



## Lignes directrices



# Indications relatives au prix habituel

Paragrophes 74.01(2) et 74.01(3) de  
la *Loi sur la concurrence*



Cette publication n'est pas un document juridique. Elle renferme des renseignements généraux sur la façon d'appliquer la *Loi sur la concurrence*.

**Cette publication remplace la publication suivante du Bureau de la concurrence :**

Lignes directrices — *Indications relatives au prix habituel* — Paragraphes 74.01(2) et 74.01(3) de la Loi sur la concurrence, 20 septembre 1999

**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  
Numéro sans frais : 1-800-348-5358  
ATS (pour les malentendants) : 1-800-642-3844  
Télécopieur : 819-997-0324  
Site Web : [www.bureaudelaconcurrence.gc.ca](http://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 totalité ou en partie et par tout moyen, sans frais et sans autre autorisation du Bureau de la concurrence, pourvu qu'une diligence raisonnable soit exercée dans le but d'assurer l'exactitude de l'information reproduite, que le Bureau de la concurrence soit identifié comme étant la source de l'information et que la reproduction ne soit pas présentée comme une version officielle de l'information reproduite ni comme ayant été faite en association avec le Bureau de la concurrence ou avec l'approbation de celui-ci. Pour obtenir l'autorisation de reproduire l'information contenue dans cette publication dans un but commercial, veuillez envoyer un courriel à [droitdauteur.copyright@tpsgc-pwgsc.gc.ca](mailto:droitdauteur.copyright@tpsgc-pwgsc.gc.ca).

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

N° de catalogue lu54-21/2009F-PDF  
ISBN 978-1-100-92662-9  
60667

2009-10-16

*Also available in English under the title Ordinary Price Claims – Subsections 74.01(2) and 74.01(3) of the Competition Act.*



# TABLE DES MATIÈRES

■ 1. INTRODUCTION.....	1
■ 2. À QUEL MOMENT UNE AUBAINE EN EST-ELLE VRAIMENT UNE? .....	2
■ 3. LES DISPOSITIONS DE LA <i>LOI SUR LA CONCURRENCE</i> À L'ÉGARD DES INDICATIONS RELATIVES AU PRIX HABITUEL .....	3
■ 4. LIGNES DIRECTRICES CONCERNANT LES INDICATIONS RELATIVES AU PRIX HABITUEL .....	5
4.1 Principes généraux .....	5
4.2 Principales expressions.....	6
4.2.1 Indications relatives au prix habituel en fonction de ventes réelles ( <i>critère de quantité</i> ).....	6
4.2.1.1 Quantité importante.....	6
4.2.1.2 Période raisonnable .....	7
4.2.2 Indications relatives au prix habituel en fonction des prix auxquels les produits sont offerts ( <i>critère de période</i> ) .....	7
4.2.2.1 De bonne foi.....	7
4.2.2.2 Période importante .....	7
4.3 Exemples .....	8
■ 5. AVIS ÉCRITS .....	11
■ 6. COMMENT COMMUNIQUER AVEC LE BUREAU DE LA CONCURRENCE.....	12





# I. INTRODUCTION

Le Bureau de la concurrence est un organisme d'application de la loi indépendant qui contribue à la prospérité des Canadiens en assurant la protection et la promotion de la concurrence au sein des marchés tout en permettant aux consommateurs de faire des choix éclairés. Dirigé par le commissaire de la concurrence, le Bureau est responsable de l'administration et de l'application de la *Loi sur la concurrence*, 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*.

La *Loi sur la concurrence* a pour objet de préserver et de favoriser la concurrence sur le marché canadien. Les paragraphes 74.01(2) et 74.01(3) font partie intégrante des dispositions de la *Loi* concernant les indications fausses ou trompeuses et les pratiques commerciales trompeuses. Le rôle de ces dispositions consiste à améliorer la qualité et l'exactitude de l'information qui circule sur le marché ainsi qu'à prévenir les pratiques commerciales trompeuses. La *Loi* s'applique à la plupart des entreprises au Canada, quelle que soit leur taille.

