

Guide de référence et de bonnes pratiques en matière d'étiquetage et d'exactitude des prix

Réalisé par le



CONSEIL QUÉBÉCOIS DU
COMMERCE DE DÉTAIL

en collaboration avec



Conseil
canadien des
distributeurs en
alimentation

Canadian
Council of
Grocery
Distributors



ASSOCIATION DES DÉTAILLANTS
DE MATÉRIAUX DE CONSTRUCTION
DU QUÉBEC



Association
des détaillants
en alimentation
du Québec



et en partenariat avec

*Développement
économique
et régional*

Québec 

Avertissement

La première partie de ce guide, qui résume les principes de la réglementation québécoise tant en matière d'étiquetage unitaire que de non-étiquetage unitaire des prix, a été écrite dans un langage simple et pédagogique. L'utilisation de ce langage vise surtout à faciliter la compréhension des employés en formation.

Le véritable texte de la réglementation se trouve en annexe. N'hésitez pas à vous y référer afin de mieux comprendre les objectifs du législateur.

En cas de doute, il est préférable de vous référer au manuel de bonnes pratiques de votre entreprise ou à une personne responsable dans votre organisation qui pourra répondre à vos questions.

Ce guide ne se veut en aucune façon un énoncé exhaustif de la loi et il ne doit pas être interprété comme étant une opinion juridique.

Il est interdit de reproduire cet ouvrage, en tout ou en partie, sans la permission expresse du Conseil québécois du commerce de détail.

Conseil québécois du commerce de détail (CQCD)
630, rue Sherbrooke Ouest, bureau 910
Montréal (Québec) H3A 1E4
Téléphone: (514) 842-6681
Télécopieur : (514)842-7627
Courriel : cqcd@cqcd.org
Site Internet : www.cqcd.org

Remerciements

Le Conseil québécois du commerce de détail (CQCD) tient à remercier les associations ainsi que tous les détaillants identifiés ci-dessous et leur personnel qui ont collaboré étroitement à la production de ce guide de référence et de bonnes pratiques.

Pendant plus d'un an, ces personnes se sont réunies et ont contribué, par leurs connaissances, leurs conseils et leurs écrits, à ce que ce projet voit le jour.

Le CQCD remercie de plus les membres de son Comité étiquetage et exactitude des prix ainsi que le ministère du Développement économique et régional pour leur appui à ce projet.

Associations participantes

Le Conseil canadien des distributeurs en alimentation (CCDA)
L'Association des détaillants en alimentation du Québec (ADA)
L'Association des détaillants de matériaux de construction du Québec (ADMACQ)
L'Association canadienne des chaînes de pharmacie (CACDS)

Détaillants participants

Association des marchands Canadian Tire	Réno-Dépôt Inc.
Cie de la Baie d'Hudson	Rona Inc.
Bureau en gros	Sears Canada Inc.
Costco Wholesale Canada Ltd.	Sobeys Québec Inc.
Future Shop	Toys"R"Us
Groupe Jean Coutu (PJC) Inc. (Le)	Uniprix Inc.
Home Depot Canada	Wal-Mart Canada Corp.
Métro Richelieu Inc.	Zellers Inc.
Pharmaprix	
Provigo Inc.	

Un merci tout spécial à monsieur Jean Lefebvre qui, à titre de consultant, s'est affairé à mener à bien ce projet et à M^e Françoise Pâquet, directrice des relations gouvernementales au CQCD, pour la coordination des travaux.

Un merci également à l'Office de la protection du consommateur (OPC), particulièrement à M^e André Allard et son équipe, à madame Louise Faubert du ministère du Développement économique et régional ainsi qu'à madame Louise Rozon d'Option consommateurs pour leurs précieux commentaires.

Table des matières

Avertissement	II
Remerciements	III
Mot du Président-directeur général	1
Quelques définitions utiles	2
Préambule	4
Première partie : Historique	
1.0 Historique	6
1.1 Évolution du commerce de détail	6
1.2 Développement de nouvelles technologies	6
1.3 Adaptation des détaillants	7
Deuxième partie : Cadre réglementaire	
2.0 Cadre réglementaire	9
Troisième partie : Règles et bonnes pratiques pour les commerces qui étiquètent unitairement	
3.0 L'exemption relative à des biens spécifiques	11
3.1 Étiquetage unitaire des prix	11
3.2 Bonnes pratiques en matière d'étiquetage unitaire des prix	13
3.3 Mise en place des bonnes pratiques	13
3.4 Procédures de changement des prix	14
3.5 Procédures en cas d'erreur de prix	15
Quatrième partie : Règles et bonnes pratiques pour les commerces exemptés de l'étiquetage unitaire	
4.0 L'exemption générale relative à un commerce	17
4.1 Règles et conditions liées à l'exemption générale d'étiquetage unitaire des prix	17
4.2 Politique d'exactitude des prix	21
4.2.1 Indemnisation du consommateur	21
4.2.2 Affichage de la Politique	24
4.3 Pénalités	25

4.4	Enquêtes de l'Office de la protection du consommateur	25
4.5	Bonnes pratiques en cas d'exemption générale d'étiquetage unitaire	26
4.5.1	Mise en place des bonnes pratiques	27
4.5.2	Procédures de changement de prix	28
4.5.3	Procédures en cas d'erreur de prix	30

Cinquième partie :

Gestion des bonnes pratiques

5.0	Gestion des bonnes pratiques	33
5.1	Registre des erreurs de prix	33
5.2	Vérifications	34

Annexes **35**

Annexe 1

Copie de l'affiche de la Politique d'exactitude des prix

Annexe 2

Extraits de la Loi sur la protection du consommateur (articles 223, 224, 277 et 278)

Annexe 3

Copie de la Lettre d'affaires de l'OPC de janvier 2001 incluant :

- des extraits de la Loi sur la protection du consommateur et du Règlement d'application de la Loi sur la protection du consommateur
- le Décret numéro 11-2001 du 11 janvier 2001 concernant la Politique d'exactitude des prix pour des commerçants utilisant la technologie du lecteur optique
- l'Engagement volontaire

Annexe 4

Questions et réponses sur la Politique d'indication et d'exactitude des prix s'adressant particulièrement aux commerçants

Mot du président-directeur général

L'étiquetage et l'exactitude des prix ont toujours été des éléments préoccupants tant pour les consommateurs que pour les détaillants.

Répondant aux préoccupations grandissantes du secteur de la distribution et du commerce de détail, le Conseil québécois du commerce de détail a initié, auprès des entreprises de ce secteur et d'associations représentatives, le projet de concevoir le présent guide de référence et de bonnes pratiques afin de fournir un outil concret aux propriétaires et gestionnaires d'établissements commerciaux en regard des bonnes pratiques en matière d'étiquetage et d'exactitude des prix.

Nous espérons que ce guide permettra à nos entreprises de mieux gérer l'étiquetage et le marquage unitaire des prix et d'améliorer la performance du taux d'exactitude des prix en magasin.

L'exactitude des prix est un objectif de chaque instant pour le détaillant et un ingrédient essentiel du niveau de la confiance du consommateur à l'égard de son détaillant.

Le CQCD tient à souligner la précieuse contribution de ses membres et des associations qui ont collaboré à la réalisation de ce guide.

De plus, nous avons apprécié la collaboration de l'Office de la protection du consommateur du Québec et d'Option consommateurs pour leurs précieux commentaires et suggestions.

En dernier lieu, le CQCD tient à remercier monsieur Jean Lefebvre pour le rôle important qu'il a rempli en tant que consultant pour ce projet.

Le président-directeur général,



M^e Gaston Lafleur
Conseil québécois du commerce de détail

Quelques définitions utiles

Exactitude des prix :

Conformité entre le prix à la caisse et le prix annoncé à l'égard d'un bien offert en vente dans l'établissement.

Taux d'exactitude des prix :

Pourcentage des biens faisant l'objet d'une transaction dont le prix enregistré à la caisse **est identique** à celui annoncé soit sur le produit (étiquette individuelle), sur une tablette (carte de prix, étiquette tablette) ou ailleurs (circulaire, bout d'allée, promotion, etc.).

Taux d'inexactitude des prix :

Pourcentage des biens faisant l'objet d'une transaction dont le prix enregistré à la caisse **est différent** de celui annoncé soit sur le produit (étiquette individuelle), sur une tablette (carte de prix, étiquette tablette) ou ailleurs (circulaire, bout d'allée, promotion, etc.).

Taux d'inexactitude des prix pour les établissements se prévalant de l'exemption générale de l'étiquetage unitaire :

Une définition plus restreinte est donnée au terme « taux d'inexactitude des prix » pour les établissements qui se prévalent de l'exemption générale (quatrième partie du guide).

Ce terme se définit dans cette partie comme étant le pourcentage des biens faisant l'objet d'une transaction dont le prix enregistré à la caisse **est supérieur** à celui annoncé soit sur le produit (étiquette individuelle), sur une tablette (carte de prix, étiquette tablette) ou ailleurs (circulaire, bout d'allée, promotion, etc.).

OPC :

Office de la protection du consommateur. Organisme gouvernemental responsable des dossiers de consommation au Québec. Également responsable de l'application de la Loi sur la protection du consommateur et de la réglementation sur l'étiquetage et l'exactitude des prix dans les commerces.

Vérification :

Opération par laquelle un commerce, l'OPC ou une tierce partie procède, avec un échantillonnage de produits en magasin, à la vérification de l'exactitude des prix entre le prix annoncé sur l'étiquette présente sur le produit, sur la tablette ou ailleurs et le prix indiqué à la caisse ou dans la base de données.

Base de données :

Ordinateur central où sont consignés les prix de tous les produits en magasin.

Lecteur optique de magasin :

Lecteurs de codes à barres dispersés dans le magasin selon la surface de vente qui permettent au consommateur de valider le prix d'un produit.

Registre :

Système ou méthode qui permet de faire le suivi des erreurs d'étiquetage ou de prix (rapport de caisse, relevé informatique, compilation de données, etc.).

Produits en vente :

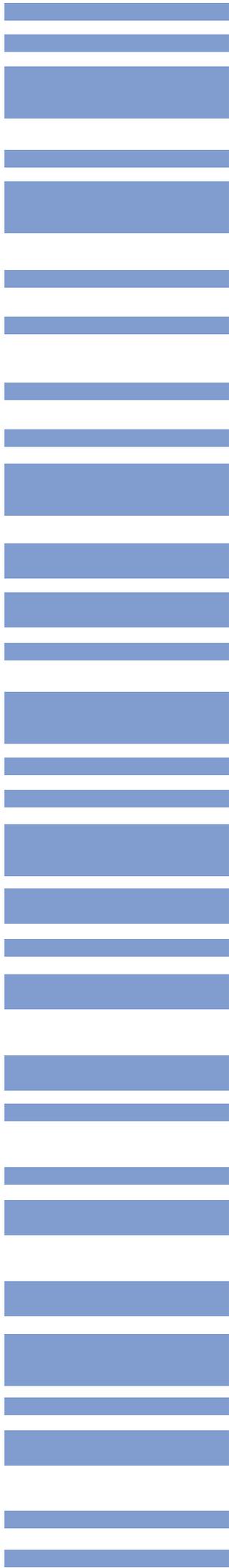
Signifie tous les produits qui sont offerts au consommateur à l'intérieur d'un magasin au prix régulier. **Si le produit est offert à un prix inférieur au prix régulier, on dit alors, produits EN SOLDE.**

Préambule

Le secteur du commerce de détail s'est résolument engagé à assurer l'étiquetage adéquat et l'exactitude des prix dans les magasins. Pour atteindre la performance souhaitée par les clients, certaines pratiques doivent être élaborées et mises en place.

Ce guide de référence et de bonnes pratiques illustre l'évolution du dossier au cours des dernières années et fournit les outils nécessaires aux détaillants afin de les aider à mettre en place dans leurs établissements les bonnes pratiques nécessaires à un bon étiquetage et à l'atteinte de l'exactitude des prix. Notre objectif est de couvrir l'ensemble des pratiques nécessaires dans le commerce de détail.

Il est possible que vous ayez des pratiques qui vous soient propres. Nous ne souhaitons pas les illustrer plus que celles d'un autre détaillant, mais plutôt nous assurer que rien ne sera oublié lorsque vous procéderez à l'étiquetage des prix de vos produits et à leur vérification dans votre magasin.



1.0

Première partie

Historique

1.0 Historique

L'évolution des pratiques d'étiquetage des prix est liée aux changements qui sont survenus dans le secteur du commerce de détail :

- Le commerce de détail a grandement évolué depuis les trente dernières années;
- Il est passé de l'épicerie du coin aux grandes surfaces;
- Avec l'émergence de la société de consommation, on a assisté à la naissance d'associations de consommateurs;
- La *Loi sur la protection du consommateur* (Loi) a vu le jour en 1971;
- Cette Loi a été ensuite modernisée en avril 1980 pour mieux encadrer les pratiques commerciales et donner droit aux consommateurs à de nouveaux recours;
- Des dispositions spécifiques dans le règlement d'application découlant de la Loi ont été ajoutées en 2001 à certains secteurs d'activité, notamment en matière d'indication des prix de vente des produits dans le secteur du commerce de détail.

1.1 Évolution du commerce de détail

De nouvelles pratiques commerciales ont été adoptées dans le secteur du commerce de détail :

- Évolution du comportement des consommateurs et ajustement des pratiques des détaillants;
- Modification de la dimension des magasins;
- Évolution des bannières;
- Modification des heures d'ouverture des commerces, des pratiques d'inventaires, etc.;
- Implantation de systèmes d'information et de la technologie des codes à barres avec lecteurs optiques.

1.2 Développement de nouvelles technologies

- Au cours des années 70, on assiste à l'apparition aux États-Unis des lecteurs optiques dans les commerces, surtout dans le secteur alimentaire;
- Au Québec, Steinberg est le premier à recourir à cette nouvelle technologie en janvier 1973;
- L'efficacité de la chaîne d'approvisionnement est améliorée par l'utilisation des systèmes d'information :
 - émission de coupons de caisse détaillés
 - limitation des coûts avec l'élimination de l'étiquetage manuel des produits
 - meilleur contrôle des erreurs de prix
 - amélioration de la gestion des stocks et du magasin;
- Les consommateurs doutent de l'exactitude entre le prix annoncé sur le produit et/ou sur la tablette et celui enregistré à la caisse;

- Avec les magasins plus grands et les inventaires plus volumineux, il y a hausse des erreurs;
- La concurrence entraîne des changements de prix plus fréquents;
- Dans les cas d'erreurs de prix, la technologie n'est pas en cause. Il s'agit plutôt d'erreurs humaines attribuables à une procédure déficiente, surtout lors de changement de prix;
- Plus de 50 % des erreurs sont favorables au consommateur. Il en résulte des coûts importants pour les détaillants;
- Plusieurs méthodes sont mises de l'avant afin de contrôler et limiter le taux d'erreur :
 - o amélioration continue des procédures
 - o vérifications internes
 - o adoption de politiques internes en cas d'erreur de prix
 - o nomination d'employés responsables de l'étiquetage et des changements de prix.

Historiquement, les initiateurs de ces nouvelles méthodes ont été les commerces d'alimentation puisque le consommateur les visite plus régulièrement.

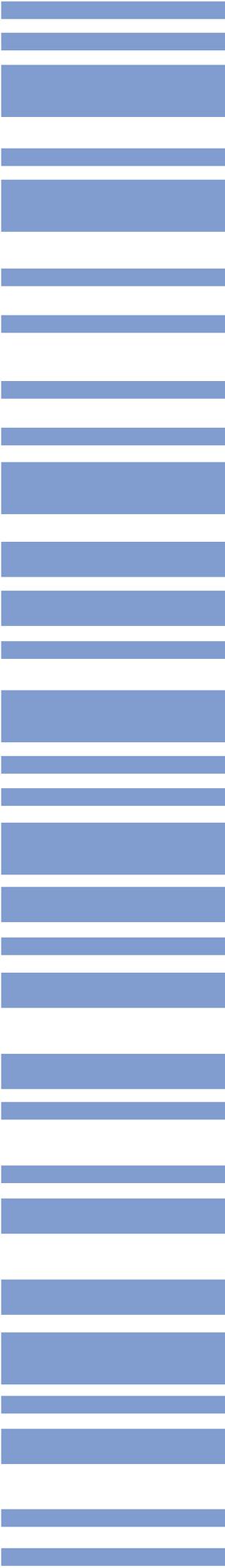
1.3 Adaptation des détaillants

- Les provinces du Canada, à l'exception du Québec, avaient laissé tomber l'étiquetage unitaire des produits;
- Certains détaillants étiquetaient chaque produit, malgré les systèmes d'information utilisant les codes à barres;
- Ces systèmes entraînaient des coûts additionnels reliés à l'étiquetage et plus d'erreurs de prix, mais offraient toutefois l'avantage d'informer plus facilement et rapidement le consommateur concernant le prix des produits;
- D'autres détaillants refusaient d'investir dans cette technologie tant que la Loi n'était pas modifiée en ce sens;
- Il devenait important pour le commerce de détail au Québec de revoir la *Loi sur la protection du consommateur* en matière d'indication des prix, particulièrement le règlement d'application de cette loi.

