



Bureau de la concurrence
Canada

Competition Bureau
Canada

Canada

Bulletin d'information sur les études de marché

Le 20 mai 2025

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
Téléphone (sans frais au Canada) : 1-800-348-5358
ATS (pour les personnes sourdes et malentendantes) : 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.

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 du droit d'auteur de la Couronne : www.ic.gc.ca/demande-droitdauteur ou communiquer avec le Centre de services aux citoyens d'ISDE aux coordonnées ci-dessous.

Centre de services aux citoyens d'ISDE

Innovation, Sciences et Développement économique Canada
Édifce C.D.-Howe
235, rue Queen
Ottawa (Ontario) K1A 0H5
Canada

Téléphone (sans frais au Canada) : 1-800-328-6189
Téléphone (international) : 613-954-5031
ATS (pour les personnes sourdes et malentendantes) : 1-866-694-8389
Les heures de bureau sont de 8 h 30 à 17 h (heure de l'Est)
Courriel : ised-isde@ISED-ISDE.gc.ca

© Sa Majesté le Roi du chef du Canada, représenté par le ministre de l'Industrie, 2025.

N° de catalogue lu54-69/2026F-PDF
ISBN 978-0-662-39030-5

Date : 2025-05-20

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

Also available in English under the title *Market Studies Information Bulletin*

Table des matières

Introduction	4
Quelles étapes suivons-nous avant de lancer une étude de marché?	6
Comment nous identifions et sélectionnons les secteurs pertinents pour les études de marché	6
Comment nous décidons de la portée de nos études de marché	10
Comment lançons-nous des études de marché et comment décidons-nous de leur durée?	11
Commencer une étude : Publication de l'ébauche d'avis d'étude de marché	11
Échéancier des études de marché	12
Comment obtenons-nous et utilisons-nous des renseignements, y compris les renseignements confidentiels?	12
Comment nous recueillons des renseignements auprès du public et des personnes qui les fournissent volontairement	13
Comment procédons-nous pour recueillir des renseignements en vertu de l'article 11 de la <i>Loi sur la concurrence</i>	14
Comment nous analysons l'information	15
Comment nous traitons les renseignements confidentiels	16
Quels sont les résultats d'une étude de marché?	17
Comment assurons-nous le suivi et la surveillance de l'impact de notre étude de marché?	18
Conclusion	19

Introduction

Dans l'économie canadienne, la concurrence est le moteur de la croissance et de l'innovation. Un marché concurrentiel donne le pouvoir aux consommateurs et incite les entreprises à devenir plus productives, à améliorer la qualité de leurs produits et à réduire leurs prix.

Le Bureau de la concurrence (« le Bureau ») est un organisme indépendant d'application de la loi qui protège la concurrence et en fait la promotion au Canada. Il est dirigé par le commissaire de la concurrence.

Dans le cadre de notre mandat de promotion de la concurrence, les études de marché constituent un outil important, indépendant de notre mission d'application de la loi. Les études de marché ne sont pas destinées à enquêter sur des allégations spécifiques de violations de la *Loi sur la concurrence* (« la Loi »), telles que les cartels de fixation des prix, les abus de position dominante sur le marché, les fusions anticoncurrentielles ou les pratiques commerciales trompeuses. Elles consistent plutôt en un examen approfondi d'un marché ou d'un secteur d'activité afin d'identifier les problèmes de concurrence et de proposer des solutions. Elles ont pour but de comprendre la concurrence et de la renforcer dans des secteurs importants de l'économie canadienne.

La *Loi sur la concurrence* établit un cadre pour la réalisation d'études de marché et accorde au Bureau des pouvoirs de collecte de renseignements. Elle permet au commissaire de la concurrence ou au ministre de l'Innovation, des Sciences et de l'Industrie de lancer une étude de ce type et définit le cadre dans lequel elle doit être réalisée.

Ce document explique comment le Bureau mène des études de marché dans le cadre défini à l'article 10.1 de la *Loi sur la concurrence*. Il repose sur l'expérience acquise par le Bureau dans la réalisation d'études de marché antérieures, ainsi que sur les meilleures pratiques internationales. Outre les études de marché, le Bureau mène plusieurs autres activités en faveur de la concurrence, notamment la fourniture de conseils confidentiels aux autorités de réglementation, l'envoi de lettres publiques, l'élaboration de documents de recherche et les interventions réglementaires.

