

ASSEMBLÉE NATIONALE DU QUÉBEC

Commission parlementaire

Mémoire présenté dans le cadre de l'étude du

Projet de loi no 10

Loi protégeant les consommateurs contre les pratiques abusives de revente de billets et de
renouvellement d'abonnements en ligne

Présenté par :

Mathieu Bergeron

Fondateur – Vice-président numérique - Groupe iCible

Logiciel de billetterie TUXEDO

Le mardi 24 février 2026

Mémoire présenté à la Commission parlementaire

Projet de loi no 10

Loi protégeant les consommateurs contre les pratiques abusives de revente de billets et de renouvellement d'abonnements en ligne

Introduction

Le présent mémoire est soumis dans le cadre de l'étude du projet de loi no 10, Loi protégeant les consommateurs contre les pratiques abusives de revente de billets et de renouvellement d'abonnements en ligne.

Notre intervention s'inscrit dans une volonté claire de protéger les consommateurs québécois, tout en reconnaissant la réalité opérationnelle du secteur du spectacle vivant et la complexité de sa chaîne de valeur. Le marché de la billetterie n'est pas un marché abstrait. Il repose sur des relations contractuelles précises entre producteurs, diffuseurs, salles de spectacle, plateformes technologiques et, ultimement, spectateurs.

Présentation du déposant

Je suis Mathieu Bergeron, entrepreneur québécois et fondateur du Groupe iCible et nous commercialisons le logiciel de billetterie TUXEDO. Depuis plus de treize ans, nous développons des solutions technologiques destinées exclusivement au secteur du spectacle vivant.

Nous sommes un logiciel de billetterie indépendant québécois offrant aux salles de spectacle et aux organisateurs d'événements une alternative aux grands réseaux de vente de billets. Notre plateforme est aujourd'hui utilisée par près de 200 salles de spectacle et producteurs d'événements au Québec. Entre 30 et 40 pour cent des billets vendus au Québec transitent par notre technologie.

Notre positionnement est particulier. Nous ne sommes pas un réseau centralisé qui vend des billets pour l'ensemble du marché. Nous fournissons aux salles les outils leur permettant de conserver le contrôle de leur relation avec le public, de leurs données et de leurs revenus.

Au fil des années, notre rôle a dépassé la simple transaction. Nous utilisons les données agrégées issues de notre présence terrain afin d'analyser les pratiques commerciales, les stratégies de mise en marché et l'évolution des comportements d'achat. Nous formulons régulièrement des avis et des analyses sur les dynamiques économiques entourant la vente de billets.

En treize ans, nous avons atteint un statut de leader dans notre créneau. Nous sommes fréquemment consultés par l'ensemble de la chaîne de valeur, qu'il s'agisse de producteurs, de diffuseurs ou d'organismes publics tels que le Conseil des arts et des lettres du Québec, le ministère de la Culture et des Communications ou la SODEC. Nous sommes également appelés à intervenir dans des conférences et des rencontres sectorielles afin de partager notre expertise.

Il est important de préciser que nous ne faisons aucune revente de billets et que nous n'exploitons aucune plateforme de revente. Ce choix n'est pas idéologique, il est économique. Dans le contexte québécois, la revente légitime entre individus demeure marginale et ponctuelle. Le volume réel de transactions authentiquement motivées par l'impossibilité d'assister à un spectacle est trop faible, trop irrégulier et trop dispersé pour soutenir un modèle d'affaires viable.

Autrement dit, si l'on retire les pratiques d'accaparement d'inventaire et les stratégies spéculatives, il ne subsiste pas un marché structuré capable de rentabiliser une plateforme dédiée exclusivement aux transactions légitimes entre particuliers. Les coûts technologiques et opérationnels excéderaient largement les revenus potentiels générés par ces échanges occasionnels.

Notre absence du marché de la revente découle donc d'un constat simple : la revente véritablement légitime, celle qui correspond à un besoin ponctuel d'un spectateur, ne constitue pas un secteur économique rentable au Québec.