En 1998, l'OPC a mis sur pied un comité de travail pour actualiser les dispositions réglementaires de l'article 223 de la *Loi sur la protection du consommateur* qui oblige les commerçants à indiquer le prix sur chaque bien offert en vente dans leurs établissements. Le comité était composé de représentants de l'industrie, d'associations de consommateurs et de l'OPC.

Les principes de base ayant guidé les travaux du comité étaient la connaissance des prix, la comparaison des prix, l'exactitude des prix et la reconnaissance des droits des consommateurs.

Les travaux de ce comité ont mené à l'adoption de nouvelles dispositions réglementaires entrées en vigueur en février 2001.



2.0

Deuxième partie

Cadre réglementaire

2.0 Cadre réglementaire

Jusqu'à tout récemment, la *Loi sur la protection du consommateur* (Loi) imposait à tous les détaillants d'étiqueter individuellement tous les biens vendus dans leurs commerces.

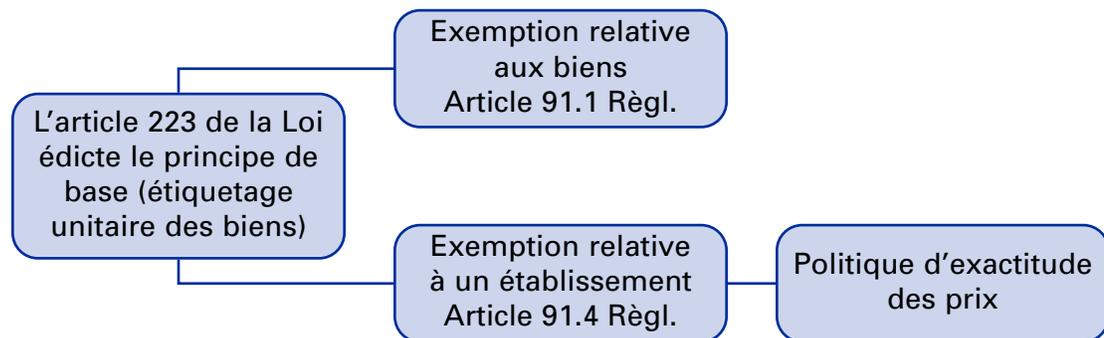
Depuis février 2001, la Loi permet désormais aux commerçants qui utilisent la technologie du lecteur optique de se prévaloir d'une exemption générale qui les autorisent à ne plus étiqueter le prix sur les produits vendus dans leurs établissements. Il s'agit ici d'un choix, et non d'une obligation, qui est désormais offert aux commerçants. Si le commerçant décide de se prévaloir de cette exemption générale, il devra toutefois respecter scrupuleusement certaines conditions concernant l'indication des prix et leur exactitude.

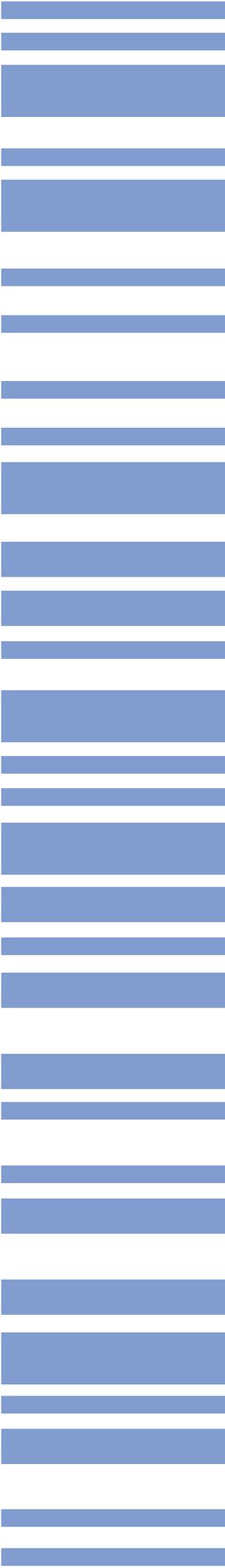
Au contraire, si le commerçant souhaite, pour diverses raisons qui lui sont personnelles, continuer à étiqueter unitairement ses produits, il peut toujours le faire, sous réserve de quelques exceptions permises au Règlement d'application de la *Loi sur la protection du consommateur* (Règlement), dont vous trouverez copie en annexe.

Le règlement d'application de la Loi prévoit en effet deux types d'exemptions à l'obligation de marquage unitaire des prix :

- **Première exemption : l'exemption relative à des biens spécifiques**
Cette exemption permet de ne pas étiqueter le prix sur des biens précis faisant partie de catégories de biens énumérées dans le règlement. Cette exemption existait déjà, mais la liste des catégories de biens a été mise à jour en février 2001.
- **Deuxième exemption : l'exemption générale relative à un commerce**
Cette exemption permet à un commerçant qui utilise la technologie du lecteur optique d'être exempté de l'obligation d'étiqueter le prix sur les biens offerts dans son établissement. Elle est permise seulement depuis 2001.

Résumé de la structure de la Loi et du Règlement :





3.0

Troisième partie

**Règles et bonnes pratiques
pour les commerces qui
étiquètent unitairement**

3.0 L'exemption relative à des biens spécifiques

3.1 Étiquetage unitaire des prix

Si le commerçant préfère continuer à étiqueter unitairement le prix sur les produits vendus dans son commerce, il devra alors étiqueter tous les produits sauf, s'il le veut, ceux faisant partie des 13 catégories énumérées ci-dessous. Il peut en effet, pour diverses raisons qui lui appartiennent, choisir d'étiqueter également ces produits même si le règlement ne l'y oblige pas.

- a) Les produits dont le prix de vente est inférieur à 0,60 \$;
- b) Les produits que l'on peut obtenir dans une machine distributrice (exemples : machines à cigarettes, grignotines, gâteaux, jus, etc.);
- c) Les aliments qui n'ont pas été emballés avant la vente (exemple : produits en vrac);
- d) Les produits qui n'ont pas été emballés avant la vente et dont le prix est établi sur la base d'une unité de mesure telle que le kilogramme, la livre, le mètre, etc. (exemples : charcuterie, fromages, salades, clous, tissus, planches, etc.);
- e) Les produits qui sont en solde à un prix inférieur à celui auquel ils sont habituellement offerts en vente dans le même établissement, lorsque le prix régulier de ces produits est clairement et lisiblement affiché à proximité de l'endroit où ils sont offerts en vente;
- f) Les produits qui ne sont pas directement accessibles au consommateur (exemples : derrière un comptoir, dans un étalage fermé à clef) et qui requièrent la présence d'un préposé afin de les obtenir* (exemple : médicaments sous prescription, médicaments non en vente libre, outils, pièces automobiles, bijoux, produits de beauté, etc.);
- g) Les produits qui font partie d'un paquet, lorsque le prix de ce paquet est indiqué sur celui-ci ou lorsque l'emballage de ce paquet est destiné à être utilisé de nouveau par le manufacturier (exemples : batterie de cuisine, verres, yogourt en paquet, etc.);
- h) Les produits avec l'indication d'un prix de vente que le commerçant n'a pas l'intention de modifier (exemples : journaux, magazines, cartes de souhait, etc.);
- i) Les aliments congelés;
- j) Les produits dont le format est si petit qu'il serait difficile d'y apposer une étiquette ou qui masquerait complètement la marque du produit ou l'information contenue sur l'emballage (exemples : clous, vis, crayons, etc.);
- k) Les produits non emballés et habituellement vendus en vrac, sauf les vêtements (exemple : matériaux de construction, etc.);
- l) Les arbres, les plantes et les fleurs;
- m) Les produits offerts en vente dans un contenant consigné (exemples : bière, boisson gazeuse).

Bien que le commerçant ne soit pas obligé d'apposer le prix sur chacun des produits faisant partie des 13 catégories citées ci-haut, il devra cependant afficher clairement et lisiblement le prix de ces produits à proximité de l'endroit où ils seront vendus.

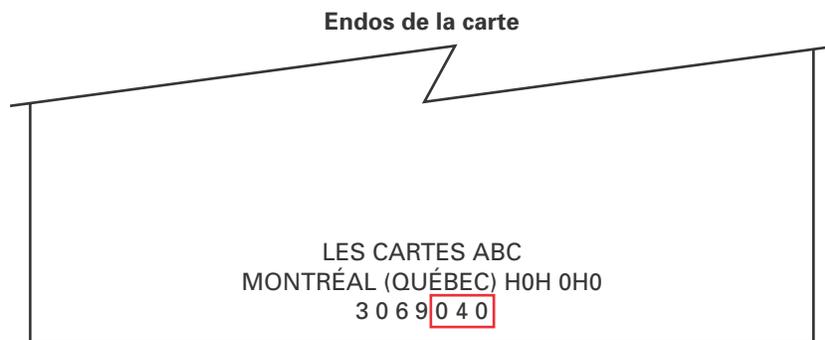
- * Toutefois, lorsqu'il s'agit d'un bien qui n'est pas directement accessible au consommateur le commerçant peut choisir plutôt, sans en être cependant obligé, d'indiquer le prix de ce bien sur une liste ou un catalogue accessible pour consultation au comptoir des produits, sauf dans les commerces où on vend principalement :
 - des aliments (exemples : épiceries, dépanneurs); ou
 - des médicaments disponibles sans prescription médicale, des produits d'hygiène personnelle et des produits de nettoyage (exemple : pharmacies)

Cas particuliers

1) Cartes de souhaits

Pour aider le consommateur à facilement trouver le prix sur une carte de souhaits, il est suggéré (à titre indicatif seulement) de mettre, clairement et lisiblement à proximité du produit, une affiche indiquant la manière d'identifier le prix d'une carte de souhaits.

Exemple : Prix des cartes de souhaits



Les trois derniers chiffres indiquent le prix
0,40 \$

2) Journaux et magazines

Dans le cas de ces produits, le prix est souvent indiqué sur la couverture. Il y a même parfois un code à barres. Si le prix apparaît clairement et lisiblement sur la couverture, le commerçant n'a pas à étiqueter unitairement ces produits.

Toutefois, dans le cas où ces produits sont emballés dans un contenant qui vise à les protéger ou en limiter leur consultation par le consommateur avant l'achat, et qui empêche de voir le prix, le commerçant devra alors étiqueter unitairement ces produits.

3.2 Bonnes pratiques en matière d'étiquetage unitaire des prix

Afin d'avoir un étiquetage adéquat, les gestionnaires doivent mettre sur pied des procédures administratives facilitant les bonnes pratiques, de l'étiquetage au changement des prix. Le tout repose sur une bonne communication avec les employés et les clients. Il faut d'abord :

- faire savoir aux clients que l'étiquetage adéquat et l'exactitude des prix sont importants pour vous;
- faire savoir aux clients et à vos employés que l'exactitude des prix sera appliquée dans votre magasin;
- faire connaître aux employés les bonnes pratiques pour l'étiquetage adéquat et l'exactitude des prix;
- former les employés à l'application de vos bonnes pratiques en matière d'étiquetage et d'exactitude des prix;
- il est recommandé qu'une feuille de rappel de vos bonnes pratiques soit remise et signée par chaque employé concerné; il est également recommandé de refaire le même exercice lors de modifications importantes de vos bonnes pratiques;
- inciter vos employés à ne pas négocier avec un client et à ne pas le faire patienter inutilement lorsqu'une erreur de prix est constatée; l'inciter à réagir rapidement et avec courtoisie tout en appliquant adéquatement vos bonnes pratiques.

Le présent manuel vous aidera à implanter les bonnes pratiques pour :

- étiqueter correctement;
- procéder aux changements de prix correctement;
- se préparer avant qu'une erreur de prix ne survienne;
- limiter les erreurs de prix;
- réagir lorsqu'une erreur survient;
- fournir la réponse correcte au consommateur en cas d'erreur de prix;
- effectuer la correction en cas d'erreur de prix;
- vérifier régulièrement l'application des bonnes pratiques.

3.3 Mise en place des bonnes pratiques

La mise en place de bonnes pratiques à l'intérieur de votre commerce exige que l'ensemble des opérations déjà en place et reliées à l'étiquetage soient révisées.

Il est important de savoir si :

- a) la marchandise arrive en magasin déjà étiquetée par le fournisseur;
- b) la marchandise arrive en magasin déjà étiquetée par le centre de distribution;
- c) la marchandise est étiquetée en magasin;
- d) les étiquettes de produits sont imprimées à votre magasin;
- e) les étiquettes de produits sont imprimées à votre magasin en cas d'erreur de prix;
- f) les étiquettes de produits sont commandées en cas d'erreur de prix.

Une fois votre environnement établi, il faut le faire connaître à vos employés lors d'activités de formation. À cela, il faut ajouter les éléments suivants :

- a) les heures d'ouverture de votre magasin;
- b) la période propice pour faire les changements;
- c) la fréquence des changements de prix dans votre magasin;
- d) les procédures de changement de prix dans votre magasin;
- e) les procédures en cas d'erreur;
- f) les responsables du dossier :
 - responsable de la mise à jour des prix et de l'exactitude des prix
 - responsable de la gestion de la marchandise ou du service
 - coordonnateur des systèmes et de la base de données des remplaçants en cas d'absence;
- g) la formation continue des employés aux caisses et dans les différents services, compte tenu du taux élevé de roulement de personnel dans le secteur du commerce de détail.

3.4 Procédures de changement des prix

Une fois les paramètres établis et connus de tous, on aborde comment on change les prix dans le magasin. Il s'agit de recommandations qui viendront compléter vos procédures ou encore vous permettre d'en établir. Voici des recommandations :

- a) s'assurer que l'on a reçu tous les changements de prix;
- b) s'assurer de mettre à jour la correspondance du siège social en cas d'oubli ou d'erreur;
- c) vérifier que les codes à barres des étiquettes soient lisibles au lecteur optique;
- d) vérifier l'exactitude des prix entre les étiquettes et la base de données;
- e) en cas d'erreur, aviser le siège social afin de modifier la base de données;
- f) s'assurer d'obtenir l'information sur :
 - les soldes
 - l'échéancier de changement des prix
 - les articles en promotion mais non dans la base de données
- g) vérifier les prix des produits avec les cahiers publicitaires;
- h) régler tout problème de lecture des codes à barres ou d'exactitude de prix;
- i) fournir aux superviseurs une copie des plans promotionnels pour leur secteur;
- j) vérifier la bonne localisation des produits;
- k) surveiller et inventorier la localisation des produits qui sont à plus d'un endroit (sur tablette, bout d'allée, comptoirs, présentoir, etc.) afin d'éviter d'en oublier lors d'un changement de prix;
- l) s'assurer régulièrement que le bon affichage est en place au bon endroit;
- m) vérifier le nouvel affichage avec la base de données dès qu'un nouveau prix entre en vigueur;
- n) s'assurer que les affiches d'un solde soient retirées lorsque le solde se termine.

3.5 Procédures en cas d'erreur de prix

Certaines erreurs peuvent survenir au moment de l'enregistrement d'un produit à la caisse. Il est important de ne pas confondre une erreur reliée à l'identification d'un produit avec une erreur de prix.

S'il s'agit d'une erreur d'identification d'un produit, laquelle correspond tout simplement à une erreur d'entrée de données (exemple : on enregistre à la caisse des sardines alors qu'il est question de biscuits), il suffit donc :

- d'annuler cette entrée de données;
- de faire une nouvelle entrée de données en s'assurant de saisir correctement le bon produit et le prix indiqué sur le produit;
- de s'excuser auprès du client et de lui expliquer l'erreur qui vient de se produire.

Cependant, s'il s'agit d'une erreur de prix et que le client indique que le prix sur le produit est différent du prix annoncé sur une affiche, une circulaire ou dans un journal, il faut alors se rappeler que, dans ce cas, le prix le plus bas doit prévaloir. Il faut alors :

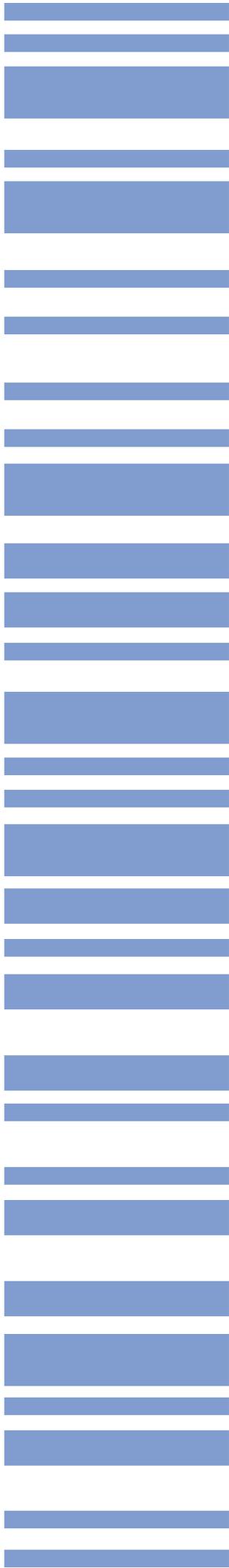
- a) communiquer avec le gérant ou le responsable afin de vérifier le prix sur le produit et le prix annoncé;
- b) valider l'erreur de prix, s'excuser auprès du client et appliquer rapidement la politique du prix le plus bas;
- c) voir à ce que le responsable retire immédiatement l'étiquette tablette;
- d) s'assurer que le responsable avise la personne en charge de la base de données pour produire une nouvelle étiquette tablette;
- e) s'assurer que le responsable étiquète à nouveau tous les produits touchés par cette erreur sur la tablette et modifie l'affiche si nécessaire;
- f) documenter chaque erreur de prix dans un registre.