Ce document a pour but de fournir aux parties prenantes des conseils et des informations d'ordre général. Il ne s'applique pas strictement à la manière dont nous réalisons chaque étude de marché.

Qu'est-ce qu'une étude de marché?

Les études de marché permettent au Bureau de déterminer l'état de la concurrence dans un marché donné et d'identifier les lois, réglementations, politiques, comportements, ou autres facteurs susceptibles d'influer sur la concurrence. Une fois lancées, ces études constituent un exercice indépendant, fondé sur des données probantes et axé sur la collecte et l'analyse de renseignements. Grâce à ses études de marché, le Bureau tire des conclusions et formule souvent des recommandations fondées sur des données probantes quant à la manière d'accroître la concurrence dans un secteur donné.

Comment les études de marché orientent-elles notre travail?

Les études de marché sont un outil important pour comprendre l'état de la concurrence dans des industries spécifiques.

Elles peuvent également être utilisées pour examiner les tendances nouvelles ou émergentes susceptibles d'affecter la concurrence dans des secteurs donnés. De plus, les enseignements que nous tirons des études de marché peuvent nous aider à mesurer l'impact de nos travaux antérieurs. Enfin, elles nous aident à soutenir nos activités de promotion de la concurrence et d'application de la loi.

Lorsque nous réalisons une étude de marché, nous poursuivons deux objectifs principaux :

- Mieux comprendre l'état de la concurrence dans une industrie en particulier. Cela nous permet d'améliorer notre propre travail et de mieux expliquer au public le fonctionnement de la concurrence dans des secteurs importants de l'économie canadienne.
- Utiliser ce que nous avons appris pour recommander des changements de politique.

Les études de marché peuvent avoir plusieurs résultats :

- Premièrement, elles incitent les gouvernements, les organismes de réglementation ou les décideurs à prendre des mesures pour éliminer les obstacles inutiles à la concurrence.

- Deuxièmement, elles éclairent le travail d'application de la loi et de promotion de la concurrence du Bureau, ainsi que les délibérations plus larges sur les politiques publiques, et ce, grâce à des conclusions indépendantes fondées sur des données probantes.

Les études de marché ne nous donnent pas le pouvoir de demander des sanctions ou d'autres mesures correctives devant le Tribunal de la concurrence ou les autres tribunaux. Les sanctions ou autres ordonnances judiciaires ne sont possibles que dans le cadre de notre travail d'application de la loi visant à lutter contre les comportements portant atteinte à la concurrence.

Les études de marché ne sont pas utilisées dans le cadre d'une enquête lorsqu'une entreprise est accusée d'avoir commis un acte répréhensible. Cependant, il se peut qu'au cours d'une étude de marché, des éléments de preuve suggèrent qu'une personne ait agi en violation de la loi. Dans ce cas, nous pouvons enquêter et prendre les mesures qui s'imposent.

I. Quelles étapes suivons-nous avant de lancer une étude de marché?

Comment nous identifions et sélectionnons les secteurs pertinents pour les études de marché

Identifier les secteurs pertinents

Nous nous efforçons d'identifier les secteurs qui sont importants pour l'économie canadienne et dans lesquels nos ressources et notre expertise en matière de concurrence peuvent apporter le plus de valeur. Nos décisions sont guidées par l'intérêt public.

