

Atelier du partenariat canadien en recherche sur les intérêts des consommateurs axée sur les politiques publiques (RICAPP)

Premiers points de vue sur les liens entre la RICAPP et les discussions en matière de politiques

Document pour la séance no. 5 de l'atelier

L'objectif de la séance est de discuter de questions générales (non liées à un sujet déterminé) et des meilleures pratiques concernant la diffusion, l'accès et l'utilisation de la recherche sur les intérêts des consommateurs dans les discussions en matière de politiques.

En préparation de la session plénière, un petit groupe de membres de partenariat représentant une diversité de milieux ont été invités à apporter quelques réflexions initiales. Ils ont été invités à examiner les questions suivantes:

- Quelles pratiques exemplaires avez-vous appliquées quant à la diffusion d'études sur les intérêts des consommateurs lors de discussions sur les politiques, à l'accès à telles études et à l'utilisation de celles-ci?
- Selon votre expérience, quels sont les principaux défis à relever pour accroître le lien entre la RICAPP et les discussions sur les politiques?

Les participants sont invités à lire les quatre présentations suivantes à l'avance de discussion plénière du 7 décembre.

Ken Whitehurst, Conseil des consommateurs du Canada

Q1. Quelles sont les meilleures pratiques que vous avez déjà appliquées en ce qui a trait à la diffusion, à l'accès et à l'utilisation de la recherche sur les intérêts des consommateurs dans les discussions en matière de politiques?

1. Le Bureau de la consommation a un Répertoire de la recherche sur les politiques en consommation, qui a été utile. Toutefois, il doit être modernisé afin d'inclure quelques nouvelles caractéristiques telles qu'un logiciel de soutien qui permettrait de faire automatiquement des citations et des ajouts de documents aux systèmes de gestion des références, un fil RSS pour appuyer les notifications d'ajouts et permettre l'ingestion automatisée du contenu dans les flux de travaux d'examen du contenu des chercheurs. (Voir ci-dessous)
2. Certaines plateformes de gestion de contenu soutiennent un logiciel qui permet de faire automatiquement des citations et des ajouts de documents aux systèmes de gestion des références, un fil RSS pour appuyer les notifications d'ajouts et permettre l'ingestion automatisée du contenu dans les flux de travaux d'examen du contenu des chercheurs. Toutefois, les meilleures intégrations courantes d'outils de recherche et de systèmes de gestion de contenu avec métadescription du contenu et collecte automatique des références ne sont pas économiques pour les groupes de consommateurs.
3. Le New York Times est dans une certaine mesure l'une des rares sources relativement économiques de recherches primaires et secondaires dans le domaine public avec métadescription de contenu qui convient à l'accès automatisé ou instantané aux références au moyen de logiciels d'acquisition de contenu. Les sources de nouvelles canadiennes soutiennent peu l'acquisition quotidienne directe de contenu pour en faire une utilisation équitable.
4. Certaines organisations américaines excellent dans l'agrégation de contenus, mais elles font piètre figure lorsque vient le temps de mettre en œuvre des outils du 21e siècle d'acquisition de contenus et de références. Consumer Action en est un exemple <http://www.consumer-action.org/>

Q2. Selon votre expérience, quelles sont les principales difficultés sur lesquelles il faudrait se pencher afin de renforcer le lien entre la RICAPP et les discussions en matière de politiques?

5. Les méthodes utilisées pour assurer la diffusion, l'accès et l'utilisation de la recherche sur les intérêts des consommateurs sont plutôt figées dans le siècle dernier. Il y a lieu de réduire les coûts des organisations représentant les intérêts des consommateurs en mobilisant toute la recherche dans la recherche reflétant les points de vue des consommateurs ou leur défense et en l'accélérant, de telle sorte que les groupes de consommateurs puissent suivre le rythme du changement. Régler ces questions aiderait de façon pratique tous ceux qui s'occupent de politiques. La détection automatique des références et des citations n'est pas soutenue par les sites Web du gouvernement du Canada ni

même par ceux des grandes institutions internationales de recherches (p. ex. OCDE). Le site Web de toutes les institutions publiques devrait soutenir la norme des API pour ce qui est de la recherche et de l'extraction de données de référence, et les éditeurs de contenu sans but lucratif tels que les groupes de consommateurs devraient être admissibles au financement public afin de leur permettre d'ajouter des caractéristiques à leurs sites Web pour faire de même.