Recommandations

- 1) étiqueter tous les produits sauf, si vous le souhaitez, ceux faisant partie des 13 catégories de biens énumérées à la section 3.1.;
- 2) refuser tout changement de prix par un fournisseur sans l'accord d'une personne autorisée;
- 3) éviter que les employés ne règlent une erreur de prix sans appliquer vos bonnes pratiques et bien sûr la Loi;
- 4) obtenir l'approbation d'un responsable lorsque survient une erreur de prix;
- 5) recourir au service à la clientèle, s'il y en a un, afin de répondre de façon plus précise aux questions des consommateurs.

Erreur publiée dans un journal

Lorsque le magasin publie un correctif (erratum) dans les journaux afin de corriger une erreur de prix, le prix indiqué dans l'erratum prévaut sur tout autre prix dans la mesure où celui-ci est publié dans les mêmes journaux où la publicité est parue. Il est également recommandé d'afficher aussi cet erratum dans le commerce vis-à-vis du produit concerné. Dans ce genre de situation, le commerçant doit agir avec diligence raisonnable.



4.0

Quatrième partie

**Règles et bonnes pratiques
pour les commerces
exemptés de l'étiquetage
unitaire**

4.0 L'exemption générale relative à un commerce

Pour les fins de la réglementation et de cette section :

Une erreur de prix se définit comme suit : lorsque le prix enregistré à la caisse **est supérieur** à celui annoncé, soit sur le produit (étiquette individuelle), sur une tablette (carte de prix, étiquette tablette) ou ailleurs (circulaire, bout d'allée, promotion, etc.).

Le taux d'inexactitude se définit comme suit : le pourcentage de biens faisant l'objet d'une transaction dont le prix à la caisse est supérieur à celui annoncé, soit sur le produit (étiquette individuelle), sur une tablette (carte de prix, étiquette tablette) ou ailleurs (circulaire, bout d'allée, promotion, etc.).

La seconde option est une exemption générale qui permet au commerçant qui utilise le lecteur optique de ne pas étiqueter le prix sur tous les biens vendus dans son magasin. Il est à noter qu'un commerçant n'a pas à aviser l'OPC lorsqu'il décide de se prévaloir de cette exemption générale. Il devra cependant respecter les conditions prévues au règlement pour cette exemption, adopter et appliquer une politique d'exactitude des prix.

4.1 Règles et conditions liées à l'exemption générale d'étiquetage unitaire des prix

Voici les conditions que le commerçant devra respecter pour pouvoir bénéficier de l'exemption générale :

- a) utiliser les lecteurs optiques avec le code universel des produits (CUP) à la caisse et dans son magasin;
- b) les lecteurs optiques du magasin, incluant ceux mis à la disposition des consommateurs sur le plancher de vente, et les imprimantes d'étiquettes doivent être reliés à une seule et même base de données;
- c) installer des étiquettes tablettes à l'égard des différents biens offerts en vente;

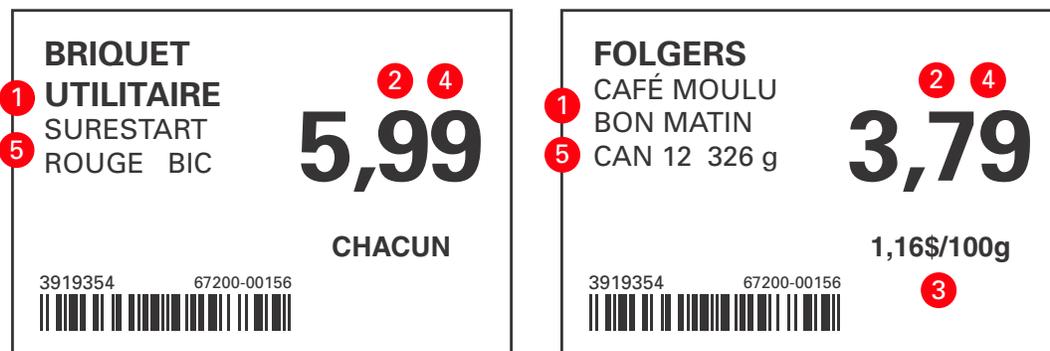
Ces étiquettes tablettes doivent indiquer les renseignements suivants :

- 1 la nature et les caractéristiques du bien permettant de le distinguer des autres biens de même nature, notamment sa marque et son format (description du bien). Cette information doit être avant tout utile au consommateur et non au commerçant
- 2 le prix du bien ou, si le prix du bien s'établit sur la base d'une unité de mesure, le prix par unité de mesure
- 3 lorsqu'il s'agit d'aliments vendus dans un établissement pour lequel le commerçant est tenu d'avoir un permis délivré par le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation en vertu du Règlement sur les aliments (R.R.Q., c. P-29, r.1), le prix correspondant à l'unité de mesure doit apparaître sur l'étiquette en plus du prix du bien, et ce, pour tous les produits alimentaires (pour plus de détails concernant ce permis, nous vous référons au Service de la gestion des permis du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec au 1 800 463-6210 ou (418) 380-2130.
- 4 le prix du produit sur l'étiquette doit être imprimé en caractères typographiques gras d'au moins 28 points
- 5 les autres renseignements sur l'étiquette doivent être en caractères d'imprimerie d'au moins 10 points

Ces étiquettes tablettes doivent être d'une dimension d'au moins 12,90 cm² (2 po²) dans un établissement pour lequel le commerçant est tenu d'avoir un permis en vertu du Règlement sur les aliments et d'au moins 9,67 cm² (1,5 po²) dans les autres établissements.

À titre indicatif, voici quelques exemples :

Étiquettes tablettes : articles à prix régulier



Exemples d'étiquettes tablettes : articles en solde



Lorsque le bien est en vente ailleurs que sur une tablette (exemples : bout d'allée, présentoir, étagères d'entrepôt, aménagement extérieur au magasin, etc.), l'étiquette doit être apposée à proximité de l'endroit où ce bien est offert et mesurer au moins 38,71 cm² (15 po²). Il est recommandé d'indiquer en tout temps le prix régulier de vente du produit à proximité du prix en solde du produit.

Exemples d'étiquettes hors tablettes : articles en solde



- d) Si la surface du magasin accessible au consommateur (espace du magasin où le consommateur est admis) est de 697 m² (7 500 pi²) et plus, il faut avoir un ou des lecteurs optiques accessibles aux consommateurs et répartis également dans le magasin. Le nombre de lecteurs requis varie en fonction de la surface :

Nombre de lecteurs optiques	Système métrique	Système anglais
Aucun	moins de 697m ²	moins de 7 500 pi ²
Un	697 m ² à 1 859 m ²	7 500 à 20 000 pi ²
Deux	1860 m ² à 3 719 m ²	20 000 à 40 000 pi ²
Trois	3720 m ² à 5 579 m ²	40 000 à 60 000 pi ²
Quatre	5 580 m ² et plus	60 000 pi ² et plus

- e) Le reçu de caisse doit contenir l'information suivante :

- 1 le nom du commerçant
- 2 le numéro de téléphone et/ou courriel du magasin ou celui du service à la clientèle de la chaîne
- 3 la date de la transaction
- 4 le prix de chaque produit vis-à-vis l'identification du produit
- 5 la nature du bien acheté et sa marque distinctive (exemple : jus de marque Oasis aux pommes)

Voici un exemple :

1 LE QUINCAILLIER	
125 RUE DESMARTEAUX, LAVAL, H7S 1Z3	
TEL. : (450) 288-8888	
2 WWW.LEQUINCAILLIER.COM	
5 PERCEUSE MAKITA 3/8	\$79.97 4
SOUS-TOTAL	\$79.97
TPS	\$5.60
TVQ	\$6.42
TOTAL	\$91.99
ARGENT	\$100.00
MONNAIE	\$8.01
3 12/31/03 10:48:07	
MERCİ	

1 L'EPICIER LONGUEUIL	
160 LAFLEUR LONGUEUIL	
2 TEL. : (450) 488-8888	
WWW.LEPICIER.COM	
#OPERATEUR.108 #POSTE 1 #MAG. 120	
SERVI PAR: FLORENCE	
EPICERIE	
5 BISCUIT OREO 1	\$3.19 4
OLIVES PRIMO 1	\$1.79
VIANDE	
FILET PORC 17	\$4.82
BOULANGERIE	
BAGUETTE 25	\$1.69
SOUS-TOTAL	\$11.49
TPS	\$0.80
TVQ	\$0.92
TOTAL	\$13.21
ARGENT	\$20.00
MONNAIE	\$6.79
NOMBRE D'ARTICLES 4	
3 31/12/03 09:02:33	
MERCİ DE VOTRE CONFİANCE	

Étant donné le peu d'espace disponible sur un reçu de caisse, il est recommandé d'inscrire une description sommaire du produit comprenant la nature du produit ainsi que sa marque distinctive, c'est-à-dire une indication qui permet de le distinguer des autres produits semblables comme, par exemple, sa marque de commerce. Il faut souligner toutefois que pour certains produits, la marque de commerce ne permet pas de distinguer un produit d'un autre, auquel cas une autre marque distinctive doit être indiquée sur le reçu de caisse. De plus, notons que l'utilisation d'abréviations peut être utilisée dans la mesure où elles sont compréhensibles. N'oubliez pas que cette information doit être avant tout utile aux consommateurs et non au commerçant.

Dispositions particulières concernant les vêtements et les biens sans code à barres

L'exemption générale ne s'applique pas pour les vêtements offerts en vente, pas plus qu'à l'égard des biens sur lesquels il n'y a pas de code à barres. Par conséquent, ces biens doivent être étiquetés unitairement, sauf s'ils font partie des 13 catégories de biens énumérées à la section 3.1 de la troisième partie du guide.

4.2 Politique d'exactitude des prix

Tout commerçant qui se prévaut de l'exemption générale d'étiquetage unitaire des prix dans son établissement doit adopter **pour chaque établissement (magasin)** une Politique d'exactitude des prix.

De façon générale, cette politique prévoit l'indemnisation du consommateur lorsque survient une erreur de prix défavorable au consommateur et des règles particulières concernant l'affichage de cette politique.

4.2.1 Indemnisation du consommateur

La Politique d'exactitude des prix prévoit l'obligation pour le commerçant d'indemniser le consommateur lorsque survient une erreur de prix.

Attention !

Pour les fins de la réglementation, il y a erreur de prix uniquement lorsqu'il y a une surcharge. L'indemnisation du consommateur ne doit s'appliquer que s'il y a une telle erreur de surcharge.

Dans le cas où le prix chargé au consommateur est, au contraire, inférieur au prix annoncé, le commerçant n'a pas à indemniser le consommateur. Il doit cependant respecter la règle qui dicte que le prix le plus bas prévaut et charger en conséquence au consommateur le prix le plus bas qu'il a annoncé.

Ainsi, si le prix enregistré à la caisse **est plus élevé** (surcharge) que le prix annoncé, soit sur le produit (étiquette individuelle), sur une tablette (carte de prix, étiquette tablette) ou ailleurs (circulaire, bout d'allée, promotion, etc.), il s'agit alors d'une erreur de prix au sens de la Politique d'exactitude des prix, auquel cas la politique d'indemnisation suivante doit s'appliquer :

- **si l'erreur porte sur un bien dont le prix est de 10,00 \$ ou moins**, ce produit sera remis gratuitement au client
- **si l'erreur porte sur un produit dont le prix est supérieur à 10,00 \$**, le commerçant corrige l'erreur et accorde un rabais de 10,00 \$ au consommateur
- si la même erreur se produit pour des biens identiques au cours d'une même transaction, on corrigera le prix de chacun mais le consommateur ne pourra se prévaloir de la politique d'indemnisation que pour un seul article

(Exemple : un consommateur achète trois boîtes de savon à lessive de marque et format identiques emballées individuellement. À la caisse, on note une erreur de prix (surcharge). Selon la politique d'indemnisation prévue en cas d'erreur de prix, le consommateur aura droit au prix le plus bas pour deux des boîtes et la troisième boîte bénéficiera d'un rabais de 10,00 \$ si son prix est supérieur à 10,00 \$ ou lui sera remise gratuitement si son prix est inférieur à 10,00 \$)

- cette politique d'indemnisation ne peut s'appliquer si elle a pour effet de contrevir à une loi ou à un règlement, c'est-à-dire qu'elle ne peut permettre à un commerçant de vendre un article à un prix inférieur au prix minimum établi par une loi ou un règlement (exemples : lait, bière et vin). Elle ne s'applique pas non plus à l'égard d'articles pour lesquels il est interdit d'accorder un rabais (exemples : tabac et médicaments).

La politique d'indemnisation s'applique dès que l'erreur est enregistrée à la caisse et qu'elle est constatée **même si la transaction à la caisse n'est pas complétée**, à la condition évidemment que le consommateur achète le bien.

Il est important de noter que **la politique s'applique à tous les produits vendus dans le commerce, même ceux qui ont été étiquetés unitairement**, et que cette politique s'applique peu importe la raison de l'erreur.

En résumé, on doit toujours corriger une erreur de prix et s'assurer que le prix le plus bas prévaut en tout temps. Si le prix enregistré à la caisse est inférieur à celui annoncé, l'erreur devra être corrigée de manière à ce que le prix le plus bas soit chargé au consommateur. Si le prix enregistré à la caisse est supérieur à celui annoncé, l'erreur devra être non seulement corrigée mais le commerçant devra également indemniser le consommateur conformément à la Politique d'exactitude des prix qu'il s'est engagé publiquement à respecter.

Voici quelques exemples pour vous y retrouver :

Exemples d'erreurs de prix au sens de la Politique d'exactitude des prix (cas de surcharge) pour des produits de moins de 10,00 \$ et de plus de 10,00 \$.

Exemple 1	Boîte de savon annoncée (étiquette tablette, circulaire, etc.) au prix de 11,59 \$. À la caisse, le prix lu est de 12,29 \$.
Résultat :	On corrige l'erreur de prix, on vend le produit au prix le plus bas à 11,59 \$ et on applique la politique d'indemnisation de 10,00 \$. Donc, le prix de vente final sera de 1,59 \$ (soit 11,59 \$ - 10,00 \$). Ce montant étant taxable, le prix chargé au consommateur sera alors de 1,83 \$.
Exemple 2 :	2 marteaux identiques annoncés (étiquette tablette, circulaire, etc.) au prix de 20,99 \$ chacun. À la caisse, le prix lu est de 26,99 \$.
Résultat :	On corrige l'erreur de prix pour les 2 marteaux, on vend les 2 produits au prix le plus bas soit 20,99 \$ et on applique la politique d'indemnisation à l'égard d'un seul marteau soit un rabais de 10,00 \$. Donc, le prix de vente final sera de 31,98 \$ (20,99 \$ + 20,99 \$ - 10,00 \$). Ce montant étant taxable, le prix chargé au consommateur sera alors de 36,79 \$.
Exemple 3 :	Une pomme de laitue Iceberg annoncée (étiquette tablette, circulaire, etc.) au prix de 1,99 \$. À la caisse, le prix lu est de 2,29 \$.
Résultat :	On corrige l'erreur de prix et le consommateur obtient le produit gratuitement car le prix de la laitue est inférieur à 10,00 \$.

Exemples lorsqu'il n'y a pas d'erreur de prix au sens de la Politique d'exactitude des prix :

Exemple 1	Boîte de clous annoncée (étiquette tablette, circulaire, etc.) au prix de 9,99 \$. À la caisse, le prix lu est de 8,99 \$.
Résultat :	On corrige l'erreur de prix et on vend le produit à 8,99 \$ plus taxes, soit le plus bas prix indiqué (pas d'application de la politique d'indemnisation ici, car il n'y a pas de surcharge de prix).
Exemple 2 :	Une batterie de cuisine annoncée (étiquette tablette, circulaire, etc.) au prix de 49,99 \$. À la caisse, le prix lu est de 40,99 \$.
Résultat :	On corrige l'erreur de prix et on vend le produit à 40,99 \$ plus taxes, soit le plus bas prix indiqué (pas d'application de la politique d'indemnisation ici, car il n'y a pas de surcharge de prix).
Exemple 3 :	Un sac de pastilles annoncé (étiquette tablette, circulaire, etc.) au prix de 3,99 \$. À la caisse, le prix lu est de 1,99 \$.
Résultat :	On corrige l'erreur de prix et on vend le produit à 1,99 \$ plus taxes, soit le plus bas prix indiqué (pas d'application de la politique d'indemnisation ici, car il n'y a pas de surcharge de prix).

