



# 5 recommandations pour soutenir les consommateurs dans le contexte d'incertitude économique

7 mars 2025

Option consommateurs  
est une association à  
but non lucratif  
indépendante, qui a  
pour mission d'aider les  
consommateurs et de  
défendre leurs droits.

Aussi enregistrée comme organisme de bienfaisance, elle offre plusieurs services (information juridique, consultations budgétaires, séances d'information), fait des représentations auprès des décideurs et mène des actions collectives. Elle s'intéresse de près aux questions liées aux finances personnelles, aux pratiques commerciales, aux services financiers, à la protection de la vie privée, à l'énergie, à l'endettement et à l'accès à la justice.

# Table des matières

- 1. Aider les consommateurs à acheter local..... 2
- 2. Réduire l'impact des tarifs sur les consommateurs plus vulnérables ..... 3
- 3. Accroître la concurrence des marchés..... 3
- 4. Renforcer l'application de nos lois ..... 4
- 5. Protéger les consommateurs dans la recherche de nouveaux débouchés à l'économie canadienne ..... 5

Option consommateurs se préoccupe grandement de l'impact sur les consommateurs des nouvelles politiques tarifaires adoptées par les États-Unis et le Canada. Dans ce contexte d'incertitude économique, nous proposons aux gouvernements du Canada et du Québec les cinq mesures suivantes pour soutenir les consommateurs.

## 1. Aider les consommateurs à acheter local

De nombreux consommateurs souhaitent encourager les producteurs et les entreprises d'ici. Toutefois, il est très complexe pour ces consommateurs de savoir quel produit choisir. Parfois, un bien peut être transformé ici, mais à partir de composantes provenant de l'étranger. D'autres fois, le bien peut être complètement produit ici, mais par une entreprise basée à l'étranger. Pour de nombreux biens, l'intégration économique des États fait en sorte qu'il est difficile d'en départager l'origine.

Les normes d'étiquetage de la provenance des produits se montrent insuffisantes pour aider les consommateurs à y voir plus clair. Seuls certains produits alimentaires doivent obligatoirement comporter une mention de leur provenance<sup>1</sup>. De même, il n'existe pas de méthodologie simple qui permette aux consommateurs de comparer aisément l'origine de l'ensemble des biens de consommation. Les allégations « fabriqué au Canada » ou « produit au Canada », que les entreprises peuvent volontairement choisir d'apposer sur leurs produits, comportent ainsi des modalités d'application différentes<sup>2</sup>.

- **Prévoir l'étiquetage obligatoire de la provenance des biens de consommation et l'établissement de barèmes clairs et harmonisés pour en déterminer l'origine. Les consommateurs devraient non seulement être informés de l'origine du bien, mais aussi de son lieu de transformation ainsi que de l'origine de l'entreprise qui le fabrique. Cette information devrait leur être présentée de manière lisible et facilement compréhensible.**

---

<sup>1</sup> <https://inspection.canada.ca/fr/etiquetage-aliment/etiquetage/consommateurs/etiquetage-du-pays-dorigine>

<sup>2</sup> <https://bureau-concurrence.canada.ca/comment-nous-favorisons-concurrence/education-sensibilisation/publications/indications-produit-canada-fait-canada>

## 2. Réduire l'impact des tarifs sur les consommateurs plus vulnérables

Option consommateurs est préoccupée par l'impact des tarifs sur les personnes à plus faible revenu, qui peinent déjà à se procurer des biens et services de première nécessité. Si des tarifs ayant pour effet d'accroître le coût de la vie des Canadiens sont adoptés par les gouvernements, nous estimons que des mesures concomitantes doivent être adoptées pour soutenir les consommateurs les plus vulnérables dans l'achat de biens essentiels.

- **Mettre en place un mécanisme de soutien pour les consommateurs à plus faible revenu, par exemple par le biais d'une bonification du crédit pour la TPS/TVH accordé aux personnes à plus faible revenu ou d'autres mesures similaires.**
- **Encadrer les pratiques commerciales qui permettent de masquer les augmentations de prix des aliments, telles que la réduflation, et rendre l'affichage des prix par unité de mesure obligatoire partout au pays.**

## 3. Accroître la concurrence des marchés

Le marché canadien est insuffisamment concurrentiel. Dans le secteur des épiceries, une note préparée par Option consommateurs indique que la concentration du marché exerce une influence concrète et persistante sur les prix des produits alimentaires<sup>3</sup>. Dans un discours récent, la sous-gouverneure de la Banque du Canada affirmait ainsi que plusieurs secteurs économiques « manquent de concurrence, que ce soit entre provinces, à l'international ou de la part de nouveaux joueurs<sup>4</sup> ».

Option consommateurs craint que la concentration déjà prononcée du marché canadien soit intensifiée par le recul des entreprises étrangères au pays à la suite

---

<sup>3</sup> <https://option-consommateurs.org/publications/faible-concurrence-epicerie/>

<sup>4</sup> <https://www.banqueducanada.ca/2024/03/heure-sonne-reglons-probleme-productivite-canada/>

d'une guerre commerciale. Pour éviter que les consommateurs ne subissent les contrecoups de ce déficit de concurrence, notamment par le biais de hausses de prix, nous estimons urgent d'agir pour favoriser un environnement plus concurrentiel au pays.

