

# La publicité à l'intention des Canadiens



## Choses à savoir

- Les lois fédérales et provinciales interdisent les représentations fausses ou trompeuses aux fins de la promotion d'un produit ou d'un service.
- Dans la province de Québec, la publicité destinée aux enfants est interdite; les enfants s'entendent des personnes âgées de moins de 13 ans.
- La publicité destinée aux enfants ailleurs devrait se conformer au [Code de la publicité radiotélévisée destinée aux enfants](#) et au [Code canadien des normes de la publicité](#) ainsi qu'aux lois générales sur la publicité fausse et trompeuse.
- Les lois sur la loterie illégale et sur la publicité ont souvent une incidence sur les tirages au sort et les concours.
- Les plaintes déposées en vertu du *Code canadien des normes de la publicité* sont prises en charge par un organisme d'autoréglementation de l'industrie, Les normes canadiennes de la publicité.

### RESSOURCES UTILES

- [La publicité et l'étiquetage trompeurs](#)
- [Code canadien des normes de la publicité](#)
- [Recueil des pratiques commerciales trompeuses du Bureau de la concurrence](#)
- [Le Code de la publicité radiotélévisée destinée aux enfants](#)

## Choses à faire

- Confirmer que les demandes d'économies expresses ou implicites peuvent être justifiées en regard du prix habituel ou régulier d'après les critères de temps ou de volume énoncés dans la [Loi sur la concurrence](#).
- Obtenir des essais adéquats et appropriés avant de faire des demandes comparatives.
- Consigner que les témoignages représentent la croyance honnête d'un client fondée sur l'expérience du produit ou du service.
- Vous assurer que les concours publicitaires sont structurés de manière à éviter les infractions relatives aux jeux qui sont prévues par le *Code criminel* et vous assurer de respecter les règles applicables sur la divulgation, l'inscription, les obligations et la sécurité des concours.
- Vous assurer que la publicité destinée aux enfants n'est pas accessible au Québec.
- Vous assurer que les renseignements de l'en-tête et de l'expéditeur qui se trouvent dans vos messages électroniques ainsi que le contenu de vos messages ne sont pas trompeurs.

### RESSOURCES CONNEXES

- [Messagerie électronique](#)
- [Le télémarketing](#)
- [La publicité comportementale et la publicité ciblée en ligne](#)
- [L'emballage et l'étiquetage](#)
- [Les règles sur la langue française](#)
- [Protection de la vie privée des consommateurs](#)
- [Concours et tirages](#)

### Besoin de plus de renseignements?



Le groupe du marketing et de la distribution d'Osler peut vous aider.

Apprenez-en davantage à

[osler.com/marketing-et-distribution](https://osler.com/marketing-et-distribution)