

MÉMOIRE

**PROJET DE LOI N°10 – LOI PROTÉGEANT LES
CONSOMMATEURS CONTRE LES PRATIQUES
ABUSIVES DE REVENTE DE BILLETS ET DE
RENOUVELLEMENT D'ABONNEMENTS EN LIGNE**

PRÉSENTÉ À LA COMMISSION DES INSTITUTIONS
DANS LE CADRE DES CONSULTATIONS
PARTICULIÈRES SUR LE PL-10

Le 23 février 2026

Table des matières

UNION DES CONSOMMATEURS, LA FORCE D'UN RÉSEAU	3
INTRODUCTION	4
DISPOSITIONS APPLICABLES À CERTAINS CONTRATS À EXÉCUTION SUCCESSIVE	5
CONTRATS À EXÉCUTION SUCCESSIVE DE SERVICE FOURNI À DISTANCE	8
REVENTE DE BILLETS.....	9
NOS MEMBRES.....	14

UNION DES CONSOMMATEURS, LA FORCE D'UN RÉSEAU

Union des consommateurs est un organisme à but non lucratif qui regroupe 16 groupes de défense des droits des consommateurs. La mission d'Union des consommateurs est de représenter et défendre les droits des consommateurs, en prenant en compte de façon particulière les intérêts des ménages à revenu modeste. Les interventions d'Union s'articulent autour des valeurs chères à ses membres : la solidarité, l'équité et la justice sociale, ainsi que l'amélioration des conditions de vie des consommateurs aux plans économique, social, politique et environnemental.

NOTRE VISION

La structure d'Union des consommateurs lui permet de maintenir une vision large des enjeux de consommation tout en développant une expertise pointue dans certains secteurs d'intervention, notamment par ses travaux de recherche sur les nouvelles problématiques auxquelles les consommateurs doivent faire face ; ses actions, de portée nationale, sont alimentées et légitimées par le travail terrain et l'enracinement des associations membres dans leur communauté.

NOTRE MISSION

Union des consommateurs agit principalement sur la scène nationale, en représentant les intérêts des consommateurs auprès de diverses instances politiques ou réglementaires, sur la place publique ou encore par des recours collectifs. Parmi ses dossiers privilégiés de recherche, d'action et de représentation, mentionnons le budget familial et l'endettement, l'énergie, les questions liées à la téléphonie, la radiodiffusion, la télédistribution et Internet, la santé, les produits et services financiers ainsi que les politiques sociales et fiscales.



INTRODUCTION

Union accueille favorablement le projet de loi n° 10 et considère qu'il constitue une avancée nécessaire afin d'assurer un meilleur équilibre entre les droits des consommateurs et ceux des commerçants. Le projet de loi répond à des enjeux concrets et aux abus observés dans les secteurs de la revente de billets et des contrats à exécution successive, où les mécanismes de protection existants se sont révélés insuffisants.

Union est également d'avis que l'interdiction des stipulations visant à empêcher les consommateurs de publier un avis sur un commerçant constitue une mesure nécessaire et appropriée. En protégeant la possibilité pour les consommateurs de partager leur expérience et leur appréciation relativement à un service ou un bien, cette disposition est susceptible d'empêcher le musèlement de consommateurs par des commerçants, alors que les avis – positifs comme négatifs – sont utiles aux consommateurs afin d'effectuer des choix éclairés.

Concernant l'ajout proposé de l'article 272.1, Union présume que le ministre entend ainsi réitérer l'intention du législateur relativement à l'article 272.

Enfin, Union formulera ci-après des commentaires et recommandations visant à améliorer certaines dispositions du projet de loi, dans une perspective de protection accrue des consommateurs et de rééquilibrage des rapports de force entre les parties.

DISPOSITIONS APPLICABLES À CERTAINS CONTRATS À EXÉCUTION SUCCESSIVE

ARTICLE 187.28

Le commerçant qui conclut en ligne un contrat à exécution successive que le consommateur peut résilier sans motif doit mettre à la disposition du consommateur un bouton accessible en ligne et facilement repérable lui permettant d'exercer aisément ce droit de résiliation.

