



L'éducation financière

Manuel du participant

Le consommateur averti



Module 9 - Le consommateur averti**FEUILLE D'ACTIVITÉ 9-1, suite****Comptez le nombre de A, de B et de C encerclés****Si vous avez répondu majoritairement par des A :**

Vous êtes un acheteur vigilant. Vous réfléchissez à vos achats et vous vous renseignez avant de les faire. Vous n'achetez pas seulement pour le plaisir de dépenser. Vous tirez le maximum de votre argent. Vous connaissez vos droits comme consommateur et vous vous assurez de ne pas vous faire avoir. Même si vous connaissez déjà une bonne partie de la matière de cet atelier, vous pouvez encore en apprendre.

Si vous avez répondu majoritairement par des B :

Vous avez une bonne tête sur les épaules en ce qui concerne le magasinage. Cependant, être plus attentif à la façon dont vous dépensez votre argent pourrait vous aider à économiser davantage. Vous voudriez peut-être en savoir plus sur vos droits comme consommateur et la façon de garder un suivi de vos dépenses plus souvent. Cet atelier vous donnera un aperçu des secteurs où vous pouvez vous améliorer en ce qui concerne vos habitudes de consommateur.

Si vous avez répondu majoritairement par des C :

Cet atelier est excellent pour vous! Vous pourriez revoir certaines de vos habitudes de dépenses et de magasinage, et, par conséquent, économiser de l'argent si vous prenez le temps de chercher des aubaines avant d'acheter. Vous pourriez également vouloir en savoir plus sur vos droits comme consommateur pour vous assurer de ne pas vous faire avoir. Cet atelier vous offre des conseils qui vous aideront à vous améliorer dans ces secteurs.

Module 9 - Le consommateur averti

DOCUMENT 9-2

Techniques de publicité et tactiques de vente

Ventes fondées sur le mode de vie

Il pourrait s'agir d'une photo de famille heureuse habitant dans une maison dispendieuse, ou d'un beau couple sur un yacht privé. Ces annonces vendent le mode de vie affiché sur la publicité, nous amènent à croire que si nous achetons ce produit, nous pouvons avoir ce mode de vie. C'est une technique très commune. En fait, toutes les annonces pourraient être considérées comme des annonces fondées sur le mode de vie.

Séduction

Nous avons tous vu ce genre d'annonces. On y voit de très beaux hommes ou de très belles femmes dans des poses séduisantes. Il peut parfois être difficile de savoir ce que ces annonces veulent nous vendre, ou le produit n'apparaît même pas sur l'annonce! Le message transmis est que nous serons tout aussi séduisants si nous achetons le produit.

Offres spéciales

Des annonces qui nous incitent en nous disant « Faites vite! Achetez maintenant! » car « l'offre est d'une durée limitée ». Parfois, elles incluent des coupons de réduction ou des codes réduction. Mais elles peuvent ne pas être des aubaines du tout. Pour trouver de vraies aubaines, il est important de magasiner et de comparer les prix. Nous ne pouvons pas seulement nous fier à ce que les annonces affirment.

Pouvoir de vedette

Ces annonces utilisent des célébrités pour vendre un produit et prétendent aussi être appuyées par ces dernières. Les personnalités connues reçoivent une grosse somme d'argent pour y apparaître. On mise sur le fait que si nous sommes attachés à cette vedette et lui faisons confiance, nous achèterons le produit qu'elle appuie. De nombreuses célébrités n'utilisent pas le produit dont elles font la promotion.

Sciences et statistiques

Y a-t-il un médecin ou un scientifique dans l'annonce? Souvent, ces « experts » sont des acteurs et des mannequins. L'annonce utilise-t-elle des chiffres et des pourcentages, ou prétend-elle être fondée sur des recherches? Ces statistiques peuvent être seulement une partie de toute l'histoire. Ces annonces semblent scientifiques, sans pour le moins être fondées sur la vraie science. Recherchez toujours les « petits caractères » dans ce genre d'annonce.

Meilleur que

Ces annonces prétendent que le produit est meilleur que celui vendu par le concurrent. La fameuse saga « Coke contre Pepsi » en est un exemple. On y dit rarement comment ou pourquoi le produit est meilleur, mais on dit que les gens qui l'utilisent (habituellement des acteurs) l'aiment davantage.

Rabaissement

Les annonces tentent parfois de nous faire sentir mal, puis de nous vendre quelque chose. Elles nous disent que nous sommes trop gras, trop vieux, trop ennuyants, que notre maison est sale, que notre voiture est trop usée, puis elles nous disent comment le produit améliorera notre vie. Est-ce vrai?

Mots ambigus

Les publicitaires n'ont pas le droit de mentir, mais ils peuvent déformer les mots ou utiliser un langage qui est trompeur. Quand une annonce de céréales sucrées nous dit qu'elles « font partie d'un déjeuner équilibré », elle ne nous parle pas de l'autre partie plus saine du déjeuner. Certains mots et termes sont tellement utilisés dans la publicité qu'ils en perdent leur sens. Par exemple, il y a beaucoup de produits maintenant qui prétendent être « verts » ou écologiques. Qu'entend-on vraiment par « vert »?

