



Document d'information parlementaire

Préparé par Option consommateurs à l'intention de l'Initiative canadienne des consommateurs

Mars 2013

Pour que les rabais soient vraiment des rabais

Les rabais influencent les consommateurs

Les commerçants proposent régulièrement des soldes alléchants au consommateur. Ces soldes sont attirants, surtout pour celui qui a besoin de l'article annoncé et qui pense pouvoir l'obtenir à prix réduit. Les rabais poussent le consommateur à se rendre dans un commerce plutôt qu'un autre, à choisir un modèle plutôt qu'un autre, à faire son achat à un moment plutôt qu'à un autre. En d'autres mots, ils influencent les choix et les comportements du consommateur.

Mais qu'est-ce qu'un rabais ?

Lorsque le consommateur profite d'un solde pour se procurer un bien ou un service, il a l'impression de faire une bonne affaire. Ce sera probablement le cas si l'article ou le service qu'il se procure est bel et bien vendu au rabais. Pour qu'il en soit ainsi, la plupart du temps, il faut, selon l'article 74.01 (3) de la Loi sur la concurrence, que le bien ou le service offert au rabais ait été offert au prix courant (ou à un prix plus élevé) pendant une période raisonnable. À contrario, un bien qui est toujours ou presque toujours vendu au rabais ne peut être considéré comme... offert au rabais !

La situation sur le terrain

De nos jours, les soldes sont très populaires, notamment dans le domaine des meubles. Afin de savoir si les bas prix annoncés sont bel et bien des rabais, durant une année (soit entre septembre 2009 et octobre 2010), Option consommateurs a relevé des prix toutes les deux semaines chez huit commerçants (des grands magasins et des détaillants de meubles).

L'enquête d'Option consommateurs a révélé des pratiques commerciales qui semblent trompeuses.

Parmi les faits saillants, mentionnons que :

- dans plusieurs commerces, certains articles étaient en solde lors de la plupart des visites ; le prix de solde semblait alors être le prix courant ;
- dans certains commerces, certains articles étaient toujours en solde, mais la proposition qui était faite au consommateur variait d'une visite à l'autre. Par exemple, on proposait en alternance deux formules de vente pour un même ensemble matelas et sommier. Tantôt le consommateur pouvait se procurer cet ensemble au rabais, tantôt il obtenait le sommier gratuitement en payant le matelas à prix régulier ;
- dans un commerce, on annonçait un prix d'introduction pour un article qui était vendu en magasin depuis longtemps.

L'INITIATIVE CANADIENNE DES CONSOMMATEURS est une coalition formée des plus importantes associations de consommateurs au Canada, soit le Conseil des consommateurs, le Centre pour la défense de l'intérêt public, Option consommateurs et l'Union des consommateurs.

THE CANADIAN CONSUMER INITIATIVE is a coalition of four major Canadian consumer organizations: Consumers Council of Canada, Option consommateurs, Public Interest Advocacy Centre and Union des consommateurs.

CONTACT: Sandra Boisvert, Consultant/Consultante, Public Response/Réponse citoyenne, 63 Sparks, Suite 608, Ottawa, ON K1P 5A6 CANADA
t. 613-565-9449 ext/poste 22 fax/télécopieur 613-249-7091 e. sboisvert@publicresponse.ca/sboisvert@reponsecitoyenne.ca

Les faux soldes ont un impact sur les consommateurs

Le prix d'un produit n'est pas anodin. Il donne de l'information au consommateur, notamment sur la qualité du produit. Il lui permet également de comparer des produits de même valeur dans différents commerces.

En annonçant de faux soldes, les commerçants induisent le consommateur en erreur. Ils l'empêchent de connaître la valeur réelle d'un produit. Ils l'empêchent également de faire un choix éclairé en optant pour le bien qui lui convient le mieux au meilleur prix possible.

Les faux soldes ont un impact sur la concurrence

Un commerçant qui annonce de faux soldes attire dans son magasin des consommateurs susceptibles d'acheter les produits annoncés en solde mais aussi d'autres produits. Ce faisant, il réduit l'achalandage chez ses concurrents. De plus, il les empêche de commercer sur un pied d'égalité non seulement pour l'article en promotion, mais aussi pour tous les articles en magasin.

Des pratiques trompeuses

Annoncer des articles en solde alors qu'ils ne le sont pas est une pratique commerciale trompeuse. Au Canada, les pratiques commerciales trompeuses sont interdites par la Loi sur la concurrence. Dans certaines provinces, elles sont également encadrées par des lois provinciales. C'est le cas au Québec et en Ontario, où ces pratiques sont respectivement interdites en vertu de la Loi sur la protection du consommateur, au Québec, et de la Loi de 2002 sur la protection du consommateur, en Ontario.

Option consommateurs a porté plainte contre plusieurs commerçants

À la suite de son enquête, soit en septembre 2011, Option consommateurs a porté plainte contre huit importants détaillants de meubles auprès du Bureau de la concurrence, de l'Office de la protection du consommateur et du ministère des Services aux consommateurs de l'Ontario.

Les détaillants contre lesquels les plaintes ont été portées sont : La Baie, Brault et Martineau, Brick (incluant Brick centre de liquidation), Germain Larivière, Léon, Mattress Mart et Sears.

Jusqu'à maintenant, seul l'Office de la protection du consommateur a donné suite à la demande d'Option consommateurs et a poursuivi un commerçant.

Nos recommandations

Pour que les choses s'améliorent, la Loi sur la concurrence pourrait être modifiée afin d'obliger les commerçants à indiquer, sur l'étiquette du produit ainsi que dans la publicité, les prix auxquels le produit a été vendu au cours des six derniers mois ainsi que la durée des soldes qui ont été annoncés durant cette période. Cette disposition serait utile tant pour le consommateur (qui pourrait faire ses choix en toute connaissance) que pour la concurrence.

D'autres solutions sont envisageables. Par exemple, le Bureau de la concurrence pourrait informer les consommateurs, sur tout support pertinent, de l'existence de la disposition 9 de la Loi sur la concurrence (en vertu de cette disposition, six personnes résidant au Canada et âgées d'au moins dix-huit ans peuvent demander au commissaire du Bureau de la concurrence de procéder à une enquête lorsqu'elles sont d'avis qu'une entreprise contrevient aux lois sur les pratiques commerciales trompeuses). Il pourrait également mettre en place, sur son site Web, un outil destiné à faire connaître aux consommateurs les plaintes portées contre les commerçants. Cet outil permettrait notamment aux consommateurs de connaître le nombre et la nature des plaintes officielles.

Pour plus d'information :

Maryse Guénette, *Responsable de la représentation et de la recherche*

Option consommateurs

tel.: (514) 598-7288, poste 240 • guenette@option-consommateurs.org