Notre intervention dans le cadre de ce projet de loi ne vise donc pas à protéger un intérêt commercial en matière de revente. Elle découle de notre connaissance approfondie des mécanismes de vente primaire, de la structure de diffusion au Québec et des impacts réels des pratiques de revente sur l'écosystème culturel.

C'est à la lumière de cette expérience que nous souhaitons apporter des nuances constructives au projet de loi.

Commentaire sur les pratiques des plateformes de revente

Avant d'aborder les nuances proposées au projet de loi, il importe de nommer clairement le problème qui a motivé l'intervention législative.

Certaines plateformes de revente ont, par des pratiques commerciales manifestement malhonnêtes, profité de la méconnaissance du public en matière d'achat de billets. En se présentant comme des points de vente officiels ou en brouillant volontairement la distinction entre vente primaire et revente, elles ont capté une part importante des dépenses des spectateurs sans contribuer à la création artistique ni au financement des représentations.

Ces pratiques ont permis de détourner des millions de dollars des consommateurs, au détriment direct du milieu culturel. Or, dans le secteur du spectacle vivant, les recettes de billetterie constituent la principale source de revenus pour les artistes, les producteurs et les diffuseurs. Chaque dollar capté par un intermédiaire qui ne participe ni au risque artistique ni à l'organisation de l'événement fragilise davantage un écosystème déjà précaire.

Plus grave encore, certaines plateformes ont eu recours à des mécanismes technologiques pour simuler des comportements individuels. Création de faux comptes, multiplication d'achats afin de s'accaparer l'inventaire dès sa mise en vente, détournement de la demande réelle au moment des préventes. Dans certains cas, des documents émis par les billetteries ont été altérés, notamment par la suppression ou la dissimulation du prix initial du billet, empêchant ainsi le consommateur de comparer adéquatement les montants exigés.

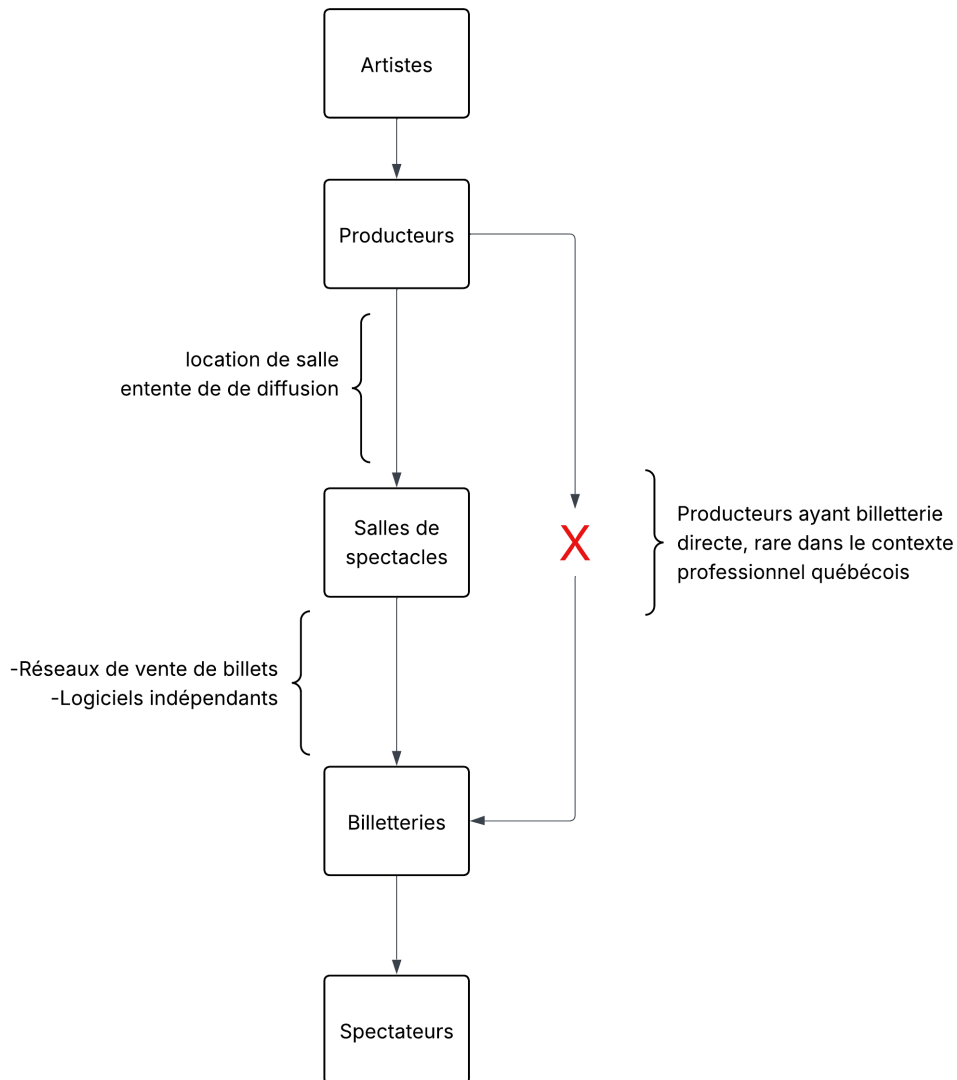
Ces comportements ne relèvent pas d'un simple jeu de marché. Ils traduisent une stratégie organisée visant à capter l'inventaire et à en tirer une surprime sans assumer les responsabilités qui incombent aux acteurs légitimes de la chaîne de diffusion.