Bouton accessible en ligne

Union accueille favorablement l'imposition, au commerçant, d'ajouter un bouton permettant au consommateur d'exercer aisément son droit de résiliation. Cela répond directement aux difficultés vécues par les consommateurs lorsqu'ils souhaitent résilier un contrat de service à exécution successive conclu en ligne. Malgré que le consommateur bénéficie déjà d'un droit de résiliation, dans les faits, il est souvent difficile, voire impossible, de l'exercer. Trouver la procédure à suivre pour procéder à la résiliation peut, en soi, s'avérer un parcours du combattant, et les étapes à suivre peuvent être inutilement complexes et nombreuses. Ces stratagèmes nous paraissent précisément avoir pour objectif de décourager le consommateur qui désire résilier son contrat.

Union soutient toutefois que l'article 187.28 proposé devrait spécifier un nombre maximal d'étapes pour résilier un contrat à exécution successive conclu en ligne. Nous estimons que le nombre d'étapes devrait être limité à un maximum de deux, soit : (1) l'activation (ou « clic ») du bouton de résiliation, et (2) la confirmation, par le consommateur, de son choix. Ne pas encadrer le nombre d'étapes irait, à notre avis, à l'encontre de l'esprit de l'article proposé, soit de simplifier l'exercice du droit de résiliation par le consommateur. Comme nous le voyons pour de nombreuses dispositions de la LPC, les commerçants sont particulièrement proactifs et imaginatifs pour contourner l'intention du législateur. Ainsi, il convient donc de ne laisser aucune porte dérobée, puisque nous savons d'expérience que des commerçants ne tarderont pas à l'exploiter.

Plateforme téléphonique de service à la clientèle

Considérant les enjeux de fracture numérique faisant en sorte que certains consommateurs préféreront résilier leur abonnement par téléphone si cette possibilité existe, Union est d'avis que les commerçants qui offrent une plateforme téléphonique de service à la clientèle devraient être tenus d'inclure, dans son menu d'options, un mécanisme simple et facilement accessible permettant au consommateur de résilier son contrat, c'est-à-dire accessible au premier niveau de l'arborescence téléphonique. Union estime également que le consommateur ayant recours à la procédure de résiliation par téléphone doit pouvoir procéder à la résiliation sans obligatoirement devoir converser avec un agent de service à la clientèle. En clair, la résiliation doit pouvoir être réalisée à partir du menu de navigation téléphonique uniquement – par le biais de la reconnaissance vocale ou des touches du téléphone –, incluant l'identification du consommateur (client) et la confirmation de son intention de résilier.

Nous anticipons que les commerçants plaident que certaines résiliations peuvent avoir des impacts sur d'autres portions du contrat ou avoir des conséquences dont le consommateur se doit d'être avisé avant d'effectuer un choix éclairé (ex. la résiliation d'un contrat de téléphonie pouvant entraîner la perte d'un numéro de téléphone). Nous soutenons que ces informations peuvent être transmises par voie technologique – Web, application ou téléphone – sans intervention d'un agent de service à la clientèle. Nous estimons que le consommateur pourra ainsi bénéficier d'une procédure plus simple et rapide, et s'épargner le discours de rétention de clientèle de la part d'un agent, si tel est son souhait.

Recommandations (article 187.28) :

1. Limiter à deux (2) les étapes – incluant celle de cliquer sur le bouton auquel le nouvel article 187.28 fait référence – que le consommateur doit compléter pour exercer son droit de résiliation dans le cas d'un contrat à exécution successive qui peut être résilié sans motif ;
2. Imposer aux commerçants qui offrent une plateforme téléphonique de service à la clientèle l'obligation de prévoir, dans leur menu d'options, un mécanisme simple et facilement accessible permettant au consommateur de résilier son contrat, et ce, sans devoir obligatoirement parler à un agent ;

ARTICLE 187.29

Lorsqu'un consommateur a conclu un contrat à exécution successive qui prévoit qu'un bien ou un service est fourni gratuitement ou à un prix réduit pendant une période déterminée et qu'à l'expiration de cette période il sera fourni à un prix supérieur, le commerçant doit transmettre au consommateur, dans le délai prévu par règlement, un avis écrit rédigé clairement et lisiblement indiquant la date de fin de cette période et le prix qui sera applicable à compter de cette date.

