

CONSEILS POUR JEUNES CONSOMMATEURS

1 EST-CE QUE JE DÉPENSE JUDICIEUSEMENT MON ARGENT?



Pourquoi vous devez le savoir

Utiliser votre argent sagement et prendre des décisions éclairées vous aidera à en obtenir plus pour votre argent. Si vous savez éviter les problèmes et que vous comprenez les règles du marché, vous pouvez échapper aux pièges qui guettent les consommateurs. Les renseignements suivants abordent des questions que se posent souvent les jeunes qui cherchent à acquérir de bonnes habitudes de consommation. En planifiant ce que vous dépenserez et ce que vous épargnerez, vous pourrez atteindre plus rapidement vos objectifs financiers et vos objectifs de consommation.

Comment puis-je utiliser mon argent sagement?

L'argent est l'une des plus importantes ressources que vous avez, et il peut causer beaucoup de problèmes s'il est mal géré. Vous devriez toujours :

- vous assurer de ne pas dépenser plus que ce que vous gagnez;
- reconnaître que le fait de dépenser sagement augmente la valeur de vos revenus;
- bien gérer votre crédit;
- économiser de l'argent tous les mois pour couvrir les dépenses imprévues et les événements spéciaux comme les anniversaires de naissance, les voyages, les repas au restaurant ou le magasinage;
- vous fixer des objectifs financiers et vous efforcer de les atteindre.

Contenu :

- 1 Pourquoi vous devez le savoirp. 1
- 2 Où obtenir de l'aide et de l'information ...p. 4
- 3 Prendre des décisions de consommationp. 7
- 4 Publicitép. 11

Pour des renseignements plus détaillés sur la gestion de vos finances, consultez les rubriques *Le crédit* et *L'argent et vous* de la publication **À vous de choisir** sur le site www.cmcweb.ca/sensibilisation

Comment prendre une bonne décision de consommation?

Lorsqu'il s'agit d'acheter ou d'économiser, un processus planifié de prise de décision vous aidera à utiliser au mieux votre temps, votre argent, vos compétences et votre énergie.

Un bon processus de prise de décision signifie que vous êtes satisfait de ce que vous avez acheté, que votre décision reflète vos valeurs et qu'elle est une étape dans la poursuite de vos objectifs.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur la prise de décisions éclairées, voyez la section *Prendre des décisions de consommation* de cette rubrique.

Comment puis-je éviter les problèmes?

Lorsque vous vous renseignez sur un produit ou un service, l'une des meilleures façons d'éviter les problèmes est d'écouter et d'observer les techniques de vente. Prenez le temps d'analyser ce que vous voyez et ce que vous entendez et examinez ce qui suit :

- l'objectif de l'information (informer? divertir? persuader? autre?);
- la quantité d'information disponible et les renseignements additionnels nécessaires avant de prendre une décision;
- comment faire la différence entre les faits et la fiction;
- la différence entre le contenu du message et la performance du messenger (un truc à retenir pour déterminer s'il y a anguille sous roche : le vendeur est plus enthousiaste que vous).

Prenez alors du recul et tentez de trouver plus d'information. Les vendeurs peu scrupuleux comptent sur la possibilité que les consommateurs ne se posent pas assez de questions sur le message avant d'acheter.

Pour obtenir de plus amples renseignements, voyez la section sur la publicité ci-dessous. Voyez aussi la rubrique *Méfiez-vous* de cette série où vous trouverez d'autres renseignements sur la fraude.

Comment faire pour me renseigner sur les règles du marché?

Comprendre les lois qui régissent les transactions que vous faites peut vous faire économiser de l'argent et vous éviter des ennuis. Selon votre lieu de résidence, les lois renferment des dispositions sur ce qui suit :

- le droit de l'acheteur d'annuler certains contrats;
- l'obligation du vendeur d'inclure des renseignements précis dans les contrats;
- la publicité fausse ou trompeuse et les pratiques commerciales déloyales;
- les normes de conduite pour des secteurs précis;
- les pénalités pour les entreprises qui ne respectent pas les lois.