Il est difficile, dans ce contexte, de considérer ces plateformes comme des partenaires légitimes de l'écosystème culturel. Elles n'assument ni le risque financier de la production, ni la responsabilité de la diffusion, ni les obligations artistiques. Elles exploitent une faille informationnelle et technologique pour capter des revenus sur un bien culturel déjà financé par d'autres.

Il est difficile de ne pas éprouver un profond malaise face à un système qui prospère en interposant une couche purement mercantile entre l'artiste et son public, sans valeur ajoutée réelle pour l'un ou l'autre.

Il est donc essentiel que l'encadrement législatif cible prioritairement ces pratiques structurées d'accaparement et de manipulation, sans confondre ces comportements avec les situations ponctuelles et légitimes de revente entre individus.

Mécanisme actuel de la diffusion et de la vente de billets au Québec



Le fonctionnement actuel du secteur du spectacle vivant au Québec repose sur une chaîne de responsabilités et de relations contractuelles bien définies. Cette mécanique est essentielle à comprendre pour évaluer adéquatement l'impact du projet de loi.

À l'origine, l'artiste conclut une entente avec un producteur. Le producteur assume la responsabilité de mettre en place les ressources financières, techniques et humaines nécessaires à la création et à la réalisation du spectacle. Il prend le risque artistique et financier lié à la production.

Le producteur doit ensuite assurer la diffusion du spectacle. Deux grandes avenues s'offrent à lui.

Première possibilité, louer une salle de spectacle à ses frais. Dans ce cas, il assume pleinement le risque financier de la représentation.

Deuxième possibilité, proposer le spectacle à un diffuseur, c'est-à-dire une salle de spectacle qui programme des événements. Dans ce modèle, le diffuseur assume une part du risque, généralement en garantissant un cachet au producteur. Il devient alors responsable de la mise en marché locale de l'événement.

Il convient de préciser qu'un artiste peut également agir à titre de producteur et s'autoproduire. Le rôle économique demeure toutefois le même. Quelqu'un doit assumer le risque de production et organiser la diffusion.

Une fois la représentation confirmée dans une salle donnée, la question de la billetterie entre en jeu.

La salle de spectacle retient les services d'une billetterie afin de procéder à la vente des billets. Deux grands modèles coexistent au Québec.

Premier modèle, les réseaux de vente de billets. Il s'agit de plateformes qui chapeautent la vente de plusieurs événements dans plusieurs salles, comme Ticketmaster ou Lepointdevente.com. Dans ce modèle, la transaction s'effectue entre le réseau et le spectateur. À une fréquence convenue contractuellement, le réseau remet les recettes perçues, moins les frais de transaction préétablis, à la salle de spectacle.