Union est en accord avec le principe énoncé par le nouvel article 187.29, mais estime que ce dernier devrait distinguer les contrats à exécution successive qui ont été conclus en ligne de ceux conclus en personne. En effet, l'article 187.29 impose au commerçant l'obligation d'envoyer un avis au consommateur pour l'informer qu'il devra bientôt payer (ou payer plus cher) pour le bien ou le service qui lui était offert gratuitement ou à prix réduit, mais ne précise pas si cet avis doit être envoyé par courriel ou sur support papier par la poste.

Union estime que le consommateur doit avoir le choix de recevoir l'avis selon la méthode de son choix, soit en version papier par la poste, soit par courriel.

Union recommande par ailleurs que le contenu de l'avis (qu'il soit transmis par la poste ou par courriel) ne puisse être amalgamé à d'autres messages de la part du commerçant. Le document transmis au consommateur devrait ainsi porter exclusivement sur l'avis l'informant de paiements à venir. Union s'est notamment penchée sur l'industrie de la téléphonie cellulaire où cette pratique de « noyer le poisson » s'avère monnaie courante relativement à la communication au consommateur de divers avis d'importance.

Recommandations (article 187.29) :

3. Le consommateur doit avoir le choix de recevoir l'avis mentionné au nouvel article 187.29 par courriel ou sur support papier par la poste, à sa discrétion ;
4. Le contenu de cet avis – qu'il soit transmis par la poste ou via messagerie électronique – ne doit pas être amalgamé à d'autres messages de la part du commerçant. En clair, le document transmis au consommateur doit porter exclusivement sur l'avis l'informant de paiements à venir ;

CONTRATS À EXÉCUTION SUCCESSIVE DE SERVICE FOURNI À DISTANCE

Article 214.1.1

Le commerçant qui annonce le montant des versements périodiques à effectuer pour l'obtention d'un service à exécution successive fourni à distance doit indiquer clairement et lisiblement, à côté de ce montant, le montant des frais exigés sur une base autre que périodique pour obtenir le service.

Lorsque cette annonce est faite verbalement, le montant de ces frais doit être mentionné immédiatement après l'annonce du montant des versements périodiques.

Union est en accord avec l'objectif poursuivi par l'article 214.1.1, soit le fait d'imposer une obligation précontractuelle au commerçant pour que le consommateur soit adéquatement informé, dès l'annonce des versements périodiques à payer dans le cadre d'un contrat de service à exécution successive fourni à distance, de l'existence de frais exigés sur une base autre que périodique. La divulgation de ces frais contribue à une meilleure compréhension, dès l'annonce, du coût réel du service et à une prise de décision éclairée par le consommateur.

Toutefois, Union exprime des réserves quant à la manière dont cette obligation est intégrée au cadre juridique de la LPC et invite le législateur à envisager les ajustements suivants pour assurer une cohérence accrue.

En vertu de l'article 2 de la LPC, la Loi ne s'applique que lorsqu'un contrat est conclu, à l'exception des dispositions pratiques interdites puisque leur application n'est pas subordonnée à la conclusion d'un contrat en raison de l'article 217.

L'article 214.1.1 impose une obligation de type précontractuelle, puisqu'elle vise le **contenu de l'annonce faite** au consommateur **avant que celui-ci ne conclue un contrat**. Bien que le projet de loi n° 10 prévoit, à son article 18, que le non-respect du nouvel article 214.1.1 puisse faire l'objet d'une sanction administrative pécuniaire (SAP), nous estimons important d'intégrer le principe de l'article 214.1.1 au Titre II de la LPC, en tant que pratique interdite. Cela permettrait notamment au président de l'Office de la protection du consommateur (OPC) de demander au tribunal une injonction ordonnant au commerçant de ne plus se livrer à ladite pratique.