6. Les résultats de recherche sont publiés dans des revues spécialisées en ligne, conservés dans des bases de données en ligne exploitées derrière des murs à payage, ce qui les rend inaccessibles aux groupes de consommateurs sans but lucratif ou très longs à trouver par ceux-ci.

7. Les créateurs de contenus doivent apprendre à communiquer avec les mobilisateurs de contenus dans les milieux qui s'intéressent aux politiques, mais ils doivent faire en sorte que la communication corresponde aux méthodes et à la capacité des destinataires, en particulier dans le domaine de la protection du consommateur. Ils doivent connaître leur auditoire.

8. Les consultants filtrent la recherche pour produire des documents de travail afin de soutenir les processus de consultation, mais il arrive que ces documents ne contiennent pas de bibliographies, et que les recherches auxquelles il est fait référence ne soient pas encore disponibles, même lorsqu'il y a des bibliographies.

9. Le nombre de recherches universitaires disponibles grâce aux moteurs de recherche sur Internet semble en déclin, en particulier le contenu intégral.

10. Les livres sont épuisés, chers à se procurer, et même s'ils ne sont pas disponibles sur aucun marché, ils ne sont conservés pratiquement que dans les bibliothèques de recherche, ce qui rend leur accès démesurément coûteux en temps et en argent.

11. Des critères différents sont appliqués par les chercheurs publics de recherches, et ils s'attendent à ce que les organisations sans le sou hébergent du contenu en ligne gratuitement, alors que l'accès à la recherche universitaire subventionnée coûte de l'argent. En fait, certains services d'agrégation de contenus visant les universitaires obtiennent actuellement du contenu que les groupes de consommateurs doivent fournir gratuitement et ces services exigent ensuite des frais d'accès, sans permission, au moyen de leurs sites d'acquisition de contenus. Parce qu'ils se greffent à un « service », ils s'enrichissent grâce au contenu pour lequel un groupe de consommateurs ne peut exiger d'argent pour l'offrir en ligne, ce qui leur permettrait d'obtenir le recouvrement continu des coûts de distribution. Peut-être que le gouvernement pourrait reconnaître que les groupes de consommateurs assument des coûts de distribution, exigeant d'eux peut-être qu'ils offrent l'accès sans frais au contenu pendant une période initiale de lancement et qu'il leur permette ensuite d'exiger des frais de service après cette période. Autrement, les gouvernements pourraient reconnaître le rôle que les groupes de consommateurs peuvent jouer en tant que mobilisateurs de connaissances indépendants et financer ce rôle au moyen de subventions.

12. Les groupes de consommateurs, en tant que mobilisateurs de connaissances indépendants, pourraient consacrer davantage d'efforts à l'agrégation et à offrir au public et aux intervenants des renseignements essentiels pertinents pour les chercheurs et le public au sujet des consultations publiques, de la divulgation d'information, des possibilités d'éducation ouverte, etc. Les intervenants dans les initiatives et les possibilités de RICAPP doivent considérer des rôles directs dans le parrainage financier et encourager les parties appropriées à soutenir financièrement l'intérêt public afin que cela se réalise, ouvrir une nouvelle « bourse de l'information » des initiatives de RICAPP. La RICAPP et le milieu de ses intervenants sont grandement invisibles comme discipline aux yeux du public.

13. Il serait utile que les chercheurs et les décideurs reçoivent plus tôt des alertes au sujet de problèmes « brûlants » de consommation et de possibilités de chercher d'éventuelles solutions dans l'intérêt du consommateur. Les groupes de consommateurs ont des qualités naturelles pour agréger une telle preuve brute, qui pourrait ensuite former la base de recherches et d'analyses plus systématiques.