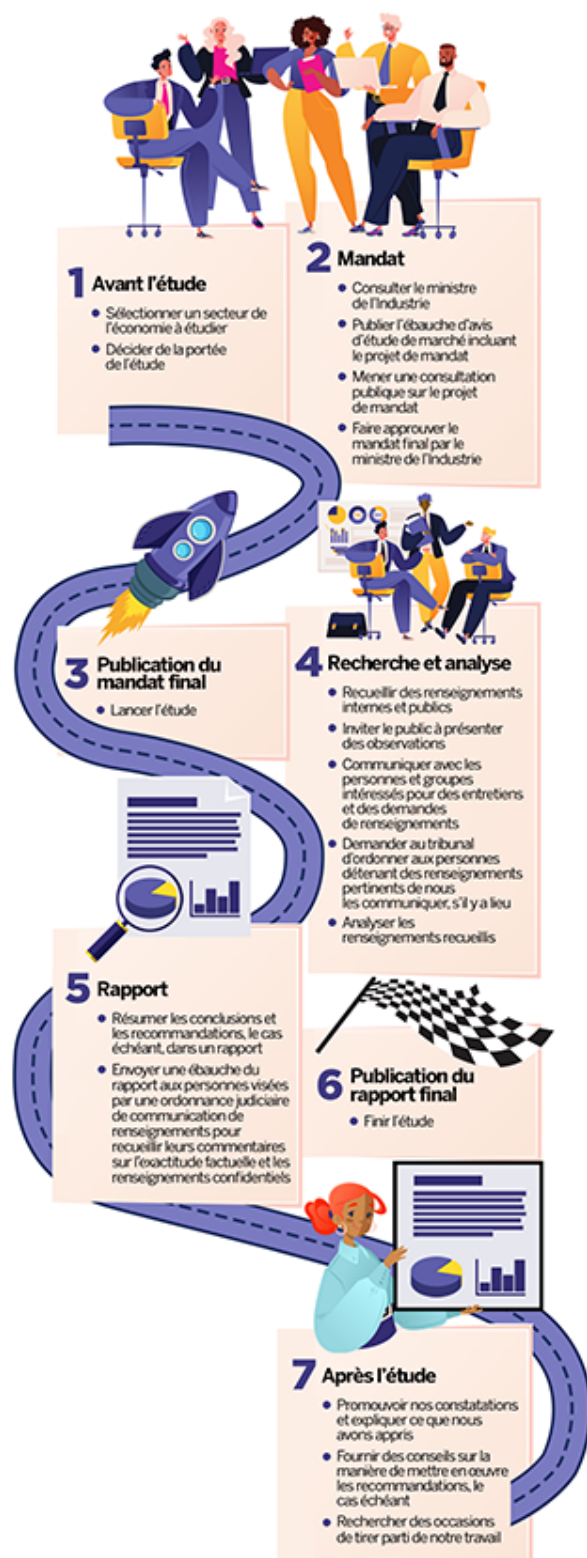
Pour identifier les secteurs importants, nous étudions une série de renseignements provenant de sources internes et externes, notamment :

- l'expérience acquise dans le cadre de nos activités d'application de la loi, de conformité ou de promotion de la concurrence
- le renseignement proactif — nous suivons de près les débats publics et les activités de nos homologues étrangers
- les commentaires que nous recevons des parties prenantes — notamment les autorités de réglementation, les milieux juridiques et d'affaires, les associations

de consommateurs, les universités, les autorités de concurrence étrangères, les organisations internationales et le public canadien

- les initiatives politiques fédérales, provinciales ou municipales, et nos analyses internes de l'impact des lois, des réglementations ou des politiques sur l'économie
- les demandes des gouvernements, des législateurs, des décideurs ou des organismes de réglementation, qu'ils soient fédéraux, provinciaux ou territoriaux — notamment le ministre de l'Industrie

Étapes d'une étude de marché



Nous invitons le public à nous faire part de ses suggestions au moyen de notre [Formulaire de suggestion — Promotion de la concurrence](#) ou du [Formulaire de plainte](#). Vous pouvez également communiquer avec notre [Centre des renseignements](#) pour parler à quelqu'un ou nous envoyer une question ou un commentaire par courrier.

Une fois que nous avons identifié un secteur ou une industrie pour une étude de marché potentielle, nous pouvons solliciter l'avis des intervenants.

À cette étape, nous effectuerons également des recherches supplémentaires pour mieux comprendre le secteur et les éventuels problèmes de concurrence. Cette recherche permettra de répondre à des questions sur ces facteurs et d'autres :

- Quelle est la taille du secteur, comment est-il structuré et quelle est son importance pour l'économie?
- Le secteur pose-t-il des problèmes liés à la puissance commerciale?
- Quels sont les lois, les règlements et les politiques qui s'y appliquent?
- Quels sont les travaux antérieurs que nous avons réalisés dans le secteur, le cas échéant?