Ajout aux pratiques interdites

Concrètement, nous proposons que le principe de l'article 214.1.1 soit ajouté aux pratiques interdites mentionnées au Titre II par l'ajout d'un paragraphe b.1) au premier alinéa de l'article 224, avec les adaptations suivantes (afin que le libellé corresponde à un manquement):

« b.1) annoncer le montant des versements périodiques à effectuer pour l'obtention d'un service à exécution successive fourni à distance sans :

i) indiquer, si l'annonce est faite par écrit, clairement et lisiblement, à côté de ce montant, le montant des frais exigés sur une base autre que périodique pour obtenir le service ;

ii) mentionner, si l'annonce est faite verbalement, le montant de ces frais immédiatement après l'annonce du montant des versements périodiques ; » ;

Cette position stratégique dans la LPC permettrait aussi à cette règle de faire l'objet de sanctions pénales en cas de non-respect, conformément à l'article 278.

Recommandation (article 214.1.1)

5. Insérer, après le paragraphe b) du premier alinéa de l'article 224, le texte qui suit :

« b.1) annoncer le montant des versements périodiques à effectuer pour l'obtention d'un service à exécution successive fourni à distance sans :

i) indiquer, si l'annonce est faite par écrit, clairement et lisiblement, à côté de ce montant, le montant des frais exigés sur une base autre que périodique pour obtenir le service ;

ii) mentionner, si l'annonce est faite verbalement, le montant de ces frais immédiatement après l'annonce du montant des versements périodiques ; » ;

REVENTE DE BILLETS

Bien que, dans l'ensemble, Union accueille favorablement les dispositions du projet de loi relatives à la revente de billets de spectacle, nous estimons que le législateur devrait aller plus loin pour restreindre la revente de billets à un prix supérieur que le prix initial. Alors que le Royaume-Uni s'apprête à plafonner le gain que les plateformes numériques peuvent générer par billet revendu, **Union soutient que le législateur devrait interdire toute revente à un prix supérieur.** En contrepartie, les plateformes pourraient continuer d'imposer des frais limités, mais régis par un encadrement légal strict. **Cette mesure simple nous apparaît être la seule véritablement capable de contrer les nombreux problèmes liés à l'industrie de la revente, et au premier chef, l'explosion des prix pour les consommateurs, trop souvent privés de la capacité de se procurer des billets au prix initial auprès du producteur.**

Subsidiairement, si le législateur ne souhaite pas interdire la revente à un prix supérieur, celui-ci pourrait, à l'instar du Royaume-Uni, encadrer l'écart de prix permis entre le prix initial et le prix de revente d'un billet.

Cela dit, les nouvelles obligations proposées, comme l'exigence d'informer clairement le consommateur qu'il se trouve sur une telle plateforme et que des billets peuvent être offerts à moindre prix par le vendeur autorisé, ont un certain intérêt quoique leur application pratique reste à démontrer. L'encadrement accru des renseignements devant être divulgués avant la revente et l'interdiction de frais de transfert de billets nous apparaissent plus efficaces pour encadrer les frais indésirables et augmenter la transparence des transactions.

Quant à la limitation des prix de revente en l'absence du consentement du producteur, cette mesure s'apparente largement à l'encadrement actuel, et celui-ci s'avère peu efficace. Cette mesure semble par ailleurs formulée de manière à protéger d'abord l'intérêt des producteurs plutôt que celui des consommateurs. Cette mesure ne pourrait être jugée satisfaisante qu'en trouvant réponse à la question suivante : dans quel cas de figure un producteur peut-il avoir intérêt à permettre à un tiers revendeur la vente de billets à un prix supérieur, autrement qu'en ayant un intérêt pécuniaire direct dans cette revente ?

À notre avis, il s'agit là d'une porte dérobée pour permettre à des producteurs de revendre des billets à un prix qu'ils n'oseraient eux-mêmes afficher, en particulier lorsqu'il s'agit d'événements largement subventionnés par les gouvernements fédéral, provincial ou municipaux.