4.2.2 Affichage de la Politique

Le commerçant qui se prévaut de l'exemption d'étiquetage unitaire des prix devra en plus afficher la Politique d'exactitude des prix conformément aux exigences suivantes. Il devra :

- informer sa clientèle en affichant la politique d'exactitude des prix sur des pancartes d'au moins 387 cm² (60 po²) à **proximité de chaque lecteur optique** mis à la disposition des consommateurs et **de chaque caisse enregistreuse** dans le magasin
- installer des pancartes d'au moins 0,56 m² (6 pi²) avec la politique d'exactitude des prix dans les grands établissements ayant une superficie accessible au consommateur de 697 m² (7 500 pi²) et plus
- publier sa politique d'exactitude des prix au moins une fois à chaque trimestre dans la circulaire de chacune des bannières dont les établissements se prévalent de l'exemption d'étiquetage unitaire.

N.B. Affiches et pancartes sont disponibles au service à la clientèle du magazine *Protégez-vous*. Il suffit de téléphoner au (514) 875-4444 ou 1-800-667-4444. Des frais de transport sont à prévoir en plus du coût des affiches et pancartes

4.3 Pénalités

Un commerce coupable d'une infraction à la Loi sur la protection du consommateur par rapport à l'indication des prix ou la politique d'exactitude des prix est passible d'une amende pouvant varier de 2 000,00 \$ à 100 000,00 \$. En cas de récidive, le minimum et le maximum des amendes sont doublés.

4.4 Enquêtes de l'Office de la protection du consommateur

L'OPC se réserve le droit, en tout temps, de mener des enquêtes visant à valider le taux d'exactitude des prix. Pour ces vérifications, les frais suivants seront à la charge de chaque commerce visité :

- 250,00 \$ lors d'une première visite;
- 1 000,00 \$ lors d'une deuxième enquête, si elle est effectuée dans les six mois suivant un avis de l'OPC selon lequel une première vérification comportait un taux d'inexactitude de plus de 2 % en surcharge.

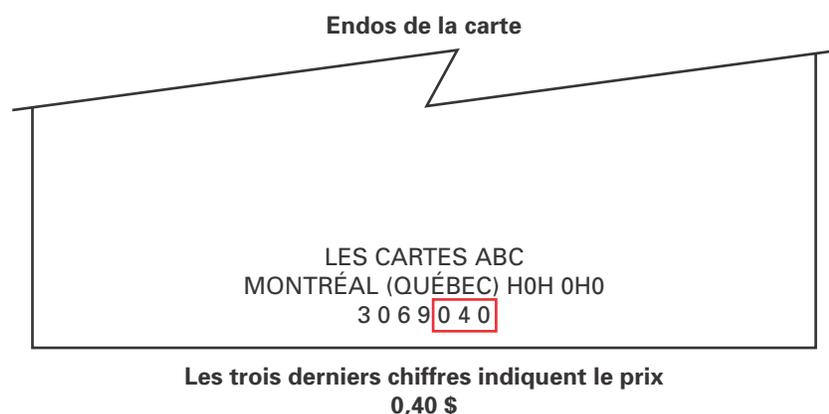
Sur un échantillon de 100 produits lors d'une vérification, cela signifie 2 erreurs de prix ou 2 % d'erreur favorable au magasin. Voici un exemple d'erreur favorable au magasin : un contenant de savon est annoncé (étiquette tablette, circulaire, etc.) à un prix de 3,59 \$ et lorsque passé au lecteur optique de la caisse, le prix est de 3,79 \$.

Cas particuliers

1) Cartes de souhaits

Pour aider le consommateur à facilement trouver le prix sur une carte de souhaits, il est suggéré (à titre indicatif seulement) de mettre clairement et lisiblement à proximité du produit une affiche indiquant la manière d'identifier le prix d'une carte de souhaits.

Exemple : Prix des cartes de souhaits



2) Journaux et magazines

Dans le cas de ces produits, le prix est souvent indiqué sur la couverture. Il y a même parfois un code à barres. Si le prix apparaît clairement et lisiblement sur la couverture, le commerçant n'a pas à étiqueter de nouveau ces produits.

Toutefois, dans le cas où ces produits sont emballés dans un contenant qui vise à les protéger ou en limiter leur consultation par le consommateur avant l'achat, et qui empêche de voir le prix, le commerçant devra alors étiqueter individuellement ces produits ou procéder à l'installation d'une étiquette tablette.

4.5 Bonnes pratiques en cas d'exemption générale d'étiquetage unitaire

Afin d'atteindre et de maintenir l'exactitude des prix, les gestionnaires de magasins doivent mettre sur pied des procédures administratives facilitant les bonnes pratiques, du changement des prix à l'identification d'une erreur de prix. Le tout repose sur une bonne communication avec vos employés et vos clients. Il faut d'abord :

- faire savoir aux clients que l'étiquetage adéquat et l'exactitude des prix sont importants pour vous;
- faire savoir aux clients que la politique d'exactitude des prix sera appliquée dans votre magasin;
- faire connaître aux employés la politique d'exactitude des prix de votre commerce;
- faire connaître aux employés les bonnes pratiques pour l'étiquetage adéquat et l'exactitude des prix;
- former les employés :
 - à l'étiquetage adéquat et à l'application de la Politique d'exactitude des prix, incluant l'indemnisation du consommateur en cas d'erreur de prix
 - aux bonnes pratiques en matière d'étiquetage et d'exactitude des prix;
- il est recommandé qu'une feuille de rappel de vos bonnes pratiques soit remise et signée par chaque employé concerné;
- il est également recommandé de refaire le même exercice lors de modifications importantes de vos bonnes pratiques;
- inciter vos employés à ne pas négocier avec un client et à ne pas le faire patienter inutilement lorsqu'une erreur de prix est constatée;
- l'inciter à réagir rapidement et avec courtoisie tout en appliquant adéquatement vos bonnes pratiques.

Le présent manuel vise à vous aider à implanter les bonnes pratiques pour :

- étiqueter correctement;
- procéder aux changements de prix correctement;
- se préparer avant qu'une erreur de prix ne survienne;
- limiter les erreurs de prix;
- réagir efficacement et rapidement lorsqu'une erreur survient;
- fournir la réponse correcte au consommateur en cas d'erreur de prix;
- effectuer la correction en cas d'erreur de prix et appliquer correctement la politique;
- vérifier régulièrement l'implantation des bonnes pratiques.

N.B. En cas de doute, toujours vous référer au manuel des procédures et des bonnes pratiques de votre commerce ou à la personne responsable dans votre établissement. Si un service à la clientèle existe dans votre magasin, vous pouvez y référer au besoin le client.

4.5.1 Mise en place des bonnes pratiques

La mise en place de bonnes pratiques à l'intérieur de votre commerce exige que l'ensemble des opérations déjà en place et reliées à l'étiquetage soient révisées.

Les magasins sont de nos jours reliés électroniquement afin de faciliter les échanges d'information. Dans le cas de services offerts par votre bannière, pour un magasin corporatif, vous avez normalement accès à ce genre de services. Dans le cas d'un affilié, il est possible que vous ayez choisi de ne pas acheter la totalité des services offerts. Il est important de bien comprendre votre situation avant de poursuivre et de vérifier, entre autres, si :

- a) les prix sont établis au siège social de la chaîne ou à la centrale et expédiés électroniquement et/ou par courrier;
- b) les prix sont établis à votre magasin et si vous les faites parvenir électroniquement et/ou par courrier à vos succursales;
- c) les étiquettes tablettes sont imprimées à votre magasin lorsque vous recevez les changements de prix électroniquement et/ou par courrier;
- d) les étiquettes tablettes sont imprimées à votre magasin pour les spéciaux propres au magasin ou lors d'une erreur de prix;
- e) vous recevez du matériel promotionnel de l'extérieur du magasin (circulaires, affiches, etc.);
- f) vous avez des produits en livraison directe;
- g) vous avez des produits dont le prix a été préétabli (« pre-pricing »);
- h) vous avez des produits à plus d'un endroit dans le magasin (bout d'allée, tablette, présentoir, etc.);
- i) vous avez des produits locaux et régionaux qui ne dépendent que de votre magasin.

Une fois votre environnement établi, il faut le faire connaître à vos employés lors d'activités de formation. À cela, il faut ajouter les éléments suivants :

- j) indiquer les heures d'ouverture de votre magasin;
- k) indiquer les périodes propices pour faire les changements;
- l) établir le moment et la fréquence des changements de prix dans votre magasin;
- m) déterminer la procédure de changement de prix dans votre magasin;
- n) déterminer la procédure en cas d'erreur;
- o) déterminer les responsables du dossier :
 - responsable des communications avec le siège social
 - responsable de l'étiquetage des prix
 - responsable de la base de données
 - responsables par service
 - responsable du montage du magasin (facing)
 - remplaçants en cas d'absence;
- p) aviser les fournisseurs qui effectuent directement la livraison de produits en magasin de la politique d'étiquetage, de vos procédures et des vérifications faites (exemple : pain);
- q) **s'assurer de la formation continue des employés** aux caisses et dans les différents services, compte tenu du taux élevé de roulement de personnel dans le secteur du commerce de détail.

N.B. À l'occasion, une étiquette est déplacée, elle peut tomber d'elle-même, être enlevée par un client et même apportée à la caisse. Assurez-vous de la remettre à la bonne place le plus rapidement possible ou d'en produire une autre pour la remplacer car toute absence d'étiquette sur la tablette, au sens de la loi, constitue une infraction.

4.5.2 Procédures de changement de prix

Une fois les paramètres établis et connus de tous, on aborde comment on change les prix dans le magasin. Il s'agit de recommandations qui viendront compléter vos procédures ou encore vous permettre d'en établir. Voici des recommandations :

- a) faire les changements de prix lors d'une période ayant un minimum d'impact sur les clients (soir, nuit, avant l'ouverture du magasin, etc.). Il est important de noter que la politique, même lorsque vous effectuez vos changements, continue de s'appliquer;
- b) s'assurer que vous avez reçu tous les changements de prix;
- c) s'assurer de mettre à jour la correspondance du siège social sur les prix entre deux périodes de changement de prix afin d'éviter des erreurs de prix;
- d) vérifier les étiquettes tablettes imprimées avec la base de données du magasin;

- e) dans le cas des établissements détenteurs d'un permis en vertu du Règlement sur les aliments, s'assurer que le prix par unité de mesure apparaît sur l'étiquette tablette des aliments vendus;
- f) limiter le nombre de changements de prix avant d'amorcer une autre séquence de changements de prix (par service, par allée, par type de produits, planogrammes, etc.);
- g) vérifier le prix sur l'étiquetage imprimé à l'extérieur du magasin;
- h) vérifier les prix des articles annoncés en circulaire et des produits en solde;
- i) surveiller les endroits propices aux erreurs de prix comme les caisses auxiliaires, produits en vente à plusieurs endroits (présentoirs de plancher et autres aires de promotion temporaires);
- j) inventorier la localisation des produits qui sont à plus d'un endroit (en tablette, bout d'allée, comptoir, présentoir, etc.) afin d'éviter d'en oublier lors d'un changement de prix;
- k) distribuer les étiquettes aux responsables de service ou à l'équipe chargée de changer les prix;
- l) s'assurer que chaque produit a une étiquette tablette et qu'elle est devant le bon produit;
- m) dans le cas des petits produits où il est impossible de mettre une étiquette tablette pour chacun d'eux, s'assurer qu'une étiquette soit placée à proximité de ces produits;
- n) lorsqu'un service ou une allée est terminé, vérifier que les étiquettes soient devant les bons produits;
- o) activer les changements de prix selon les procédures internes;
- p) en utilisant un lecteur optique portatif, vérifier l'exactitude des prix des produits que vous venez de mettre en place;
- q) vérifier le nouvel affichage avec la base de données dès qu'un nouveau prix entre en vigueur;
- r) s'assurer que les affiches d'un solde soient retirées lorsqu'il se termine et indiquer clairement et lisiblement sur ces affiches la date de fin du solde.

Remarques

Autres étalages

Souvent, dans le commerce de détail, des étalages autres que les tablettes habituelles sont utilisés. Il peut s'agir d'un îlot, d'une table de démonstration, d'un bout d'allée, voire même d'un stand extérieur au magasin.

Selon la réglementation, lorsque le bien est en vente ailleurs que sur une tablette, l'étiquette doit être apposée à proximité de l'endroit où ce bien est offert en vente ou en solde et mesurer au moins 38,71 cm² (6 po²). Il faut s'assurer de :

- a) recevoir tous les changements de prix;
- b) mettre à jour la correspondance du siège social sur les prix entre deux périodes de changement de prix afin d'éviter des erreurs de prix;
- c) vérifier les étiquettes imprimées de ces présentoirs avec la base de données du magasin;
- d) vérifier que ces étiquettes ont une information identique aux étiquettes tablettes des produits correspondants;
- e) vérifier que le prix par unité de mesure apparaît si votre établissement est détenteur d'un permis en vertu du Règlement sur les aliments;
- f) vérifier le prix sur l'étiquetage imprimé à l'extérieur du magasin;
- g) vérifier les prix des articles annoncés en circulaire et les produits en solde;
- h) surveiller les endroits propices aux erreurs de prix comme les caisses auxiliaires, produits en vente à plusieurs endroits (présentoirs de plancher et autres aires de promotion temporaires);
- i) activer les changements de prix selon les procédures internes;
- j) en utilisant un lecteur optique portatif, vérifier l'exactitude des prix des produits que vous venez de mettre en place;
- k) vérifier le nouvel affichage avec la base de données dès qu'un nouveau prix devient effectif;
- l) s'assurer que les affiches d'un solde soient retirées lorsque le solde se termine.

4.5.3. Procédures en cas d'erreur de prix

Lorsqu'une erreur de prix survient à la caisse, le ou la caissière doit **dans tous les cas réagir rapidement afin de ne pas retarder le consommateur**. Il ou elle doit :

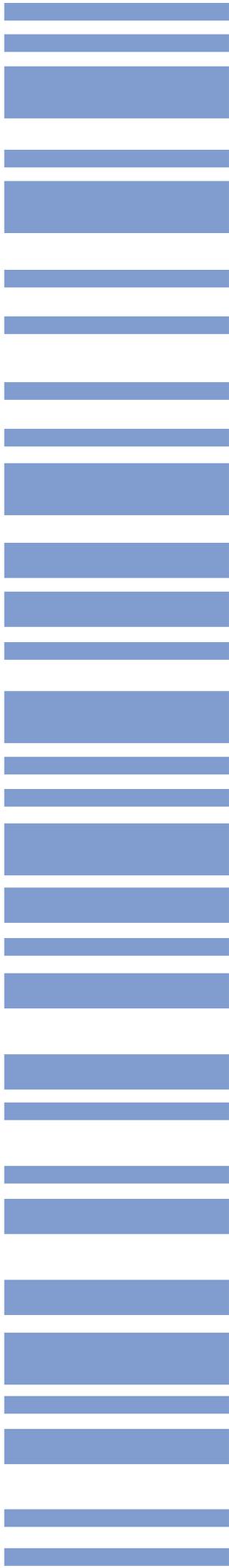
- a) communiquer avec le gérant du service ou son délégué afin de vérifier le prix affiché sur la tablette ou sur l'étiquette à proximité;
- b) à la validation de l'erreur de prix, s'excuser auprès du client et appliquer correctement la Politique d'exactitude des prix conformément à ce qui est indiqué à la section 4.2 du guide. S'il y a une erreur de prix au sens de la Politique (soit surcharge), appliquer la politique d'indemnisation du consommateur ou en aviser un responsable. S'il n'y a pas eu de surcharge, facturer le plus bas prix annoncé au consommateur;
- c) une fois l'erreur confirmée, le gérant ou son délégué doit retirer immédiatement l'étiquette de prix sur la tablette;
- d) vérifier la localisation du produit (principale et secondaire);

- e) aviser le responsable de la base de données pour autoriser l'ajustement des prix aux caisses et/ou sur la tablette;
- f) assurez-vous que l'étiquette corrigée est placée devant le bon produit;
- g) se procurer une nouvelle étiquette avec le bon prix et l'information nécessaire et la remettre en place;
- h) si vous devez attendre un certain temps une nouvelle étiquette, la réglementation vous oblige à étiqueter individuellement chaque produit;
- i) documenter chaque erreur de prix dans un registre.

N.B. Une étiquette apposée temporairement par dessus l'ancienne et ne contenant que le prix, le reste de l'information étant sur l'étiquette du dessous, n'est pas légale.

Recommandations

- 1) ne pas oublier d'étiqueter en tout temps les vêtements et les produits sans code à barres, car il s'agit d'une obligation;
- 2) refuser tout changement de prix par un fournisseur sans l'accord d'une personne autorisée;
- 3) éviter que les employés ne règlent une erreur de prix sans appliquer vos procédures ou encore la réglementation;
- 4) lorsqu'il y a erreur de prix, obtenir, selon le cas, l'approbation d'un responsable avant d'appliquer la politique d'indemnisation;
- 5) utiliser le service à la clientèle s'il y en a un afin de répondre de façon plus précise aux questions des consommateurs;
- 6) encourager vos employés à ne pas argumenter ou négocier avec les consommateurs mais les traiter avec courtoisie et appliquer adéquatement la politique.