Module 9 - Le consommateur averti**FEUILLE D'ACTIVITÉ 9-2, suite****Sûreté et sécurité**

Nous avons tous un besoin fondamental de sécurité. Les annonces joueront souvent sur ce besoin en prétendant que le produit rendra nos vies plus sécuritaires. Les annonces d'assurances et de certaines caractéristiques de sécurité automobile en sont des exemples. Pire, certaines annonces prétendent que nous pourrions être en danger si nous n'achetons pas le produit. Les systèmes de sécurité résidentielle sont experts en la matière. Ces annonces s'attaquent souvent aux parents et à leur sentiment profond de protéger leurs enfants.

Effet de ralliement

Nous avons également le besoin fondamental du sentiment d'appartenance. Les annonces qui ont un effet de ralliement nous disent que si nous n'achetons pas le produit, nous serons mis à l'écart. Ces annonces ciblent souvent les enfants et les adolescents, qui ont un grand besoin de sentir qu'ils font partie du groupe. Cependant, les publicitaires savent également que les jeunes sont très sensibilisés aux médias. Ils peuvent utiliser ce genre de message de manière presque imperceptible.

Tactiques de vente à surveiller

- › On offre un article à prix très bas pour vous attirer dans le magasin afin que vous y achetiez ensuite d'autres articles.
- › On vous pose des questions à votre sujet, puis on vous offre une gamme de produits que vous pourriez acheter.
- › On vous fait des compliments. Par exemple, on vous dit à quel point un article paraît bien sur vous, ou on vous affirme que vous avez du goût.
- › On tente de vous convaincre que vous avez besoin du produit.
- › On fait des ventes complémentaires, ce qui veut dire qu'on tente de vous convaincre que vous aurez besoin de caractéristiques supplémentaires pour le produit que vous achetez.
- › On ajoute des articles gratuits. Cela peut sembler une bonne affaire, mais ces articles sont-ils de bonne qualité? Les utiliserez-vous?
- › On vous presse et on vous dit qu'une autre personne veut acheter l'article, qu'il est disponible seulement en ce moment, « Aujourd'hui seulement! »
- › On vous culpabilise ou vous fait sentir mal de ne pas faire l'achat.

Module 9 - Le consommateur averti

DOCUMENT 9-3

Conseils pour magasiner de manière intelligente

Avoir un plan

Essayez d'éviter tout magasinage non prévu ou les achats faits par impulsion. Si vous voulez faire un achat, demandez-vous si vous en avez vraiment besoin. Prenez le temps d'y penser. Lorsque vous magasinez, faites une liste. Planifiez votre magasinage pour éviter de faire des achats dont vous n'avez pas besoin.

Comparer, comparer, comparer

En prenant le temps de planifier votre magasinage, vous pouvez comparer les produits et trouver la meilleure aubaine. Avant votre achat, faites des recherches. Visitez différents magasins pour tenter de trouver un meilleur prix. Cherchez sur Internet des commentaires de clients pour savoir si d'autres sont satisfaits du produit. Voyez s'il y a un autre produit aussi bon, mais moins cher. Plus on en sait, plus on a du pouvoir comme consommateur.

Regarder le prix unitaire

Au Canada, l'essence est vendue au litre. Le coût d'un litre d'essence est un exemple d'un prix unitaire. C'est le coût par une unité de mesure. Les produits sont mesurés en toutes sortes d'unités de mesure : gramme, kilogramme, livre, once, verge, pied, litre, millilitre, etc. Les épiceries sont tenues d'afficher les prix unitaires sous de nombreux articles sur les étagères. Le fait de savoir combien coûte quelque chose peut nous aider au moment de comparer les produits et de savoir si nous obtenons une aubaine. Nous allons nous y exercer plus tard.

Acheter des articles vendus en solde

Surveillez les soldes et les rabais. Si un article que vous utilisez souvent est vendu en solde, achetez-en plus. Il vous coûtera moins cher à long terme. Vérifiez les circulaires pour les coupons de réduction, les codes réduction et les offres spéciales. Apprenez à connaître les cycles de vente des magasins où vous magasinez régulièrement. Bien des articles sont soldés à la fin de la saison, qui peut être un bon moment pour acheter ce dont vous avez besoin.

« Solde » ne rime pas toujours avec « aubaine »

Parfois, le solde annoncé n'est pas un solde du tout. Il peut même y avoir de meilleures aubaines non annoncées. Aussi, ce n'est pas parce qu'un article est en solde que vous devez en faire des provisions. Achetez un article en solde uniquement si vous prévoyez de l'utiliser. Ne l'oubliez pas si vous achetez des aliments qui peuvent se détériorer. Assurez-vous de pouvoir les manger avant leur date d'expiration ou de ne pas les gaspiller.