Sélectionner un secteur

Lorsque nous sélectionnons un secteur pour une étude de marché, nous examinons s'il est dans l'intérêt public de réaliser l'étude. Plusieurs facteurs entrent en ligne de compte avant que nous ne décidions d'aller de l'avant. Voici quelques-unes des questions que nous posons :

Comportement sur le marché

- Y a-t-il des signes que le marché ne fonctionne pas aussi compétitivement qu'il le pourrait?
- Y a-t-il un comportement qui nous préoccupe, y compris quelque chose qui devrait se produire, mais qui ne se produit pas?
- Le problème convient-il bien à une étude de marché ou serait-il préférable de le traiter dans le cadre d'une autre partie de la Loi ou d'un autre texte législatif?

Avantages attendus

- Quelle est l'importance des questions de concurrence ou du secteur pour le public canadien ou pour l'économie dans son ensemble? Cela nous aide à déterminer les avantages que nous attendons de l'étude.
- Dans quelle mesure nos idées sont-elles uniques? Nous nous efforçons de sélectionner des sujets où nous pourrions apporter un point de vue unique et tirer parti de notre expertise en matière de concurrence. Nous souhaitons formuler des recommandations qui pourraient entraîner des changements significatifs au bénéfice des consommateurs et de l'économie.
- L'étude sera-t-elle utile à notre travail d'application de la loi ou de promotion de la concurrence?

Nos priorités et ressources

- Avons-nous d'autres priorités qu'il serait plus avantageux de poursuivre?
- Disposons-nous des ressources nécessaires pour mener à bien l'étude dans son intégralité et dans les délais impartis?
- Une étude de marché pourrait-elle compliquer toute éventuelle mesure d'application de la loi dans le secteur? Les enquêtes sur l'application de la loi ne sont souvent pas publiques.
- Notre étude de marché aidera-t-elle les décideurs politiques à offrir des avantages au public?

Comment nous décidons de la portée de nos études de marché

Une fois que nous avons identifié un secteur, nous devons déterminer la portée de notre étude. Notre objectif est de nous focaliser sur les problèmes les plus importants qui pourraient affecter la concurrence et les consommateurs. Nous n'étudions que les questions relevant de notre mandat au titre de la *Loi sur la concurrence*.

Pour ce faire, nous posons une série de questions sur les sujets que nous allons étudier. Nous visons également à préciser les éléments qui ne seront pas abordés dans notre étude. Enfin, nous tenons compte des commentaires que nous recevons du public. Ces facteurs nous aident à restreindre la portée de nos études de marché.

Réduire la portée et l'objet de l'étude vise également à bénéficier à nos intervenants. Cela leur donne une meilleure idée de la manière de participer à l'étude de marché.

Cette focalisation nous permet également de réaliser des rapports d'étude de marché de manière rapide et efficace.

II. Comment lançons-nous des études de marché et comment décidons-nous de leur durée?

Avant de lancer une étude de marché, le commissaire doit consulter le ministre de l'Industrie.

Le ministre peut également demander au commissaire de réaliser une étude de marché s'il estime que cela est dans l'intérêt public. Dans ce cas, le ministre doit d'abord consulter le commissaire pour déterminer si l'étude de marché serait réalisable. Le coût constitue l'un des facteurs de cette décision.

Commencer une étude : Publication de l'ébauche d'avis d'étude de marché

À la suite de la consultation initiale avec le ministre, nous publions dans une ébauche d'avis d'étude de marché le projet de mandat pour que le public puisse formuler des commentaires.

L'ébauche d'avis d'étude de marché décrit brièvement l'étude de marché envisagée. Elle répond généralement aux questions suivantes :

- Pourquoi réalisons-nous l'étude de marché?
- En quoi l'étude sert-elle l'intérêt public?
- Quel est le mandat que nous proposons? Le mandat consiste en la portée de l'étude de marché et sa durée.
- Quels sont les résultats attendus?
- Quel processus et quel échéancier suivrons-nous, y compris pour la publication d'un rapport final?
- Comment les personnes intéressées peuvent-elles participer?