Pour savoir si un achat est couvert par les lois sur la consommation, veuillez communiquer avec le bureau d'information aux consommateurs de votre province ou territoire. Sachez cependant que les lois sur la consommation ne couvrent pas toutes les transactions, et que le consommateur n'a pas toujours raison.

Pour obtenir de plus amples renseignements, voyez la section *Où obtenir de l'aide et de l'information* ci-dessous. Voyez également la rubrique *Le magasinage* de cette série.

Pourquoi est-ce que je devrais planifier ce que je dépense et ce que j'épargne?

Se fixer des objectifs aide à déterminer les priorités pour dépenser les ressources en temps, en argent, en compétences et en énergie. Les objectifs doivent être mesurables et atteignables. Songez à consigner ce qui suit :

- ce dont vous avez besoin et ce que vous voulez pendant les quelques mois qui viennent, pendant la prochaine année et dans un avenir plus éloigné;
- comment vous saurez que vous avez atteint vos objectifs;
- combien vos objectifs coûteront;
- quand vous voulez les atteindre;
- ce que vous devez faire pour les atteindre (p. ex., devrez-vous modifier vos habitudes de dépense et d'épargne?)

Se fixer des objectifs fait aussi partie de la prise de décisions éclairées. Ce sont des questions difficiles qui exigent réflexion. Pour obtenir de plus amples renseignements, consultez la section *Prendre des décisions de consommation*. Allez aussi à la rubrique *L'argent et vous* de la publication **À vous de choisir** sur le site www.cmcweb.ca/sensibilisation pour en savoir plus sur la façon de se fixer des objectifs.

2

AIDE ET RENSEIGNEMENTS



Où obtenir de l'aide et de l'information

Un consommateur avisé est un consommateur qui sait où trouver des renseignements fiables. Les sites Web ci-dessous offrent des renseignements sur les lois, les produits, les services et les fraudes et disent vers qui se tourner pour obtenir de l'aide relativement à un problème de consommation précis.

Renseignements des provinces et des territoires

Consultez la liste ci-dessous pour communiquer avec le bureau d'information aux consommateurs de votre province ou territoire.

Gouvernements provinciaux et territoriaux

Alberta

Alberta Government Services
Consumer Services Branch
Tél. : 780-427-4088
(région d'Edmonton)
Sans frais : 1-877-427-4088
(Alberta seulement)
Courriel :
government.services@gov.ab.ca
Site Web :
www.governmentservices.gov.ab.ca

Colombie-Britannique

Business Practices and
Consumer Protection Authority
Tél. : 604-320-1667
Sans frais : 1-888-564-9963
Télécopieur : 250-920-7181
Courriel : info@bpcpa.ca
Site Web : www.bpcpa.ca

Île-du-Prince-Édouard

Consumer, Corporate
and Insurance Division
Office of the Attorney General
Tél. : 902-368-4550
Sans frais : 1-800-658-1799
Télécopieur : 902-368-5283
Site Web :
www.gov.pe.ca/oag/ccaid-info/index.php3

Manitoba

Finances Manitoba
Consommation et Corporations
Office de la protection du
consommateur
Tél. : 204-945-3800
Sans frais : 1-800-782-0067
Télécopieur : 204-945-0728
Courriel :
consumersbureau@gov.mb.ca
Site Web :
www.gov.mb.ca/finance/cca/consumb/index.fr.html

Nouveau-Brunswick

Médiateur des loyers et
services à la consommation
Ministère de la Justice
Tél. : 506-453-2682
Télécopieur : 506-444-4494
Site Web :
www.gnb.ca/justice

Nouvelle-Écosse

Service Nova Scotia
and Municipal Relations
Tél. : 902-424-5200
Sans frais : 1-800-670-4357
Télécopieur : 902-424-0720
Courriel : askus@gov.ns.ca
Site Web : www.gov.ns.ca/snsmr