Lire les petits caractères

Assurez-vous de tout savoir sur le produit ou le service que vous achetez avant de verser une somme d'argent ou de signer votre nom sur une entente. Y a-t-il des frais cachés? Le produit est-il garanti? C'est une garantie qu'un produit répondra à certaines normes et sera remplacé, le cas échéant. Pour obtenir une garantie, devez-vous

Module 9 - Le consommateur averti**DOCUMENT 9-3, suite**

envoyer un formulaire par la poste? Le magasin a-t-il une politique de remboursement ou de retour?

Poser des questions

Si vous ne comprenez pas une politique ou un aspect du texte écrit en petits caractères, posez des questions. Les vendeurs devraient être en mesure de vous aider. Il s'agit de votre argent. Vous ne devriez pas le dépenser à moins de savoir que vous achetez un article de valeur.

Garder les reçus

Garder ses reçus peut s'avérer utile pour de nombreuses raisons. Vous pouvez examiner vos reçus pour vous assurer que vous avez bien payé le prix demandé ou que vous n'avez pas payé pour un article que vous n'avez pas acheté. Le fait de revoir vos reçus est également une bonne façon de faire un suivi de vos dépenses. De plus, la plupart des magasins exigent le reçu pour pouvoir accorder un remboursement, un retour ou un échange.

Essayer le magasinage parallèle

Les friperies, les marchés aux puces et les ventes de débarras peuvent être d'excellents endroits où trouver de bonnes aubaines. Il existe également beaucoup de sites Web où les gens vendent des articles usagés à prix réduit. Il s'agit des « petites annonces en ligne ». Lorsque vous achetez des articles usagés, inspectez-les bien. Assurez-vous qu'ils sont en bon état. La plupart des vendeurs privés n'offrent pas de remboursement.

Module 9 - Le consommateur averti

FEUILLE D'ACTIVITÉ 9-4

Trouver la meilleure aubaine

Trouvez la meilleure aubaine en calculant le prix unitaire.

Question 1 - Boisson gazeuse en cannette :



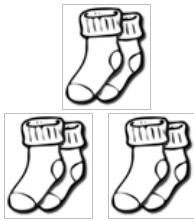
a) 0,99 \$ pour 1 cannette

ou



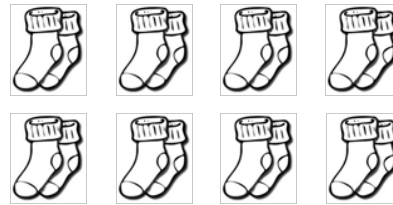
b) 8 \$ pour 12 cannettes

Question 2 – Bas :



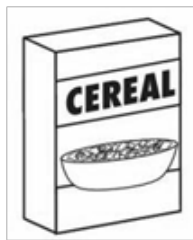
a) 3,75 \$ pour 3 paires

ou



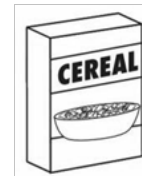
b) 12,50 \$ pour 8 paires

Question 3 – Céréales :



a) 3,75 \$ pour une boîte de 675 grammes

ou



b) 2,50 \$ pour une boîte de 350 grammes

Question 4 – Soupe :



a) 1,69 \$ pour une boîte de 19 onces

ou



b) 1,39 \$ pour une boîte de 16 onces

Module 9 - Le consommateur averti

DOCUMENT 9-5

Information sur le téléphone cellulaire

Étape 1 – Les éléments de base du téléphone cellulaire

Couverture : Il s'agit des zones géographiques dans lesquelles le téléphone cellulaire fonctionne. Les zones couvertes peuvent varier d'un fournisseur à l'autre. Certaines zones rurales ont une couverture limitée.

Frais payables en supplément : La plupart des fournisseurs de service ont des frais de base pour le service (frais d'accès au système) et des frais pour être en mesure d'accéder au 911.

Étape 2 – Les minutes et les données

La plupart des fournisseurs facturent selon le nombre de minutes que vous utilisez sur le téléphone cellulaire. Certains forfaits ont des tarifs moins chers pour les appels faits à certaines heures. La plupart sont moins chers le soir ou la fin de semaine, mais les heures varient d'un fournisseur à l'autre. Par exemple, les « soirs » peuvent commencer à 18 h pour un fournisseur, et à 21 h pour un autre. Certains fournisseurs offrent un prix forfaitaire si vous voulez que vos soirs commencent plus tôt. La plupart offrent un forfait pour le nombre de minutes en quantité illimitée.

Les fournisseurs offrent également des forfaits pour la messagerie texte et les données. La messagerie texte peut être illimitée ou facturée pour chaque texte envoyé ET reçu. Les données sont utilisées quand vous envoyez et recevez des courriels ou utilisez Internet. Vous pouvez obtenir des forfaits qui comprennent toutes ces fonctions, ou les payer séparément.

