



Gouvernement
du Canada

Government
of Canada

PUBLICITÉ
TROMPEUSE ET
pratiques
commerciales
déloyales

<http://concurrente-ik.gc.ca>

Canada



BUREAU DE LA
CONCURRENCE

Qu'est-ce que la Loi sur la concurrence?

La *Loi sur la concurrence* (la Loi) est une loi fédérale qui régit les affaires au Canada et dont l'application relève du Bureau de la concurrence (le Bureau). Elle vise à promouvoir la concurrence commerciale en mettant fin aux agissements anticoncurrentiels. La plupart des entreprises du Canada, quelle que soit leur taille, y sont soumises.

Le commissaire de la concurrence (le commissaire) est le chef du Bureau, qui fait partie d'Industrie Canada. Il est chargé de l'application et de l'administration de la Loi ainsi que des trois lois régissant l'exactitude et la précision des renseignements fournis aux consommateurs, soit :

- la *Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation*;
- la *Loi sur l'étiquetage des textiles*;
- la *Loi sur le poinçonnage des métaux précieux*.

Qu'est-ce que la publicité trompeuse?

Il y a publicité trompeuse lorsque, en faisant la promotion d'un produit ou d'un intérêt commercial, on donne au public une fausse indication ou une indication trompeuse sur un point important du produit. Par point important, on veut dire que la déclaration peut inciter le consommateur à se procurer le produit ou service annoncé. Pour déterminer si l'annonce est trompeuse, les tribunaux tiennent compte de « l'impression générale » qui s'en dégage ainsi que de son sens littéral.

La publicité trompeuse peut avoir de graves conséquences sur le plan économique, en particulier quand elle s'adresse à un large public ou quand elle est diffusée longtemps. Elle peut nuire tant aux entreprises concurrentes qui font une publicité honnête qu'aux consommateurs.

Quelles sont les peines encourues?

La *Loi sur la concurrence* s'applique à toutes les affirmations faites au public afin de promouvoir un produit ou des intérêts commerciaux. Dans les cas où

un individu fait au public, de quelque manière que ce soit, une affirmation qui est trompeuse sur un point important, l'affaire peut être considérée comme une infraction criminelle. Une personne trouvée coupable par procédure sommaire est passible d'une amende maximale de 200 000 \$ ou d'un emprisonnement maximal d'un an ou des deux. Si l'individu est déclaré coupable par mise en accusation, il est passible d'une amende à la discrétion du tribunal ou d'un emprisonnement maximal de cinq ans ou des deux.

Lorsqu'il n'y a aucune preuve que l'allégation trompeuse a été faite sciemment, le Bureau peut demander au Tribunal de la concurrence, ou à tout autre tribunal, une ordonnance obligeant la personne à cesser son activité, à publier un rectificatif ou à payer une amende. La première fois, les individus sont passibles d'une amende maximale de 50 000 \$ et les sociétés sont passibles d'une amende maximale de 100 000 \$. Ces sommes peuvent doubler la deuxième fois et les fois subséquentes.

Les enquêtes du Bureau sont privées et le Bureau s'assure que l'identité de la source ainsi que les renseignements fournis restent confidentiels. Toutefois, les personnes qui possèdent des éléments de preuve importants au sujet d'une infraction à la Loi peuvent être appelées à témoigner.

Les points suivants, intitulés « Quoi faire et ne pas faire en matière de publicité », aideront les entreprises à se conformer à la Loi.

Quoi faire et ne pas faire en matière de publicité

- Évitez les avertissements en petits caractères. Ils réussissent rarement à modifier l'impression générale que donne une annonce. Si vous vous en servez, assurez-vous que l'impression générale donnée par l'annonce et l'avertissement n'est pas trompeuse.
- Incluez clairement tous les renseignements importants dans l'annonce.
- Dans une annonce, évitez d'utiliser des mots ou des expressions qui ne seraient pas clairs pour le consommateur moyen.

- Si plus d'un prix figure sur un produit, facturez le prix le plus bas.
- Assurez-vous d'avoir en inventaire une quantité raisonnable du produit à rabais annoncé.
- Quand vous organisez un concours, faites connaître tous les renseignements importants requis par la Loi avant que des candidats ne s'engagent.
- Faites en sorte que vos vendeurs sachent quoi faire et ne pas faire en matière de publicité, car l'annonceur peut être tenu responsable des renseignements donnés par ses employés.
- Tirez parti du programme d'avis consultatifs du commissaire. Pour de plus amples renseignements, communiquez avec le Centre des renseignements.
- Ne confondez pas le « prix suggéré par le fabricant » et le « prix habituel », car il s'agit *rarement* du même prix.
- N'utilisez pas l'expression « prix habituel » dans une annonce à moins qu'il ne s'agisse vraiment du prix auquel le produit est habituellement vendu et qu'il le sera encore un bon moment, ou encore qu'une quantité importante de ce produit a été vendue à ce prix.
- N'utilisez pas les termes « rabais » ou « solde » à moins qu'il n'y ait effectivement une réduction sensible du prix.
- Ne faites pas une « vente à rabais » qui dure longtemps ou qui se répète chaque semaine.
- N'augmentez pas le prix d'un produit ou d'un service pour camoufler le coût d'un autre produit ou service offert gratuitement.
- N'utilisez pas d'illustrations qui diffèrent du produit vendu.
- Ne vantez pas un produit à moins de pouvoir prouver ses mérites, même si vous y croyez. En général, les témoignages *ne sont pas* une preuve suffisante.

- Ne vendez pas un produit à un prix plus élevé que celui qui est annoncé.
- Ne retardez pas indûment la remise des prix quand vous organisez un concours.
- N'oubliez pas : un tribunal peut juger qu'une annonce est trompeuse même si personne n'a effectivement été trompé.

Le Bureau de la concurrence produit des vidéos et des publications sur divers aspects de la Loi sur la concurrence, de la Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation, de la Loi sur l'étiquetage des textiles et de la Loi sur le poinçonnage des métaux précieux. Pour en savoir davantage sur ces produits, veuillez vous adresser au Centre des renseignements dont les coordonnées suivent.

Centre des renseignements
Bureau de la concurrence
Industrie Canada
50, rue Victoria
Hull (Québec) K1A 0C9

Numéro sans frais 1 800 348-5358
Région de la capitale nationale (819) 997-4282
ATS (pour les malentendants) 1 800 642-3844

Télécopieur (819) 997-0324

Courriel burconcurrence@lc.gc.ca
Site Web <http://concurrence.lc.gc.ca>

Ce dépliant est un guide résumant le rôle du Bureau de la concurrence et les dispositions de la Loi sur la concurrence. Pour en savoir davantage, veuillez consulter le texte intégral de la Loi ou vous adresser au Bureau de la concurrence, dont les coordonnées figurent ci-dessus.