Deuxième modèle, la salle de spectacle acquiert un logiciel de billetterie sous licence et effectue elle-même la vente de ses billets. Des solutions comme TUXEDO ou AudienceView fonctionnent selon cette logique. Dans ce cas, la salle ne vend généralement que les billets des spectacles qu'elle programme ou qu'elle accueille dans son lieu. L'ensemble des recettes transite directement par elle, sous réserve des frais relatifs aux paiements électroniques.

Dans la majorité des cas, les logiciels de billetterie utilisés par les salles sont liés à des ententes exclusives. Tous les spectacles présentés dans une salle donnée doivent transiter par la plateforme officielle associée à cette salle. L'existence de plusieurs plateformes officielles pour une même salle demeure l'exception.

Il arrive qu'un producteur qui loue une salle choisisse de commercialiser ses billets directement sur une plateforme de vente de billets, généralement un réseau. Toutefois, ce scénario demeure minoritaire dans le contexte professionnel québécois.

Dans la pratique, le spectateur intéressé par un spectacle se rend sur la plateforme officielle de la salle de spectacle pour acheter ses billets. Pour une très grande majorité des événements, la transaction a lieu entre le spectateur et la salle de spectacle, via la plateforme de billetterie retenue par celle-ci.

Dans la très grande majorité des transactions effectuées au Québec, la salle de spectacle est une partie prenante directe de l'opération de vente. Une relation d'affaires existe déjà entre le spectateur et la salle, puisque c'est par l'entremise de la plateforme officielle de celle-ci que l'achat est effectué. La salle assume la gestion de l'inventaire, la relation client et la responsabilité opérationnelle liée à l'accueil du public.

Par ailleurs, une relation contractuelle existe également en amont entre la salle de spectacle et le producteur, que ce soit par un bail de location ou par une entente de diffusion. Cette entente encadre les responsabilités financières, les conditions de présentation et les modalités de commercialisation.

L'écosystème québécois repose donc sur une structure où la salle de spectacle occupe une position centrale, à la fois dans la relation avec le public et dans la relation avec le producteur. C'est cette réalité contractuelle préexistante qu'il importe de reconnaître dans l'analyse des mécanismes de revente.

Cette réalité structurelle doit être prise en considération dans toute réflexion portant sur l'encadrement de la revente de billets.

La revente ponctuelle entre individus : une réalité simple et légitime

Le débat public entourant la revente de billets est souvent dominé par les pratiques abusives à grande échelle. Il est toutefois essentiel de distinguer ces pratiques organisées des situations simples et légitimes de revente entre individus.

Premier cas légitime

Les billets de spectacle constituent généralement des ventes finales, sans possibilité d'échange ou de remboursement. Lorsqu'un spectateur ne peut se rendre à un événement pour des raisons personnelles ou professionnelles, il demeure responsable du billet qu'il a acheté.

Dans ce contexte, la revente constitue un mécanisme élémentaire d'atténuation du risque. Il ne s'agit pas d'une activité spéculative ni d'une stratégie commerciale structurée, mais simplement de la cession d'un droit d'accès déjà acquis et payé. La logique est simple et compréhensible pour tous : un individu qui ne peut utiliser son billet cherche à le transférer à un autre individu.

Deuxième cas légitime

Un autre cas concerne l'achat effectué dans le respect des modalités établies par le vendeur autorisé, par exemple une limite de quatre billets par transaction. Le spectateur respecte les règles de la mise en vente et obtient le nombre de billets auquel il a droit.

Il peut ensuite décider de céder un ou plusieurs billets à d'autres personnes qui n'ont pas pu prévaloir de la vente ou qui n'ont pas réussi à obtenir de billets en raison d'un inventaire écoulé.

Là encore, il s'agit d'une transaction ponctuelle entre particuliers. Elle ne repose ni sur l'accaparement d'inventaire ni sur une stratégie d'exploitation systématique du marché.