Michael Jenkin, haut fonctionnaire à la retraite

D'abord, je dois dire que j'aborde cette question en tant qu'ancien fonctionnaire qui a passé toute sa carrière principalement dans le domaine de la gestion de l'élaboration de politiques; par conséquent, ce qui suit est le reflet de cette expérience et ce point de vue.

Ce qui m'a frappé dès le début en ce qui a trait à l'utilisation de la RICAPP dans mon travail en tant que décideur était la difficulté de trouver une recherche universitaire qui soit pertinente aux questions sur lesquelles nous devions nous pencher tant quotidiennement qu'à plus long terme en matière de recherche stratégique. Une partie de ce problème réside dans la difficulté inévitable à laquelle se bute un décideur lorsqu'il se sert d'une recherche menée dans un milieu universitaire. La recherche suscitée par la curiosité, qui est précisément au premier plan de la plupart des recherches et des écrits au niveau universitaire ou collégial, n'est pas nécessairement entreprise pour aborder les questions qu'un décideur pourrait avoir. À cet égard, le défi que doivent relever les décideurs dans le domaine de la protection du consommateur n'est pas si différent de celui d'autres décideurs qui explorent le travail de recherche en sciences sociales, dont souvent une petite portion seulement concerne leurs intérêts. Il faut alors faire preuve de créativité pour voir la pertinence de la recherche en question et la façon dont elle peut servir aux exercices d'élaboration de politiques.

Il faut toutefois souligner un point, et ce sans tenir compte du problème de la pertinence quant aux politiques, il y a certainement un nombre considérable de recherches axées sur les consommateurs qui sont menées au Canada. En fait, il y a un certain temps, une étude révélait que le nombre de recherches axées sur les consommateurs au Canada était considérable comparativement à d'autres pays après ajustement au niveau de la production savante. Cependant, par rapport aux autres pays, une grande partie de la recherche menée au Canada semblait avoir été effectuée dans le milieu des études commerciales et des affaires, qui s'intéresse moins aux questions de politiques publiques qu'à la façon de commercialiser les biens et les services auprès des consommateurs ou de traiter du rôle que les consommateurs jouent dans les stratégies organisationnelles en matière de croissance et de développement.

Selon mon expérience, les décideurs dans le domaine de la protection du consommateur se heurtent à deux problèmes spécifiques additionnels liés à l'utilisation de la recherche universitaire suscitée par la curiosité. D'abord, la nature interdisciplinaire inhérente de la recherche en consommation peut la rendre très utile aux décideurs, mais ironiquement, il semble qu'il soit plus difficile de la cerner, au point où le mot « consommateur » n'apparaît pas dans l'ouvrage, où il est remplacé par des termes et des perspectives aussi variés que vie privée ou équité. Deuxièmement, une orientation consciente des chercheurs universitaires vers les questions de consommation plus générales, et les questions axées sur les politiques publiques plus spécifiquement, a alors pris du temps à émerger. Conséquemment, cela a réduit la probabilité que les chercheurs ayant les mêmes intérêts en matière de politiques publiques liées aux consommateurs travaillent ensemble et forment un consortium de recherches spécialisées, favorisent l'établissement d'écoles ou d'instituts préoccupés par les questions de consommation, ou qu'ils considèrent eux-mêmes leur travail comme étant axés sur les

consommateurs. Cela n'a pas toujours été le cas. À titre d'exemple, il y a deux ou trois générations, la recherche et l'enseignement dans le domaine de la consommation étaient encouragés dans plusieurs écoles ou départements d'études en consommation au Canada.