CONSEILS POUR JEUNES CONSOMMATEURS

Nunavut

Consumer Affairs
Community and Government
Services
Tél. : 867-793-3303
Sans frais : 1-866-223-8139
Télécopieur : 867-793-3321
Site Web :
www.gov.nu.ca/Nunavut/English/departments/CGT

Ontario

Ministère des Services
gouvernementaux
Tél. : 416-326-8800
Sans frais : 1-800-889-9768
Télécopieur : 416-326-8665
ATS : 416-325-3408
ATS (sans frais) : 1-800-268-7095
Courriel : cbsinfo@cbs.gov.on.ca
Site Web : www.cbs.gov.on.ca

Québec

Office de la protection
du consommateur
Sans frais : 1-888-OPC-ALLO
(1-888-672-2556)
Télécopieur : 418-528-0976
Site Web : www.opc.gouv.qc.ca

Saskatchewan

Consumer Protection Branch
Saskatchewan Department
of Justice
Tél. : 306-787-5550
Sans frais : 1-888-374-4636
(Saskatchewan seulement)
Télécopieur : 306-787-9779
Courriel :
consumerprotection@justice.gov.sk.ca
Site Web : www.saskjustice.gov.sk.ca

Terre-Neuve-et-Labrador

Trade Practices
and Licencing Division
Department of Government
Services
Tél. : 709-729-2660
Télécopieur : 709-729-3205
Site Web :
www.gs.gov.nl.ca/cca/tpl

Territoires du Nord-Ouest

Consumer Affairs
Municipal and Community Affairs
Tél. : 867-873-7125
Télécopieur : 867-873-0609
Courriel :
michael-gagnon@gov.nt.ca
Site Web : www.maca.gov.nt.ca

Yukon

Department of Community Services
Consumer and Safety Services
Tél. : 867-667-5111
Sans frais : 1-800-661-0408
Télécopieur : 867-667-3609
Courriel : consumer@gov.yk.ca
Site Web : www.community.gov.yk.ca
The Andrew Philipson Law Centre
Tél. : 867-667-5111

La plupart des contrats de consommation relèvent de la compétence des provinces et des territoires. Votre province ou votre territoire peut également avoir des lois spécifiques régissant les services de voyage, les agences de recouvrement, les ventes à domicile et la divulgation du coût du crédit.

Le bureau d'information aux consommateurs de votre province ou territoire peut également vous orienter vers d'autres ministères ou organisations du gouvernement qui seront en mesure de répondre à vos questions et de vous aider à résoudre vos problèmes.

Renseignements pour l'ensemble du Canada

Sites polyvalents

On trouve, sur le site www.infoconsommation.ca, des liens vers des renseignements fiables sur les produits et les services de consommation, les plaintes, la fraude, la santé, le logement, Internet, l'argent, les voyages, le transport et bien d'autres sujets. Les renseignements proviennent des gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux ainsi que d'organisations non gouvernementales. Consultez aussi la section *Connaissez vos droits* relativement aux lois provinciales et fédérales sur la consommation.

Le *Guide du consommateur canadien* (www.consommateur.ic.gc.ca/guide) donne un aperçu des problèmes de consommation fréquents et des ressources utiles en cas de problèmes.

À vous de choisir (www.cmcweb.ca/sensibilisation) met plusieurs guides à la disposition des jeunes qui quittent la maison familiale pour la première fois. Ils y trouveront de l'information sur la gestion de l'argent, le crédit, l'achat d'un véhicule, la location ou l'achat d'un logement et des conseils d'ordre général sur le magasinage.

Droit au but

Vous avez des questions sur le **vol d'identité**? Vous croyez en être victime? Sachez l'identifier, le signaler et l'enrayer! Consultez la *trousse d'information sur le vol d'identité* (www.cmcweb.ca/volidentite) pour obtenir de plus amples renseignements sur la façon de vous protéger et sur ce qu'il faut faire si vous êtes victime d'un vol d'identité. Voyez aussi la rubrique *Méfiez-vous* de cette série.

Consultez aussi PhoneBusters (www.phonebusters.com), centre d'appel antifraude du Canada, pour avoir plus d'information sur le vol d'identité, le télémarketing frauduleux, les lettres qui réclament des frais à l'avance (lettres du Nigeria) et d'autres types de fraudes.