5.0

Cinquième partie

**Gestion des bonnes
pratiques**

5.0 Gestion des bonnes pratiques

En plus d'implanter les bonnes pratiques, il faut les maintenir. Ainsi, il faut superviser les résultats de leur implantation et régulièrement ajuster le tir selon les résultats. C'est la gestion des bonnes pratiques. Deux outils peuvent vous permettre d'atteindre vos objectifs :

- un registre des erreurs de prix;
- des vérifications de l'exactitude des prix.

5.1 Registre des erreurs de prix

Voici certaines recommandations :

- a) créer ou consulter un registre des erreurs de prix incluant le produit, le service, l'heure, la raison, la compensation, la personne autorisée, etc.;
- b) séparer les erreurs en faveur du magasin des erreurs en faveur du client;
- c) indiquer les erreurs de prix survenus sur des produits en vente, en circulaire, dans un stand spécial, en bout d'allée, en démonstration, en promotion, en livraison directe, prix préétabli, affichage provenant de l'extérieur du magasin, etc.;
- d) indiquer les erreurs de prix provenant du mauvais emplacement d'une étiquette tablette;
- e) c'est la responsabilité du superviseur de la base de données de faire les entrées et de maintenir ce registre lorsqu'une erreur de prix lui est rapportée
- f) c'est la responsabilité du superviseur de la base de données de vérifier si les corrections ont été bien faites.

Il est recommandé de procéder à l'analyse de ce registre une fois par semaine afin de :

- a) vérifier si les corrections lors d'erreurs de prix ont été faites;
- b) s'assurer que les corrections ont été faites selon vos bonnes pratiques;
- c) identifier les sections comportant un plus grand nombre d'erreurs;
- d) identifier le type de produits sur lesquels les erreurs se produisent le plus souvent;
- e) rencontrer les employés en cause;
- f) réviser les bonnes pratiques et les ajuster;
- g) tenir le siège social informé des erreurs de prix notées.

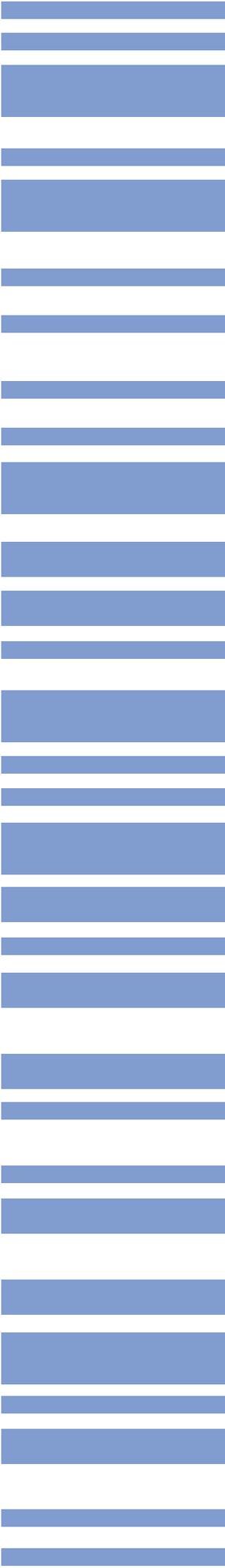
Le diagnostic posé lors de l'analyse du registre permettra d'établir les causes les plus fréquentes d'erreurs et d'apporter les correctifs nécessaires. Des recommandations devraient être formulées à la suite de l'analyse du registre permettant de modifier et d'améliorer continuellement les bonnes pratiques dans un magasin.

5.2 Vérifications

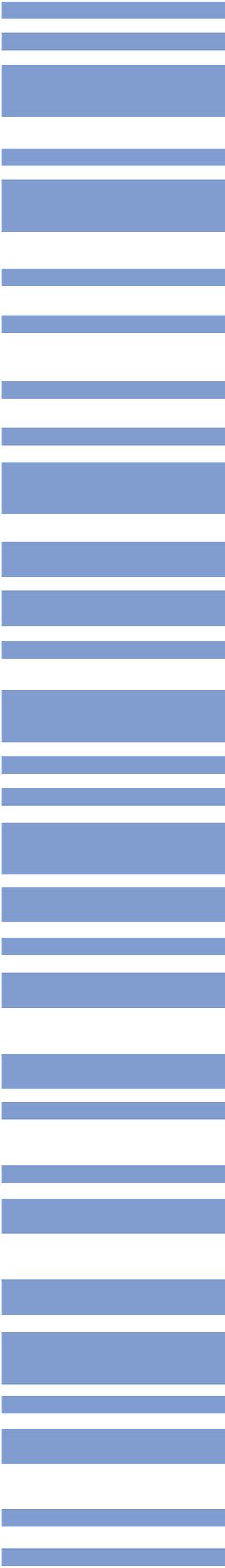
Pour consolider vos efforts, il est important d'instaurer régulièrement des vérifications dans votre magasin sur le taux d'exactitude des prix. Il y a des éléments de base que vous devez déterminer avant de débiter :

- **Responsable des vérifications**
Certains utilisent les gérants de services, le responsable de la base de données ou l'équipe responsable de monter le magasin et d'apposer l'étiquetage.
- **Fréquence des vérifications**
C'est à vous de l'établir. Il est recommandé de faire des vérifications par service à chaque semaine afin de couvrir l'ensemble du magasin 4 fois par année.
- **Méthode pour faire les vérifications**
Certains font des vérifications sur 100 produits et d'autres sur 1000 produits. Certains font des vérifications par service (épicerie, boulangerie, vêtements, outils, articles ménagers, etc.)
- **Outils pour faire les vérifications**
Vous pouvez utiliser des lecteurs optiques portatifs, les lecteurs optiques en magasin ou encore une caisse enregistreuse mise en mode formation.
- **Analyse des résultats des vérifications**
Il est important d'enregistrer les produits vérifiés et tenir un registre des résultats pour analyse. Ainsi, il est plus facile d'apporter les correctifs nécessaires.

Une des meilleures pratiques est de procéder à un sondage (vérification) immédiatement après avoir fait vos changements de prix. Il s'agit d'une manière de valider si le travail a été bien fait.



Annexes



Annexe 1

Copie de l'affiche de la Politique d'exactitude des prix

Politique d'exactitude des prix

Si le prix enregistré à la caisse est plus élevé que le prix annoncé, le plus bas prix prévaut et si cette erreur porte sur un article dont le prix annoncé est de:

10\$ ou moins: le commerçant doit vous remettre gratuitement cet article;

Plus de 10\$: le commerçant corrige le prix et doit vous consentir un rabais de 10\$ sur le prix corrigé de l'article.

1. La politique d'exactitude des prix s'applique même si l'erreur est constatée avant que la transaction ne soit complétée, à la condition toutefois que vous achetiez l'article.
2. Si, au cours d'une même transaction, la même erreur se reproduit à l'égard d'articles identiques, le prix de chacun est corrigé mais la politique d'indemnisation ne s'applique qu'à un seul de ces articles.
3. La politique d'indemnisation ne s'applique pas à l'égard d'articles pour lesquels la loi prévoit qu'un rabais ne peut être accordé par le commerçant (exemples: tabac et certains médicaments). Elle ne s'applique pas non plus à l'égard d'articles pour lesquels la loi fixe un prix minimal (exemples: lait, bière et vin) si son application a pour effet de contrevenir à la loi.

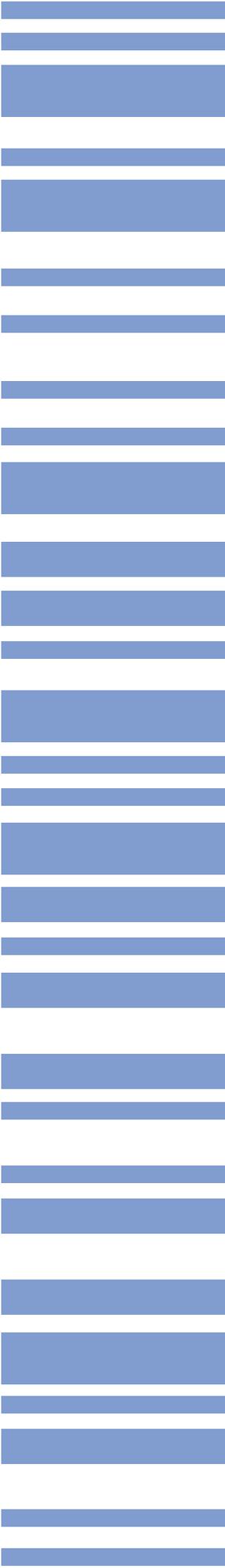
Price Accuracy Policy

If the price displayed at the cash register is higher than the advertised price, the lower price prevails and if this error concerns an item for which the advertised price is:

\$10 or less: the merchant must give you the item free of charge;

More than \$10: the merchant corrects the price and must grant you a \$10 rebate on the corrected price of the item.

1. The price accuracy policy applies even if the error is noticed before the transaction is completed, as long as you buy the item.
2. If, during the same transaction, the same error occurs in respect of identical items, the price of each item will be corrected but the compensation policy applies to only one of these items.
3. The compensation policy does not apply to items for which the law prohibits the merchant to grant a rebate (e.g. tobacco and certain medications). It also does not apply to items for which the law sets a minimum price (e.g. milk, beer, wine) if its application contravenes the law.



Annexe 2

**Extraits de la Loi sur la protection
du consommateur
(articles 223, 224, 277 et 278)
(L.R.Q., c. P-40.1)**

**EXTRAITS DE LA LOI SUR LA PROTECTION
DU CONSOMMATEUR (ARTICLES 223, 224, 277 ET 278)
(L.R.Q., C.P-40.1)**

Indication du prix de vente.

223. Un commerçant doit indiquer clairement et lisiblement sur chaque bien offert en vente dans son établissement ou, dans le cas d'un bien emballé, sur son emballage, le prix de vente de ce bien, sous réserve de ce qui est prévu par règlement. 1978, c. 9, a. 223.

Pratique interdite sur le prix.

224. Aucun commerçant, fabricant ou publicitaire ne peut, par quelque moyen que ce soit:

- a) accorder, dans un message publicitaire, moins d'importance au prix d'un ensemble de biens ou de services, qu'au prix de l'un des biens ou des services composant cet ensemble;
- b) sous réserve des articles 244 à 247, divulguer, dans un message publicitaire, le montant des paiements périodiques à faire pour l'acquisition d'un bien ou l'obtention d'un service sans divulguer également le prix total du bien ou du service ni le faire ressortir d'une façon plus évidente;
- c) exiger pour un bien ou un service un prix supérieur à celui qui est annoncé. 1978, c. 9, a. 224; 1999, c. 40, a. 234.

CHAPITRE III

DISPOSITIONS PÉNALES

Infractions.

277. Est coupable d'une infraction la personne qui:

- a) contrevient à la présente loi ou à un règlement;
- b) donne une fausse information au ministre, au président ou à toute personne habilitée à faire enquête en vertu de la présente loi;
- c) entrave l'application de la présente loi ou d'un règlement;
- d) ne se conforme pas à un engagement volontaire souscrit en vertu de l'article 314 ou dont l'application a été étendue par un décret pris en vertu de l'article 315.1;
- e) n'obtempère pas à une décision du président;
- f) soumise à une ordonnance du tribunal en vertu de l'article 288, omet ou refuse de se conformer à cette ordonnance. 1978, c. 9, a. 277; 1992, c. 58, a. 2.

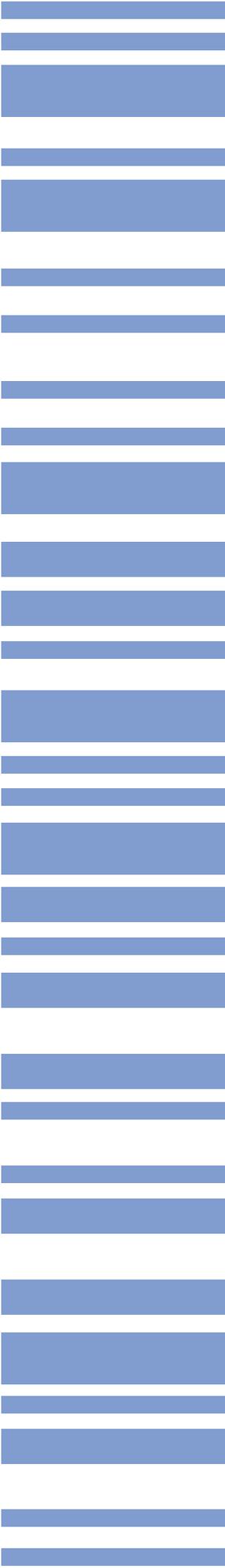
Peine.

278. Une personne déclarée coupable d'une infraction constituant une pratique interdite ou d'une infraction prévue à l'un des paragraphes *b*, *c*, *d*, *e* ou *f* de l'article 277 est passible:

- a) dans le cas d'une personne physique, d'une amende de 600 \$ à 15 000 \$;
- b) dans le cas d'une personne morale, d'une amende de 2 000 \$ à 100 000 \$.

Récidive.

En cas de récidive, le contrevenant est passible d'une amende dont le minimum et le maximum sont deux fois plus élevés que ceux prévus à l'un des paragraphes *a* ou *b*, selon le cas
1978, c.9, a. 278; 1990, c. 4, a. 703; 1992, c. 58, a.3.



Annexe 3

Lettre d'affaires de l'OPC de janvier 2001 incluant :

- Des extraits de la Loi sur la protection du consommateur (L.R.Q., c. P-40.1) et du Règlement d'application de la Loi sur la protection du consommateur (R.R.Q., 1981, c. P-40.1, r.1)
- le Décret numéro 11-2001 du 11 janvier 2001 concernant la Politique d'exactitude des prix
- L'Engagement volontaire

L'indication des prix au Québec **De nouvelles dispositions réglementaires** *La cible : l'exactitude des prix*

En 1998, l'Office de la protection du consommateur (OPC) a mis sur pied un comité de travail ayant pour mandat d'actualiser les dispositions réglementaires relatives à l'application de l'article 223 de la Loi sur la protection du consommateur qui oblige les commerçants à indiquer le prix sur chaque bien offert dans leur établissement. Le comité de travail, composé de représentants de l'industrie du commerce de détail, des associations de consommateurs et de l'OPC, devait, lors de ses travaux, tenir compte des nouvelles pratiques commerciales, du comportement et des attitudes des consommateurs et de l'évolution de la technologie. Le comité devait également s'assurer que les nouvelles mesures proposées respectent les principes de protection des droits des consommateurs québécois.

Les travaux du comité ont conduit à

l'adoption par le gouvernement de nouvelles dispositions qui entrent en vigueur le 23 février 2001 et qui visent notamment à permettre aux commerçants qui utilisent la technologie du lecteur optique de se prévaloir d'une nouvelle

exemption générale pour leur établissement s'ils respectent les conditions concernant l'indication et l'exactitude des prix qui sont prévues au règlement.

L'article 223 de la Loi et le principe visant l'indication unitaire des prix est cependant maintenu dans son intégralité. Seul le *Règlement d'application de la Loi sur la protection du consommateur* (RPC) a été modifié par l'ajout de certaines catégories de biens exemptées de l'application de l'article 223 et par l'introduction de cette nouvelle exemption générale dont un commerçant peut dorénavant se prévaloir pour son établissement.

Par conséquent, le commerçant pourra désormais choisir s'il continue d'indiquer les prix sur tous les biens non exemptés offerts en vente dans son établissement ou s'il se prévaut de la nouvelle exemption générale.

L'OPC s'assurera de l'application et du respect de l'article 223 de la *Loi sur la protection du consommateur* (LPC) et des nouvelles dispositions du règlement.

LA LOI DEMEURE INCHANGÉE

Le texte de l'article 223 de la *Loi sur la protection du consommateur* n'a pas été modifié. L'obligation d'étiqueter individuellement les biens est maintenue pour l'ensemble de l'industrie de la vente au détail au Québec, sous réserve des exemptions prévues au règlement. Le texte de l'article 223 LPC est reproduit en annexe.

LES EXEMPTIONS PRÉVUES AU RÈGLEMENT

Le règlement d'application de la loi (RPC) prévoira désormais deux types d'exemptions à l'obligation de marquage unitaire des prix. La première, prévue à l'article 91.1 RPC, s'applique à tous les commerçants. Elle permet de ne pas étiqueter le prix sur des biens faisant partie des catégories qui sont énumérées à cet article. Cette exemption existait déjà, mais la liste des catégories de biens exemptés a été actualisée.

La deuxième exemption prévoit qu'un commerçant qui utilise le lecteur optique pourra dorénavant être exempté de l'obligation d'étiqueter le prix sur

l'ensemble des biens offerts en vente dans son établissement, à la condition toutefois qu'il respecte toutes les conditions qui sont prescrites. Cette nouvelle exemption est prévue aux articles 91.4 et 91.5 RPC.