Heureusement, sur le plan international il existe un grand nombre de revues spécialisées, d'instituts et de centres indépendants ou universitaires qui s'intéressent à la recherche en consommation, dont des revues et des institutions qui s'occupent spécifiquement de RICAPP, comme le *Journal of Consumer Policy*¹, ainsi que des instituts et des centres aux États-Unis, en Australie, en Asie et en Europe tels que le SIFO en Norvège, le Centre for Competition and Consumer Policy à la Australian National University, et le Research Centre for the Policy and Law on Global Consumer Protection à la Wuhan University en Chine. Bien que les revues internationales servent de carrefours d'échange importants en matière de recherche, tout comme le Comité de la politique à l'égard des consommateurs de l'OCDE en matière d'élaboration de politiques internationales, ils ne suscitent que peu de motivation à l'égard de la formation de réseaux nationaux de chercheurs pas plus qu'ils n'encouragent la recherche sur les circonstances particulières entourant les enjeux auxquels se butent les consommateurs canadiens ou sur les questions de politiques publiques dans la sphère de la consommation.

Il semble qu'en dépit du fait que les questions de consommation dominent aujourd'hui le débat public au Canada, les chercheurs ici ne semblent pas organiser leur travail par thème autour de ces questions de façon marquée. Contrairement aux économistes, aux politologues, ou même aux sociologues qui ont des perspectives disciplinaires bien définies et qui ont étendu leur orientation consciente aux questions de politiques publiques dans leurs disciplines respectives, il n'y a pas eu de tendance semblable parmi ceux qui s'intéressent à la recherche sur les intérêts des consommateurs. À titre d'exemple, il n'y a pas de revues spécialisées en recherche et presque aucun institut ou programme d'études supérieures s'intéressant aux questions de politiques publiques auxquelles se heurtent les consommateurs.

La question qui est soulevée alors est de savoir ce qui pourrait être fait pour améliorer la situation. J'ai deux modestes suggestions à proposer. D'abord, je suis d'avis que les décideurs doivent entrer davantage en contact avec le milieu de la recherche pour lui faire part de leurs besoins et démontrer, de façon concrète, comment la recherche universitaire contribue à leur travail et qu'elle peut mieux servir le bien public. Peut-être que la production de documents décrivant les besoins actuels de recherche et démontrant les situations dans lesquelles la RICAPP entrepose a contribué à l'action politique et à l'amélioration du bien-être des consommateurs serait utile pour convaincre les chercheurs du bien-fondé de s'engager dans la RICAPP et de travailler avec d'autres universitaires et décideurs dans ce domaine.

Deuxièmement, en finançant l'exercice pilote de création d'un réseau de RICAPP, le CRSH a fourni aux décideurs un véhicule qui leur permet de faire connaître leurs besoins au milieu universitaire. Ils devraient être encouragés à profiter activement de l'occasion qui leur est

¹ Et d'autres, dont le *Journal of Research for Consumers*, le *Journal of Consumer Research*, le *Journal of the Association for Consumer Research*, le *Journal of European Consumer and Market Law*, le *Australian Journal of Competition and Consumer Law* et le *Journal of Consumer Affairs*. Des Canadiens siègent au comité de rédaction de plusieurs d'entre eux.

offerte. En outre, on pourrait peut-être aussi faire davantage pour améliorer le profil de la RICAPP en créant des occasions de faire connaître et de publier les recherches (p. ex. des revues spécialisées) dans le domaine. Les initiatives entreprises et planifiées dans le cadre de l'exercice pilote du CRSH comme les ateliers et la publication d'une liste de chercheurs actifs dans le domaine aideront certainement à améliorer le profil de la RICAPP. Mais d'autres initiatives visant à favoriser la sensibilisation des chercheurs à l'égard de la portée des travaux de RICAPP et de l'importance de son auditoire dans la plus vaste sphère publique aideraient considérablement.

André Allard, directeur, Direction des affaires juridiques, Office de la protection du consommateur du Québec

La législation en matière de protection du consommateur a été mise en place au cours des années 1970 et 1980. Le marché de la consommation a connu depuis des transformations importantes : l'utilisation de nouvelles pratiques commerciales, la complexification des contrats, l'émergence des nouvelles technologies, l'ouverture des marchés, les accords commerciaux et la multiplication des contrats de consommation transfrontaliers en sont des exemples éloquents.

