

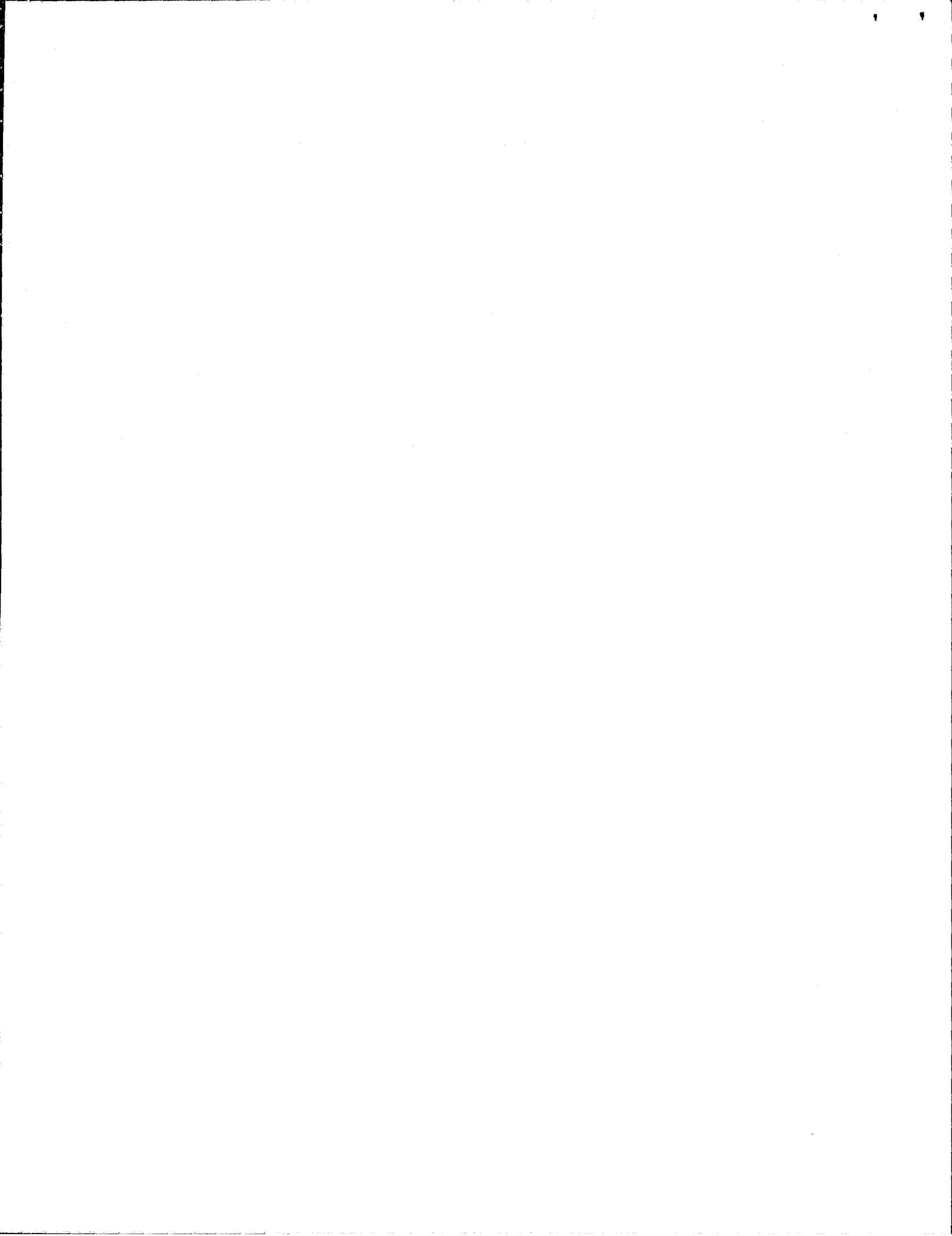
Coordonner et communiquer: un projet de réseau canadien de la consommation

*Document de discussion rédigé en vue de «Bâtir l'avenir»,
rencontre qui aura lieu en janvier 1996 avec des groupes de consommateurs afin
d'étudier les options visant à accroître l'autonomie et l'efficacité du mouvement
canadien des consommateurs*

Rédigé par :

**Kernaghan Webb, analyste principal en politique juridique
Lynda Cassels, étudiante inscrite à un programme coopératif en droit
Bureau de la consommation, Industrie Canada**