LE COMMERÇANT QUI CHOISIT D'ÉTIQUETER LES BIENS

Le commerçant qui choisit de continuer d'étiqueter le prix sur les biens vendus dans son établissement devra le faire sur tous les biens sauf ceux qui font partie des 13 catégories énumérées à l'article 91.1 RPC, c'est-à-dire les biens qui:

- a) sont en vente à un prix n'excédant pas 0,60 \$;
- b) sont vendus au moyen d'un distributeur automatique ;
- c) sont des aliments non emballés avant la vente ;
- d) sont non emballés avant la vente et dont le prix de vente s'établit sur la base d'une unité de mesure ;
- e) sont en vente à un prix inférieur à celui auquel ils sont habituellement offerts en vente dans le même établissement, lorsque le prix régulier de ces biens est clairement et lisiblement affiché à proximité de l'endroit où ils sont offerts en vente ;
- f) ne sont pas directement accessibles au consommateur dans l'établissement et pour l'obtention desquels il doit s'adresser au commerçant ou à son représentant ;
- g) font partie d'un paquet, lorsque le prix de ce paquet est indiqué sur celui-ci ou lorsque l'emballage de ce paquet est destiné à être utilisé de nouveau par le manufacturier ;
- h) portent l'indication d'un prix de vente que le commerçant n'entend pas modifier ;
- i) sont des aliments congelés lorsqu'ils sont offerts en vente ;
- j) sont de si petite dimension qu'il est impossible d'y indiquer le prix de façon à ce qu'il soit lisible ;
- k) sont non emballés et sont habituellement vendus en vrac, sauf s'il s'agit de vêtements ;
- l) sont des arbres, des plantes ou des fleurs ;
- m) sont offerts en vente dans un contenant consigné.

Bien que le commerçant ne soit pas tenu d'apposer le prix sur chacun des biens énumérés, il devra cependant afficher clairement et lisiblement le prix de ceux-ci à proximité de l'endroit où ils sont placés dans l'établissement.

Si un bien n'est pas directement accessible au consommateur, le prix de ce bien peut aussi être inscrit sur une liste ou dans un catalogue que le consommateur peut consulter dans l'établissement, sauf dans les établissements où on vend principalement:

- des aliments; ou
- des médicaments disponibles sans prescription médicale, des produits d'hygiène personnelle et des produits de nettoyage.

Dans ces derniers établissements, on doit nécessairement indiquer sur une affiche placée à proximité le prix des biens qui ne sont pas directement accessibles aux consommateurs.

LE COMMERÇANT QUI CHOISIT L'EXEMPTION GÉNÉRALE

Le nouveau régime permettra au commerçant de se prévaloir d'une exemption générale de l'obligation d'étiqueter les biens vendus dans son établissement, à la condition toutefois qu'il respecte scrupuleusement les conditions prévues au règlement pour cette exemption et qu'il adopte et applique aussi une politique d'exactitude des prix.

Les conditions d'exemption que le commerçant doit respecter sont les suivantes:

1) Le commerçant doit utiliser dans son établissement la technologie du lecteur optique d'un code universel des produit.

2) Tous les lecteurs optiques de son établissement, incluant ceux mis à la disposition des consommateurs, et les appareils permettant l'impression des étiquettes doivent être reliés à **une seule base de données**.

3) Une **étiquette-tablette** devra être installée à l'égard de chaque bien.

Cette étiquette, mesurant 12,90 cm² dans le domaine de l'alimentation et 9,67 cm² dans les autres secteurs du commerce de détail, devra indiquer aux clients les renseignements suivants :

- la nature du bien et les caractéristiques du bien qui ont une incidence sur son prix ou qui permettent de le distinguer des autres biens de même nature, notamment sa marque et son format ;
- le prix du bien ou, lorsque ce prix s'établit sur la base d'une unité de mesure, le prix par unité de mesure ; et,

lorsqu'il s'agit d'aliments vendus dans un établissement pour lequel le commerçant est tenu d'être titulaire d'un permis délivré en vertu du Règlement sur les aliments (R.R.Q., 1981, c. P-29, r.1), le prix correspondant à l'unité de mesure en

plus du prix du bien, et ce pour tous les produits alimentaires incluant ceux qui sont déjà emballés par le manufacturier.

Lorsque le bien est offert en vente ailleurs que sur une tablette, l'étiquette doit être apposée à proximité de l'endroit où ce bien est offert en vente et mesurer au moins 38,71 cm².

4) Lorsque la surface de son établissement accessible pour la clientèle est de 697 mètres carrés ou plus, **des lecteurs optiques** devront être mis à la disposition des consommateurs. Le nombre de lecteurs optique est déterminé par le règlement:

Nombre de lecteurs	Surface minimale	Surface maximale
0	Moins de 697 m ²	
1	697 m ²	1859 m ²
2	1860 m ²	3719 m ²
3	3720 m ²	5579 m ²
4	5580 m ² et plus	

5) Le **reçu de caisse** devra contenir les renseignements suivants :

- le nom du commerçant ;
- le numéro de téléphone du commerçant ;
- le cas échéant, son adresse électronique ou celle de son service à la clientèle ;
- la date de la transaction ;
- la nature de chaque bien acheté ainsi que sa marque distinctive s'il en est ; et,
- le prix de chaque bien acheté vis-à-vis de l'identification de ce bien.

Cette exemption générale ne s'applique pas à l'égard des vêtements offerts en

vente dans son établissement non plus qu'à l'égard des biens sur lesquels aucun code universel de produits n'est apposé. La règle générale d'étiquetage unitaire et les exceptions prévues pour certains biens s'appliquent pour ces articles.

Un délai de quatre mois à compter de la l'entrée en vigueur des modifications réglementaires, soit jusqu'au 23 juin 2001, est accordé pour mettre en place les lecteurs optiques mis à la disposition des consommateurs ainsi que pour indiquer le prix des aliments par unité de mesure.

Les textes des articles 91.1 à 91.5 RPC sont fournis en annexe.

UNE POLITIQUE D'EXACTITUDE DES PRIX

Enfin, chacun des commerçants se prévalant de l'exemption générale dans leur établissement devra adopter, pour chacun des établissements dans lequel il entend se prévaloir de cette exemption, une « Politique d'exactitude des prix » dont les conditions minimales sont les suivantes :

- si le prix enregistré à la caisse est plus élevé que le prix annoncé, le prix le plus bas prévaut;
- si l'erreur porte sur un bien dont le prix exact est de 10 \$ ou moins, ce bien sera remis gratuitement au client;
- lorsque l'erreur concerne un bien dont le prix est supérieur à 10 \$, le commerçant corrige l'erreur et remet 10 \$ au consommateur ;

- si la même erreur se reproduit pour des biens identiques lors d'une même transaction, le prix de chacun sera corrigé mais le consommateur ne pourra se prévaloir de la politique d'indemnisation qu'à l'égard d'un seul article ;
- cette politique d'indemnisation ne pourra s'appliquer si elle avait pour effet de contrevenir à une loi ou à un règlement, c'est-à-dire qu'elle ne peut permettre à un commerçant de vendre un article à un prix inférieur au prix minimum établi par une loi ou un règlement (exemples: lait, bière, vin) et elle ne s'applique pas à l'égard des articles pour lesquels il est interdit d'accorder un rabais (exemples: tabac et médicaments);
- cette politique s'applique dès que l'erreur est enregistrée à la caisse et qu'elle est constatée même si la transaction à la caisse n'est pas complétée, à la condition que le consommateur achète le bien.

Le commerçant qui se prévaut de l'exemption générale d'étiquetage unitaire devra, conformément aux exigences du règlement, informer sa clientèle de cette politique d'exactitude des prix par

l'installation d'affiches à proximité des caisses enregistreuses ainsi que de pancartes grand format dans les grands établissements. De plus, il devra obligatoirement divulguer périodiquement sa politique d'exactitude des prix dans les circulaires qu'il distribue.

Des modèles d'affiches et de pancartes pour la « Politique d'exactitude des prix » seront en vente au service à la clientèle du magazine *Protégez-Vous*, respectivement au coût de 2 \$ et 15 \$, taxes et transport en sus.

Le numéro de téléphone pour contacter ce service est le (514) 875-4444 ou 1 800 667-4444, alors que le numéro de télécopieur est le 1 514 523-4444.

Le décret édictant les règles relatives à la politique d'exactitude des prix est joint en annexe.

DES PÉNALITÉS

Une personne déclarée coupable d'une infraction à la LPC relative aux obligations concernant l'indication des prix ou la politique d'exactitude des prix est passible d'une amende pouvant varier de 600 à 100 000 \$. En cas de récidive, les minimum et maximum des amendes sont doublés.

Cette Lettre d'affaires a été préparée par la Direction des communications, de la recherche et prospective de l'Office de la protection du consommateur en collaboration avec la Direction des affaires juridiques. On peut obtenir des copies de cette Lettre d'affaires en communiquant avec votre association ou regroupement d'affaires ou avec la Direction des communications, de la recherche et prospective à l'adresse suivante :

Direction des communications, de la recherche et prospective
Office de la protection du consommateur
400, boulevard Jean-Lesage, bureau 450 Québec (Québec) G1K 8W4
ou au www.opc.gouv.qc.ca

Pour plus de renseignements sur l'exactitude et l'indication des prix, veuillez composer le numéro de téléphone suivant :

1 888 OPC-ALLO ou (1 888 672-2556)

ANNEXE

ARTICLE 223 DE LA *LOI SUR LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR*

Indication du prix de vente

223. Un commerçant doit indiquer clairement et lisiblement sur chaque bien offert en vente dans son établissement ou, dans le cas d'un bien emballé, sur son emballage, le prix de vente de ce bien, sous réserve de ce qui est prévu par règlement.

1978. c. 9. A. 223

ARTICLES 91.1 À 91.5 DU *RÈGLEMENT D'APPLICATION DE LA LOI SUR LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR* (tels qu'ils se liront à compter du 23 février 2001)

91.1. Sont exemptés de l'application de l'article 223 de la Loi, les biens qui :

- a) sont en vente à un prix n'excédant pas 0,60 \$;
- b) sont vendus au moyen d'un distributeur automatique ;
- c) sont des aliments non emballés avant la vente ;
- d) sont non emballés avant la vente et dont le prix de vente s'établit sur la base d'une unité de mesure ;
- e) sont en vente à un prix inférieur à celui auquel ils sont habituellement offerts en vente dans le même établissement, lorsque le prix régulier de ces biens est clairement et lisiblement affiché à proximité de l'endroit où ils sont offerts en vente ;
- f) ne sont pas directement accessibles au consommateur dans l'établissement et pour l'obtention desquels il doit s'adresser au commerçant ou à son représentant ;
- g) font partie d'un paquet, lorsque le prix de ce paquet est indiqué sur celui-ci ou lorsque l'emballage de ce paquet est destiné à être utilisé de nouveau par le manufacturier ;
- h) portent l'indication d'un prix de vente que le commerçant n'entend pas modifier ;
- i) sont des aliments congelés lorsqu'ils sont offerts en vente ;
- j) sont de si petite dimension qu'il est impossible d'y indiquer le prix de façon à ce qu'il soit lisible ;
- k) sont non emballés et sont habituellement vendus en vrac, sauf s'il s'agit de vêtements ;
- l) sont des arbres, des plantes ou des fleurs ;
- m) sont offerts en vente dans un contenant consigné.

91.2. abrogé

91.3. Le prix d'un bien qui fait l'objet d'une exemption dont s'est prévalu un commerçant aux termes de l'article 91.1, y compris celui d'un bien qui fait partie d'un paquet mais qui peut être acheté séparément du paquet, doit être affiché clairement et lisiblement à proximité de l'endroit où ce bien est offert en vente.

Toutefois, si un bien visé au paragraphe f du premier alinéa de l'article 91.1 relatif aux biens qui ne sont pas directement accessibles aux consommateurs est offert en vente dans un établissement autre qu'un établissement où on offre principalement en vente des aliments, ou des médicaments disponibles sans prescription médicale, des produits d'hygiène personnelle et des produits de nettoyage, son prix peut aussi, plutôt que d'être affiché conformément au premier alinéa, être inscrit sur une liste ou dans un catalogue que le consommateur peut consulter dans l'établissement.

91.4. Est exempté de l'application de l'article 223 de la Loi, le commerçant qui, dans son établissement, utilise la technologie du lecteur optique d'un code universel des produits pourvu qu'il satisfasse aux conditions suivantes :

a) tous les lecteurs optiques de son établissement, incluant ceux mis à la disposition des consommateurs, ainsi que les appareils permettant l'impression des étiquettes prévues à l'article 91.5, sont reliés à une seule base de données comportant les prix des biens offerts en vente dans cet établissement ;

b) les lecteurs optiques utilisés aux caisses et ceux mis à la disposition des consommateurs permettent d'afficher le prix des biens offerts en vente dans cet établissement sur lesquels est apposé un code universel de produits ;

c) l'étiquette prévue à l'article 91.5 est apposée conformément aux exigences de cet article à l'égard de chaque bien visé à cet article qui est offert en vente dans son établissement ;

d) le reçu de caisse qu'il remet au consommateur pour chaque transaction contient les renseignements suivants :

i. le nom du commerçant ;

ii. le numéro de téléphone du commerçant et, le cas échéant, son adresse électronique ou celle de son service à la clientèle ;

iii. la date de la transaction ;

iv. la nature de chaque bien acheté ainsi que sa marque distinctive s'il en est ;

v. le prix de chaque bien acheté vis-à-vis de l'identification de ce bien ;

e) lorsque la surface de son établissement accessible aux consommateurs est de 697 mètres carrés ou plus, des lecteurs optiques, répartis également dans l'établissement et disposés de façon à ce qu'ils soient faciles d'accès, sont mis à la disposition des consommateurs, le nombre de tels lecteurs optiques étant de :

i. un, si la surface de l'établissement accessible aux consommateurs est d'au moins 697 mètres carrés mais inférieure à 1,860 mètres carrés ;

ii. deux, si la surface de l'établissement accessible aux consommateurs est d'au moins 1,860 mètres carrés mais inférieure à 3,720 mètres carrés ;

iii. trois, si la surface de l'établissement accessible aux consommateurs est d'au moins 3,720 mètres carrés mais inférieure à 5,580 mètres carrés ;

iv. quatre, si la surface de l'établissement accessible aux consommateurs est de 5,580 mètres carrés ou plus.

Le commerçant ne peut toutefois se prévaloir de la présente exemption à l'égard des vêtements offerts en vente dans son établissement non plus qu'à l'égard des biens sur lesquels aucun code universel de produits n'est apposé.

L'exigence prévue au paragraphe e du premier alinéa ne prend effet que le 23 juin 2001.

91.5. Doit être apposée à l'égard de chaque bien pour lequel le commerçant se prévaut de l'exemption prévue à l'article 91.4, une étiquette divulguant les renseignements suivants :

- a) la nature du bien ainsi que les caractéristiques du bien qui ont une incidence sur son prix ou qui permettent de le distinguer des autres biens de même nature, notamment sa marque et son format le cas échéant ;
- b) le prix du bien ou, lorsque ce prix s'établit sur la base d'une unité de mesure, le prix par unité de mesure ;
- c) lorsqu'il s'agit d'aliments vendus dans un établissement pour lequel le commerçant est tenu d'être titulaire d'un permis délivré en vertu du Règlement sur les aliments (R.R.Q., 1981, c. P-29, r.1), le prix correspondant à l'unité de mesure en plus du prix du bien.

Dans tous les cas, le prix du bien sur l'étiquette doit être imprimé en caractères typographiques gras d'au moins 28 points et les autres renseignements, imprimés en caractères typographiques d'au moins 10 points.

Lorsque le bien est offert en vente sur une tablette, l'étiquette prévue au premier alinéa doit être apposée vis-à-vis du bien sur la tablette sur laquelle ce bien est offert en vente et mesurer au moins :

- a) 12,90 centimètres carrés dans un établissement pour lequel le commerçant est tenu d'être titulaire d'un permis délivré en vertu du Règlement sur les aliments ;
- b) 9,67 centimètres carrés dans les autres établissements.

Lorsque le bien est offert en vente ailleurs que sur une tablette, l'étiquette doit être apposée à proximité de l'endroit où ce bien est offert en vente et mesurer au moins 38,71 centimètres carrés.

L'exigence prévue au paragraphe c du premier alinéa ne prend effet que le 23 juin 2001.