Étape 3 – Les caractéristiques

Interurbains : Les appels interurbains sont normalement facturés à la minute. Ces minutes ne sont pas incluses dans les forfaits réguliers d'utilisation des minutes de soir et de fin de semaine. Divers fournisseurs offrent des tarifs différents pour les appels interurbains, tandis que d'autres offrent des prix forfaitaires pour les clients qui font souvent des appels interurbains.

Itinérance : L'itinérance est un service qui vous permet d'utiliser votre téléphone cellulaire à l'extérieur de votre zone de couverture normale. Des frais d'itinérance sont facturés pour les appels, les messages textes et les courriels entrants et sortants. Ces frais peuvent être dispendieux.

Afficheur : L'afficheur d'appel vous permet de voir qui vous appelle avant de répondre.

Boîte vocale : La boîte vocale permet aux gens qui vous appellent de vous laisser un message. Les forfaits pour ce genre de service varient, que ce soit pour un nombre de messages illimité, ou pour un ou deux messages.

Appel en attente : La mise en attente des appels est un avertissement qui vous est transmis si quelqu'un tente de vous appeler pendant que vous êtes déjà en ligne.

Module 9 - Le consommateur averti

DOCUMENT 9-5, suite

Applications et jeux : Il existe toutes sortes de jeux et d'applications que les utilisateurs peuvent télécharger sur leur téléphone cellulaire. Certains sont gratuits. D'autres sont payants seulement lorsque vous les téléchargez, tandis que d'autres vous sont facturés chaque fois que vous les utilisez.

Il peut être dispendieux d'avoir un téléphone cellulaire si vous ne savez pas comment fonctionne votre forfait et ce qu'il comprend. Par exemple, certaines personnes utilisent plus de minutes, de données et d'interurbains que ce qui est permis dans le forfait. Ils doivent donc payer des frais supplémentaires. Certaines personnes dépensent beaucoup d'argent en frais d'itinérance parce qu'elles sont souvent à l'extérieur de leur zone de couverture. Les frais d'utilisation s'additionnent rapidement avec un téléphone cellulaire.

Lorsque vous choisissez un forfait et ses caractéristiques, la solution est de poser beaucoup de questions. Assurez-vous de connaître les caractéristiques, combien elles coûtent, si vous en avez besoin et à quelle fréquence vous les utiliserez.

Étape 4 - Le téléphone cellulaire

Les téléphones cellulaires offrent de nombreuses options, à une grande variété de coûts. Le coût d'un téléphone est souvent lié à la durée de votre contrat. Si vous signez un contrat plus long, le téléphone coûte habituellement moins cher ou est gratuit. Vous devez penser à la taille et au poids du téléphone, à la longévité de la pile, à la durabilité, au clavier et à la grandeur de l'écran. Avez-vous besoin d'un téléphone perfectionné doté de toutes sortes de caractéristiques, ou un modèle de base fera-t-il l'affaire?

Étape 5 – La carte prépayée ou le contrat?

La plupart des fournisseurs proposent l'option d'utiliser le service par carte prépayée ou par contrat. En utilisant la carte prépayée, vous achetez une quantité de minutes et utilisez votre téléphone jusqu'à épuisement des minutes. Les contrats sont des périodes plus longues; vous disposez d'un forfait mensuel régulier pour une période de temps donnée. Les deux options offrent des avantages et des inconvénients (consultez le tableau pour voir les détails).

Étape 6 – La facture

Il est important d'examiner votre facture pour vous assurer que votre forfait convient à votre utilisation. Assurez-vous de ne pas payer des services que vous n'utilisez pas. Si vous dépassez votre quantité de minutes, vous faites beaucoup d'interurbains, vous avez des frais d'itinérance ou de messagerie texte, il y a peut-être un meilleur forfait pour vous.

Prendre le temps de franchir les six étapes de la liste de vérification vous aidera à trouver un forfait de téléphone cellulaire qui répond à vos besoins, au coût le plus bas.

Module 9 - Le consommateur averti

FEUILLE D'ACTIVITÉ 9-6

Liste de vérification du téléphone cellulaire

Étape 1 - Les éléments de base du téléphone cellulaire	
Dans quelles zones géographiques utiliserez-vous le téléphone cellulaire?	
Est-ce que le fournisseur offre une couverture dans ces zones?	
Quels sont les frais payables en suppléments?	
Frais d'accès au système?	
Frais d'accès au 911?	
Étape 2 – Les minutes et les données	
Minutes :	
Combien de minutes utiliserez-vous chaque mois?	
Durée d'utilisation :	
Jours de semaine (p. ex., du lundi au vendredi, de 7 h à 18 h) Combien de minutes?	
Soirs de semaine (p. ex., du lundi au vendredi, de 18 h à 7 h) Combien de minutes?	
Fins de semaine Combien de minutes?	
Total des minutes par mois	
Données :	
Voulez-vous utiliser la messagerie texte?	
Combien de messages? Sortants? _____	Entrants? _____
Serait-ce mieux de payer un montant forfaitaire pour avoir accès à la messagerie texte illimitée?	
Voulez-vous envoyer et recevoir des courriels?	
Voulez-vous utiliser Internet sur votre téléphone cellulaire?	

