirs d'enquête officiels pour ce qui est de renforcer la capacité des organismes de concurrence d'évaluer soigneusement l'état de la concurrence dans un secteur donné.

Note de bas de page 8

Bulletin Cadre d'action pour la concurrence et la conformité.

Note de bas de page 9

Voir les Formulaires électroniques du Bureau.

Note de bas de page 10

Pour de plus amples détails, voir les pages 28-29 du Cadre d'action pour la concurrence et la conformité. Le Bureau peut également consulter des intervenants pour étayer son évaluation de ces considérations.

Note de bas de page 11

En l'absence de données ou de renseignements ou s'il a des raisons de croire que les intervenants ne coopéreront pas, le Bureau pourrait tenir compte de cet aspect au moment de décider s'il va de l'avant avec une étude de marché en particulier ou de définir la portée des enjeux qui seront inclus dans l'étude.

Note de bas de page 12

La capacité du Bureau de réaliser une analyse quantitative peut être restreinte dans les cas où il doit s'en remettre à des données fournies par des intervenants de manière volontaire. Les comparaisons de prix entre territoires se fonderont sur des renseignements adéquatement comparables.

Note de bas de page 13

Dans certaines circonstances, il pourrait s'avérer impossible pour le Bureau de publier un avis d'étude de marché. Une telle situation peut se produire lorsque le Bureau mène une étude de concert avec un autre ministère ou organisme gouvernemental ou à la demande d'un tel ministère ou organisme.

Note de bas de page 14

Dans le cadre de son étude de marché sur l'innovation axée sur les technologies dans le secteur canadien des services financiers (**les technologies financières**), le Bureau a tenu un atelier d'une journée visant à examiner les recoupements entre la concurrence, l'innovation et la réglementation dans le secteur. L'atelier portait sur les forces concurrentielles en jeu et sur les possibles obstacles à la croissance des technologies financières au Canada. Environ 130 participants du Canada et de l'étranger ont assisté à l'atelier, tandis que plus de 100 personnes ont suivi la diffusion sur le Web. À la suite de l'atelier sur les technologies financières, un rapport a été publié à ce sujet. Le rapport final de l'étude de marché intitulé L'innovation axée sur les technologies dans le secteur canadien des services financiers.

Note de bas de page 15

Bulletin d'information sur la communication de renseignements confidentiels aux termes de la Loi sur la concurrence.

Note de bas de page 16

Le Bureau peut exercer son pouvoir de faire des observations aux conseils, aux commissions et aux tribunaux fédéraux et provinciaux en s'inspirant de l'information obtenue et de l'analyse menée dans le cadre d'une étude de marché (y compris avant la publication de tout rapport), lorsque la situation entre dans les cadres de l'exception prévue au paragraphe 29(1) de la Loi.

Note de bas de page 17

Manuel pour l'évaluation de la concurrence, Version 3.0 : Vol. 1 Principes, Vol. 2 Guide et Vol. 3 Operational Manual, © 2016 OCDE; disponible à www.oecd.org. Voir aussi Le défenseur de la concurrence.

Note de bas de page 18

Par exemple, en avril 2015, le Conseil consultatif de la première ministre de l'Ontario a proposé certaines modifications à l'industrie ontarienne de la bière, notamment de permettre la vente en épicerie. Compte tenu de l'évolution de la situation, le Bureau a mis un terme à son étude de marché sur les industries de la bière au Québec et en Ontario. Voir le Rapport annuel du commissaire de la concurrence pour l'exercice se terminant le 31 mars 2015.

Note de bas de page 19

Le Bureau peut faire exception à cette règle, par exemple s'il découvre des éléments de preuve d'une ou de plusieurs infractions criminelles alléguées dans le secteur à l'étude, ou si le commissaire décide de déposer une demande ex parte en vue d'une ordonnance au titre des articles 11, 15 et 16 de la Loi ou de demander une ordonnance au titre du Code criminel.

Note de bas de page 20

Comme c'est le cas pour la publication d'un avis d'étude de marché, il se peut également que, dans certaines circonstances, le Bureau ne soit pas en mesure de publier une version provisoire (ou finale) d'un rapport, par exemple lorsque le Bureau mène une étude conjointe avec un autre ministère ou organisme gouvernemental ou que l'étude fait suite à une demande soumise par un autre ministère ou organisme gouvernemental. Le Bureau pourrait par ailleurs décider de tenir des consultations préalables à la publication de façon informelle en organisant des réunions individuelles avec des intervenants désignés pour « tester » les propositions sur le marché.

Note de bas de page 21

Par exemple, en ce qui a trait aux études de marché du Bureau portant sur les professions autoréglementées et le secteur des médicaments génériques, qui ont toutes deux été publiées en 2007, le Bureau a mené des évaluations officielles après la réalisation des études pour faire rapport sur les changements réglementaires et formuler d'autres recommandations. Voir Pour une concurrence avantageuse des médicaments génériques au Canada : Préparons l'avenir, 2008 et Les professions autoréglementées — Évaluation de l'incidence de l'étude, 2011

Note de bas de page 22

La présente annexe résume les études de marché menées par le Bureau entre 2007 et 2017.