



Les normes canadiennes de la publicité publient leur *Rapport des plaintes contre la publicité – Revue de l’année 2016*

TORONTO, le 22 mars 2017 – Les normes canadiennes de la publicité (NCP) publiaient plus tôt aujourd’hui leur [Rapport des plaintes contre la publicité – Revue de l’année 2016](#). Ce rapport fournit de l’information sur les plaintes que les consommateurs ont soumises à l’examen de NCP en 2016, en vertu du *Code canadien des normes de la publicité*.

Les plaintes en un coup d’œil :

- 1639 plaintes soumises concernant 1237 publicités
- 59 % des plaintes traitées alléguaient des publicités inexactes ou trompeuses
- 225 plaintes reçues à l’encontre de publicités de détail – soit le plus grand nombre de plaintes par catégorie
- 264 plaintes concernant 222 publicités qui ont mérité un examen ; de ce nombre :
 - 178 plaintes concernant 171 publicités ont été réglées par voie administrative par NCP
 - 44 plaintes concernant 30 publicités ont été retenues par les Conseils des normes
 - Les 42 plaintes restantes concernant 21 publicités n’ont pas été retenues par les Conseils des normes

« Les consommateurs canadiens continuent d’exprimer à NCP des préoccupations au sujet de l’exactitude des publicités », déclare M^{me} Janet Feasby, vice-présidente, Normes de NCP. « En effet, chaque année depuis 2013, NCP a observé un nombre croissant de plaintes réglées par voie administrative par le personnel de NCP, en vertu de l’article 1 (Vérité, clarté, exactitude) du *Code*.

Cela est dû en grande partie à la vigilance dont font preuve les consommateurs qui, souvent, repèrent et signalent de simples erreurs, essentiellement dans des publicités de détaillants. Dans ces cas, NCP peut régler le problème rapidement sans devoir recourir aux Conseils des normes, les annonceurs appréciant la possibilité de corriger promptement leurs erreurs. »

Le Rapport des plaintes contre la publicité 2016 et les résumés des plaintes retenues par les Conseils des normes sont disponibles à normespub.com

Au sujet de NCP

Les normes canadiennes de la publicité (NCP) constituent l’organisme national, indépendant et sans but lucratif d’autoréglementation de la publicité, dont la mission est de favoriser la confiance de la communauté dans la publicité et d’assurer l’intégrité et la viabilité de la publicité au Canada au moyen d’une autoréglementation responsable de l’industrie. NCP administre le *Code canadien des normes de la publicité* – principal outil d’autoréglementation de la publicité au Canada – ainsi qu’une procédure nationale de traitement des plaintes des consommateurs à l’encontre de la publicité.

Pour plus d’information, veuillez communiquer avec :

Danielle Lefrançois
Directrice des communications
Tél. : 514 931-8060, poste 260
danielle.lefrancois@normespub.com