Ces deux situations constituent, à notre connaissance, les seuls cas qui correspondent véritablement à une revente légitime entre individus. Il est primordial que les parlementaires gardent ces deux cas en tête dans l'analyse du projet de loi et dans l'évaluation des représentations qui seront faites par les différents groupes.

Certains intervenants demanderont possiblement des concessions ou des assouplissements aux exigences prévues. Or, lorsque l'on replace ces exigences dans le contexte des deux cas légitimes décrits ci-haut, on constate qu'elles ne sont pas complexes à mettre en œuvre.

À titre d'exemple, en quoi le fait de communiquer le nom du dernier propriétaire du billet est-il problématique lorsque la transaction a réellement lieu entre deux individus légitimes? Dans un tel contexte, cette information existe déjà et peut être transmise sans difficulté particulière.

La contrainte apparaît uniquement lorsque l'on cherche à masquer l'identité réelle du détenteur initial, notamment par la création de fausses identités ou de comptes fictifs visant à contourner les règles de mise en vente. Ce ne sont pas les transactions légitimes qui rendent ces obligations lourdes, mais bien les stratégies destinées à dissimuler des pratiques d'accaparement.

Il importe donc de recadrer clairement ce que constitue une revente légitime entre individus. Ce sont ces deux situations précises qui doivent servir de référence dans l'analyse des dispositions du projet de loi. C'est à la lumière de ces cas simples et concrets que les parlementaires appelés à intervenir en commission pourront évaluer les représentations qui leur seront faites et apprécier si les ajustements demandés correspondent réellement à des transactions légitimes ou s'ils visent plutôt à préserver des modèles d'affaires fondés sur des pratiques contestables.

L'autorisation de la revente dans le respect de la structure contractuelle existante

Le projet de loi prévoit que la revente d'un billet à un prix supérieur à celui annoncé par le vendeur autorisé nécessite le consentement du producteur du spectacle. Cette approche, bien qu'animée par une logique de contrôle, ne reflète pas adéquatement la structure contractuelle dominante dans la diffusion du spectacle vivant au Québec, telle que décrite précédemment.

Dans la très grande majorité des cas, la salle de spectacle est au centre de la relation commerciale. C'est elle qui vend le billet au spectateur, via sa plateforme officielle de billetterie. C'est elle qui gère l'inventaire. C'est elle qui détient les données clients. C'est elle qui assume la responsabilité opérationnelle de l'événement dans son lieu.

Une relation d'affaires existe donc déjà entre la salle de spectacle et le spectateur. Par ailleurs, une relation contractuelle existe également entre la salle et le producteur, que ce soit par un bail de location ou par une entente de diffusion. Les modalités financières, les responsabilités respectives et les paramètres de mise en marché y sont déjà encadrés.

Dans ce contexte, permettre uniquement au producteur d'autoriser une plateforme de revente revient à écarter la salle de spectacle d'une décision qui touche directement son inventaire, son image de marque et sa relation avec son public.

Les conséquences concrètes sont importantes.

Ce sont les salles de spectacle qui doivent contacter les clients en cas de report ou d'annulation. Ce sont elles qui répondent aux demandes de remboursement ou de clarification. Ce sont elles qui subissent les réactions des spectateurs lorsque ceux-ci découvrent avoir payé un prix excessif sur une plateforme qu'ils croyaient, à tort, être liée officiellement à la salle.

Dans les faits, lorsqu'un spectateur se fait flouer par une plateforme de revente, il se retourne vers la salle. Il croit avoir transigé avec elle ou avec un partenaire autorisé. La salle assume alors les conséquences réputationnelles et relationnelles d'une transaction à laquelle elle n'a jamais consenti.

Une salle peut ne pas vouloir que ses billets se retrouvent sur une plateforme de revente donnée. Or, dans sa forme actuelle, le projet de loi permettrait au producteur d'octroyer seul son consentement à une telle plateforme. Cette approche contourne la mécanique naturelle de décision conjointe qui prévaut habituellement entre producteurs et diffuseurs.