Signalez les **fraudes sur Internet** à l'organisation compétente en vous rendant sur le site Signalement en direct des délits économiques (SEDDE), www.sedde.ca.

Vous avez des questions sur les **rappels de produits de consommation**? Vous trouverez sur le site www.infoconsommation.ca des liens vers de l'information sur divers rappels.

Vous avez des questions ou des plaintes à propos des **services bancaires, d'assurance vie ou d'assurance maladie, d'assurance générale ou de produits ou services relatifs aux valeurs mobilières ou aux fonds communs de placement**? Le Réseau de conciliation du secteur financier (www.crcsf.ca) offre des services d'information et d'aiguillage. Visitez le site Web ou téléphonez au 1-866-538-3766 (sans frais).

Pour des renseignements sur les **services financiers**, consultez le site de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (www.acfc.gc.ca).

Vous êtes à la recherche de **rapports de fiabilité sur des entreprises**? Communiquez avec le Bureau d'éthique commerciale (www.ccbbb.ca/francais) de votre région pour savoir si des plaintes ont été déposées contre une entreprise.

Vous **voyagez à l'extérieur du Canada**? Le site Web des Affaires consulaires du ministère des Affaires étrangères du Canada (www.voyage.gc.ca) donne des renseignements à jour sur les pays, les douanes, les titres de voyage et plus encore. En outre, l'Agence des services frontaliers du Canada (www.cbsa-asfc.gc.ca/travel/menu-f.html) offre plus d'information sur les services aux voyageurs.

Vous êtes à la recherche de renseignements sur **l'assurance automobile, l'assurance habitation ou l'assurance des locataires**? Visitez le site du Bureau d'assurance du Canada (www.ibc.ca) ou celui de la Société canadienne d'hypothèques et de logement (www.schl.gc.ca).

Pour de plus amples renseignements sur la **publicité trompeuse** et le **télémarketing**, consultez le site du Bureau de la concurrence à l'adresse www.bureaudelaconcurrence.gc.ca.

3 Prendre des décisions de consommation

Les décisions sont une partie inévitable de la vie quotidienne. Comment faire pour savoir ce qui fait la différence entre une bonne et une mauvaise décision de consommation?

Une bonne décision est le reflet de vos valeurs et c'est un pas vers les objectifs que vous poursuivez. Les bonnes décisions sont le fruit de recherches pour obtenir les renseignements nécessaires pour examiner tous les choix possibles et leurs conséquences. Certaines décisions peuvent ne pas avoir de très bons résultats si vous les prenez à la hâte, si les choix offerts sont trop nombreux ou si vous n'avez pas suffisamment d'information.

CONSEILS POUR JEUNES CONSOMMATEURS

Valeurs et objectifs

Les valeurs sont les principes et les convictions qui comptent pour vous, comme l'amitié, la sécurité, l'apprentissage, la santé, l'honnêteté et la sécurité financière. Les valeurs vous guident dans le choix des objectifs que vous souhaitez atteindre.

Les objectifs sont les plans que vous dressez pour mettre vos valeurs à contribution. Si la sécurité financière est importante, un de vos objectifs pourrait être d'économiser de l'argent comme filet de sécurité en cas de dépenses imprévues. La meilleure façon de vous assurer d'obtenir ce que vous voulez est de vous fixer des objectifs. Ainsi, vous décidez ce que vous voulez faire et comment vous allez vous y prendre.

Les valeurs et les objectifs colorent vos décisions. Si vous n'avez pas défini vos valeurs et vos objectifs, vous pouvez vous sentir dépassé par les choix offerts.

Vos objectifs doivent être précis : Que voulez-vous faire, exactement? Quand voulez-vous le faire et comment vos ressources personnelles seront-elles affectées? Assurez-vous que vos objectifs sont réalisables. Si, pour le moment, votre grand objectif n'est pas réaliste, pouvez-vous fixer un objectif de moindre envergure qui vous rapprochera de votre grand objectif? Il est essentiel de faire le premier pas.