Étape 3 - Les caractéristiques

Interurbains :

Utiliserez-vous le téléphone cellulaire pour faire des appels interurbains?

Combien de minutes? _____

Itinérance :

Utiliserez-vous le téléphone cellulaire en voyage?

À quelle fréquence êtes-vous à l'extérieur de votre zone de couverture? _____

Croyez-vous avoir besoin :

de l'afficheur? _____

de la boîte vocale? _____

de l'appel en attente? _____

d'applications ou de jeux? _____

d'autres caractéristiques? _____

Étape 4 - Le téléphone cellulaire

- › **Durée de vie de la pile** – Combien d'heures durera la pile avant d'être rechargée? À quelle fréquence doit-elle être remplacée?
- › **Durabilité** – Le téléphone est-il fragile ou à l'épreuve de l'usure?
- › **Clavier** – Est-il facile à utiliser?
- › **Écran** – Est-il facile à consulter?
- › **Taille** – Quelle est la taille du téléphone? Est-il lourd?
- › **Autre** – Y a-t-il d'autres éléments qui sont importants pour vous sur un téléphone cellulaire?

Étape 5 – La carte prépayée ou le contrat?

Carte prépayée :

Avantages

- › Paiement à l'avance, aucuns frais inattendus
- › Aucun engagement à long terme
- › Aucuns frais en cas de cessation d'utilisation
- › Pratique, la carte peut être achetée dans bon nombre de magasins sans carte de crédit

Inconvénients

- › Coûts plus élevés par minute que sur un contrat
- › Expiration des minutes après 30 jours
- › Achat de nouvelles minutes avant la date d'expiration, sinon les minutes déjà payées sont perdues
- › Suivi des minutes afin de ne pas en manquer

Contrat :

Avantages

- › Vérification de la facture pour surveiller l'utilisation
- › Réduction possible du prix du téléphone cellulaire
- › Choix d'un forfait qui correspond à vos besoins
- › Regroupement possible d'autres services pour obtenir des réductions

Inconvénients

- › Contrat à long terme, des pénalités sont exigées si le contrat est résilié
- › Synonyme de dépenses continues
- › Remplacements fréquents du téléphone impossibles
- › Dépassement des minutes coûteux

Étape 6 – La facture

Utilisez-vous vos minutes comme vous l'aviez prévu?

Vos frais d'interurbains sont-ils élevés?

Envoyez-vous et recevez-vous des messages textes aussi souvent que prévu?

Serait-ce plus avantageux d'avoir une carte prépayée ou de changer de fournisseur lors du renouvellement de votre contrat?

Module 9 - Le consommateur averti

DOCUMENT 9-7

Les fraudes et les arnaques communes

Fraudes provenant de l'étranger

Les fraudes provenant de l'étranger viennent souvent sous forme de lettre ou de courriel où on prétend offrir une occasion d'investissement. La fraude de la lettre commerciale du Niger ou de l'Afrique de l'Ouest en est un exemple bien connu. Cette lettre semble provenir d'un politicien ou d'un entrepreneur qui souhaite obtenir vos renseignements bancaires afin de pouvoir partager de l'argent avec vous. En fait, ils utilisent ces renseignements pour vous voler ou obtenir des cartes de crédit en votre nom.

Fraudes de télémarketing

Le télémarketing est la vente de biens ou de services par téléphone. Certains télévendeurs sont agaçants, mais inoffensifs. D'autres vendent des fraudes. Voici des signes de fraudes : on prétend que vous avez gagné un prix, comme un concours, un forfait voyage, un abonnement à un magazine ou à un centre de conditionnement physique. Vérifiez l'entreprise avant de conclure toute entente. Ne divulguez pas votre numéro de carte de crédit ou vos renseignements bancaires à un télévendeur.

Fraudes par avance de fonds

Il s'agit d'une fraude où un type de service ou d'avantage vous est offert, mais où devez verser une somme d'argent avant de recevoir quoi que ce soit. Dans de nombreux cas, vous payez sans rien recevoir en retour. C'est commun dans les prêts garantis, la consolidation de dettes et les services de restauration du crédit. Un conseiller en crédit sans but lucratif n'exigera pas que vous lui payiez des frais à l'avance pour vous fournir un programme de gestion des dettes.

Fraudes par carte de débit

Il existe de nombreuses formes de fraude par carte de débit. Elles constituent à voler votre argent et vos renseignements bancaires. Les plus communes sont :

- › le vol de votre carte et de votre NIP;
- › l'installation de dispositifs qui bloquent votre carte dans le guichet automatique;
- › le clonage qui consiste à utiliser un dispositif qui trouve vos renseignements bancaires grâce à la bande magnétique de votre carte;
- › les faux guichets automatiques qui recueillent les renseignements de votre carte et votre NIP.