Au cours des années 1990 et 2000, les associations de consommateurs et d'entreprises, les universitaires et, de manière générale, les observateurs du marché de la consommation ont réclamé une actualisation de la législation québécoise en matière de protection du consommateur. Un groupe d'universitaires ont même proposé un important document jetant les bases d'un éventuel Code québécois de la consommation.

Or, plutôt que d'entreprendre une réforme globale de la législation en matière de protection du consommateur, il a été décidé de procéder aux ajustements législatifs nécessaires pour répondre aux enjeux les plus criants. Il s'est donc amorcé, au cours des années 2000, une démarche par étapes de modifications législatives et réglementaires, chacune d'elles précédées d'un important processus de consultation.

La première étape a mené à l'adoption, en 2006, de mesures portant essentiellement sur les contrats de consommation conclus à distance, dont ceux conclus par Internet, sur l'interdiction des clauses d'arbitrage obligatoire et sur l'encadrement de certaines pratiques de recouvrement de créances.

La deuxième étape a mené à l'adoption, en décembre 2009, de dispositions sur les contrats de service à exécution successive fourni à distance, dont principalement les contrats de télécommunications (téléphonie cellulaire et résidentielle, accès à Internet, câblodistribution, etc.), sur l'obligation d'annoncer le prix tout inclus, sur les cartes prépayées et sur l'exercice d'un recours en injonction par les organismes destinés à protéger les consommateurs.

La troisième étape porte sur le crédit à la consommation et à l'endettement des consommateurs. Un important projet de loi déposé par le gouvernement en 2011 est malheureusement mort au feuilleton, des élections ayant été appelées à l'automne 2012. Le gouvernement a récemment demandé à l'Office de préparer une nouvelle proposition. Les travaux se poursuivent donc.

Une quatrième étape a été entreprise en 2013 par une nouvelle consultation. À la suite de cette consultation, il a été décidé de fractionner cette démarche puisque les enjeux abordés étaient trop nombreux pour faire l'objet d'un seul projet de loi. Parmi les questions examinées dans le cadre de cette démarche, mentionnons, à titre d'exemple, les mécanismes de surveillance et d'application des lois, les mécanismes de protection financière des consommateurs et plus spécifiquement la vente de vacances à temps partagé et l'encadrement des agences de règlement de dettes.

Enfin, parallèlement à ces travaux, et au fil du temps, d'autres questions exigeant une intervention plus rapide ont été examinées et ont donné lieu à des mesures législatives ou règlementaires.

Bref, le marché de la consommation est en continuelle évolution et exige une mise à jour continue de la législation. Cette exigence nous impose d'adopter une approche pragmatique qui nous permet d'intervenir rapidement pour corriger les situations problématiques qui apparaissent dans le marché. Cette approche comporte, en corollaire, le désavantage de reporter une révision complète et en profondeur de tout le dispositif de protection du consommateur malgré le souhait exprimé par plusieurs à cet égard.

Les très courts commentaires qui suivent peuvent répondre indistinctement aux deux questions qu'on nous suggère d'aborder ici. Les bonnes pratiques représentent très souvent des défis importants à relever et inversement ces défis visent essentiellement à établir de meilleures pratiques de développement de politiques.

Q1. Quelles pratiques exemplaires avez-vous appliquées quant à la diffusion d'études sur les intérêts des consommateurs lors de discussions sur les politiques, à l'accès à telles études et à l'utilisation de celles-ci?

Les études qui s'inscrivent parfaitement dans le processus de développement de politiques adopté par les décideurs sont celles qui sont davantage susceptibles d'influencer les décisions. Il faut donc bien comprendre ce processus et les impératifs auxquels sont confrontés les décideurs gouvernementaux.