L'absence manifeste de blocage efficace des robots d'achat par les vendeurs autorisés, les préventes secrètes apparemment ouvertes aux seules plateformes de revente, les sections complètes de billets disponibles sur les plateformes de revente dans les minutes suivant une mise en vente, etc., militent en faveur d'un encadrement plus musclé que les propositions actuelles. À cela, il convient d'ajouter le double chapeau porté par certaines plateformes de billets où certaines agissent à la fois comme vendeur autorisé ET comme plateforme de revente, et ce, pour les mêmes événements.

Recommandations :

6. Interdire la revente d'un billet à un prix supérieur à son prix de vente initial et encadrer strictement les frais pouvant être facturés par les plateformes de revente.
7. Subsidiairement, encadrer l'écart de prix maximal permis entre le prix initial d'un billet et son prix de revente ;

ART. 236.0.1 :

Quiconque exploite une plateforme numérique dédiée à la revente de billets de spectacle doit, dès que le consommateur accède à la plateforme, l'informer de manière évidente et intelligible qu'il s'agit d'une plateforme de revente de billets de spectacle et que des billets peuvent être disponibles à un prix inférieur auprès du vendeur autorisé par le producteur du spectacle.

Lorsqu'une plateforme numérique offre à la fois des billets en vente et en revente, le consommateur doit être informé au même moment et de la même manière que certains billets disponibles sur la plateforme sont des billets en revente.

Union est d'avis que l'obligation d'informer le consommateur dès son arrivée sur la plateforme constitue une base pertinente, mais qu'elle demeure insuffisante à elle seule pour assurer une information véritablement utile. Une annonce générale à l'entrée du site peut être involontairement contournée par le consommateur qui, en effectuant une recherche sur Internet, se rendra non pas sur l'accueil de la plateforme, mais bien à l'endroit du site Web où les billets qu'il convoite sont annoncés. Il est donc essentiel que cette information accompagne concrètement le consommateur tout au long de son parcours transactionnel : l'avis devrait apparaître sur chaque page où des billets sont présentés en vue d'une transaction, et non seulement sur la page d'accueil.

Plus précisément, lorsqu'un billet est offert en revente, l'affichage devrait inclure un lien vers le site du vendeur autorisé ainsi qu'une indication du prix initial du billet. Ce type d'information contextuelle permettrait au consommateur de comprendre, au moment précis où il prend sa décision d'achat, qu'une option potentiellement moins coûteuse existe ailleurs. Sans ce lien direct, il pourrait s'avérer difficile pour le consommateur de retracer la plateforme de vente autorisée par le producteur, lorsque le nom de l'entreprise ne correspond pas au nom du site Internet. Qui plus est, un vendeur autorisé pourrait ainsi surveiller les plateformes présentant des liens qui pointent vers sa propre plateforme autorisée afin d'identifier des revendeurs avec lesquels celui-ci n'aurait pas conclu d'entente.

Cette exigence prend une importance particulière dans les situations où une même plateforme propose simultanément des billets en vente primaire et en revente. Dans ces cas, une information générale ne suffit pas à dissiper la confusion possible quant à la nature de l'offre consultée. L'affichage de l'avis prévu doit alors impérativement accompagner chaque billet pour permettre au consommateur de distinguer clairement les billets en revente (vraisemblablement plus dispendieux) des billets vendus par le producteur.

Recommandation (article 236.0.1) :

8. Exiger que l'information relative à la revente, incluant le prix initial du billet et un lien vers le vendeur autorisé, soit affichée de manière claire et uniforme sur chaque page transactionnelle et pour chaque billet concerné, plutôt que seulement sur l'accueil de la plateforme ;

ARTICLE 236.1 :

Nul ne peut revendre un billet de spectacle à un consommateur sans avoir, au préalable, porté expressément à la connaissance de celui-ci les renseignements suivants :

- a) l'identité du vendeur autorisé par le producteur du spectacle, la possibilité que des billets soient disponibles auprès de ce vendeur et le prix annoncé par ce dernier;
- b) le fait que le billet fait l'objet d'une revente;
- c) la place ou le siège que le billet permet d'occuper, sauf lorsque le billet n'accorde aucune place ou aucun siège spécifique;
- d) le nom du dernier propriétaire du billet.