Le public disposera d'au moins 15 jours pour formuler des commentaires sur le projet de mandat proposé dans l'ébauche d'avis d'étude de marché. Selon les circonstances, le Bureau peut, de façon discrétionnaire, prolonger la période de consultation publique.

Après la clôture de la période de commentaires, nous examinons les commentaires du public. Nous préparons ensuite le mandat final pour approbation par le ministre.

Échéancier des études de marché

Une fois que le ministre a approuvé le mandat final, nous le publions sur le site Web du Bureau. C'est à ce stade que commence officiellement la période d'étude de marché. Il s'agit d'un exercice indépendant, fondé sur des données probantes et axé sur la collecte et l'analyse de renseignements.

Nous devons terminer notre étude et en publier les résultats avant l'expiration de la période d'étude, spécifiée dans l'avis d'étude de marché. La *Loi sur la concurrence* permet une période initiale pouvant aller jusqu'à 18 mois. Normalement, nous nous attendons à terminer ces études pendant la période d'étude initiale, mais nous pouvons demander des prolongations si des problèmes surviennent, tels que des retards pour obtenir les renseignements nécessaires ou un changement important des conditions du marché. Pour prolonger la période initiale, nous pouvons demander au ministre d'approuver jusqu'à trois mois supplémentaires à la fois.

Toute prolongation de la période d'étude sera communiquée sur notre site Web.

III. Comment obtenons-nous et utilisons-nous des renseignements, y compris les renseignements confidentiels?

Une fois que le Bureau a lancé son étude de marché, nous commençons à recueillir des renseignements. Notre objectif est de capitaliser sur ce que nous avons appris lors des premières recherches que nous avons effectuées lorsque nous avons sélectionné l'étude et défini sa portée.

Pour alimenter nos études de marché, nous recueillons des renseignements auprès des sources suivantes :

- rapports et données publics
- documents dont nous disposons déjà
- renseignements fournis volontairement par des parties prenantes
- renseignements obtenus dans le cadre d'ordonnances judiciaires
- experts indépendants

Comment nous recueillons des renseignements auprès du public et des personnes qui les fournissent volontairement

Nous commençons généralement par collecter des renseignements auprès de sources publiques. Ces renseignements proviennent notamment des :

- documents et rapports de recherche
- documents corporatifs publics, tels que les rapports annuels
- statistiques officielles
- données de sondage
- dossiers judiciaires tels que les décisions

Nous essayons de contacter un large éventail de personnes et de groupes intéressés pour recueillir des points de vue diversifiés. Nous invitons également toute personne ayant des renseignements pertinents à communiquer avec nous. Ces intervenants incluent généralement :

- des ministères et des organismes de réglementation
- des autorités antitrust et organismes de réglementation étrangers
- des entreprises qui font ou pourraient faire partie du secteur que nous étudions
- des associations professionnelles
- des universitaires et des chercheurs
- des groupes de consommateurs
- des groupes de réflexion
- des personnes susceptibles d'apporter une contribution utile aux questions que nous étudions

Selon l'intervenant, le Bureau peut demander des renseignements spécifiques ou une entrevue qui peut avoir lieu en personne ou à distance. Nous pouvons également publier des appels à contributions plus larges et recueillir des renseignements pertinents de toute personne. Nous avons conscience des coûts liés à ces activités. Nous essayons de trouver un équilibre entre les coûts et les avantages liés à la participation d'une partie prenante.

Lors des réunions avec les parties prenantes, nous discutons du type de renseignements que nous recherchons et de la facilité à y accéder. Par exemple, quelle quantité de renseignements est disponible? Quelles sont les périodes couvertes par notre demande de renseignements? Existe-t-il d'autres moyens de trouver des renseignements pertinents?

Le Bureau fixe les délais pour répondre aux demandes d'information en tenant compte de plusieurs facteurs, dont :

- les délais légaux
- le temps et les efforts requis pour la collecte de l'information et notre analyse
- la capacité opérationnelle du répondant et du Bureau

Le Bureau peut également organiser des tables rondes ou réunir des parties prenantes, des experts et d'autres personnes intéressées pour poser des questions pertinentes et en débattre.