DÉCRET

Gouvernement du Québec

Numéro 11-2001 du 11 janvier 2001

CONCERNANT une politique d'exactitude des prix pour des commerçants utilisant la technologie du lecteur optique

---ooo0ooo---

ATTENDU QUE, en vertu de l'article 314 de la Loi sur la protection du consommateur (L.R.Q., c. P-40.1), la présidente de l'Office de la protection du consommateur peut accepter d'une personne un engagement volontaire ayant pour objet de régir les relations entre un commerçant ou un groupe de commerçants et les consommateurs;

ATTENDU QUE, en vertu de l'article 315.1 de la Loi sur la protection du consommateur, le gouvernement peut par décret étendre, avec ou sans modification, l'application d'un engagement volontaire souscrit en vertu de l'article 314 de cette même loi à tous les commerçants d'un même secteur d'activités, pour une partie ou pour l'ensemble du territoire du Québec;

ATTENDU QUE plusieurs commerçants qui utilisent la technologie du lecteur optique d'un code universel des produits et qui désirent se prévaloir de l'exemption prévue à l'article 91.4 du Règlement d'application de la Loi sur la protection du consommateur (R.R.Q., 1981, c. P-40.1, r.1) introduit par l'article 4 du Règlement modifiant le Règlement d'application de la Loi sur la protection du consommateur édicté par le décret numéro 10-2001 du 11 janvier 2001 ont souscrit un engagement volontaire d'adopter et d'appliquer une politique visant à assurer l'exactitude des prix des biens offerts en vente dans leurs établissements;

ATTENDU QU'il est opportun, dans l'intérêt public, d'étendre l'application de cet engagement volontaire à tous les commerçants qui utilisent la technologie du lecteur optique d'un code universel des produits et qui se prévaudront de l'exemption ci-dessus mentionnée, pour l'ensemble du territoire du Québec;

ATTENDU QUE, conformément aux articles 10 et 11 de la Loi sur les règlements (L.R.Q., c. R-18.1), avis a été donné à la Partie 2 de la *Gazette officielle du Québec* du 5 juillet 2000 que le gouvernement pourrait étendre l'application de l'engagement volontaire dont le texte est ci-annexé à tous les commerçants qui utilisent la technologie du lecteur optique d'un code universel des produits et qui se prévaudront de l'exemption prévue à l'article 91.4 du Règlement d'application de la Loi sur la protection du consommateur, pour l'ensemble du territoire du Québec;

ATTENDU QU'il y a lieu d'édicter le présent décret;

IL EST ORDONNÉ, en conséquence, sur la recommandation du ministre des Relations avec les citoyens et de l'Immigration :

QUE soit étendue l'application de l'engagement volontaire annexé au présent décret à tous les commerçants qui utilisent la technologie du lecteur optique d'un code universel des produits et qui se prévaudront de l'exemption prévue à l'article 91.4 du Règlement d'application de la Loi sur la protection du consommateur pour l'ensemble du territoire du Québec;

Que le présent décret entre en vigueur le 24 février 2001.

Engagement volontaire

Loi sur la protection du consommateur
(L.R.Q., c. P-40.1, a. 315.1)

Le commerçant s'engage à mettre en place les mécanismes nécessaires pour atteindre et maintenir l'exactitude des prix des biens offerts en vente dans son établissement et, sans restreindre la portée de ce qui précède, LE COMMERÇANT PREND PARTICULIÈREMENT LES ENGAGEMENTS SUIVANTS :

POLITIQUE D'EXACTITUDE DES PRIX

1. Le commerçant doit adopter et appliquer, pour chacun des établissements dans lequel il entend se prévaloir de l'exemption prévue à l'article 91.4 du Règlement d'application de la Loi sur la protection du consommateur (R.R.Q., 1981, c. P-40.1, r. 1) introduit par l'article 4 du Règlement modifiant le Règlement d'application de la Loi sur la protection du consommateur édicté par le décret numéro 10 -2001 du 11 janvier 2001, une politique d'exactitude des prix offrant aux consommateurs une indemnisation correspondant aux normes minimales suivantes en cas d'erreur défavorable au consommateur :

1° lorsque le prix d'un bien enregistré à la caisse est supérieur au prix annoncé, le prix le plus bas prévaut et :

- a) le commerçant remet gratuitement ce bien au consommateur si le prix exact du bien est de 10,00 \$ ou moins;
- b) le commerçant corrige le prix et accorde au consommateur un rabais de 10,00 \$ sur le prix ainsi corrigé, si le prix exact du bien est supérieur à 10,00 \$;

2° lorsque la même erreur se reproduit à l'égard de biens identiques lors d'une même transaction, le commerçant corrige chacune des erreurs et n'indemnise le consommateur conformément au sous-paragraphe a) qu'à l'égard d'un seul de ces biens ;

3° la politique d'exactitude des prix s'applique même si l'erreur est constatée avant que la transaction ne soit complétée, à la condition toutefois que le consommateur achète le bien ;

4° la politique d'exactitude des prix ne s'applique pas à l'égard d'un bien spécifique si son application a pour effet de contrevenir à une loi ou à un règlement.

2. Le commerçant doit afficher bien à la vue de la clientèle, à proximité de chaque caisse de l'établissement et de chaque lecteur optique mis à la disposition des consommateurs, sa politique d'exactitude des prix en caractères facilement lisibles de couleur foncée sur fond blanc sur une pancarte mesurant au moins 387 centimètres carrés et sur laquelle n'apparaît que cette politique. Lorsque la surface de l'établissement accessible à la clientèle est de 697 mètres carrés ou plus, le commerçant doit également afficher cette politique dans un endroit bien en vue de son établissement en caractères facilement lisibles de couleur foncée sur fond blanc sur une pancarte mesurant au moins 0,56 mètre carré et sur laquelle n'apparaît que cette politique.

3. Le commerçant doit divulguer dans la circulaire qu'il publie sa politique d'exactitude des prix au moins une fois à chaque trimestre où il publie cette circulaire.

REMBOURSEMENT DE FRAIS D'ENQUÊTE

4. Le commerçant doit rembourser à l'Office de la protection du consommateur les frais des enquêtes effectuées sous

l'autorité de la présidente de l'Office en vertu des pouvoirs qui lui sont conférés par la Loi, pour vérifier le taux d'exactitude des prix dans son établissement jusqu'à concurrence de :

1° 250 \$ lors d'une première enquête ;

2° 1 000 \$ lors d'une deuxième enquête si cette deuxième enquête est effectuée dans les six mois suivant un avis donné par la présidente de l'Office selon lequel une première enquête a révélé un taux d'inexactitude des prix de plus de 2% dans son établissement.

DISPOSITIONS INTERPRÉTATIVES

5. Aux fins du présent engagement volontaire, on entend par :

«exactitude des prix» : la conformité du prix enregistré à la caisse avec le prix annoncé à l'égard d'un bien offert en vente dans l'établissement ;

«taux d'exactitude des prix» : le pourcentage des biens faisant l'objet d'une transaction dont le prix enregistré à la caisse est identique à celui annoncé ;

«taux d'inexactitude des prix» : le pourcentage des biens faisant l'objet d'une transaction dont le prix enregistré à la caisse est supérieur à celui annoncé.

6. Aux fins du présent engagement volontaire, il n'est pas tenu compte dans le calcul du taux d'inexactitude des prix non plus que pour l'application de la politique d'exactitude des prix décrite à l'article 1, d'une erreur sur le prix d'un bien dans le cadre d'un message publicitaire, à compter du moment où le commerçant affiche, bien à la vue de la clientèle, une mention de cette erreur et de la correction apportée, à proximité de l'endroit où le bien est offert en vente ainsi qu'aux caisses de son établissement. La présente disposition n'a pas pour effet de restreindre la portée du paragraphe *c* de l'article 224 de la Loi sur la protection du consommateur.

DISPOSITIONS FINALES

7. Le fait par le commerçant de contrevenir à une disposition du présent engagement volontaire constitue une infraction prévue au paragraphe *d* de l'article 277 de la Loi.

8. Les dispositions du présent engagement prennent effet dès que le commerçant commence à se prévaloir de l'exemption prévue à l'article 91.4 du règlement et elles cessent de s'appliquer à la date où le commerçant cesse de se prévaloir de cette exemption pourvu qu'il en ait avisé la présidente de l'Office de la protection du consommateur au moyen d'un avis écrit au moins 15 jours avant cette date.

Annexe 4

Questions et réponses sur la Politique d'indication et d'exactitude des prix s'adressant particulièrement aux commerçants

Ce document est disponible sur Internet en parcourant le chemin suivant :

- www.opc.gouv.qc.ca
- **Onglet :**
Programmes et services
- **Menu déroulant :**
Politique d'indication et d'exactitude des prix
- **Hyperlien :**
Questions et réponses sur la Politique d'indication et d'exactitude des prix s'adressant particulièrement aux commerçants
- **Indication et exactitude des prix / Questions et réponses**

Important !

Il est recommandé de vous référer en tout temps au document présent sur le site Internet de l'OPC, car celui-ci fait l'objet de mises à jour périodiques.



INDICATION ET EXACTITUDE DES PRIX



Questions et réponses

Ces Questions-réponses ne sont destinées qu'à donner une information sommaire concernant l'application des nouvelles dispositions du Règlement d'application de la Loi sur la protection du consommateur et en faciliter sa compréhension et son application. Puisque chaque situation particulière comporte des éléments qui lui sont propres, les réponses aux questions ne sont valables que pour les situations exposées. Des réponses différentes pourraient donc être apportées si le contexte et la question diffèrent..

-  [Biens offerts en solde](#)
-  [Biens dont le prix de vente s'établit sur la base d'une unité de mesure](#)
-  [Biens qui ne sont pas accessibles au consommateur](#)
-  [Les lecteurs optiques pour les consommateurs](#)

Biens offerts en solde

Article 91.1 e)



 Un commerçant qui se prévaut de l'exemption prévue à l'article 91.4 est-il tenu d'installer, pour les produits en solde, une étiquette conforme à l'article 91.5 ?

 Non. Si le prix d'un bien énuméré à l'article 91.1 n'est pas marqué sur ce bien, le commerçant est réputé s'être prévalu, à l'égard de ce bien, de l'exemption prévue à cet article, même si le commerçant se prévaut, par ailleurs, de l'exemption prévue à l'article 91.4 pour les autres biens vendus dans son établissement. Par conséquent ce sont les conditions énumérées à 91.1 et 91.3 qui s'appliquent à l'égard des biens visés à l'article 91.1, et non les conditions prévues aux articles 91.4 et 91.5. Ainsi, le commerçant, même s'il a exempté son établissement en vertu de 91.4, sera tenu d'afficher le prix du bien et le prix de solde à proximité (art. 91.3), mais sans devoir indiquer les renseignements énumérés à l'article 91.5 ni respecter les dimensions qui y sont indiquées.

Les exemptions prévues à l'article 91.1 sont des exemptions particulières qui s'appliquent à l'égard de certaines catégories de biens alors que l'exemption prévue à l'article 91.4 est une exemption générale puisqu'elle s'applique à tous les biens d'un établissement et elle est assortie de conditions qui s'appliquent dans l'ensemble d'un établissement. En règle générale les dispositions particulières ont préséances sur les dispositions générales. Par conséquent, ce sont les conditions prévues à l'article 91.1 et 91.3 qui s'appliquent à l'égard des biens qui y sont énumérés.

D'autre part, à l'égard des biens vendus en solde, le législateur ne

pouvait raisonnablement avoir l'intention d'imposer l'obligation d'afficher le prix régulier en plus du prix en solde lorsque le commerçant se prévaut de l'exemption prévue à l'article 91.1 et ne pas imposer cette même obligation à l'égard des mêmes biens offerts en solde lorsque le commerçant déciderait plutôt de se prévaloir de l'exemption prévue à l'article 91.4. Par conséquent on doit conclure qu'il entendait maintenir le régime prévu à l'article 91.1 pour les biens qui y sont énumérés.



Dans le cas des produits en solde, le commerçant doit-il afficher à proximité le prix «en solde» et le prix régulier de chaque produit même lorsque le prix régulier est indiqué (marqué) sur le produit lui-même ?



Non. Lorsque le prix régulier du produit est encore marqué sur celui-ci, il n'est pas indispensable qu'il le soit également sur l'affiche qui est à proximité. La finalité de cette disposition est de permettre au consommateur de connaître le prix en solde et le prix régulier. L'article 91.1 e) exige que le prix régulier soit clairement et lisiblement affiché à proximité du produit. Lorsque le prix régulier est clairement et lisiblement indiqué sur le produit lui-même, cette condition est satisfaite.

Cela permettra aux commerçants qui continuent d'apposer les prix sur chaque produit, d'annoncer sur une affiche un solde s'appliquant à des catégories de produits. À titre d'exemple, «25 % de réduction sur toutes les décorations de Noël», ou encore d'installer un présentoir ou une table sur lesquels sont déposés des produits étiquetés à leur prix régulier avec une affiche indiquant simplement «25 % de réduction». Le consommateur dispose ainsi de toutes les informations requises par le règlement.



Un commerçant qui se prévaut de l'exemption prévue à l'article 91.4 installe une affichette sur laquelle est inscrit à la main un prix de solde, alors que

l'article 91.5 indique que, «dans tous les cas, le prix de l'étiquette doit être imprimé». Commet-il une infraction ?

 Non. Ce sont les conditions prévues aux articles 91.1 et 91.3 qui s'appliquent lorsqu'il s'agit de biens visés à l'article 91.1. Ainsi, le commerçant, même s'il a exempté son établissement en vertu de 91.4, sera tenu d'afficher le prix du bien et le prix de solde à proximité (art. 91.3), mais sans devoir imprimer les renseignements ni devoir utiliser une étiquette d'une dimension particulière, tel que requis à l'art 91.5.



 Un commerçant installe une affichette sur laquelle est inscrit un prix de solde (art. 91.1 e) par-dessus l'étiquette tablette sur laquelle est indiquée le prix régulier d'un bien non étiqueté de façon unitaire. Ce faisant, il cache le prix régulier indiqué sur l'étiquette tablette. Commet-il une infraction ?

 Oui, puisque le prix régulier du bien n'est plus, alors, «affiché clairement et lisiblement», tel que requis par 91.1 e).



Biens dont le prix de vente s'établit sur la base d'une unité de mesure

Articles 91.1 d) et 91.5 b)

 Qu'entend-on par «prix par unité de mesure» ?

 L'article 91.5 traite de deux situations distinctes. Lorsque le prix d'un produit s'établit selon la quantité que le consommateur choisira d'acheter, par exemple un aliment qui se vend 12,99 \$ le kilo, il s'agit de la situation visée au paragraphe b de l'article 95.1 puisque le «prix s'établit sur la base d'une unité de mesure». Le commerçant devra

donc indiquer ce prix par unité de mesure sur l'étiquette apposée sur la tablette ou à proximité de l'endroit où ce produit est offert en vente.

Par ailleurs, dans les cas où un aliment se vend dans un contenant ou un emballage qui contient une quantité établie par le commerçant ou par le fabricant, c'est-à-dire tous les aliments préemballés (paquet de pâtes alimentaires, sacs de biscuits, pots de confiture etc) le commerçant, s'il est tenu d'être titulaire d'un permis délivré en vertu du Règlement sur les aliments, devra alors indiquer, en plus du prix, «le prix correspondant à l'unité de mesure». C'est la situation visée au paragraphe c) de l'article 91.5.

Il n'y a aucune obligation d'utiliser une unité de mesure plutôt qu'une autre. Il est toutefois souhaitable d'utiliser l'unité de mesure correspondante à celle indiquée sur le produit préemballé et d'utiliser la même unité de mesure pour les produits semblables, puisque l'objectif de cette disposition est de permettre au consommateur de comparer le prix par unité de mesure entre des produits de même nature.



Dans quel cas s'appliquent les articles 91.1 d) et 91.5 b) ?



L'article 91.1 d) s'applique aux biens non emballés avant la vente et dont la quantité est déterminée par le consommateur, alors que 91.5 b) s'applique aux biens préemballés par le commerçant lui-même et dont la quantité peut varier d'un contenant à un autre.



Biens qui ne sont pas accessibles au consommateur

Article 91.1 f)



Si le prix des biens visés à l'article 91.1 f) (biens non accessibles aux consommateurs) sont marqués sur ces biens, le commerçant doit-il également afficher le prix à proximité ou l'inscrire sur une liste ou un catalogue en vertu de l'article 91.3 ?



Non. L'article 91.3 indique que les conditions qui y sont prévues ne s'appliquent que si le commerçant s'est prévalu d'une des exemptions prévues à l'article 91.1. Par conséquent, si le commerçant marque le prix sur tous les biens, il se conforme à l'article 223 et ne se prévaut donc pas de l'exemption.

Lorsque le commerçant décide de marquer le prix sur les biens qui ne sont pas accessibles aux consommateurs, le prix doit être indiqué clairement et lisiblement sur le bien, selon les termes de l'article 223. Il n'a pas à être lisible de l'endroit où le consommateur se trouve, mais plutôt lisible sur le bien lui-même.

Le commerçant ne commet donc pas d'infraction si l'étiquette posée sur un produit rangé dans un présentoir vitré et fermé n'est pas visible par le consommateur parce que cette étiquette serait, par exemple, posée sur le dos du produit.



Dans quels établissements les commerçants qui se prévalent de l'exemption prévue à l'article 91.1 f) peuvent inscrire, sur une liste ou dans un catalogue, le prix des produits non accessibles au consommateur ?



Dans les établissements suivants, les commerçants ne sont pas requis d'inscrire, sur une liste ou dans un catalogue, le prix des produits non accessibles au consommateur :

- les établissements où on offre principalement en vente des aliments (ex.: épiceries, dépanneurs, etc.) ;
- les établissements où on offre principalement en vente des

médicaments disponibles sans prescription médicale, des produits d'hygiène personnelle et des produits de nettoyage (ex.: grandes pharmacies, etc.).

Par conséquent dans ces deux types d'établissements, le prix des produits non accessibles au consommateur doit être affiché clairement et lisiblement à proximité de l'endroit où ils sont offerts en vente, ou être étiqueté sur chaque bien conformément à l'article 223 de la Loi.

Dans tous les autres établissements, les commerçants doivent :

- afficher le prix à proximité de l'endroit où les produits sont offerts en vente; ou
- inscrire le prix sur une liste ou dans un catalogue; ou
- indiquer le prix sur chaque bien conformément à l'article 223 de la Loi.