La présente publication expose la démarche adoptée par le commissaire de la concurrence en vue de faire respecter les dispositions de la *Loi* concernant les indications relatives au prix habituel. Les lignes directrices qui sont présentées dans cette publication n'ont pas force de loi, mais elles reflètent néanmoins la position du commissaire en ce qui concerne l'application uniforme de la loi par le personnel du Bureau de la concurrence.

## 2. À QUEL MOMENT UNE AUBAINE EN EST-ELLE VRAIMENT UNE?

Que l'on soit à la recherche d'une tondeuse à gazon, d'un réfrigérateur ou simplement d'une nouvelle paire de souliers, il est toujours intéressant de profiter d'une aubaine. Souvent, les gens vont comparer les prix avant d'acheter ou encore ils vont attendre que le produit soit mis en solde, plutôt que d'acheter au « prix courant ». Lorsque des comparaisons sont faites entre deux prix, les consommateurs réagissent aux économies véhiculées. C'est pourquoi les indications relatives au prix habituel et les économies s'y rapportant peuvent constituer de puissants outils de commercialisation.

À quel moment une aubaine en est-elle vraiment une? Si quelqu'un inscrit un prix courant fictif sur un produit simplement pour pouvoir le rayer et prétendre que le prix est réduit, le consommateur pourrait ne pas réaliser d'économie. Et lorsque le consommateur est induit en erreur, il en résulte une concurrence déloyale. Même si les acheteurs n'apprennent jamais la vérité, quelqu'un a été trompé, et les concurrents peuvent également être désavantagés.







### 3. LES DISPOSITIONS DE LA *LOI SUR LA CONCURRENCE* À L'ÉGARD DES INDICATIONS RELATIVES AU PRIX HABITUEL

Les paragraphes 74.01(2) et 74.01(3) sont des dispositions civiles de la *Loi sur la concurrence*. Ces dispositions interdisent de donner ou de permettre que soient données au public, de quelque façon que ce soit, des indications fausses ou trompeuses sur un point important concernant le prix de vente habituel d'un produit. Le prix de vente habituel est établi selon l'un ou l'autre de deux critères, soit qu'une quantité importante du produit a été vendue à ce prix ou à un prix plus élevé pendant une période raisonnable (*critère de quantité*), soit que le produit a été offert de bonne foi à ce prix ou à un prix plus élevé pendant une période importante (*critère de période*).

- Dans le cas où le ***prix habituel représente le prix habituel des fournisseurs sur le marché***, à moins que ces fournisseurs aient vendu une quantité importante du produit à ce prix, ou que ces fournisseurs aient offert de bonne foi le produit à ce prix, ce prix soulèvera des inquiétudes en vertu du paragraphe 74.01(2) de la *Loi* s'il est représenté comme étant le prix habituel.
- Dans le cas où le ***prix habituel représente le prix habituel d'un fournisseur particulier***, à moins que ce fournisseur n'ait vendu une quantité importante du produit à ce prix, ou qu'il n'ait offert de bonne foi le produit à ce prix, ce prix soulèvera des inquiétudes en vertu du paragraphe 74.01(3) de la *Loi* s'il est représenté comme étant le prix habituel.

En vertu de ces dispositions, il n'est pas nécessaire de démontrer : qu'une personne a été trompée ou induite en erreur; qu'une personne faisant partie du public à qui les indications ont été données se trouvait au Canada; que les indications ont été données à un endroit auquel le public avait accès. Le paragraphe 74.03(5) précise que, pour déterminer si une indication est fausse ou trompeuse sur un point important, il faut tenir compte de l'impression générale qu'elle donne ainsi que de son sens littéral.

Le tribunal qui arrive à la conclusion qu'une personne a contrevenu aux paragraphes 74.01(2) ou 74.01(3) peut ordonner à celle-ci de ne pas se comporter de la sorte, de diffuser un avis correctif, ou de payer une sanction administrative pécuniaire maximale de 750 000 \$ dans le cas d'une personne physique et de 10 000 000 \$ dans le cas d'une personne morale. Pour toute ordonnance subséquente, cette sanction peut aller jusqu'à 1 000 000 \$ pour une personne physique et 15 000 000 \$ pour une personne morale.