Dans le cas de certaines fraudes par carte de débit, votre banque ne garantira pas l'argent volé si elle croit que vous n'avez pas protégé votre NIP tel qu'exigé. Assurez-vous de préserver la confidentialité de vos renseignements bancaires. Ne les partagez pas avec personne.

Module 9 - Le consommateur averti

DOCUMENT 9-7, suite

Fraudes par carte de crédit

Certains fraudeurs utilisent votre carte de crédit volée pour faire des achats. Certains utilisent la carte pour voler votre identité et ouvrir d'autres formes de crédit en votre nom. Examinez vos relevés de cartes de crédit pour vous assurer que les achats qui y sont portés sont bien ceux que vous avez faits. Si votre carte a été volée et que vous le signalez immédiatement, selon la loi, vous ne pouvez être tenu responsable que des premiers 50 \$ qui y seraient portés.

Fraudes par appels sans frais, messagerie texte et appels à l'étranger

Il s'agit de fraudes où des frais sont facturés pour avoir téléphoné ou envoyé un message texte à un numéro donné. Souvent, des annonces télévisées vous presseront d'appeler ou d'envoyer un message texte pour obtenir un produit ou un service. Cependant, il n'est pas toujours clair que des frais dispendieux peuvent être facturés seulement pour avoir fait l'appel. Certains numéros de téléphone peuvent sembler locaux, mais ils sont en fait à l'étranger. Tentez toujours de savoir si des frais seront facturés avant de faire l'appel ou d'envoyer un message texte.

Fraudes par carte d'appel

Ces fraudes ciblent les gens qui font souvent des appels interurbains. De nombreuses fraudes de ce genre imposent d'importants frais au moment de l'achat de la carte, ou encore on peut vous facturer un certain nombre de minutes, mais couper vos appels avant que vous n'ayez utilisé toutes vos minutes. Achetez des cartes d'appel seulement auprès d'entreprises que vous connaissez et en qui vous avez confiance.

Travail à domicile

Certains emplois sont annoncés comme étant une occasion de faire de l'argent en travaillant partir de la maison. Cependant, dans de nombreux cas, vous ne serez jamais payé pour votre travail. Les types courants d'emplois proposés dans le cadre de ce type de fraude sont : mettre des annonces sous pli, l'entrée de données, l'assemblage artisanal et l'affichage d'annonces et de dépliants. Assurez-vous de faire des recherches sur l'emploi et l'entreprise avant d'accepter un emploi de ce genre.

Module 9 - Le consommateur averti

DOCUMENT 9-8

Gérer des problèmes de consommation

Parler au gérant

Si vous n'êtes pas satisfait d'un produit ou d'un service et vous sentez que la personne avec laquelle vous traitez ne vous aide pas, vous pouvez toujours demander de parler à un gérant ou au supérieur de votre interlocuteur. Souvent, les problèmes se règlent sur-le-champ, en personne. La meilleure approche est toujours de rester calme, poli, mais ferme. Décrivez votre problème et expliquez ce que vous aimeriez que l'entreprise fasse pour vous.

Téléphoner au service à la clientèle

De nombreuses entreprises ont un service à la clientèle. Si un gérant n'est pas en mesure de régler votre problème, demandez-lui de vous donner le numéro de téléphone du service à la clientèle de l'entreprise. Avant de téléphoner, écrivez les détails concernant votre problème : la nature du problème, la date, le nom des personnes avec qui vous avez négocié et ce qui a été dit. Lorsque vous discutez avec un représentant du service à la clientèle, assurez-vous de noter son nom et les détails de votre conversation.

Garder un dossier

Ouvrez un dossier dans lequel vous gardez tous les détails du problème. Cela inclut une description du problème et les mesures que vous avez prises, les reçus ou les garanties, les noms et les coordonnées des personnes avec qui vous avez discuté, les dates importantes et ce qui a été dit dans les conversations.

Rédiger une lettre

Si votre appel au service à la clientèle n'a pas réglé le problème, rédigez une lettre. Utilisez les documents dans votre dossier pour appuyer votre demande. Adressez la lettre au directeur général, au propriétaire ou au directeur du service à la clientèle. Gardez-en une copie dans votre dossier.

Communiquer avec une agence de la consommation

Si ces étapes n'ont pas fonctionné, vous pouvez communiquer avec une agence de protection des consommateurs. Il y en a une dans chaque province. Ces agences sont responsables de protéger les consommateurs et de gérer les problèmes de consommation. Pour en obtenir la liste, visitez www.consumerhandbook.ca. Ces agences peuvent vous expliquer vos droits et la meilleure approche à adopter.

Action en justice

Aller en cour devrait être votre dernière option. Il s'agit d'une procédure dispendieuse qui exige beaucoup de temps. Souvent, des limites de temps sont imposées pour intenter des poursuites judiciaires. Avant d'entreprendre ce genre d'action, consultez un avocat pour en savoir davantage sur les lois de votre province.