Pour compléter notre expertise interne, nous pouvons également engager des experts indépendants qui nous aident sur certains aspects d'une étude de marché. Ces experts peuvent avoir une expertise sectorielle, économique ou autre. Nous décidons de faire appel ou non à un expert indépendant en fonction de chaque cas individuel. Plusieurs facteurs entrent en ligne de compte, notamment notre besoin d'expertise dans un domaine donné et l'optimisation des ressources.

Comment procédons-nous pour recueillir des renseignements en vertu de l'article 11 de la *Loi sur la concurrence*

Pour notre étude de marché, il se peut que nous ayons besoin de renseignements de la part d'entreprises ou d'autres acteurs d'un secteur d'activité. L'article 11 de la Loi permet au Bureau de demander à un tribunal de rendre une ordonnance afin d'obtenir des renseignements de la part de ces parties prenantes. Nous pouvons demander des réponses orales et écrites ainsi que des copies des documents qui répondent à l'ordonnance. Pour entamer ce processus, nous devons remplir ce qu'on appelle une « demande en vertu de l'article 11 » afin d'obtenir une ordonnance judiciaire.

Avant de décider de présenter une demande en vertu de l'article 11, nous examinons chaque situation au cas par cas. Pour décider de la suite à donner, nous évaluons notamment la charge qui pèse sur une partie prenante et notre besoin d'accéder en temps utile à tous les renseignements requis pour notre étude de marché.

Nous avons déjà de l'expérience, de la jurisprudence et des pratiques en matière de demandes d'ordonnances en vertu de l'article 11 dans le cadre de nos enquêtes d'application de la loi. Lorsque nous présentons des demandes en vertu de l'article 11 pour des études de marché, nous suivons les mêmes pratiques déjà en place. Cela implique de travailler avec les parties prenantes, dans la mesure du possible, pour réduire les problèmes ou les exigences en matière de documents, y compris les données, tout en veillant avant tout à ce que le Bureau ait accès aux renseignements dont il a besoin en temps opportun.

Comment nous analysons l'information

Lorsque nous étudions la concurrence sur un marché, nous examinons généralement s'il existe des obstacles qui peuvent être éliminés ou réduits pour augmenter la concurrence. Nous recherchons les facteurs qui rendent difficile l'entrée de nouvelles entreprises sur le marché ou la croissance des entreprises existantes. Nous recherchons également des facteurs qui empêchent les clients de changer de fournisseur, ou qui incitent les entreprises à se livrer une concurrence agressive.

Dans la mesure du possible, nous examinons les données pour étudier la concurrence sur le marché concerné. Cela peut inclure des données sur les prix, les coûts et les quantités. Ces renseignements peuvent nous aider à identifier les tendances et à comprendre comment les consommateurs diversifiés vivent la concurrence. Ces types de données peuvent également nous aider à nous concentrer sur les domaines qui semblent pâtir des problèmes de concurrence les plus prononcés. Nous pouvons également tester l'impact de la réglementation ou des structures de marché. Nous cherchons à nous assurer qu'elles ne nuisent pas indûment à la concurrence et qu'elles ne réduisent pas les avantages qu'elle apporte.

Le Bureau sollicite également des analyses et des recommandations de la part des intervenants.

Exemples d'analyses menées par le Bureau :

- Dans une Étude de marché sur les services à large bande menée en 2019, nous avons réalisé une recherche sur l'opinion publique pour décrire la perception des consommateurs canadiens à l'égard de l'industrie de la large bande. Nous avons également utilisé l'économie comportementale pour mieux comprendre comment le regroupement d'Internet avec d'autres services pourrait influencer les choix des consommateurs.
- Dans le cadre de l'Étude de marché sur l'épicerie de détail, nous avons mené un sondage auprès des consommateurs. La conception du sondage nous a aidés à mieux comprendre comment les différentes circonstances auxquelles sont confrontés les consommateurs peuvent façonner leur expérience du marché de l'épicerie au Canada. Le sondage a révélé que les supermarchés demeurent la principale option pour les consommateurs, mais un plus grand nombre de Canadiens et Canadiennes achètent des produits d'épicerie en ligne. Nous avons également appris que les programmes de fidélité sont un moteur important du choix des consommateurs.