Le présent document a pour objet d'alimenter les discussions et ne représente pas nécessairement l'opinion du Bureau de la consommation, Industrie Canada, ni du gouvernement du Canada



Avant-propos

À la réunion de mars 1995 «Explorer l'avenir» avec des groupes de consommateurs, il y a eu des exposés sur trois regroupements qui permettraient d'accroître l'efficacité et l'autonomie financière du mouvement canadien des consommateurs. Les voici :

Conseils de services publics : deux exposés portaient sur le concept des «conseils de services publics» (CSP) américains et sur les possibilités d'adapter les caractéristiques des CSP au contexte canadien. Les CSP se servent d'encarts dans les envois postaux pour communiquer avec les usagers des services publics. Il s'agit de groupes de consommateurs dirigés par les membres, s'intéressant à différentes questions, qui font des démarches auprès d'organismes gouvernementaux sur des questions qui concernent plus particulièrement les consommateurs ou les usagers.

Fondation de consommation : un autre exposé était consacré au rôle possible d'une fondation canadienne de consommation (FCC), qui serait un organisme spécialisé dans la collecte et la distribution de fonds pour le mouvement des consommateurs. À l'instar de Centraide, la FCC aurait le profil et la spécialisation nécessaire pour réunir des fonds destinés aux groupes de consommateurs.

Réseau canadien de consommation : à la fin de la réunion, un représentant du Réseau canadien de l'environnement (RCE) a expliqué comment son organisme facilite les échanges entre groupes environnementaux et avec le gouvernement. Le RCE peut ainsi favoriser la création d'alliances autour de problèmes communs. La formation éventuelle d'un organisme équivalent dans le domaine de la consommation, le Réseau canadien de consommation (RCC), a été brièvement discutée.

Pour bon nombre de groupes présents à la réunion de mars 1995, c'était la première fois qu'ils entendaient parler de ces regroupements. Bien qu'un intérêt réservé ait été exprimé, on a généralement estimé qu'il fallait plus de temps pour réfléchir aux implications avant de prendre quelque mesure que ce soit.

Un important objectif de «Bâtir l'avenir», réunion de rappel qui aura lieu en janvier 1996, est de donner l'occasion aux groupes de discuter de ces regroupements et de décider des prochaines étapes, car ils ont eu la chance d'étudier les propositions chacun de leur côté. Le Bureau de la consommation a facilité le processus en examinant les dimensions rattachées à chacun des regroupements et en les présentant dans trois documents. Ces documents cherchent à traduire les observations faites par les groupes à la réunion de mars. La direction de ces initiatives revient aux groupes eux-mêmes. Ce sont eux qui sont les mieux placés pour décider si ces initiatives doivent se concrétiser et, si c'est le cas, quels sont les processus qui conviennent le mieux à leur réalisation.