Le développement de politiques s'accomplit au terme d'un long continuum qui débute par l'identification des enjeux dans le marché de la consommation, par exemple par le biais des plaintes des consommateurs reçues par l'Office, par le biais des dénonciations à l'égard de pratiques commerciales utilisées par les entreprises, ou par la surveillance continue du marché. Ces informations sont compilées par nos systèmes et permettent d'identifier des situations problématiques, l'utilisation de nouvelles pratiques commerciales ou l'apparition de nouveaux modèles d'affaires.

Des analyses sont alors effectuées sur des enjeux spécifiques selon l'importance, la gravité et les impacts que peuvent représenter ces enjeux pour les consommateurs. Au terme de ces analyses, et si des mesures sont requises, l'Office consulte alors les parties prenantes et les universitaires. Ces consultations visent dans un premier temps à obtenir des commentaires généraux sur les problématiques et les solutions possibles, et, dans un deuxième temps, sur les orientations précises que l'Office envisage proposer.

L'Office soumet également ces questions, analyses et recommandations à des comités et de conseils consultatifs permanents sur lesquels siègent des représentants des associations de consommateurs et d'entreprises, et des universitaires.

Le développement de politiques, dans un contexte comme le nôtre, s'exerce donc en réaction à des situations concrètes, aux réalités du marché et avec la contribution des acteurs du marché. Pour que les études réalisées par les chercheurs soient utiles dans

une démarche comme celle-ci, elles doivent donc impérativement s'inscrire dans cette démarche. Une étude réalisée sur l'un des enjeux qui fait l'objet d'un examen par l'Office est susceptible d'influencer les décideurs sur les mesures correctrices qui doivent être mises en place. L'identification des questions qui peuvent faire l'objet d'études particulières devrait donc découler d'échanges avec l'organisme qui est chargé de formuler des recommandations sur les orientations de politiques et sur les mesures spécifiques.

Q2. Selon votre expérience, quels sont les principaux défis à relever pour accroître le lien entre la RICAPP et les discussions sur les politiques?

Ces défis portent essentiellement sur deux aspects. D'une part, l'identification précise des problématiques et des enjeux et, d'autre part, la capacité de proposer des solutions qui s'inscrivent dans l'encadrement existant.

L'environnement dans lequel s'opère le développement de politique en est un qui est l'objet d'un ensemble d'interventions de toute nature provenant de plusieurs acteurs économiques, associatifs, médiatiques et politiques. Ces démarches conduisent les décideurs à prioriser les questions, parmi toutes celles qui sont l'objet d'analyses, qui doivent être abordées immédiatement et pour lesquelles des mesures correctrices doivent être proposées. Ainsi, dans la perspective de l'Office, les défis pour les chercheurs consistent ici, d'abord et avant tout, à s'assurer que les études qu'ils entreprennent s'inscrivent dans cette démarche et portent sur ces questions qui auront été identifiées par les décideurs.

Par ailleurs, les études entreprises par les chercheurs doivent découler de constats bien documentés sur l'existence et la nature des enjeux abordés. La capacité d'identifier ces enjeux est, à notre avis, un réel défi à relever. Les associations de consommateurs et l'Office sont en relation quotidien avec des consommateurs et sont donc en mesure d'identifier les principaux enjeux.

Enfin, toute mesure proposée au gouvernement par l'Office doit impérativement faire l'objet d'une évaluation de ses impacts financiers, tant pour les entreprises que pour les consommateurs. Ainsi, les études portant sur les intérêts des consommateurs qui comportent des données de cette nature sont davantage susceptibles d'être utilisées par les décideurs.



Soutenir les politiques publiques au moyen de la recherche sur les intérêts des consommateurs et des normes

Les consommateurs éprouvent fréquemment de la difficulté à évaluer la qualité et la sécurité des produits offerts sur le marché. Un grave problème inattendu engendré par la mauvaise qualité ou la piètre sécurité compte parmi leurs préoccupations du consommateur. La conformité d'un produit ou d'un service à une norme fondée sur le consensus ainsi que la participation des parties prenantes en matière de consommation peuvent permettre d'offrir une garantie crédible de performance et de sécurité. Les normes servent à résoudre le problème du consommateur ainsi qu'à récompenser un vendeur qui fournit le niveau de performance et de sécurité attendu.