Le guide étape par étape pour l'évaluation de la concurrence conçu par le Bureau à l'intention des décideurs politiques décrit comment identifier et minimiser les façons dont les politiques pourraient entraver la concurrence. Ce guide fournit les étapes que les décideurs politiques peuvent suivre pour adapter leurs politiques. L'objectif est de leur permettre d'obtenir les plus grands avantages de la concurrence tout en respectant leurs propres mandats.

Comment nous traitons les renseignements confidentiels

Le Bureau a une politique de traitement des renseignements confidentiels qui lui sont fournis. Cette politique est exposée dans le *Bulletin d'information sur la communication de renseignements confidentiels aux termes de la Loi sur la concurrence*.

Les politiques décrites dans le Bulletin sur la confidentialité s'appliquent aux renseignements confidentiels que nous recevons dans le cadre d'études de marché.

Les renseignements confidentiels qui sont fournis au Bureau lors d'une étude de marché sont protégés en vertu des dispositions de confidentialité de l'article 29 de la Loi.

L'article 29 nous donne la discrétion de partager des renseignements confidentiels dans quatre circonstances limitées :

- à un organisme canadien chargé du contrôle d'application de la loi
- pour l'application ou le contrôle d'application de la Loi
- si les renseignements sont devenus publics
- si la personne qui a fourni les renseignements nous autorise à les communiquer

Le Bureau reconnaît qu'il est essentiel pour son travail de préserver la confidentialité des renseignements et de ne les communiquer que dans les limites autorisées par la loi.

Il est important que les intervenants comprennent que nous pouvons utiliser les renseignements qu'ils fournissent dans le cadre d'une étude de marché pour administrer et faire respecter la loi. Cela peut s'étendre à des questions au-delà de l'étude de marché, y compris les potentielles activités d'application de la loi et de promotion.

Lorsque le Bureau reçoit des renseignements, il veille à en préserver la confidentialité, notamment lorsqu'il communique avec les intervenants ou le public. Nous accordons la même attention aux rapports finaux et aux autres documents qui peuvent être produits dans le cadre d'une étude de marché.

Un rapport d'étude de marché peut contenir des analyses basées sur des renseignements confidentiels ou commercialement sensibles. Nous encourageons les intervenants à identifier ce type de renseignements afin que nous puissions décider de les publier ou non dans notre rapport.

Lorsqu'une analyse est basée sur des renseignements confidentiels ou commercialement sensibles, nous prenons soin de préserver les intérêts et l'identité de chaque intervenant. Par exemple, nous pouvons agréger ou combiner des renseignements de manière à ce que des détails précis ne puissent pas être attribués à des parties spécifiques. Nous pouvons également demander aux intervenants l'autorisation de publier leur identité ainsi que toute soumission écrite ou tout autre renseignement qu'ils ont fourni dans le cadre de l'étude de marché.

IV. Quels sont les résultats d'une étude de marché?

Une étude de marché débouche principalement sur un rapport public, rédigé dans un langage clair dans la mesure du possible, qui présente nos conclusions, et qui est publié sur notre site Web. Ce rapport d'étude de marché est généralement publié en même temps que les produits de communication. Ceux-ci s'inscrivent dans le cadre d'une stratégie de sensibilisation plus large qui vise à faire connaître notre travail et à partager les enseignements tirés des études de marché.

Avant de publier le rapport, nous en discutons, le cas échéant, avec les parties prenantes concernées afin de nous assurer que les renseignements confidentiels ou commercialement sensibles ne sont pas divulgués de manière inappropriée.

En vertu de la *Loi sur la concurrence*, le commissaire doit envoyer une version partielle ou complète du rapport à toutes les personnes qui étaient tenues, par une ordonnance judiciaire, de fournir des renseignements. Cette mesure permet aux personnes concernées d'identifier toute préoccupation concernant des renseignements confidentiels qui ne devraient pas être divulgués dans le rapport final. Elles peuvent également, à cette occasion, faire part de leurs préoccupations sur des faits inexacts. Elles disposent de trois jours ouvrables pour soumettre une réponse.