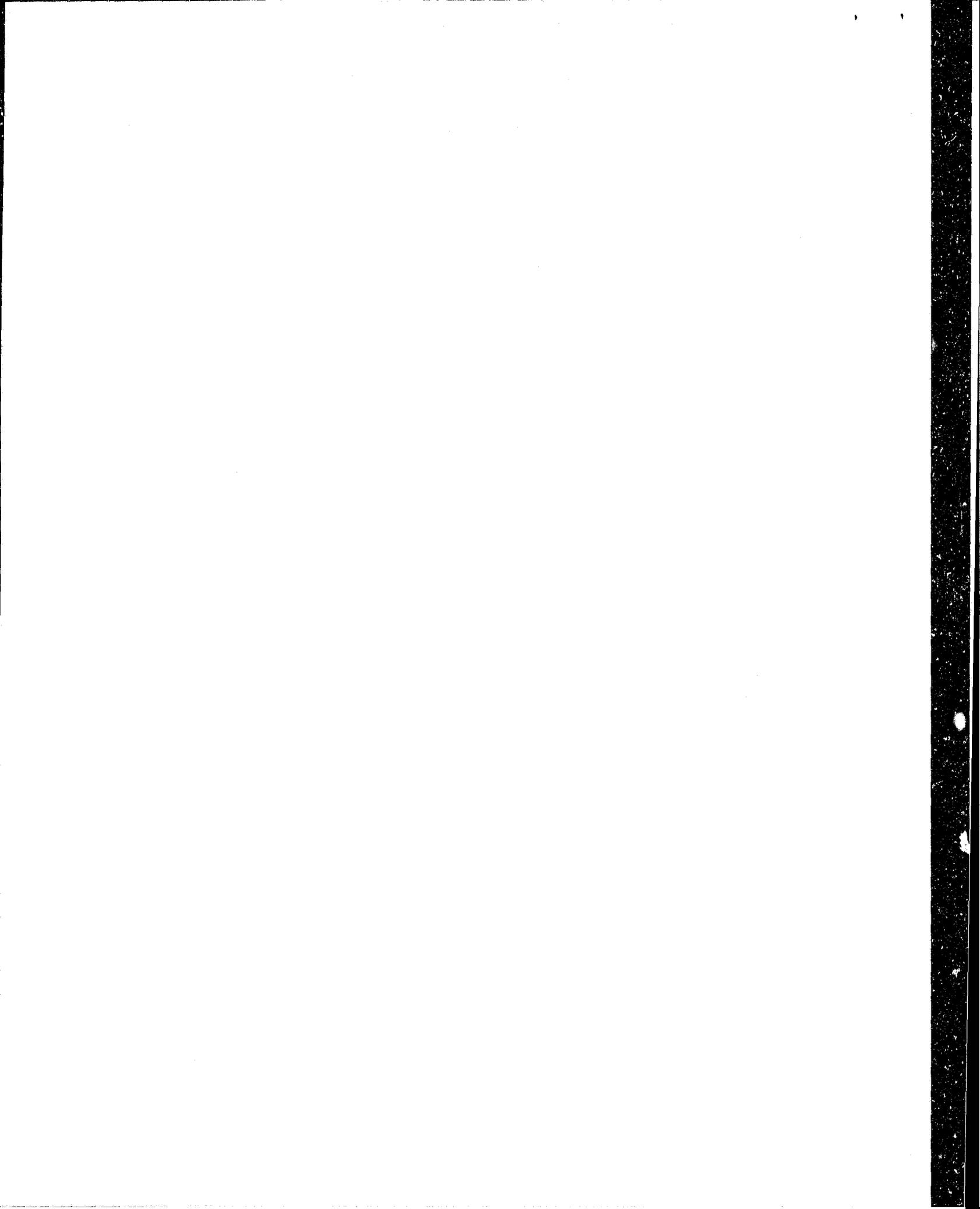
Des projets concernant les CSP-encarts, la FCC et le RCC pourraient être conçus et fonctionner de façon indépendante les uns des autres. Toutefois, il y a de grands avantages au fait

de les considérer comme un ensemble interrelié (la mise en oeuvre pourrait cependant être étalée dans le temps). Par exemple, la Fondation canadienne de consommation pourrait bénéficier d'encarts semblables à ceux utilisés par les CSP et pourrait financer des recherches entreprises pour soutenir les travaux des CSP. La FCC pourrait également être le «foyer» institutionnel du Réseau canadien de consommation, et celui-ci pourrait aider des groupes à former des coalitions afin d'être plus efficaces dans des activités de défense de type CSP.

Il existe également d'importants liens entre, d'une part, les propositions relatives aux CSP-encarts, à la FCC et au RCC, et, d'autre part, l'étude du Bureau de la consommation sur le Programme de subventions et de contributions (S et C), qui sera également discutée à la réunion de janvier 1996. Une importante conclusion qui ressort de l'étude est que les groupes pourront devenir plus autonomes sur le plan financier et plus efficaces, s'ils développent une vision plus précise de leur identité et des services qu'ils offrent et s'ils améliorent la mise en marché de leur savoir-faire, de leur information spécialisée et de leurs autres services. Le financement d'activités de défense exclusivement par ces techniques pourra toutefois s'avérer difficile. Les propositions relatives au CSP, à la FCC et au RCC pourront être particulièrement utiles à l'étude de la question.

Table des matières

Introduction	1
Partie un : Le rôle et la structure des réseaux	3
Les origines et la nécessité d'un Réseau canadien de l'environnement	3
Les fonctions et la structure du RCE	3
Le financement et la logistique du RCE	4
La possibilité d'appliquer l'expérience du RCE au projet de RCC	4
Les réseaux électroniques de consommation existants et le RCC	6
Partie deux : Les questions entourant l'établissement d'un Réseau canadien de la consommation	6
Partie trois : Les prochaines étapes	8
La voie à suivre	9
Annexe	10