- **S'assurer que le Bureau de la concurrence, chargé d'appliquer la *Loi sur la concurrence*, dispose des ressources nécessaires afin qu'il puisse mener des enquêtes de grande envergure et intervenir rapidement pour mettre fin à des pratiques anticoncurrentielles.**
- **Au Québec, instaurer une équipe d'analyse et de surveillance économique au sein de l'Office de la protection du consommateur (OPC), qui aurait comme mandat de surveiller et d'enquêter sur les enjeux de concentration des marchés et de hausse des prix. Cette équipe permettrait à l'OPC d'être à l'avant-garde en matière de protection des intérêts économiques des consommateurs et de signaler rapidement des enjeux au Bureau de la concurrence du Canada.**

## 4. Renforcer l'application de nos lois

La situation actuelle représente une opportunité pour renforcer nos investissements dans les organisations publiques chargées de l'application de la loi. Il est crucial de veiller à ce que les géants du numérique, souvent basés à l'étranger, respectent rigoureusement nos lois nationales, notamment en ce qui concerne la protection des consommateurs. Le statut d'intermédiaire de ces plateformes en ligne, qui font le lien entre des consommateurs et des fournisseurs de services, laisse du flou quant à leur responsabilité envers les consommateurs.

Pour ce faire, nous proposons non seulement de renforcer les lois à l'égard des grandes plateformes numériques, mais aussi de renforcer les organismes qui veillent à leur application.

Investir dans les organismes chargés d'appliquer les lois a des retombées hautement positives sur le plan économique. En guise d'illustration, le Bureau de la concurrence estime que ses interventions ont permis aux consommateurs d'économiser plus de 2,2 milliards en 2023-2024, en s'attaquant aux pratiques

marketing anticoncurrentielles et trompeuses<sup>5</sup>. Avec un budget de 71,37 millions de dollars pour la même période<sup>6</sup>, cela représente un ratio bénéfice-coût de 31 pour 1 : pour chaque million de dollars investi dans le financement du Bureau de la concurrence, la société canadienne bénéficie de 31 millions de dollars d'économies.

Malheureusement, ces organismes publics sont sous-financées. Ainsi, le financement par habitant du Bureau de la concurrence demeure nettement inférieur à celui de pays comparables. Selon nos calculs, le financement par habitant du Bureau de la concurrence n'est que de 1,72 \$, alors qu'il s'élève à 3,77 \$ au Royaume-Uni<sup>7</sup> et à 13,24 \$ en Australie<sup>8</sup>. Quant à la protection des consommateurs, le financement par habitant de l'OPC en 2024 s'élève à seulement 1,39 \$, un niveau bien inférieur à celui du Royaume-Uni, qui atteint 4,49 \$<sup>9</sup>.

- **Augmenter le budget du Bureau de la concurrence, de l'Office de la protection du consommateur et de la Commission d'accès à l'information.**
- **Revoir l'encadrement législatif des plateformes numériques et inscrire dans la loi qu'un intermédiaire en ligne est solidairement responsable de l'exécution conforme des contrats avec le prestataire de service final.**

## 5. Protéger les consommateurs dans la recherche de nouveaux débouchés à l'économie canadienne

La situation actuelle pousse le Canada à chercher de nouveaux partenaires économiques pour réduire sa dépendance au marché américain.

Nous soutenons la volonté de tirer parti des traités internationaux auxquels le Canada est partie en renforçant les relations économiques avec les partenaires

---

<sup>5</sup> <https://www.tbs-sct.canada.ca/ems-sgd/edb-bdd/index-fra.html#infographic/program/ISC-BNP12/results>

<sup>6</sup> BUREAU DE LA CONCURRENCE, *Renforcement de la concurrence : Une année marquante – Rapport annuel 2023-2024*, Ottawa, 2024.

<sup>7</sup> COMPETITION AND MARKETS AUTHORITY, *Rapport annuel et comptes 2023-2024*, Londres, 2024.

<sup>8</sup> AUSTRALIAN COMPETITION AND CONSUMER COMMISSION, *Rapport annuel 2023-2024*, Canberra, 2024.

<sup>9</sup> Rappelons que l'OPC ne dispose que d'un budget de 13,2 millions de dollars pour remplir sa vaste mission. Voir : OFFICE DE LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR, *Rapport annuel de gestion 2022-2023*, Québec, 2023, p. 27.

commerciaux avec lesquels des accords de libre-échange sont déjà en place, tout en poursuivant l'exploration de nouvelles ententes commerciales. De même, nous soutenons les initiatives visant à atténuer les barrières au commerce interprovincial au Canada.

Toutefois, nous estimons que ces nouveaux accords ne doivent pas se faire au détriment de la protection du consommateur et de la langue française. Le libre-échange et l'harmonisation des règles entre diverses juridictions ne doivent pas se traduire par un nivellement par le bas des lois sur la protection du consommateur. En ce sens, nous proposons que les associations de consommateurs canadiennes participent aux discussions dans le cadre de ces accords<sup>10</sup>.

- **Soutenir les associations de consommateurs canadiennes pour qu'elles puissent participer plus efficacement aux activités de coopération réglementaire. Cela permettrait d'assurer une participation équilibrée des intervenants et de réaffirmer le rôle que peuvent y jouer les associations de consommateurs.**

---

<sup>10</sup> Par exemple, dans plusieurs institutions négociant des normes internationales, des organisations de la société civile peuvent détenir un statut d'observateur les habilitant à participer aux réunions des États membres. Voir : <https://www.wipo.int/about-wipo/fr/observers/> ; <https://www.unhcr.org/fr/en-bref/gouvernance-et-supervision/executive-committee/reunions-du-comite-permanent/statut> ; <https://unctad.org/civil-society/organizations-observer-status>