Le Groupe CSA sollicite et favorise la collaboration de ceux qui prennent part à la recherche. Celle-ci permet de cerner les nouveaux enjeux au chapitre de l'élaboration des normes et elle peut fournir l'information fondée sur des données probantes, nécessaire aux nouvelles normes et à celles déjà en place. Les normes nationales et internationales peuvent s'avérer un moyen efficace de favoriser la mobilisation des connaissances grâce à l'élaboration d'une norme qui reflète la recherche actuelle.

La recherche sur les intérêts des consommateurs (RIC) a permis d'élaborer de nombreuses normes nationales et internationales qui soutiennent directement ou indirectement les politiques publiques. Voici quelques exemples d'importantes normes en matière de consommation qui ont été élaborées grâce à la RIC :

CAN/CSA-ISO 14021-00, Marquage et déclarations environnementaux — Autodéclarations environnementales. Cette norme fournit maintenant les critères de base dont se sert le Bureau de la concurrence pour évaluer les déclarations environnementales en vertu des dispositions relatives à la publicité trompeuse de la *Loi sur la concurrence*, de la *Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation* et de la *Loi sur l'étiquetage des textiles*.

CAN/CSA Q830 Model Code type sur la protection des renseignements personnels (1996). Cette norme nationale canadienne constitue la base de la loi canadienne sur la protection des renseignements personnels actuellement en vigueur, soit la *Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques* (LPRPDE).

CAN/CGSB-32.315 -2004 Étiquetage volontaire et publicité visant les aliments issus ou non du génie génétique, norme qui vise l'étiquetage n'ayant pas trait à la santé et à la salubrité des aliments (étiquetage sur la méthode de production d'un produit qu'il soit issu ou non du génie génétique). Cette norme est utilisée actuellement par l'Agence canadienne d'inspection des aliments pour fournir à l'industrie des critères précis relatifs à l'étiquetage, aux messages compréhensibles à l'intention des consommateurs, ainsi qu'une politique cohérente permettant d'assurer la pertinence de l'étiquetage.

CAN/CGSB-32.310-2006, *Systèmes de production biologique – Principes généraux et normes de gestions*, et la CAN/CGSB-32.311-2006, *Systèmes de production biologique – Liste des substances permises* forment la base du Règlement sur les produits biologiques de l'Agence canadienne d'inspection des aliments (2006).

ISO 10377 Sécurité des produits de consommation : lignes directrices pour les fournisseurs; et ISO 10393 — Rappel de produits de consommation — Lignes directrices pour les fournisseurs. Ces deux normes permettront aux détaillants, aux fabricants et aux importateurs canadiens de produits de consommation de se conformer aux dispositions sur la sécurité en général et aux exigences quant au signalement d'incidents de la nouvelle *Loi canadienne sur la sécurité des produits de consommation*.

ISO 26000 (bientôt une norme nationale du Canada) – Lignes directrices relatives à la responsabilité sociétale. Ces lignes directrices sont utilisées partout dans le monde comme document de référence par les organisations qui souhaitent harmoniser l'élaboration de leurs politiques et leurs opérations aux principes du développement durable.

Quelques normes en cours d'élaboration ayant le potentiel de soutenir les politiques publiques et qui sont fondées sur la RIC :