Introduction

La Coalition pour un service téléphonique abordable¹ et l'Alliance pour un Canada « branché »² sont des exemples récents de groupes de consommateurs et d'autres groupes travaillant de concert pour réaliser des objectifs communs qui seraient autrement difficiles, voire impossibles, à réaliser par chacun des groupes individuellement. Les groupes de consommateurs et les autres groupes ont tout intérêt à partager l'information et à coordonner leur action; les gains ainsi réalisés comprennent notamment une plus grande efficacité dans la prestation des services et du travail de défense de leurs intérêts, une plus grande visibilité auprès du grand public et des projets et des positions mieux étayés. Cependant, il y a des obstacles qui diminuent la probabilité que les groupes travaillent ensemble. Certains obstacles sont d'ordre purement logistique, comme veiller à ce que tous les participants aient un équipement de télécommunications compatible, tandis que d'autres sont plus fondamentaux, comme la crainte d'une perte d'indépendance, de visibilité et de diversité.

Dans ce document, nous explorons la faisabilité de créer un Réseau canadien de la consommation (RCC) afin de faciliter le partage de l'information et la formation d'alliances. Comme on le conçoit ici, le RCC serait un organisme non gouvernemental, sans but lucratif, qui constituerait une tribune démocratique pour permettre aux organisations de consommateurs de diverses tailles, de diverses structures, de mandats différents et de diverses composantes de coordonner leur apport aux discussions tenues à l'échelle nationale sur les politiques en matière de consommation. Il permettrait également aux groupes de travailler ensemble plus facilement sur les stratégies et les approches afin de mieux servir les membres et les clients. La communication fait partie intégrante d'une action coordonnée et du partage de l'information et elle serait la raison d'être du RCC. Les techniques utilisées pourraient comprendre les suivantes : une réunion annuelle, des envois postaux, un bulletin et un système de communication électronique, une base de données et un répertoire des groupes de consommateurs.

Le présent document comporte trois volets :

¹ La Coalition pour un service téléphonique abordable a été créée en 1994 en réponse à la décision du CRTC permettant les compagnies de téléphone d'augmenter les tarifs téléphoniques locaux pour permettre la réduction des tarifs interurbains. La coalition compte des groupes de consommateurs, des organismes anti-pauvreté et d'autres organisations non-gouvernementales.

² L'Alliance pour un Canada « branché » a été créée en novembre 1995 et se concentre sur la protection des intérêts des citoyens ordinaires dans le débat politique sur l'autoroute électronique canadien. L'alliance représente plusieurs organisations et centres de recherche dont: la Fédération nationale des associations de consommateurs du Québec, le Centre pour la défense de l'intérêt public, le Syndicat des travailleurs des télécommunications et le Groupe de recherche en politique de l'information de l'Université de Toronto.

- ▶ explorer la structure et la fonction des réseaux, et tirer parti de l'expérience acquise avec le Réseau canadien de l'environnement (RCE) pour déterminer les bénéfices potentiels, les considérations relatives au fonctionnement et les désavantages;
- ▶ déterminer les aspects dont il faut tenir compte pour évaluer si le principe du réseau pourrait s'avérer efficace pour le mouvement pour la protection des consommateurs;
- ▶ établir la prochaine étape, si l'on décidait de créer un RCC.

Le RCC pourrait fonctionner indépendamment, mais il pourrait être avantageux de traiter le RCC comme faisant partie d'un tout, relié, par exemple, aux projets de CSP (insertion d'un feuillet dans les enveloppes de facturation) et de FCC (ces deux initiatives font l'objet d'un document de discussion distinct). Le RCC devra probablement dépendre fortement des systèmes de télécommunications, comme le Réseau de recherche et d'information sur la consommation (RRIC), chapeauté par le Réseau en direct des services d'information sur la consommation (RESIC). Ces liens sont étudiés plus avant dans le présent document.

Partie un : Le rôle et la structure des réseaux

Dans le dictionnaire « Concise Oxford », un réseau se définit comme « ...une chaîne de personnes ou d'opérations interreliées... ». Bien qu'elle soit générale, cette définition saisit l'essence du concept, l'« interconnexion ». Les personnes ou les organisations peuvent être interreliées de façons très variées : par voie électronique, par le courrier, par des conférences et par l'entremise d'organismes de coordination. En effet, le recours simultané à plusieurs techniques peut être particulièrement efficace.

Il est utile, pour bien envisager la structure et les fonctions possibles du RCC, d'examiner un réseau existant, le Réseau canadien de l'environnement (RCE). Les mouvements pour la protection des consommateurs et de l'environnement ne sont pas identiques, mais nous pouvons tirer des leçons de l'expérience du RCE. Nous examinerons aussi un réseau électronique, le RRIC, dans une optique particulière, à savoir comment ce réseau peut nous aider à faire fonctionner un RCC.