Les paragraphes 74.01(2), 74.01(3) et 74.1(1) de la Loi se lisent comme suit :

#### Prix habituel : fournisseurs en général

**74.01 (2)** Sous réserve du paragraphe (3), est susceptible d'examen le comportement de quiconque donne, de quelque manière que ce soit, aux fins de promouvoir directement ou indirectement soit la fourniture ou l'usage d'un produit, soit des intérêts commerciaux quelconques, des indications au public relativement au prix auquel un ou des produits similaires ont été, sont ou seront habituellement fournis, si, compte tenu de la nature du produit, l'ensemble des fournisseurs du marché géographique pertinent n'ont pas, à la fois :

- a) vendu une quantité importante du produit à ce prix ou à un prix plus élevé pendant une période raisonnable antérieure ou postérieure à la communication des indications;
- b) offert de bonne foi le produit à ce prix ou à un prix plus élevé pendant une période importante précédant de peu ou suivant de peu la communication des indications.

#### Prix habituel : fournisseur particulier

**74.01 (3)** Est susceptible d'examen le comportement de quiconque donne, de quelque manière que ce soit, aux fins de promouvoir directement ou indirectement soit la fourniture ou l'usage d'un produit, soit des intérêts commerciaux quelconques, des indications au public relativement au prix auquel elle a fourni, fournit ou fournira habituellement un produit ou des produits similaires, si, compte tenu de la nature du produit et du marché géographique pertinent, cette personne n'a pas, à la fois :

- a) vendu une quantité importante du produit à ce prix ou à un prix plus élevé pendant une période raisonnable antérieure ou postérieure à la communication des indications;
- b) offert de bonne foi le produit à ce prix ou à un prix plus élevé pendant une période importante précédant de peu ou suivant de peu la communication des indications.

#### Décision et ordonnance

**74.1 (1)** Le tribunal qui conclut, à la suite d'une demande du commissaire, qu'une personne a ou a eu un comportement susceptible d'examen visé à la présente partie peut ordonner à celle-ci :

- a) de ne pas se comporter ainsi ou d'une manière essentiellement semblable;
- b) de diffuser, notamment par publication, un avis, selon les modalités de forme et de temps qu'il détermine, visant à informer les personnes d'une catégorie donnée, susceptibles d'avoir été touchées par le comportement, du nom de l'entreprise que le contrevenant exploite et de la décision prise en vertu du présent article, notamment :
  - (i) l'énoncé des éléments du comportement susceptible d'examen,
  - (ii) la période et le secteur géographique auxquels le comportement est afférent,
  - (iii) l'énoncé des modalités de diffusion utilisées pour donner les indications ou faire la publicité, notamment, le cas échéant, le nom des médias — notamment de la publication — utilisés;
- c) de payer, selon les modalités qu'il peut préciser, une sanction administrative pécuniaire maximale :
  - (i) dans le cas d'une personne physique, de 750 000 \$ pour la première ordonnance et de 1 000 000 \$ pour toute ordonnance subséquente,
  - (ii) dans le cas d'une personne morale, de 10 000 000 \$ pour la première ordonnance et de 15 000 000 \$ pour toute ordonnance subséquente;
- d) s'agissant du comportement visé à l'alinéa 74.01(1)a), de payer aux personnes auxquelles les produits visés par le comportement ont été vendus — sauf les grossistes, détaillants ou autres distributeurs, dans la mesure où ils ont revendu ou distribué les produits — une somme — ne pouvant excéder la somme totale payée au contrevenant pour ces produits — devant être répartie entre elles de la manière qu'il estime indiquée.



## 4. LIGNES DIRECTRICES CONCERNANT LES INDICATIONS RELATIVES AU PRIX HABITUEL

Conformément aux paragraphes 74.01(2) et 74.01(3) de la *Loi*, le fait de donner des indications fausses ou trompeuses sur un point important concernant le prix de vente habituel d'un produit constitue un comportement susceptible d'examen assujéti aux dispositions civiles de la *Loi*. Toutefois, lorsque l'intention criminelle requise peut être démontrée, de telles indications peuvent également être assujétiées à la disposition générale criminelle visant les indications fausses ou trompeuses sur un point important prévue au paragraphe 52(1) de la *Loi*.