Module 9 - Le consommateur averti

FEUILLE D'ACTIVITÉ 9-9

Lettre de plainte

Remplissez les espaces vides

Objet : produit défectueux

Madame,

Monsieur,

Le (date) _____, j'ai acheté (article) _____ à votre magasin (endroit) _____
_____ qui m'a été vendu par votre vendeur, (nom) _____.

Malheureusement, votre produit ne fonctionne pas bien. Je suis déçu(e) parce que (problème avec
l'article) _____
_____.

Pour corriger la situation, je demande que vous (une mesure, comme une réparation, un remplacement
ou un remboursement) _____.

J'inclus des copies de mon reçu d'achat et de la garantie. J'attendrai (nombre de jours) _____
jours pour recevoir de vos nouvelles, après quoi je demanderai de l'aide auprès d'une agence de
protection du consommateur.

Vous pouvez communiquer avec moi à l'adresse, au numéro de téléphone et à l'adresse courriel
inscrits ci-dessous. Le mode de communication que je préfère est (méthode de contact)
_____.

J'attends votre réponse avec impatience et j'espère que nous pourrons régler ce problème rapidement.

Salutations,

(Votre nom) _____

Module 9 - Le consommateur averti
FEUILLE D'ACTIVITÉ 9-10
Évaluez vos connaissances financières, partie 2

Évaluez-vous sur une échelle de 1 (bas) à 10 (élevé).

Domaine d'aptitudes ou de connaissances	Évaluation de 1 à 10
Je fais un suivi mensuel de mes revenus et de mes dépenses.	
Je trouve des façons d'économiser de l'argent pour les articles que je veux acheter.	
J'ai des objectifs financiers précis pour mon avenir.	
Je réfléchis avant de faire des achats. Je connais mes priorités.	
Je sais à quoi penser quand vient le temps de choisir un compte de banque.	
Je comprends les détails entourant les comptes de banque et les services bancaires que j'utilise actuellement.	
Je comprends le concept de l'intérêt composé.	
Je comprends ce qu'est un dossier de crédit.	
Je sais comment augmenter mon pointage de crédit.	
Je connais le taux d'intérêt de ma carte de crédit et comment il est calculé tous les mois.	
Je connais la somme d'argent que je paierai pour acheter un article à crédit, y compris l'intérêt.	
Je connais des façons de diminuer mes dettes.	
Il existe des choses qu'un agent de recouvrement peut faire et d'autres qu'il ne peut pas faire. Je connais mes droits.	
Je sais où obtenir des conseils au sujet de la gestion financière.	
Je peux reconnaître une arnaque ou une fraude.	
Je connais certaines des techniques que les publicitaires utilisent pour m'inciter à acheter leurs produits.	
Je sens que mes aptitudes en mathématiques sont suffisamment solides pour pouvoir gérer mon argent.	
Je suis confiant dans mon aptitude à gérer mon argent.	

Module 9 - Le consommateur averti
FEUILLE D'ACTIVITÉ 9-10
Évaluez vos connaissances financières, partie 2

Évaluez-vous sur une échelle de 1 (bas) à 10 (élevé).

Domaine d'aptitudes ou de connaissances	Évaluation de 1 à 10
Je fais un suivi mensuel de mes revenus et de mes dépenses.	
Je trouve des façons d'économiser de l'argent pour les articles que je veux acheter.	
J'ai des objectifs financiers précis pour mon avenir.	
Je réfléchis avant de faire des achats. Je connais mes priorités.	
Je sais à quoi penser quand vient le temps de choisir un compte de banque.	
Je comprends les détails entourant les comptes de banque et les services bancaires que j'utilise actuellement.	
Je comprends le concept de l'intérêt composé.	
Je comprends ce qu'est un dossier de crédit.	
Je sais comment augmenter mon pointage de crédit.	
Je connais le taux d'intérêt de ma carte de crédit et comment il est calculé tous les mois.	
Je connais la somme d'argent que je paierai pour acheter un article à crédit, y compris l'intérêt.	
Je connais des façons de diminuer mes dettes.	
Il existe des choses qu'un agent de recouvrement peut faire et d'autres qu'il ne peut pas faire. Je connais mes droits.	
Je sais où obtenir des conseils au sujet de la gestion financière.	
Je peux reconnaître une arnaque ou une fraude.	
Je connais certaines des techniques que les publicitaires utilisent pour m'inciter à acheter leurs produits.	
Je sens que mes aptitudes en mathématiques sont suffisamment solides pour pouvoir gérer mon argent.	
Je suis confiant dans mon aptitude à gérer mon argent.	