Les origines et la nécessité d'un Réseau canadien de l'environnement

Le mouvement pour la protection de l'environnement au Canada se manifeste sous des formes très variées; il est constitué de plus de 2 000 groupes, dont certains ont des préoccupations locales très étroites, et d'autres ont une perspective plus vaste, voire nationale. La nature et le champ des questions environnementales sont également diverses. Une étude menée en 1977 par le Conseil consultatif canadien de l'environnement a reconnu la nécessité d'améliorer les communications entre le ministère fédéral de l'Environnement et les groupes non gouvernementaux. Parallèlement, certains des groupes nationaux ont jugé qu'il fallait que les environnementalistes soient plus compétents et que les activités entre les groupes soient mieux coordonnées afin de déterminer comment les groupes et le grand public seraient mieux en mesure de participer à l'élaboration des politiques publiques. Un comité directeur a été formé et a finalement proposé une structure nationale de réseau. Par la suite, Environnement Canada a parrainé une série de rencontres annuelles, qui ont mené, en 1982, à l'approbation d'une nouvelle structure nationale, connue sous l'appellation de Réseau canadien de l'environnement (RCE).

Les fonctions et la structure du RCE

Le RCE est une organisation non gouvernementale, sans but lucratif, qui offre une tribune à 2 000 groupes environnementaux. Le Réseau coordonne la participation à des discussions sur les politiques environnementales nationales, il distribue de la documentation à ses membres et il facilite le groupement d'organisations préoccupées par des questions particulières. Le RCE exploite une base de données qui contient de l'information sur chaque organisation environnementale, il fournit de l'information et les noms de personnes-ressources ou d'organismes

à des citoyens préoccupés par des questions environnementales, il publie un bulletin bimensuel, il compile un répertoire de tous les groupes environnementaux au Canada et il assemble des groupes souhaitant se pencher sur des questions environnementales particulières.

En plus de réunir des groupes environnementaux, le RCE assure la liaison entre les groupes environnementaux et les groupes gouvernementaux. Le RCE aide à transmettre au gouvernement fédéral les opinions, les priorités et les positions des groupes membres. Chaque année, le RCE tient une réunion annuelle au cours de laquelle les groupes membres communiquent directement avec le ministre de l'Environnement.

Bien que le RCE demeure neutre au sujet des questions environnementales, il joue un rôle important dans le mouvement pour la protection de l'environnement en servant de centre d'échange d'information et en aidant les groupes à mieux se renseigner avant de prendre position. À la longue, le RCE a été complété par la création de réseaux régionaux de l'environnement, qui ont les mêmes fonctions, mais qui visent la participation aux décisions relatives aux politiques provinciales.

Le financement et la logistique du RCE

Le RCE est financé principalement par Environnement Canada; il reçoit une aide financière additionnelle de l'Agence canadienne de développement international et d'autres agences gouvernementales. Le RCE a reçu des contrats d'Environnement Canada afin de faciliter certaines consultations, par exemple au sujet de propositions législatives. Les groupes individuels paient également des droits minimes pour adhérer au RCE. Récemment, le RCE a commencé à faire la promotion de la vente de certains de ses services, notamment son répertoire de groupes environnementaux au Canada et les recherches dans sa base de données. Le réseau a actuellement un personnel de base de six personnes à Ottawa; il compte ainsi onze coordonnateurs régionaux. Pour faciliter la communication, une conférence privée sera tenue entre les membres du personnel sur le réseau Web de communication par ordinateur.

La possibilité d'appliquer l'expérience du RCE au projet de RCC

Cette description sommaire de l'expérience du RCE met en évidence un certain nombre de caractéristiques qui pourraient s'appliquer à toute initiative visant à créer un Réseau canadien de la consommation. Mentionnons les éléments suivants :

- la création du réseau résulte de la reconnaissance par les groupes et le gouvernement de la nécessité d'améliorer la communication entre les deux parties et du besoin de coordination entre les groupes, tout en respectant la diversité des membres;

- le réseau lui-même est une organisation non gouvernementale, sans but lucratif, qui demeure neutre;
- le réseau fonctionne d'abord et avant tout comme outil de communication et de coordination pour les groupes membres;
- il facilite l'action concertée relativement à différentes questions;
- il offre aux groupes un service de référence centralisé;
- il facilite les consultations entre le gouvernement et les groupes, communiquant les diverses perspectives et les diverses positions de ses membres;
- il a recours aux techniques électroniques de communication pour améliorer la communication et le partage de l'information entre les membres.