### 4.1 Principes généraux

**4.1.1** Une personne peut comparer les prix d'un produit si le prix de référence reflète le prix auquel l'ensemble des fournisseurs du secteur géographique pertinent a :

- (a) soit vendu une quantité importante du produit pendant une période raisonnable antérieure ou postérieure à la communication des indications (*critère de quantité*);
- (b) soit offert de bonne foi le produit pendant une période importante précédant de peu ou suivant de peu la communication des indications (*critère de période*).

(Voir la section « Exemples » au paragraphe 4.3.1.)

**4.1.2** Lorsque la comparaison porte sur les propres prix du fournisseur, les critères décrits au paragraphe 4.1.1 s'appliquent à ces prix (voir la section « Exemples » au paragraphe 4.3.2).

**4.1.3** Des comparaisons de prix peuvent être effectuées par rapport à des prix antérieurs (« était »), à des prix actuels (« prix courant ») et à des prix à venir (« prix après vente »). Ces trois genres d'indications sont évalués en fonction du critère concernant la quantité ou la période (voir la section « Exemples » au paragraphe 4.3.3).

**4.1.4** La nature du produit (p. ex., marque nationale par opposition à marque privée; produit saisonnier par opposition à produit non saisonnier; produit de fantaisie par opposition à produit courant; nouveau produit par opposition à produit établi; produit acheté fréquemment par opposition à produit acheté rarement) sera prise en compte lorsqu'il s'agira de déterminer si on a vraisemblablement contrevenu à la *Loi*. Par exemple, un produit saisonnier peut être vendu ou offert pendant une période plus brève que d'autres produits. Dans ce cas, le critère concernant la quantité ou la période s'appliquera à l'égard de ce laps de temps plus court.

**4.1.5** Compte tenu des circonstances particulières de chaque cas, le marché géographique pertinent sera déterminé en fonction de certains facteurs. Ceux-ci pourraient inclure, sans aucun ordre particulier, la portée des indications sur le marché, le nombre de concurrents et leur emplacement, les chances de déplacement en vue d'acheter le produit en question,

l'emplacement des consommateurs ciblés par les indications et la facilité d'effectuer une comparaison de prix. Dans le cas de fournisseurs de petite ou de moyenne taille, le marché géographique pertinent sera généralement la municipalité ou la région métropolitaine où se trouve l'entreprise. Dans le cas de fournisseurs de plus grande taille, le marché géographique pertinent pourrait être constitué des secteurs géographiques combinés de divers points de vente. Le marché géographique pertinent correspond habituellement à la région couverte par le moyen de communication employé.

**4.1.6** Lorsque des comparaisons de prix visent des produits semblables, les critères décrits au paragraphe 4.1.1 s'appliquent aux prix de ces produits semblables.

**4.1.7** Il est possible que des indications concernant des comparaisons de prix qui ne répondent pas aux critères décrits au paragraphe 4.1.1 ne soulèvent pas de problème en vertu de la *Loi*, lorsque le fournisseur peut démontrer que les indications n'étaient en aucune autre façon fausses ou trompeuses sur un point important. Par exemple, une « vente d'écoulement » peut ne pas satisfaire aux critères concernant la quantité et la période. Cependant, un fournisseur qui fait la promotion de ce genre de solde sera probablement en mesure de démontrer que les indications concernant les comparaisons de prix n'étaient en aucune façon trompeuses s'il arrive à établir que le solde était clairement annoncé en tant que vente d'écoulement, que les indications portaient sur le prix initial ainsi que sur tous les prix provisoires subséquents et que le prix initial a été offert de bonne foi (voir la section « Principales expressions » au paragraphe 4.2.2.1). Un tel solde peut avoir lieu lorsqu'un fournisseur offre des produits qui ne sont pas censés être vendus de nouveau au prix initial, lorsque les produits n'ont pas été ou ne sont plus vendus au prix initial ou à un prix inférieur, ou lorsque le fournisseur veut réduire considérablement le prix des produits et les écouler rapidement afin de faire de la place pour la nouvelle marchandise. En règle générale, seuls les produits que le fournisseur a déjà en stock devraient faire l'objet d'une vente d'écoulement (voir la section « Exemples » au paragraphe 4.3.4 pour une autre démonstration de ce principe).