Module 9 - Le consommateur averti

FEUILLE D'ACTIVITÉ 9-11

Établir des objectifs

Exemple :

Objectif : Obtenir le meilleur prix possible sur mon forfait de téléphone cellulaire	Quand?
Tâches : > Chercher parmi les offres actuelles de téléphone cellulaire. > Revoir mes factures de téléphone cellulaire des derniers mois. > Téléphoner à mon fournisseur de téléphone cellulaire. Lui demander s'il existe différentes caractéristiques qui pourraient me faire économiser de l'argent.	Samedi Mercredi Vendredi

1. Objectif :

Tâches :	Quand?

2. Objectif :

Tâches :	Quand?

Module 9 -Le consommateur averti

DOCUMENT 9-12

Ressources

Guide du consommateur canadien <http://www.guideduconsommateur.ca/fr/>

Offre une panoplie de renseignements sur les sujets de consommation, dont les droits des consommateurs et les procédures pour déposer une plainte.

Bureau de la consommation du Canada <http://www.ic.gc.ca/eic/site/oca-bc.nsf/frg/accueil>

Outils et renseignements pratiques pour aider les consommateurs à se protéger.

Consumer Reports www.consumerreports.org

Offre des avis et des renseignements indépendants sur les produits.

Autorités chargées de la protection des consommateurs au Canada

Protection du consommateur de la Colombie-Britannique www.consumerprotectionbc.ca

Alberta Service Alberta www.servicealberta.gov.ab.ca

Direction de la protection du consommateur de la Saskatchewan www.justice.gov.sk.ca/cpb

Bureau des consommateurs du Manitoba www.gov.mb.ca/finance/cca/consumb

Ministère des Services aux consommateurs de l'Ontario <http://www.sse.gov.on.ca/mcs/fr/Pages/default.aspx>

L'Office de la protection du consommateur du Québec www.opc.gouv.qc.ca

Consommation du Nouveau-Brunswick <http://www.gnb.ca/0062/rentalsman/index-f.asp>

Division du Bureau de l'état civil de Services Nouvelle-Écosse et Relations avec les municipalités www.gov.ns.ca/snsmr

Services aux consommateurs de l'Île-du-Prince-Édouard www.gov.pe.ca/jps/index.php3?number=1002799&lang=E

Division du commerce de Terre-Neuve-et-Labrador www.gs.gov.nl.ca/cca/tp

Bureau de la consommation des T.N.-O. www.maca.gov.nt.ca/operations/consumer_affairs/index.html

Services aux consommateurs du Yukon <http://www.community.gov.yk.ca/fr/consumer/index.html>

Bureau de la consommation du Nunavut Sans frais : 1-866-223-8139_

Défense des consommateurs

Association des consommateurs du Canada www.consumer.ca

Conseil des consommateurs du Canada www.consumercouncil.com

Centre pour la défense de l'intérêt public www.piac.ca

Module 9 - Le consommateur averti**DOCUMENT 9-13****Glossaire**

Achat impulsif : acheter quelque chose que vous ne planifiez pas faire et dont vous n'avez probablement pas besoin. Certaines personnes achètent des articles par impulsion pour se remonter le moral, mais cela peut les dérouter de leur plan financier et les mener à l'endettement.

Appui d'une célébrité : annonce qui nous pousse à acheter un produit parce qu'une célébrité l'utilise (ou prétend l'utiliser).

Calculer : tenter de connaître la valeur d'un article à l'aide d'opérations mathématiques, comme l'addition, la soustraction, la multiplication ou la division.

Consommateur : personne qui achète des biens ou des services.

Consumérisme : d'abord utilisé pour décrire les droits des consommateurs, ce mot est maintenant utilisé pour décrire la façon dont nous pensons toujours à acheter dans notre société.

Cycles de vente : périodes de l'année où des produits sont en solde dans les magasins. Elles ont souvent lieu à la fin de la saison.

Effet de ralliement : expression qui vient de la phrase « rallier ses troupes », qui veut dire regrouper, se réunir. Nous utilisons cette expression pour dire qu'on se joint à un groupe afin de vivre un sentiment d'appartenance; acheter un produit que tout le monde a, par exemple.

Garantie : certitude qu'un produit répondra à certaines normes et sera remplacé le cas échéant. Pour obtenir une garantie, vous devez peut-être envoyer un formulaire par la poste.

Petites annonces en ligne : Sites Web où les gens vendent leurs articles usagés à prix réduit.

Petits caractères : expression utilisée pour décrire les modalités, les périodes, les règles et les avertissements apparaissant à la fin d'une annonce et qui sont écrits en très petits caractères. Les consommateurs avertis prennent le temps de comprendre ce qui est écrit en petits caractères avant de faire leur achat.

Prix unitaire : somme d'argent que coûte un article en fonction d'une unité de mesure. Par exemple, nous payons l'essence par litre. Le coût d'un litre d'essence est un exemple d'un prix unitaire.

Stratégie de magasinage : plan prudent que vous faites pour vous guider dans vos décisions de magasinage.

Subconscient : partie du cerveau qui apprend des choses dont nous n'avons pas conscience. Les publicités répétitives peuvent s'infiltrer dans notre subconscient.