

*Indications
trompeuses
et pratiques
commerciales
déloyales*

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

Canada



BUREAU DE LA
CONCURRENCE

Qu'est-ce que le Bureau de la concurrence?

Le Bureau de la concurrence (le Bureau) fait partie d'Industrie Canada et est dirigé par le commissaire de la concurrence. Le commissaire est chargé de l'application et de l'administration de la *Loi sur la concurrence* 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* et la *Loi sur le poinçonnage des métaux précieux*.

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

La *Loi sur la concurrence* est une loi fédérale qui régit les affaires au Canada. Elle vise à promouvoir la concurrence sur le marché en mettant fin aux agissements anticoncurrentiels. La plupart des entreprises du Canada, quelle que soit leur taille, sont soumises aux dispositions de la Loi relatives au droit civil ou criminel.

Dispositions de la Loi sur la concurrence sur les indications trompeuses et les pratiques commerciales déloyales

La *Loi sur la concurrence* contient des dispositions interdisant les indications fausses ou trompeuses et les pratiques commerciales déloyales dans le but de promouvoir la fourniture ou l'utilisation d'un produit ou tout intérêt commercial. Toutes les indications, de quelque forme que ce soit, qui sont fausses ou trompeuses de façon importante sont interdites. L'indication est fautive ou trompeuse de façon importante si elle peut influencer le consommateur à acheter le produit ou le service annoncé. Pour déterminer si l'indication est fautive ou trompeuse, les tribunaux tiennent compte de « l'impression générale » qu'elle donne ainsi que de son sens littéral.

La *Loi sur la concurrence* interdit particulièrement le télémarketing trompeur et les systèmes de vente pyramidale. Elle définit aussi les responsabilités des exploitants et des participants dans des systèmes de commercialisation à paliers multiples. Les pratiques commerciales déloyales sont interdites, notamment annoncer un produit à rabais sans avoir de quantité raisonnable, vendre un produit à un prix supérieur au prix annoncé, et organiser un concours, une loterie ou un jeu de hasard ou d'habileté sans divulguer de façon juste et adéquate des faits qui ont une incidence importante sur les chances de gagner.

Les indications trompeuses et les pratiques commerciales déloyales peuvent avoir de graves conséquences sur le plan économique, en particulier quand elles s'adressent à un vaste public ou si elles sont diffusées longtemps. Elles peuvent nuire tant aux entreprises concurrentes qui font une publicité honnête qu'aux consommateurs.

Quelles sont les peines encourues?

Dans les cas où un individu fait au public, sciemment ou sans se soucier des conséquences, une indication 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 \$, d'un emprisonnement maximal d'un an, ou des deux. Si l'individu est reconnu coupable par mise en accusation, il est passible d'une amende à la discrétion du tribunal, d'un emprisonnement maximal de cinq ans, ou des deux.

Le Bureau peut aussi 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, de 100 000 \$. Ces sommes peuvent doubler la deuxième fois et les fois subséquentes.

Les enquêtes 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 sur la concurrence* peuvent être appelées à témoigner.

Quoi faire et ne pas faire en matière de publicité

Les points suivants aideront les entreprises à se conformer à la *Loi sur la concurrence*.

Quoi faire

- Évitez les avertissements en petits caractères. Ils réussissent rarement à modifier l'impression générale que donne l'annonce. Si vous vous en servez, assurez-vous que l'impression générale de l'annonce et l'avertissement ne sont pas trompeurs.
- Incluez clairement tous les renseignements importants.

- Évitez d'utiliser des mots ou des expressions obscurs 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 sur la concurrence* avant l'inscription des candidats.
- Faites en sorte que les 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.

Ne pas faire

- 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 que le produit ait longtemps été vendu à ce prix ou qu'une grande quantité ait été vendue à ce prix.
- N'utilisez pas les termes « rabais » ou « solde » à moins qu'il 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 des illustrations qui diffèrent du produit vendu.
- Ne vantez pas un produit, même si vous y croyez, à moins de pouvoir prouver ses mérites. En général, les témoignages ne sont pas une preuve suffisante.
- Ne vendez pas un produit à un prix plus élevé que celui annoncé.
- Ne retardez pas indûment la remise des prix quand vous organisez un concours.
- N'oubliez pas : un tribunal peut juger une annonce trompeuse même si personne n'a été trompé.

Avis consultatifs

Le Bureau de la concurrence facilite le respect de la loi en offrant divers types d'avis consultatifs moyennant des frais. Les dirigeants d'entreprises, les avocats ou autres sont invités à vérifier, en demandant un avis, si la pratique commerciale ou le plan qu'ils projettent sont conformes à la *Loi sur la concurrence*. Ils recevront un avis précis formulé en fonction des renseignements qu'ils auront donnés et tenant compte de la jurisprudence, des avis antérieurs et des politiques du Bureau.

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.

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@ic.gc.ca
Site Web : <http://concurrence.ic.gc.ca>

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

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