## **4.2 Principales expressions**

### **4.2.1 Indications relatives au prix habituel en fonction de ventes réelles (critère de quantité)**

#### **4.2.1.1 Quantité importante**

(a) Le critère concernant la quantité importante de produits sera satisfait si plus de 50 p. 100 des ventes ont été réalisées au prix de référence ou à des prix supérieurs.

(b) Lorsque qu'il n'existe aucun prix représentant une quantité importante de produits vendus, on peut utiliser comme prix de référence le plus bas de deux ou plusieurs prix qui représentent une quantité importante de produits vendus. Pour choisir le plus bas prix, on tiendra compte de la quantité de produits vendus aux différents prix (voir la section « Exemples » au paragraphe 4.3.5).

#### 4.2.1.2 Période raisonnable

La période dont on doit tenir compte sera la période de douze mois antérieure (ou postérieure) à la communication des indications. Toutefois, cette période peut être moins longue compte tenu de la nature du produit.

#### 4.2.2 Indications relatives au prix habituel en fonction des prix auxquels les produits sont offerts (*critère de période*)

##### 4.2.2.1 De bonne foi

Pour déterminer si un produit a été offert de bonne foi, voici certains facteurs dont le Bureau tiendrait probablement compte :

- (a) Est-ce que le produit était visiblement disponible en quantité suffisante?
- (b) Est-ce que le prix de référence était basé sur des principes judicieux d'établissement de prix ou le prix de référence était-il raisonnable compte tenu de la concurrence dans le marché pertinent pendant la période visée?
- (c) Le prix de référence était-il un prix qui, selon les prévisions du fournisseur, serait validé par le marché, que le marché ait validé ce prix ou non?
- (d) Est-ce que le prix de référence était un prix auquel des ventes ont effectivement été réalisées ou s'agissait-il d'un prix comparable à celui proposé par des concurrents?

##### 4.2.2.2 Période importante

- (a) Le critère concernant la période sera satisfait si le produit est offert au prix de référence ou à un prix supérieur pendant plus de 50 p. 100 de la période visée.
- (b) La période visée sera la période de six mois antérieure (ou postérieure) à la communication des indications. Cependant, cette période peut être moins longue compte tenu de la nature du produit.
- (c) Lorsque le produit est offert à des prix différents pendant différentes périodes, on peut utiliser comme prix de référence le plus bas de deux ou plusieurs prix auxquels le produit a été offert durant la période importante (voir la section « Exemples » au paragraphe 4.3.6).

## 4.3 Exemples

### 4.3.1 Prix courant 100 \$ — Prix de solde 50 \$

Dans un tel cas, le Bureau examinerait les prix pratiqués par l'ensemble des fournisseurs dans le secteur géographique pertinent, car il n'est pas clairement précisé qu'il s'agit des prix annoncés par le fournisseur lui-même.

Le commissaire n'ouvrirait probablement pas d'enquête dans les circonstances suivantes :

- (a) une quantité importante de produits avait récemment été vendue au prix courant de 100 \$ ou plus (p. ex., plus de 50 p. 100 constituerait manifestement une quantité importante);
- (b) le produit a été offert de bonne foi à 100 \$ ou plus pendant plus de 50 p. 100 du temps au cours des six derniers mois, et des ventes réelles ont été effectuées au prix de 100 \$; ou
- (c) aucune vente n'a été effectuée pendant la période pertinente au prix annoncé de 100 \$, mais le fournisseur était prêt à répondre à la demande pour le produit et avait honnêtement fait des efforts en vue de s'assurer que le prix de 100 \$ était un prix raisonnable compte tenu des conditions du marché.

### 4.3.2 Notre prix courant 100 \$ — Maintenant offert à 50 \$

Les critères et les principes exposés à l'exemple 4.3.1 s'appliquent à toute comparaison effectuée par un fournisseur avec ses propres prix.

### 4.3.3 Prix après solde 100 \$ — Maintenant offert à 50 \$

Le commissaire n'ouvrirait probablement pas d'enquête dans les circonstances suivantes :

- (a) le produit est offert à 100 \$ immédiatement après le solde :
  - i) pendant une période importante; ou
  - ii) pendant une période importante constituée de plusieurs périodes cumulatives immédiatement après la fin du solde; ou
- (b) une quantité importante de produits a été vendue à 100 \$ ou plus au cours de l'année ayant suivi immédiatement la fin du solde.