Un rapport d'étude de marché aborde les questions clés énoncées dans l'avis d'étude de marché. Il peut contenir les éléments suivants :

- un aperçu du secteur étudié
- une description des lois, politiques ou réglementations qui régissent le secteur
- les méthodes de recherche et les sources de données utilisées lors de l'étude de marché

- une analyse des problèmes de concurrence relevés

Le rapport également peut contenir des recommandations visant à renforcer la concurrence. Par exemple, nous pouvons recommander la suppression de certaines barrières à l'entrée imposées par le gouvernement ou recommander que soient envisagées des approches politiques moins restrictives à l'égard de la concurrence et des forces du marché.

En plus de formuler des recommandations, le Bureau peut également utiliser l'étude de marché pour fournir une base pour l'application de la loi. Cette application peut consister à accorder une plus grande attention à un secteur, à réviser son approche d'une question et à ouvrir une enquête spécifique.

V. Comment assurons-nous le suivi et la surveillance de l'impact de notre étude de marché?

Le rapport et les recommandations de notre étude de marché peuvent influencer les actions des autorités de réglementation, des décideurs politiques et d'autres parties prenantes. Des changements supplémentaires peuvent survenir dans l'industrie et affecter la concurrence au fil du temps.

Nous cherchons normalement à impliquer de manière active les décideurs politiques et les autres parties prenantes. Cela nous permet d'expliquer ce que nous avons appris et d'approfondir les recommandations que nous pourrions avoir faites. Nous sommes prêts à travailler avec ces intervenants pour répondre à leurs questions et leur fournir des conseils sur la manière de mettre en œuvre nos recommandations.

Nous pouvons également utiliser un rapport d'étude de marché pour soutenir notre travail futur avec les intervenants. Il peut s'agir de présenter des observations auprès d'offices, de commissions ou de tribunaux fédéraux ou provinciaux. Le processus que nous suivons pour présenter ces observations est énoncé dans les articles 125 et 126 de la *Loi sur la concurrence*.

Après la publication d'un rapport d'étude de marché, le Bureau met tout en œuvre pour continuer à surveiller le secteur étudié. Dans certains cas, nous pouvons publier un rapport de suivi sur les changements apportés et identifier les domaines qui semblent encore présenter des problèmes sur le plan de la concurrence.

Conclusion

Les études de marché constituent un outil important pour promouvoir la concurrence au Canada. Elles nous aident à améliorer la concurrence dans des marchés spécifiques et à aider les parties prenantes à mettre en œuvre des politiques qui favorisent la concurrence. Ces actions profitent à la fois aux consommateurs et aux entreprises.

Nous utiliserons l'approche générale décrite dans ce document, en l'adaptant éventuellement à des situations spécifiques.

Nous nous efforçons toujours d'améliorer notre approche et les orientations que nous partageons. Nous procéderons au besoin à une révision de nos orientations et de notre approche en matière d'études de marché, et ce, en tenant compte de notre propre expérience, des contributions des parties prenantes et des pratiques exemplaires à l'échelle internationale.

Si vous souhaitez en savoir plus sur le travail du Bureau en matière de promotion de la concurrence, y compris sur les études de marché antérieures, veuillez consulter les pages suivantes :

- Nos rapports et études de marché antérieurs
- Nos conseils et interventions en matière de réglementation antérieurs
- Notre guide étape par étape pour l'évaluation de la concurrence

Comment communiquer avec le Bureau de la concurrence

Pour obtenir de plus amples renseignements sur la *Loi sur la concurrence*, la *Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation* (s'applique aux produits autres que les denrées alimentaires), la *Loi sur l'étiquetage des textiles*, la *Loi sur le poinçonnage des métaux précieux* ou sur le programme d'avis écrits du Bureau ou encore pour déposer une plainte en vertu de ces lois, veuillez communiquer avec le Centre des renseignements du Bureau de la concurrence.

Site Web

www.bureaudelaconcurrence.gc.ca

Adresse

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

Téléphone

Sans frais : 1-800-348-5358
Région de la capitale nationale : 819-997-4282
ATS (pour les malentendants) : 1-866-694-8389

Télécopieur

819-997-0324