La **norme nationale sur l'inspection en bâtiment** est en cours d'élaboration pour faire suite aux plaintes de consommateurs et de gens du domaine relativement à la rigueur, à la comparabilité et à l'uniformité des inspections. Le Comité technique (CT) responsable de l'élaboration de cette future norme compte plusieurs représentants issus de groupes de défense des intérêts des consommateurs partout au Canada, notamment du Conseil consultatif des consommateurs de la Commission des normes techniques et de la sécurité , du Conseil des consommateurs du Canada, du Homeowner Protection Centre, ainsi que des représentants gouvernementaux de ministères provinciaux qui s'intéressent aux questions de consommation. Un certain nombre de documents de recherche, de lignes directrices et de guides d'information à l'intention des consommateurs ont été consultés tout au long du processus d'élaboration des normes. À titre d'exemple, le gouvernement de l'Ontario a mis sur pied un comité d'experts regroupant des consommateurs et des inspecteurs en bâtiment, qui a produit un rapport de 72 pages renfermant des recommandations sur tous les aspects de l'industrie de l'inspection en bâtiment dans la province. En outre, un document de recherche intitulé *L'Inspection préachat dans le domaine immobilier, Pour une meilleure protection des acheteurs et des vendeurs*, a été produit par l'Association des consommateurs pour la qualité en construction (ACQC) qui est un groupe de consommateurs préoccupés par la qualité des travaux de construction résidentielle en Ontario et au Québec.

Le CT 294 de l'ISO élabore une norme internationale qui fera la promotion de l'uniformité, de la précision et de la clarté de l'**affichage du prix par unité de mesure**, qui aide les consommateurs à comparer les prix des produits de consommation. Option Consommateurs (OC) a mené une étude sur l'affichage des prix par unité de mesure dans le cadre du Programme de contributions du Bureau de la consommation d'Industrie Canada. Un groupe de travail du Comité ISO pour la politique en matière de consommation (COPOLCO) a fait de nombreux renvois à l'étude d'OC au cours de l'élaboration de sa proposition pour l'étude d'une nouvelle question sur l'élaboration d'une norme internationale sur l'affichage des prix par unité de mesure. La proposition a été

acceptée par le Bureau de gestion technique de l'ISO et un comité technique, CT 294, a été mis sur pied. Une fois son élaboration achevée, la norme offrira des conseils aux entreprises et aux chargés de la réglementation qui envisagent l'instauration de systèmes d'affichage des prix par unité de mesure qui aideront les consommateurs à comparer les prix de nombreux formats de produits préemballés de la même marque ou de marques différentes. L'étude d'OC a permis de démontrer que l'affichage du prix par unité de mesure est très important pour les consommateurs à faible revenu.

Qui d'autres réalisent des travaux de normalisation complémentaires à la recherche?

La Commission de la santé mentale du Canada a lancé un projet de recherche sous forme d'études de cas échelonné sur trois ans afin de mieux comprendre la façon dont les employeurs de l'ensemble du Canada mettent en œuvre la norme **CAN/CSA-Z1003-13/BNQ 9700-803/2013 - Santé et sécurité psychologiques en milieu de travail**. Les objectifs de ce projet consistent à suivre les progrès, à cerner les pratiques prometteuses, ainsi que les difficultés et les obstacles associés à la mise en œuvre de la norme, et à mettre au point des outils qui favoriseront l'adoption de la norme partout au Canada.

Un groupe de chercheurs de l'Université Ryerson élabore un guide sur la façon de mener une évaluation après l'emménagement des établissements de santé canadiens, qui comprend l'observation des patients qui interagissent dans les espaces de l'établissement, conçus et construits selon la norme **CAN/CSA Z8000 – Établissements de santé canadiens**. Le guide sera remis à la CSA comme document de base qui servira à l'élaboration d'une ligne directrice de la CSA. Par la suite, les résultats de la recherche ainsi que les résultats des futures évaluations pourront servir d'intrants pour améliorer la norme.

De concert avec des chercheurs de l'Université McMaster, le Groupe CSA a présenté une demande de subvention conjointe en vue d'élaborer une norme CSA et des outils de mise en œuvre connexes en se servant de leur recherche sur les **Milieux de travail favorables aux aidants** comme document de base. La norme CSA et les outils de mise en œuvre seront l'élément clé de la mobilisation du savoir de cette recherche. À la suite de la publication de la norme CSA, l'intention est de mener un projet de recherche sur la mise en œuvre de la norme CSA partout au Canada.

Nicki Islic, Groupe CSA
Nicki.islic@csagroup.org