On peut vraisemblablement émettre, sans crainte de se tromper, l'hypothèse que le gouvernement fédéral et les groupes de consommateurs reconnaissent la nécessité d'améliorer la communication. L'existence des deux alliances, à savoir la Coalition pour un service téléphonique abordable et l'Alliance pour un Canada « branché », fournit quelque indication de la reconnaissance, au sein du mouvement pour la protection des consommateurs, de l'utilité d'une action coordonnée entre les groupes de consommateurs et les autres groupes. Il ressort d'entretiens avec certaines personnes très actives dans la Coalition pour un service téléphonique abordable que l'élaboration et la coordination d'alliances est une tâche lourde pour les groupes, qui se rajoute à leurs autres fonctions. Un organisme centralisé qui se consacrerait à la tâche de faciliter les alliances pourrait réduire ce fardeau.

On peut soutenir que les fonctions et les caractéristiques du RCE que nous venons de résumer pourraient utilement être reproduites par un RCC, agissant au nom de ses groupes membres. Il existe cependant des distinctions importantes entre le RCE et tout projet de RCC. En premier lieu, le mouvement pour la protection des consommateurs a beaucoup moins d'envergure que le mouvement pour la protection de l'environnement, tant au point de vue de son image que de ses ressources. À certains égards, les petits nombres peuvent donner à penser qu'un organisme centralisé de coordination et de communication n'est pas nécessaire. Toutefois, si la Coalition pour un service téléphonique abordable peut servir d'indication, le nombre des groupes dont les mandats sont axés sur la consommation³ varie entre 50 et 100, ce qui est suffisant pour conclure qu'un réseau aurait des avantages réels. Les coûts de la coordination d'un tel nombre de groupes peuvent être considérables, bien que, de toute évidence, ils n'atteignent pas l'ampleur des coûts supportés par le RCE. Des effectifs modestes (p. ex. un employé à plein temps et un employé à

³ En plus des groupes qui se penchent exclusivement sur les questions de consommation, d'autres organisations qui s'intéressent aux questions de consommation (p. ex. groupes étudiants et groupes de personnes âgées) peuvent être intéressées à se joindre.

temps partiel) seraient entièrement occupés par la coordination de 50 à 100 groupes ayant des mandats axés sur la consommation.

Une seconde différence, et elle est connexe, a trait au financement. Dans le climat de compressions budgétaires dans lequel nous vivons, le Bureau de la consommation ne peut tout simplement pas offrir aux groupes de consommateurs l'appui financier qu'accorde Environnement Canada au RCE pour ses activités. Des capitaux d'amorçage ainsi que le financement partiel des projets pourraient provenir du programme de subventions et de contributions du Bureau de la consommation, mais d'autres sources de fonds d'exploitation devraient être examinées en détail.

Les restrictions en matière de financement ne doivent cependant pas empêcher la création d'un RCC. Un réseau de la consommation serait beaucoup plus petit qu'un réseau de l'environnement, et les tâches logistiques et administratives du RCC pourraient être exécutées par l'entremise des bureaux de l'éventuelle Fondation canadienne de la consommation. Si le concept de FCC n'est pas retenu, les fonctions de coordination pourraient être prises en charge, par rotation, par les bureaux des groupes de consommateurs existants. En fait, au début, le RCE fonctionnait de cette façon.

Les réseaux électroniques de consommation existants et le RCC

Le Réseau en direct des services d'information sur la consommation (RESIC), avec son Réseau de recherche et d'information sur la consommation (RRIC), est un réseau de communication électronique qui est très prometteur pour les groupes de consommateurs et d'autres groupes (voir l'Annexe pour plus de détails). Ce réseau électronique peut servir à faciliter le partage d'information et de stratégies, de même qu'à élaborer et à diffuser des idées, des projets et des services.

La capacité du RCC à communiquer avec ses membres et à contribuer à la construction d'alliances pourrait être décuplée par l'utilisation du RESIC et du RRIC. Le RCC fournirait le soutien administratif et institutionnel nécessaire pour encourager l'intercommunication, tandis que le RRIC et le RESIC feraient partie des moyens, des outils d'une valeur inestimable qui pourraient servir à exécuter les fonctions de communication, de coordination et de construction d'alliances du réseau. Il pourrait aussi y avoir chevauchement des membres entre le RESIC, le RCC et peut-être la FCC, ce qui donnerait lieu à des possibilités d'amélioration de l'efficacité au niveau de la gestion et au niveau de l'administration.