Le prix exigé pour la revente d'un billet de spectacle ne peut être supérieur à celui annoncé par le vendeur autorisé par le producteur du spectacle, sauf si les conditions suivantes sont remplies :

- a) le consentement du producteur du spectacle pour revendre le billet à un prix supérieur a été obtenu au préalable;
- b) la revente s'effectue dans le respect de l'entente conclue avec le producteur du spectacle;
- c) le prix de revente maximal du billet auquel le producteur du spectacle a consenti a été porté expressément à la connaissance du consommateur avant la revente.

Union croit que la modification des dispositions sur les pratiques interdites en matière de revente de billets est l'occasion pour le législateur d'ajouter une obligation pour le commerçant, qui n'était auparavant pas prévue par la LPC. **Si le législateur ne retient pas les arguments visant soit à interdire la revente à un prix supérieur à celui fixé par le vendeur autorisé, soit à en plafonner le montant,** Union considère que le revendeur devrait, à tout le moins, être tenu d'afficher clairement, sur sa plateforme numérique, la preuve du consentement du producteur du spectacle à une telle revente. Une telle exigence permettrait au consommateur de vérifier que la transaction de revente est autorisée et légitime, et le cas échéant, de signaler à l'OPC une pratique non conforme.

Recommandation (article 236.1) :

9. Obliger le revendeur à afficher, sur sa plateforme numérique, la preuve que le producteur du spectacle a consenti à ce que les billets du spectacle qu'il produit soient revendus à un prix supérieur ;

ARTICLE. 236.2.1 :

Le producteur d'un spectacle doit, dans les plus brefs délais, informer le vendeur autorisé et le revendeur avec lequel il a conclu une entente pour la revente de billets de l'annulation de l'événement ou de toute modification de son horaire ou de son lieu.

Cet article relève en apparence d'une relation d'affaires entre deux commerçants.

Recommandation (article 236.2.1) :

10. Dans les limites de faisabilité, obliger le producteur à maintenir, avec chaque billet vendu, un lien technologique lui permettant d'aviser le détenteur actuel du billet de toute modification à l'événement.

ARTICLE. 236.5 :

Nul ne peut exiger de frais pour le transfert d'un billet de spectacle.

Union considère qu'il serait pertinent de préciser que cette interdiction s'étend également à l'ensemble des frais afférents au fonctionnement de la plateforme utilisée pour effectuer le transfert.

Recommandation (article 236.5) :

11. Préciser que les frais qui ne peuvent être exigés pour le transfert d'un billet de spectacle incluent les frais afférents au fonctionnement de la plateforme.

LA FORCE D'UN RÉSEAU

ASSOCIATIONS MEMBRES :

ACEF Appalaches – Beauce – Etchemins

ACEF de l'Est de Montréal

ACEF de Laval

ACEF du Grand-Portage

ACEF du Sud-Ouest de Montréal

ACEF du Nord de Montréal

ACEF Estrie

ACEF Lanaudière

ACEF Montérégie-Est

ACEF Rive-Sud de Montréal

Espace Finances Lévis

Centre d'intervention budgétaire et sociale (CIBES) de la Mauricie

Service d'Aide au Consommateur (Mauricie)

ASSOCIATIONS AFFILIÉES :

Association des consommateurs pour la qualité dans la construction (ACQC)

Centre d'éducation financière EBO (Ottawa)

union
des consommateurs

Téléphone : 514 521-6820
Sans frais : 1 888 521-6820
Télécopieur : 514 521-0736

info@uniondesconsommateurs.ca
uniondesconsommateurs.ca

7000, avenue du Parc, bureau 201
Montréal (Québec) H3N 1X1