Dans la pratique, les décisions importantes sont généralement prises de concert entre les deux parties. Le projet de loi, tel que rédigé, risque de créer un déséquilibre en permettant

qu'une autorisation soit accordée sans l'aval de l'acteur qui détient la relation commerciale directe avec le public.

Nous proposons plutôt que l'autorisation de revente s'inscrive dans le cadre contractuel déjà existant. La salle de spectacle pourrait agir comme intermédiaire légitime dans ce contexte.

Concrètement, une plateforme de revente devrait obtenir l'autorisation de la salle de spectacle pour revendre les billets d'un événement présenté dans son lieu. La salle, pour sa part, encadrerait cette possibilité dans l'entente contractuelle qui la lie au producteur. L'utilisation ou non d'une plateforme de revente, son identité et les paramètres tarifaires applicables pourraient y être prévus explicitement.

Cette mécanique s'apparente à une relation de mandataire. La salle de spectacle mandaterait une plateforme de revente pour effectuer, le cas échéant, la revente de billets de sa salle. Les modalités de tarification, déjà prévues aux contrats entre la salle et le producteur, pourraient être ajustées afin de déterminer le prix maximal autorisé en revente ou, au contraire, d'en interdire totalement l'usage.

En respectant l'écosystème contractuel en place, l'application de la loi deviendrait plus simple.

Une salle de spectacle qui constaterait que ses événements sont revendus sans son consentement pourrait déposer une plainte globale et demander le retrait de l'ensemble des spectacles présentés dans son lieu sur une plateforme donnée.

À l'inverse, si l'autorisation repose uniquement sur le producteur, et qu'une plateforme revend les spectacles d'un même diffuseur sans cadre clair, chacun des producteurs concernés devrait intervenir individuellement. Cela multiplierait les démarches, complexifierait l'application des sanctions et surchargerait les organismes responsables de l'application de la loi.

Il est important de préciser que nous ne proposons pas que la salle de spectacle s'arroge seule le pouvoir de décider si un spectacle peut être revendu. Nous proposons que cette décision découle de l'entente contractuelle existante entre le producteur et le diffuseur.

L'autorisation deviendrait ainsi le résultat d'un accord entre les parties déjà liées par contrat, plutôt qu'une décision unilatérale.

Cette approche présente également un avantage pratique pour les plateformes de revente elles-mêmes. Il est simple d'identifier dans quelle salle un spectacle est présenté. La salle constitue une unité visible, stable et facilement joignable. Le producteur, quant à lui, est souvent plus difficile à identifier pour le grand public et varie d'un événement à l'autre.

Dans l'écosystème composé de l'artiste, du producteur et du diffuseur, la salle de spectacle demeure l'interlocuteur le plus accessible et le plus directement lié au public. Utiliser cette porte d'entrée pour encadrer les autorisations de revente simplifie les négociations, renforce la cohérence contractuelle et limite les angles morts réglementaires.

Dans sa forme actuelle, la multiplication d'autorisations individuelles accordées par différents producteurs risque de rendre les abus plus difficiles à détecter et à corriger. En s'appuyant sur la structure déjà en place, la loi gagnerait en efficacité et en applicabilité.

Enfin, cette proposition ne pénalise en rien les producteurs qui louent une salle ou qui en sont propriétaires et qui souhaitent recourir à une plateforme de revente. Le cadre contractuel actuel permet déjà d'encadrer cette possibilité.

Ce que nous soulevons, c'est que le projet de loi, dans sa forme actuelle, semble créer un canal décisionnel direct entre le producteur et l'écosystème de revente, alors que, dans la pratique dominante au Québec, la relation commerciale structurante passe par la salle de spectacle. La relation d'affaires avec le spectateur existe déjà. Le lien contractuel entre la salle et le producteur existe déjà. Les mécanismes de coordination existent déjà.