Le RCC pourrait tirer profit du Réseau d'éducation et d'information des consommateurs canadiens (REICC). Le REICC compte environ une cinquantaine de gens qui s'intéressent aux questions d'information et d'éducation en matière de consommation et qui proviennent des domaines académique, d'affaires et gouvernemental ainsi que des groupes de consommateurs. Le groupe développe présentement sa page principale sur internet et est relié au RRIC et au super serveur d'Industrie Canada

Partie deux : Les questions entourant l'établissement d'un Réseau canadien de la consommation

- *La création du RCC aurait-elle des effets négatifs sur l'indépendance, l'efficacité et l'image des groupes de consommateurs existants?*

De conception semblable à la Coalition pour un service téléphonique abordable et à l'Alliance pour un Canada « branché », le RCC vise à améliorer l'impact et l'efficacité des groupes existants en facilitant les alliances lorsque des positions et des intérêts communs sont en jeu, tout en respectant la diversité et l'indépendance des groupes existants. Dans un sens, le RCC favorise la création de groupes de consommateurs nationaux « virtuels » et temporaires, qui ont une grande visibilité, mais sont démantelés lorsqu'un événement est passé ou qu'un but a été atteint. Le RCC demeurerait neutre; il n'entrerait donc pas en conflit avec les positions prises par les groupes. De plus, l'adhésion au RCC, de même que la participation à toute alliance, se feraient sur une base entièrement volontaire.

- *Compte tenu des progrès réalisés dans la technologie de la communication, l'idée selon laquelle un bureau se chargerait des fonctions de communication et de coordination est-elle périmée?*

Les réseaux de communication électronique peuvent jouer un rôle important lorsqu'il s'agit de faciliter l'échange d'information, d'idées et d'expertise et de fournir des produits et des services. Un RCC se fierait largement à l'existence de tels outils de communication. Toutefois, la tâche qui consiste à organiser, à coordonner et à réunir divers groupes, et à communiquer leurs positions au gouvernement et au grand public ne peut être réalisée sans les efforts d'une ou de plusieurs personnes. Cette tâche pourrait être remplie par des groupes de consommateurs; en fait, elle l'est déjà, mais au détriment de leurs propres activités.

- *Quels sont les frais afférents à la création et à l'exploitation du RCC?*

Sous sa forme la plus modeste, le RCC serait constitué d'une personne ou de quelques personnes qui serviraient d'agents de communication entre le gouvernement et les groupes de consommateurs et entre les différents groupes de consommateurs. Cette fonction pourrait être exécutée à l'intérieur d'un groupe de consommateurs existant, par rotation, et suppose le salaire d'un membre du personnel, plus les coûts associés aux activités de communication (p. ex. le téléphone, l'ordinateur, les frais d'interurbain, les coûts d'impression de bulletins). Si le RCC devait disposer de son propre bureau, il faudrait naturellement tenir compte des coûts additionnels associés à la location des locaux, à l'ameublement, à l'électricité, etc.

- *Qui supporterait ces coûts?*

Une source possible de financement d'une telle initiative serait la Fondation canadienne de la consommation (FCC). Comme il en a été question dans le document d'analyse portant sur la FCC, les fonds de cette organisation proviendraient de dons de particuliers, du secteur privé et de l'État, de même que des amendes infligées par les tribunaux et des dommages-intérêts accordés par les tribunaux. Le bureau de la FCC pourrait également loger le bureau du RCC et, ainsi, réduire les coûts au maximum. On ne dispose cependant d'aucune garantie selon laquelle le projet de FCC serait réalisé.

Une seconde source de financement serait les frais exigés pour les produits de service (comme les répertoires des organisations de consommateurs) et les droits d'adhésion, bien qu'il soit évident que les revenus tirés de ces sources seraient minimes. Les contrats conclus avec les ministères gouvernementaux pour organiser et coordonner la contribution des groupes de consommateurs relativement à certaines questions constitueraient une source de fonds plus importante. Dans certaines circonstances, des groupes du secteur privé ou des entreprises particulières pourraient également être disposés à payer le RCC pour coordonner la présentation du point de vue des consommateurs sur des décisions d'affaires.

