

Quoi faire et ne pas faire en publicité

Plusieurs organismes régissent le monde publicitaire pensons notamment à l'Office de protection du consommateur, au Bureau de la concurrence pour n'en citer que deux. Avant de faire paraître une publicité, assurez-vous qu'elle soit dans les normes. Le géant du hamburger, McDonald, l'a appris à ses dépens il y a deux jours après avoir plaidé coupable pour avoir fait de la publicité commerciale destinée aux enfants. Voici donc quelques conseils sur quoi faire et quoi éviter dans vos publicités.

1. À FAIRE

- **Évitez les avertissements en petits caractères.**
Ils réussissent rarement à modifier l'impression générale que donne l'annonce. Si vous vous en servez, assurez-vous que l'impression générale de l'annonce et l'avertissement ne sont pas trompeurs.
- **Divulgez clairement tous les renseignements importants dans l'annonce.**
- **Évitez d'utiliser dans une annonce, des mots ou des expressions qui ne sont pas clairs et significatifs pour le consommateur moyen.**
- **Si plus d'un prix figure sur un produit, facturez le prix le plus bas.**
- **Assurez-vous d'avoir en réserve une quantité raisonnable d'un produit annoncé à prix d'occasion.**
- **Quand vous organisez un concours, divulgez tous les renseignements importants.**

La Loi sur la concurrence est stricte à ce niveau. Il faut que les participants éventuels sachent à quoi s'en tenir dans les moindres détails.

- **Faites en sorte que vos vendeurs sachent quoi faire et ne pas faire en matière de publicité.**

L'annonceur peut être tenu responsable des indications données par ses employés.

2. À NE PAS FAIRE

- Ne confondez pas le « prix suggéré par le fabricant » ou d'autres expressions semblables avec le « prix habituel », car il s'agit rarement du même prix.
- N'utilisez pas l'expression « prix habituel » dans une annonce à moins d'avoir offert de bonne foi le produit à ce prix pendant une période importante ou d'avoir vendu une quantité importante du produit.
- N'utilisez pas les termes « rabais » ou « solde » à moins qu'il y ait effectivement une réduction sensible du prix.
- Ne faites pas une « vente au rabais » qui dure longtemps ou qui se répète chaque semaine.
- N'augmentez pas le prix d'un produit ou d'un service pour camoufler le coût d'un autre produit ou service offert gratuitement.
- N'utilisez pas d'illustrations qui diffèrent du produit vendu.
- Ne donnez pas d'indication sur le rendement, même si vous la croyez juste, à moins que vous ne puissiez en prouver la véracité. En général, les témoignages ne constituent pas une preuve suffisante.
- Ne vendez pas un produit à un prix plus élevé que celui annoncé.
- Ne retardez pas indûment la remise des prix quand vous organisez un concours.
- N'oubliez pas qu'un tribunal peut juger une annonce trompeuse même si personne n'a été trompée.¹

¹ Source : Bureau de la concurrence, Industrie Canada