Article 91.1 k)



Q.-

Le commerçant doit-il indiquer le prix sur les matériaux de construction offerts en vente dans un endroit accessible au consommateur et situé à l'extérieur ?



Selon l'article 91.1 k) du règlement les biens qui sont non emballés et sont habituellement vendus en vrac sont exemptés de l'obligation d'être étiquetés. Lorsque les matériaux de construction sont offerts en vente de manière à ce que le consommateur puisse lui-même prendre le nombre d'items qu'il veut et que les matériaux ne sont pas emballés, cette exemption peut alors s'appliquer. Le commerçant devra toutefois afficher le prix à proximité selon les dispositions de l'article 91.3. Les autres produits qui ne sont pas vendus en vrac doivent être étiquetés sauf si le commerçant se prévaut d'une exemption prévue à l'article 91.1 ou 91.4 du règlement, auquel cas il devra respecter les conditions relatives à l'exemption concernée.



 Le commerçant qui se prévaut de l'exemption prévue à l'article 91.4 et qui décide néanmoins d'étiqueter individuellement certains produits (ex: magazines, cartes de souhaits, livres, aliments...), doit-il apposer également une étiquette conforme à l'article 91.5 à l'égard de ces produits ?

 Non, puisqu'il se conforme aux dispositions de l'article 223 LPC en étiquetant le prix de façon unitaire. Il ne doit donc pas appliquer des conditions relatives à une exemption qu'il n'utilise pas pour ces produits. L'article 91.4c et 91.5 indiquent d'ailleurs qu'une étiquette doit être apposée sur la tablette ou à proximité du bien « pour lequel le commerçant se prévaut de l'exemption ».

Par conséquent, dans ces circonstances, puisque le prix est marqué sur le produit lui-même, le commerçant n'a pas à indiquer autrement les informations requises par l'article 91.5, dont notamment le prix par unité de mesure. Même s'il décide néanmoins d'apposer une étiquette sur la tablette ou à proximité du bien, celle-ci n'est pas assujettie aux conditions prévues à l'article 91.5. Ainsi, à titre d'exemple, il n'y aura pas d'obligation d'indiquer sur cette étiquette le prix correspondant à l'unité de mesure.

La politique d'exactitude doit toutefois être appliquée à l'égard de tous les produits de l'établissement, incluant ceux sur lesquels le commerçant a choisi d'indiquer individuellement le prix.



 Un commerçant peut-il se prévaloir de l'exemption pour une partie de son établissement ?

 Le commerçant qui satisfait à toutes les conditions prévues à l'article 91.4 peut se prévaloir de l'exemption d'indiquer les prix sur les biens vendus dans son établissement s'il affiche, à l'égard de ces biens, une étiquette conforme aux exigences de l'article 91.5. Il peut néanmoins choisir se prévaloir de l'exemption à l'égard de certains biens et

d'indiquer le prix sur les biens vendus dans une partie de son établissement s'il le désire. Le commerçant n'aura pas à apposer, à l'égard de ces biens, l'étiquette prévue à l'article 91.5, mais ils seront quand même assujettis à la politique d'exactitude des prix, puisque celle-ci s'applique à tous les biens vendus dans l'établissement.



Les lecteurs optiques pour les consommateurs

Article 91.4 e)

 Une caisse enregistreuse peut-elle servir de lecteur optique pour les consommateurs ?

 Oui, à la condition que le lecteur optique relié à cette caisse soit identifié comme étant un lecteur disponible pour l'utilisation par les consommateurs et que ce lecteur soit accessible et facilement utilisable par les consommateurs. D'autre part, le commerçant doit toujours mettre à la disposition des consommateurs le nombre minimal de lecteurs optiques prévu au règlement, de sorte que l'utilisation occasionnelle de la caisse par le commerçant ne doit pas avoir pour effet de réduire le nombre de lecteurs en deçà du minimum prescrit.



Article 91.5 a)

 Le commerçant peut-il utiliser des abréviations lorsqu'il identifie, sur l'étiquette prévue à l'article 91.5 a), la nature du bien ainsi que ses caractéristiques ?

 Oui. La description doit toutefois être rédigée de façon à ce que le

consommateur puisse la comprendre et lui permettre de facilement associer un bien avec l'étiquette appropriée. L'étiquette ne doit pas comporter qu'une série d'abréviations que seul le commerçant est en mesure de comprendre. Le commerçant peut donc utiliser des abréviations dans la mesure où elles sont intelligibles et permettent au consommateur d'identifier le bien et ses caractéristiques. Par ex., il pourrait utiliser «kg» pour kilogramme, «yogourt lég» pour yogourt léger.



Article 91.5 b) : L'indication du prix sur l'étiquette



Lorsque le commerçant établit un prix pour un nombre déterminé de produits, par ex. «3 pour 9.99 \$», doit-il également indiquer le prix de chacun des produits ?



Si le consommateur ne peut pas acheter chacun de ces produits individuellement, le commerçant n'est pas tenu d'indiquer le prix sur chacun d'eux.

Si le commerçant permet au consommateur d'acheter chacun de ces produits à l'unité, le prix à l'unité doit également être indiqué.



Article 91.5 d) : Le reçu de caisse



Comment décrire la nature du bien et sa marque distinctive sur le reçu de caisse ?



L'article 91.5 d) exige que le reçu de caisse indique, « la nature de chaque bien acheté ainsi que sa marque distinctive s'il en est ». Cette exigence vise à permettre au consommateur de bien identifier sur son reçu de caisse le produit qu'il a acheté, ce qui peut être parfois difficile

lorsqu'il a acheté plusieurs produits.

Compte tenu du peu d'espace disponible sur un reçu de caisse, il suffit d'inscrire une description sommaire du produit comprenant la nature du produit ainsi que sa marque distinctive, c'est-à-dire une indication qui permet de le distinguer des autres produits semblables comme, par exemple, sa marque de commerce. Il faut souligner toutefois que pour certains produits, la marque de commerce ne permet pas de distinguer un produit d'un autre, auquel cas une autre marque distinctive doit être indiquée au reçu de caisse. Des abréviations peuvent être utilisées dans la mesure où elles sont compréhensibles.



Politique d'exactitude des prix



La politique d'exactitude des prix s'applique-t-elle à l'égard des biens étiquetés individuellement dans un établissement pour lequel le commerçant se prévaut de l'exemption prévue à l'article 91.4 ? (par exemple les biens sans code universel de produits, les vêtements ou tout autre bien que le commerçant a choisi d'étiqueter individuellement).



Oui. Dès lors qu'un commerçant se prévaut, même en partie seulement, de l'exemption prévue à l'article 91.4, la politique d'exactitude des prix s'applique à l'égard de tous les biens vendus dans son établissement, y compris les biens qui sont étiquetés individuellement et les biens pour lesquels le commerçant peut se prévaloir de l'exemption prévue à l'article 91.1.

Ainsi, à titre d'exemple, l'erreur que commet le caissier, lorsqu'il enregistre le prix d'un produit qui ne comporte pas de code barre, entraîne l'application de la politique d'erreur des prix.



Un commerçant peut-il se prévaloir de l'exemption prévue à l'article 91.4 à l'égard d'un établissement dans lequel il offre en vente des vêtements, s'il désire éviter de marquer le prix sur tous les accessoires et les autres biens vendus dans son établissement ? Dans l'affirmative devra-t-il appliquer la politique d'exactitude des prix à l'égard de tous les biens y compris les vêtements étiquetés ?

 Un commerçant peut se prévaloir de l'exemption prévue à l'article 91.4 même si, pour une raison ou pour une autre, il étiquette individuellement une partie des produits en vente dans son magasin.

Toutefois, dès qu'un commerçant se prévaut de l'exemption prévue à l'article 91.4 pour son établissement, il doit appliquer la politique d'exactitude des prix à l'égard de tous les produits de son établissement, y compris ceux qui font l'objet d'une exemption en vertu de l'article 91.1, ceux que le commerçant est requis d'étiqueter individuellement (les vêtements et les biens qui n'ont pas de code universel de produits), et ceux que le commerçant choisit d'étiqueter pour toute autre raison.



 Le commerçant qui se prévaut de l'exemption prévue à l'article 91.4 doit-il appliquer la politique d'exactitude des prix si une erreur survient à l'égard d'un bien pour lequel il s'est prévalu de l'exemption prévue à l'article 91.1 (par exemple un bien en solde) ?

 Oui. Dès qu'un commerçant se prévaut de l'exemption prévue à l'article 91.4 pour son établissement, il doit appliquer la politique d'exactitude des prix à l'égard de tous les produits de son établissement, y compris ceux qui font l'objet d'une exemption prévue à l'article 91.1, ceux que le commerçant est requis d'étiqueter individuellement (les vêtements et les biens qui n'ont pas de code universel de produits), et ceux que le commerçant choisit d'étiqueter pour une raison ou une autre. Par conséquent le bien qui est en solde est sujet à l'application de la politique d'exactitude des prix si une erreur est commise à la caisse par

le commerçant.



 Si le commerçant se prévaut de l'exemption prévue à l'article 91.4 mais ne respecte pas l'une des conditions de cette exemption (par exemple si une borne de lecture de prix ne fonctionne pas, ou qu'une étiquette n'est pas apposée) est-il tenu d'appliquer sa politique d'exactitude des prix ?

 Oui. Dès lors qu'un commerçant décide de se prévaloir de l'exemption prévue à l'article 91.4, il doit appliquer la politique d'exactitude des prix dans son établissement. La politique d'exactitude des prix s'applique malgré le défaut du commerçant de respecter l'une ou l'autre des conditions de l'exemption prévue à l'article 91.4. D'autre part la politique d'exactitude ne s'applique que s'il y a erreur de prix. Elle ne s'applique pas à l'égard d'un bien du seul fait qu'une condition de l'exemption n'est pas respectée.



 Dans un établissement exempté en vertu de l'article 91.4, lorsqu'un prix est indiqué à la fois sur une étiquette tablette et sur une étiquette individuelle sur le produit et que ces deux prix sont différents, lequel des deux constitue le «prix annoncé» ?

 Puisque le commerçant ne peut pas, selon l'article 224 c) de la Loi, «exiger pour un bien un prix supérieur à celui qui est annoncé», il ne peut exiger un prix supérieur au plus bas des deux prix annoncés. C'est donc le plus bas prix qui constitue le «prix annoncé» et qui doit être enregistré à la caisse, sans quoi il y aura une erreur de prix et le consommateur pourra bénéficier de l'application de la politique d'exactitude des prix.



 Lorsque le prix d'un bien est soldé pour une période déterminée et que le commerçant omet de retirer l'étiquette ou l'affiche indiquant le prix en solde à

la fin de cette période mais modifie le prix dans son système, le prix qui sera enregistré à la caisse sera le prix régulier et donc nécessairement plus élevé que celui annoncé en solde. S'agit-il ici d'une erreur de prix donnant ouverture à l'application de la politique d'exactitude des prix ?

 Oui si l'étiquette ou l'affiche annonçant le prix soldé n'indique pas clairement la date d'expiration de la période de validité du solde. Si cette date d'expiration est clairement indiquée, il ne peut s'agir d'une erreur de prix puisqu'après la date indiquée, le prix régulier redevient le prix annoncé par le commerçant.



 Lorsque la caissière avise le consommateur, avant de lire le code barre avec le lecteur optique, que le prix qui apparaîtra sur l'écran de la caisse sera erroné (supérieur au prix annoncé) et qu'elle le corrigera à la fin de la transaction, doit-elle appliquer, quand même, la politique d'exactitude des prix ?

 Non. Dans cet exemple, il n'y a pas d'erreur de prix puisque le commerçant n'a pas enregistré le prix définitif à la caisse. Puisqu'il avait l'intention de procéder à une opération manuelle pour s'assurer de l'enregistrement du prix exact, avant même que le consommateur ne l'avise, on ne peut considérer qu'il s'agit là d'une erreur. La lecture d'un prix par un lecteur optique ne constitue pas toujours l'enregistrement de ce prix. Le commerçant doit théoriquement pouvoir vérifier lui-même si le prix correspond au prix annoncé et procéder lui-même aux ajustements nécessaires avant de l'enregistrer.

Toutefois si le commerçant ne s'aperçoit pas que le prix lu par le lecteur est supérieur au prix annoncé, qu'il n'avait visiblement pas l'intention d'ajuster ce prix et que c'est à la demande du consommateur que la correction est apportée, la politique d'exactitude devrait alors s'appliquer bien que la totalité de la transaction ne soit pas encore complétée (c'est-à-dire si d'autres produits restent encore à passer à la caisse ou si le commerçant n'a pas encore appuyé sur le bouton de sa

caisse destiné à finaliser la transaction).



 L'étiquette apposée sur l'emballage d'un produit que le commerçant emballe lui-même comporte une erreur quant à la description du produit. À titre d'exemple, cette erreur pourrait provenir d'une erreur commise lorsque le commerçant a poinçonné le code du produit sur la balance au comptoir des viandes. L'étiquette qui est ensuite imprimée par cette balance indiquera une description erronée. Le prix sera également erroné, puisqu'il correspondra à la description du produit et non au produit qui est dans l'emballage.

Si le prix indiqué sur cette étiquette est supérieur au prix annoncé pour le produit qui est dans l'emballage, est-ce une erreur de prix qui entraîne l'application de la politique d'exactitude de prix ?

 Oui. Dès que le prix enregistré à la caisse est supérieur au prix annoncé, il y a erreur de prix et la politique d'exactitude de prix devra s'appliquer.

Le fait que l'étiquette indique un produit plutôt qu'un autre, ou que l'erreur de prix provienne d'une erreur d'identification du produit n'est pas déterminant. C'est l'erreur qui entraîne l'application de la politique, et non pas l'origine ou la cause de celle-ci. L'origine et la cause de l'erreur ne doivent pas être considérées pour déterminer si la politique s'applique.



 Lorsqu'un commerçant qui se prévaut de l'exemption prévue à l'article 91.4, ou son caissier, enregistre manuellement à la caisse un prix erroné à l'égard d'un produit qui ne comporte pas de code barre, doit-il appliquer la politique d'exactitude des prix ?

 Oui. La politique d'exactitude des prix s'applique si l'erreur de prix est commise manuellement à la caisse au même titre que si elle provient d'une saisie erronée des données au système de lecture optique.



? Lorsque le prix annoncé pour un produit est « 5 pour 5,00 \$ » et que le prix enregistré à la caisse est plutôt « 3 pour 5,00 \$ » le commerçant doit-il appliquer la politique d'exactitude des prix et comment devra-t-il l'appliquer le cas échéant ?

R Le prix exigé à la caisse étant supérieur au prix annoncé, la politique devra s'appliquer.

Puisqu'il s'agit d'un seul prix pour une quantité donnée, il s'agit d'un paquet. L'erreur porte donc ici sur le paquet de cinq unités d'une valeur totale de 5,00 \$. Puisqu'il s'agit ici d'un bien dont le prix est de 10,00 \$ ou moins, le commerçant devra remettre gratuitement le paquet de cinq unités au consommateur.



? Un consommateur qui constate chez lui qu'une erreur de prix a été commise peut-il retourner chez le commerçant et demander l'application de la politique d'exactitude des prix ?

R Oui. La réclamation du consommateur auprès du commerçant pour l'application de la politique d'exactitude des prix n'est pas soumise à un délai particulier. Les règles habituelles de la prescription s'appliquent.



? Quels sont les produits pour lesquels la politique d'exactitude des prix ne peut s'appliquer parce qu'elle aurait pour effet de contrevenir à une loi ou à un règlement ?

R Il existe plusieurs produits dont les prix sont déterminés par règlement, décret ou autrement. Dans certains cas, il s'agit de fixation d'un prix soumis à des ajustements périodiques (par ex., le prix des vins), dans d'autres cas d'une interdiction d'accorder un rabais (par ex., le tabac).

Dans le cas des médicaments, ils sont assujettis à différentes règles selon leurs caractéristiques.

Les principaux produits visés sont le lait, les produits du tabac, la bière, les vins et les spiritueux ainsi que les médicaments. Si un litige survient à l'occasion d'une transaction, le consommateur devrait garder la preuve de la transaction et du prix annoncé et communiquer à l'Office de la protection du consommateur qui pourra procéder aux vérifications d'usage. Si un commerçant allègue qu'un autre produit est assujéti à une réglementation qui a pour objet d'en fixer le prix, il devrait nous identifier cette législation ainsi que le ministère ou l'organisme qui en assure l'application.



Comment le commerçant doit-il appliquer les taxes de vente (TVQ et TPS) lors de l'application de la politique d'exactitude des prix ?



Selon l'avis du ministère du Revenu du Québec, lorsque l'application de la politique d'exactitude des prix entraîne la remise gratuite d'un bien à un consommateur, le consommateur ne doit pas payer les taxes.

Lorsque le commerçant doit corriger le prix et accorder au consommateur un rabais de 10,00 \$, les taxes seront calculées sur le montant d'argent effectivement exigible, c'est-à-dire sur le prix corrigé moins le rabais de 10,00 \$.



Québec 

© [Gouvernement du Québec, 2002](#)