Cette indication serait considérée comme un engagement suivant lequel le fournisseur mettrait le produit en vente au prix le plus élevé après la fin du solde. Le commissaire ouvrirait probablement une enquête si le produit n'était pas offert à ce prix pendant une période importante ou si une

quantité importante de produits n'a pas été vendue au prix après solde ou à un prix supérieur pendant une période raisonnable au cours de la période ayant suivi le solde.

Le commissaire n'ouvrirait probablement pas d'enquête, même si la comparaison de prix ne satisfait ni au critère concernant la période ni à celui concernant la quantité, si le fournisseur démontre que l'indication n'est en aucune autre façon fausse ou trompeuse sur un point important.

#### **4.3.4 PDSF 15 000 \$ — Rabais du fabricant de 1 000 \$ (le prix des détaillants peut être inférieur)**

En ce qui concerne l'utilisation de l'expression « prix de détail suggéré par le fabricant » (PDSF), le commissaire n'ouvrirait probablement pas d'enquête, même si la comparaison de prix ne satisfait ni au critère concernant la période ni à celui concernant la quantité, lorsque le fournisseur démontre que l'indication n'est en aucune autre façon fausse ou trompeuse sur un point important.

Le commissaire n'ouvrirait probablement pas d'enquête lorsque l'abréviation PDSF est employée si le prix de détail suggéré par le fabricant n'est pas comparé au prix de vente réel et s'il est clairement indiqué que le produit peut être vendu à un prix inférieur.

#### **4.3.5 Un produit est vendu à différents prix pendant une période de douze mois**

Le produit est vendu à différents prix dans les proportions suivantes : 5 p. 100 de l'ensemble des produits vendus l'a été à 100 \$; 20 p. 100 à 90 \$; 30 p. 100 à 80 \$; 5 p. 100 à 70 \$; et 40 p. 100 à 60 \$. Le commissaire n'ouvrirait probablement pas d'enquête si :

- (a) 60 \$ était le prix de référence indiqué, 100 p. 100 des ventes ayant été réalisées à 60 \$ ou plus pendant la période de 12 mois;
- (b) 70 \$ était le prix de référence indiqué, 60 p. 100 des ventes ayant été réalisées à 70 \$ ou plus pendant la période de 12 mois; ou
- (c) 80 \$ était le prix de référence indiqué, 55 p. 100 des ventes ayant été réalisées à 80 \$ ou plus pendant la période de 12 mois.

#### **4.3.6 Un produit est offert à différents prix durant une période de 6 mois**

Le produit a été offert à différents prix pendant différentes périodes comme suit : pendant 5 p. 100 du temps, le produit était offert à 100 \$; pendant 20 p. 100 du temps, à 90 \$; pendant 30 p. 100 du temps, à 80 \$; pendant 5 p. 100 du temps, à 70 \$; pendant 40 p. 100 du temps, à 60 \$. Le commissaire n'ouvrirait probablement pas d'enquête si :

- (a) 60 \$ était le prix de référence indiqué, le produit ayant été offert à 60 \$ ou plus pendant 100 p. 100 du temps au cours des six derniers mois;

(b) 70 \$ était le prix de référence indiqué, le produit ayant été offert à 70 \$ ou plus pendant 60 p. 100 du temps au cours des six derniers mois; ou

(c) 80 \$ était le prix de référence indiqué, le produit ayant été offert à 80 \$ ou plus pendant 55 p. 100 du temps au cours des six derniers mois.

Le fournisseur doit toutefois comprendre que cette période est une période continue et qu'il doit tenir compte des prix auxquels le produit sera offert au cours des mois à venir afin d'apporter les rajustements nécessaires au prix de référence.





## 5. AVIS ÉCRITS

Le Bureau de la concurrence facilite le respect de la loi en offrant divers types d'avis écrits 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 est conforme à la *Loi sur la concurrence*. Ces avis lient le commissaire de la concurrence lorsque tous les faits importants à l'appui d'une demande d'avis lui ont été communiqués et sont exacts. 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.





## 6. 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*, 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](http://www.bureaudelaconcurrence.gc.ca) ]

### Adresse

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

### Téléphone

[ 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 ]