Il n'est donc pas nécessaire d'introduire un nouveau point d'ancrage qui contourne cette architecture naturelle. En s'appuyant sur la structure contractuelle en place plutôt qu'en la redessinant, l'application de la loi gagnera en cohérence, en simplicité et en efficacité, sans créer de frictions inutiles dans un écosystème qui fonctionne déjà selon des responsabilités clairement établies

Frais de transfert

Le projet de loi prévoit l'interdiction d'exiger des frais pour le transfert d'un billet de spectacle. Cette disposition, bien qu'animée par un souci de protection du consommateur, soulève un enjeu pratique et économique important.

Les plateformes qui facilitent une transaction légitime entre deux individus assument des coûts réels. Il s'agit notamment des frais de traitement des paiements, des frais de cartes de crédit, des frais technologiques liés à la maintenance et à l'hébergement de leur solution. Ces frais ne sont pas théoriques. Ils sont directement imputables à chaque transaction.

Si aucun frais ne peut être exigé, ces coûts devront être absorbés par le vendeur initial à même le prix du billet. Dans un scénario de revente légitime, cela signifie que le consommateur qui ne peut assister à l'événement subira une perte financière additionnelle correspondante aux frais de transactions relatives à la transaction.

En pratique, le prix du billet revendu devra alors couvrir implicitement ces frais de transfert. Si ces coûts sont intégrés dans un prix global majoré, on perd en transparence. L'acheteur ne distingue plus ce qui relève du prix du billet lui-même et ce qui correspond aux frais techniques de traitement.

Permettre des frais raisonnables, tout en obligeant leur affichage détaillé et distinct, constitue une approche plus équilibrée. Une telle obligation de ventilation favoriserait un achat éclairé. L'acheteur comprendrait clairement où va l'argent et pourrait comparer les offres sur une base transparente.

Dans ce contexte, l'encadrement des frais devrait viser la transparence et la proportionnalité, plutôt qu'une interdiction absolue qui risque de créer des effets pervers, notamment une intégration opaque des frais dans le prix affiché.

Conclusion

Le projet de loi no 10 répond à une préoccupation légitime. Les pratiques abusives de certaines plateformes de revente ont porté atteinte à la confiance du public et fragilisé un

écosystème culturel déjà soumis à d'importantes pressions économiques. Il est nécessaire d'intervenir.

Toutefois, pour que l'intervention législative atteigne pleinement son objectif, elle doit s'appuyer sur la mécanique réelle du secteur du spectacle vivant au Québec. Cet écosystème ne repose pas sur une relation directe et isolée entre un producteur et un spectateur. Il est structuré autour d'un noyau contractuel central : la salle de spectacle. C'est elle qui détient la relation commerciale avec le public. C'est elle qui gère l'inventaire. C'est elle qui assume les responsabilités opérationnelles. Et c'est avec elle que le producteur conclut ses ententes de diffusion.

Créer un nouveau canal décisionnel qui contourne cette architecture naturelle risque d'introduire de la complexité là où les mécanismes de coordination existent déjà. À l'inverse, en s'appuyant sur la structure contractuelle en place, le législateur peut renforcer l'encadrement de la revente sans perturber l'équilibre opérationnel du secteur.

Il est également fondamental de distinguer clairement les pratiques abusives organisées des deux seuls cas qui correspondent véritablement à une revente légitime entre individus. Lorsque l'on recentre l'analyse sur ces situations simples et ponctuelles, on constate que les exigences prévues par le projet de loi sont, en réalité, compatibles avec un fonctionnement normal et transparent. Les contraintes deviennent problématiques uniquement lorsqu'elles cherchent à être contournées par des modèles d'affaires fondés sur l'anonymat, la simulation d'identités et l'accaparement d'inventaire.

L'objectif ne doit pas être de freiner les transactions légitimes entre particuliers, mais bien de neutraliser les stratégies organisées qui exploitent les failles technologiques et informationnelles du système.

En définitive, le législateur dispose d'une occasion importante : celle de corriger des dérives réelles tout en consolidant la cohérence d'un écosystème qui fonctionne déjà selon des responsabilités clairement établies. En respectant la structure contractuelle existante et en ciblant précisément les comportements abusifs, le projet de loi pourra protéger efficacement les consommateurs sans créer de déséquilibres inutiles dans le secteur culturel québécois.