Dressez une liste de vos valeurs et de vos objectifs :

Valeurs
Exemple : Indépendance

Objectifs
Exemple : Acheter une voiture d'ici un an.
Emménager dans mon propre appartement d'ici deux ou trois ans.

Ressources

Nous avons tous des ressources personnelles limitées, qu'il s'agisse de temps, d'argent, d'énergie ou de compétences. La prise de décisions de consommation est l'art d'utiliser ces ressources. L'argent étant la plus essentielle des ressources, les décisions que vous prenez sont fonction des sommes dont vous disposez, du montant que vous voulez dépenser et des autres choses que vous pourriez acheter avec cet argent. Si vous ne disposez pas de beaucoup d'argent, il est primordial que vous appreniez à prendre des décisions de consommation.

Types de décisions

Voici des exemples de types de décisions :

- **Automatique** : *Une décision prise par habitude ou de manière routinière.*
Transférer le même montant dans un compte d'épargne tous les jours de paye.
- **Par défaut** : *Une décision prise parce qu'il n'y a pas d'autres possibilités.*
Choisir une marque parce que vous ne connaissez aucune des autres.
- **Irrationnelle** : *Une décision prise sans motif ou illogique.*
Acheter un nouveau gadget électronique parce qu'une amie a le même.
- **Planifiée** : *Une décision réfléchie, bien planifiée.*
Acheter un nouveau gadget électronique après avoir défini ce que vous voulez, examiné les possibilités et envisagé les conséquences de votre décision.

Prendre une décision planifiée

Quand vous prenez une décision planifiée, vous êtes sûr d'avoir pris la meilleure décision possible dans les circonstances. Vous dépenserez ainsi vos ressources pour vous procurer les biens et faire les activités qui auront les meilleurs résultats pour vous.

CONSEILS POUR JEUNES CONSOMMATEURS

Pour prendre une décision planifiée, suivez le tableau ci-dessous :

1. Définissez votre objectif. Posez-vous ces questions : quoi, quand, où, pourquoi.

- Quel est mon objectif?
- Quand vais-je l'atteindre?
- Où dois-je aller pour obtenir de l'information?
- Pourquoi ai-je choisi cet objectif?
- De quelles ressources (p. ex., l'argent) vais-je avoir besoin pour atteindre mon objectif?

2. Recueillez de l'information et déterminez comment vous allez l'évaluer.

Pour évaluer l'information, je vais :

- estimer la faisabilité de mes choix;
- comparer les coûts;
- dresser la liste de mes exigences et de mes préférences par ordre de priorité;
- dresser la liste de possibilités en fonction de mes besoins;
- autres.

3. Définissez les choix possibles. Définissez les conséquences de chaque choix.

Choix 1 :

Conséquences :

Choix 2 :

Conséquences :

Choix 3 :

Conséquences :

4. Décidez lequel des choix est le meilleur pour vous. Donnez suite à votre décision.

5. Évaluez votre décision.

- Était-ce une bonne décision?
- Avez-vous obtenu suffisamment d'information?
- Qu'est-ce que vous feriez différemment la prochaine fois?

4 Publicité

La plupart d'entre nous croyons être immunisés contre les effets de la publicité. Le problème, c'est qu'il est possible que nous ne nous rendions même pas compte de tous les messages qui nous parviennent. La quantité et la diversité des annonces publicitaires dont nous sommes bombardés font qu'il est difficile d'échapper à leur influence. Quand vous prenez une décision d'achat, le défi à relever est de vous assurer que c'est bel et bien vous qui prenez la décision – et non la publicité.

Les annonceurs tentent d'influer sur la façon dont vous achetez, sur ce que vous achetez, et sur quand et pourquoi vous l'achetez. Avez-vous déjà modifié votre comportement à cause de la publicité?

Les annonces peuvent informer, faire la promotion d'activités, suggérer des changements de comportement et promouvoir des causes. Les annonceurs utilisent diverses techniques pour vous plaire. Si vous connaissez ces techniques, vous pouvez voir au-delà du message et évaluer le produit ou le service en fonction de vos propres besoins.