- *Les avantages tirés de l'existence du RCC en compensent-ils les coûts encourus?*

Les gains d'efficacité, la plus grande visibilité et l'influence peut-être plus marquée qui découleraient de la création du RCC doivent être pesés par rapport aux coûts de ressources humaines, d'équipement et de communications nécessaires pour créer et faire fonctionner ce réseau. Les groupes de consommateurs seraient les mieux placés pour déterminer si les avantages méritent le prix à payer.

Partie trois : Les prochaines étapes

Si on décidait qu'il conviendrait d'étudier la faisabilité de la création du RCC, les organisations de consommateurs feraient bien de former un groupe de travail pour se pencher sur un certain nombre de questions :

- s'il existe un besoin pour un RCC;
- quel devrait être le mandat d'un tel réseau;
- comment devrait-il être organisé et structuré;
- qui serait admissible (p. ex. des groupes sans but lucratif ayant un mandat en matière de consommation ou tous les groupes sans but lucratif qui s'intéressent à

certaines questions en matière de consommation (p. ex. groupes de personnes âgées);

- quelles seraient les sources de financement d'un tel réseau.

Le Bureau de la consommation pourrait être en mesure de faciliter la formation d'un tel groupe de travail par l'entremise de son programme de contributions et de subventions. Le rôle prépondérant serait cependant tenu par les groupes de consommateurs.

La voie à suivre

La tâche qui consiste à assurer la coordination et la communication entre les groupes de consommateurs et entre les groupes de consommateurs et le gouvernement nécessite beaucoup de temps et de ressources précieuses. Pourtant, si une telle initiative ne se réalisait pas, les pertes d'efficacité, de visibilité et d'efficacité que subiraient les groupes de consommateurs seraient importantes. À long terme, les types d'activités d'« interconnexion » effectuées par le RCC projeté seraient un investissement avisé et pourraient même s'autofinancer.

Bien que le RCC puisse fonctionner de façon indépendante, il serait particulièrement efficace s'il était mis en place conjointement avec d'autres initiatives, comme les Comités sur les services publics et le projet de Fondation canadienne de la consommation. D'une façon ou d'une autre, le RCC, du fait qu'il facilite les alliances et l'échange d'information, pourrait jouer un rôle important en rapprochant de l'autosuffisance financière le mouvement pour la protection des consommateurs.

Annexe

Réseau en direct des services d'information sur la consommation (RESIC)

Le projet global se compose de deux volets, chacun ayant pour but d'accroître la connaissance des consommateurs et les incidences sur le marché. En combinaison, les deux volets du RESIC devraient exercer une influence positive sur l'intégrité du marché, augmentant ainsi la confiance des consommateurs et raffermissant l'économie.

Le premier volet, **INFORMATION SUR LES CONSOMMATEURS ET LE MARCHÉ (ICM)**, est une base de données et une tribune d'échange de renseignements sur le marché de la consommation. Elle est conçue pour recueillir, classer par catégorie et fournir, par l'entremise d'un guichet unique, de l'information de diverses sources susceptible d'intéresser les consommateurs et les participants au marché qui profitent des dépenses de consommation. Ce type de réseau a notamment les avantages suivants :

- 1) sensibiliser davantage les consommateurs à des questions pertinentes par le moyen d'information qui leur fait connaître leurs droits et responsabilités et le cadre de réglementation favorisant la protection des consommateurs.
- 2) fournir des renseignements stratégiques sur la consommation aux fournisseurs du marché, qui complèteraient l'information stratégique existante et future offerte actuellement et à l'avenir à la communauté des gens d'affaires.

Le deuxième volet, le **RÉSEAU DE RECHERCHE ET D'INFORMATION SUR LA CONSOMMATION (RRIC)** va donner aux personnes qui oeuvrent dans le domaine de la protection des consommateurs l'occasion d'interagir les uns avec les autres dans une communauté virtuelle qui offre des services de babillard et de courrier électronique, plus des possibilités de conférence électronique. À court terme, le RRIC espère rendre les défenseurs des intérêts des consommateurs plus conscients de leur présence sur le marché et de leurs expériences collectives. À long terme, le RRIC espère promouvoir une meilleure compréhension du point de vue des consommateurs chez tous les membres actifs dans le domaine de la consommation. Par l'interaction virtuelle, le RRIC vise à valoriser les efforts des personnes actives dans la défense des intérêts des consommateurs, ce qui donnera lieu à des consommateurs plus avertis, à une meilleure protection des consommateurs par l'entremise de propositions plus judicieuses de réglementation et à une influence plus suivie des consommateurs dans des domaines critiques où leur voix doit se faire entendre.