En apparence, la publicité vise à vendre des produits et des services. Au-delà des apparences, elle vous « vend » une image de vous ou de ce que votre vie pourrait être si vous achetiez ou utilisiez le produit ou le service annoncé. En utilisant des images et des mythes qui ciblent vos besoins, les annonceurs créent pour leurs produits des personnalités auxquelles vous vous associez. Les annonces qui font appel aux émotions accrochent l'œil et l'oreille et vous font dépenser votre argent. Dans leurs messages, les annonceurs tentent de faire ressortir un ou plusieurs besoins.

Même si vous savez que la publicité vise à influencer les consommateurs, vous devez toujours vous poser les questions suivantes avant de croire une annonce :

- L'annonce présente-t-elle des faits ou une opinion?
- Est-ce que je veux vraiment ce produit? Est-ce que je vais vraiment l'aimer autant qu'on le dit?
- Le produit correspond-il à mes valeurs, à mes objectifs et à mon mode de vie?
- Qu'est-ce qui fait que l'annonce est convaincante?
- Qu'est-ce que l'annonce essaie de vendre : un produit ou un mode de vie?

Ces questions peuvent vous aider à distinguer les faits des techniques de persuasion et feront de vous un consommateur mieux renseigné.

CONSEILS POUR JEUNES CONSOMMATEURS

Jeu-questionnaire sur la publicité

Répondez à ces questions pour voir ce que vous connaissez de la publicité :

1. Vous croyez sans doute être capable de reconnaître une annonce quand elle se présente. En êtes-vous sûr? Trois techniques qu'une entreprise peut utiliser pour faire sa publicité sont décrites ci-dessous. Placez un X à côté de chacune des techniques que vous avez constatées en publicité au cours de la dernière semaine et inscrivez le nom du produit annoncé.

A. Une vedette de cinéma utilise un produit spécifique. _____

(P. ex. : X, vedette de cinéma, fait la promotion d'une nouvelle boisson.)

B. Le logo d'une entreprise est reproduit sur un calendrier scolaire. _____

C. Des vedettes du sport portent la ligne de vêtements d'une entreprise. _____

2. La publicité est importante parce qu'elle nous donne de l'information sur les nouveaux produits. Mais elle peut aussi tromper. Pouvez-vous nommer des avantages et des inconvénients de la publicité?

Avantages	Inconvénients

CONSEILS POUR JEUNES CONSOMMATEURS

3. En utilisant des images qui ciblent vos émotions, les annonceurs tentent de vendre leurs produits en établissant un lien entre vos sentiments et vos besoins. Écrivez les émotions que vous ressentez quand vous voyez les images suivantes :

Image publicitaire	Émotion provoquée
Exemple : Une famille heureuse	Sentiment d'appartenance, confort, bonheur...
A. Une personne souriante qui saute	
B. Une conversation entre amis qui rient ensemble	
C. Un groupe d'amis qui s'éloignent d'une personne	
D. Un enfant qui a un accès de colère	

4. La loi interdit aux annonceurs de tromper les consommateurs, mais les annonces peuvent utiliser des mots ou des expressions qui laissent une impression positive sans donner de renseignements précis. Ce sont des mots ou des phrases vagues. Dans les exemples ci-dessous, pouvez-vous repérer certains des mots ou des expressions vagues utilisés en publicité?

Exemples	
<ul style="list-style-type: none">• Fait pratiquement disparaître les taches.• Des études montrent que ce produit est bon pour la santé.	
A.	
B.	
C.	
D.	
E.	

5. Souvent, les déclarations à propos des produits servent uniquement à créer l'illusion d'un avantage. En examinant la déclaration de près, vous réalisez qu'elle ne signifie absolument rien. Attention aux déclarations de ce genre :

- La question : « Quoi de plus naturel? »
- La déclaration pseudo-scientifique : « Super produit avec XYZ. »
- La déclaration non vérifiable : « Lave vos vêtements et laisse une fraîche odeur d'avril. »
- La déclaration qui ne dit rien : « Deux fois plus que ce qui est recommandé. »

Pouvez-vous donner un autre exemple pour chaque type de déclaration?

A. La question : _____

B. La déclaration pseudo-scientifique : _____

C. La déclaration non vérifiable : _____

D. La déclaration qui ne dit rien : _____

Réponses au jeu-questionnaire sur la publicité

1) Exemples personnels.

2) Avantages

- Informe de l'arrivée de nouveaux produits sur le marché.
- Suggère de nouvelles utilisations pour des produits existants.
- Paie le coût de production des magazines, des journaux, des émissions de télévision et de radio et des sites Web.
- Accroît la demande pour les produits, ce qui peut éventuellement entraîner une réduction de leur prix.

Inconvénients

- Augmente le coût de distribution des produits.
- Peut être trompeuse.
- Peut créer de la confusion entre ce dont on a besoin et ce qu'on veut.
- Peut influencer de manière négative sur votre décision.

CONSEILS POUR JEUNES CONSOMMATEURS

- 3)** A. Sentiment de bien-être, joie, bonheur
B. Sentiment d'appartenance et d'acceptation
C. Sentiment de rejet, colère, tristesse
D. Sentiment de culpabilité, frustration, ennui
- 4)** A. « L'apparence et le toucher de... »
B. « Jusqu'à... »
C. « Pour un temps limité... »
D. « Seulement... »
E. « Tout à fait comme... »
- 5)** A. La question : « Que pourrait-il y avoir de mieux? »
B. La déclaration pseudo-scientifique : « Fait fondre le surplus de poids grâce aux ingrédients X, Y et Z. »
C. La déclaration non vérifiable : « Fait disparaître la plupart des taches de vos carpettes sans assécher vos mains! »
D. La déclaration qui ne dit rien : « Le goût des biscuits de grand-mère. »

Informations complémentaires

Les normes canadiennes de la publicité (NCP) est un organisme qui administre le *Code canadien des normes de la publicité* (qu'il est possible de consulter à www.normespnb.com) et qui traite les plaintes de consommateurs relativement à la publicité trompeuse. L'organisme a un code spécial pour la publicité destinée aux enfants, en plus de lignes directrices sur la représentation des femmes et des hommes dans la publicité. Si une annonce provoque chez vous une réaction forte, dites-le à NCP. Vous pouvez également consulter le Réseau Éducation-Médias (www.media-awareness.ca), dont la mission est de développer l'esprit critique des jeunes à l'égard des médias.

Vous pouvez aussi vous rendre sur le site Web du Bureau de la concurrence (www.bureaudelaconcurrence.gc.ca) ou porter plainte quant à une publicité trompeuse en téléphonant sans frais au 1-800-348-5358.

Le site Web de l'Office de la protection du consommateur du Québec (www.opc.gouv.qc.ca) donne des renseignements additionnels en français.

CONSEILS POUR JEUNES CONSOMMATEURS

La protection des consommateurs demeure un élément important du programme des gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux. Dans un esprit de coopération et pour accroître l'efficacité dans le domaine de la consommation, le Comité des mesures en matière de consommation a été mis sur pied en vertu du chapitre huit de l'Accord sur le commerce intérieur. Ce Comité se compose d'un représentant de l'administration fédérale ainsi que d'un représentant de chaque province et de chaque territoire. Il fournit un forum fédéral-provincial-territorial visant la coopération au niveau national, dans le but d'améliorer le marché au profit des consommateurs canadiens, grâce à l'harmonisation des lois, des règlements et des pratiques et à des activités de sensibilisation du public.

Canada



Ontario

Québec



NOVASCOTIA



New Brunswick
Nouveau Brunswick
CANADA

Manitoba



BRITISH
COLUMBIA



Prince
Edward
Island
CANADA



Government of
Saskatchewan

Alberta
Government

Newfoundland
Labrador



Yukon
Government

Northwest
Territories



Nunavut