



**Mémoire présenté par 514-BILLETS.COM**

**lors des consultations particulières et auditions publiques**

**de la Commission des relations avec les citoyens**

**de l'Assemblée nationale du Québec**

**sur le projet de loi n° 25,**

**Loi visant à interdire la revente de billets de spectacle**

**à un prix supérieur au prix annoncé par le vendeur autorisé**

**Québec, le 13 septembre 2011**

## RÉSUMÉ

Dans ce mémoire, 514-BILLETS.COM, une société québécoise légalement constituée et l'un des principaux courtiers de billets en ligne au Québec, fait un bref survol de l'industrie de la revente de billets avant d'aborder l'approche privilégiée par le législateur dans le projet de loi no 25 [Loi visant à interdire la revente de billets de spectacle à un prix supérieur au prix annoncé par le vendeur autorisé], puis de formuler des propositions.

Après avoir souligné qu'à sa face même, le projet de loi fait écho aux revendications que l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (l'ADISQ) et à la déclaration de guerre de l'Association professionnelle de l'industrie de l'humour du Québec, 514-BILLETS.COM réfère à une étude globale et exhaustive du gouvernement australien qui a conclu que la revente de billets sur le marché secondaire répond autant aux besoins des consommateurs et des consommatrices que de l'industrie (promoteurs ou organisateurs d'événements et artistes).

Outre les expériences vécues par divers États qui ont majoritairement décidé d'assouplir ou de renoncer à leurs actions législatives, 514-BILLETS.COM mentionne une étude d'un universitaire de renom qui conclut que toute tentative de contrôler la revente de billets est un gaspillage de ressources publiques.

À la lumière de ces constats et de diverses données, il est difficile de voir comment le projet de loi n° 25 parviendra à contrôler les sites de revente étrangers qui s'immisceront dans le marché québécois afin d'y occuper la place vacante à la suite de la disparition des courtiers de billets québécois. 514-BILLETS.COM est d'opinion que l'interdiction de la revente de billets aggravera la situation au détriment des intérêts non seulement des consommateurs et des consommatrices, mais également de l'industrie québécoise du spectacle.

En plus d'éliminer un service qui répond pourtant à un besoin réel et qui est rendu par des entreprises qui respectent les règles de conduite exemplaires qu'elles se sont imposées, le projet de loi aura inévitablement pour effet d'inciter l'industrie de la revente de billets à changer tout simplement de forme, sans toutefois parvenir à la faire disparaître complètement; ce faisant, le gouvernement compromettra sa capacité à surveiller et à encadrer cette industrie. De plus, le projet de loi déplacera le marché de la revente de billets vers l'extérieur du Québec, ce qui entraînera la résurgence d'un marché noir et de pratiques douteuses, tout en privant les gouvernements de revenus fiscaux importants.

514-BILLETS.COM suggère donc des mesures d'encadrement qui permettront au législateur d'éviter de « jeter le bébé avec l'eau du bain ».

## I. 514-BILLETS.COM

514-BILLETS.COM est une société commerciale qui a été constituée au Québec en 2002 et qui est active dans le domaine du courtage de billets de spectacles et d'événements sportifs.

Nous offrons aux consommateurs et aux consommatrices qui font appel à nos services la possibilité d'acheter des billets ou de vendre les leurs.

Notre **service d'achat** répond aux besoins des personnes qui souhaitent assister à un spectacle ou à un événement et qui n'ont pas pu se procurer des billets lors de leur mise en vente initiale. Ce service permet aussi de se procurer des billets qui ne sont pas disponibles pour le grand public; par exemple, la plupart des sièges pour les matchs des Canadiens de Montréal sont réservés aux détenteurs et détentrices d'abonnements (*season tickets*), de sorte que les personnes désirant assister à un match n'ont d'autre choix que de faire appel aux services d'un courtier afin d'obtenir des billets.

Notre **service de vente** donne la possibilité aux personnes qui veulent se départir de leurs billets, de trouver preneurs par notre entremise. De fait, **la majorité des billets disponibles sur le site 514-BILLETS.COM appartiennent à des personnes qui désirent s'en départir.**

514-BILLETS.COM s'est taillé une solide réputation en raison du professionnalisme, de la transparence et de l'intégrité qui caractérisent ses pratiques. Ses règles de conduite exemplaires lui ont permis de mériter et de conserver la confiance de plusieurs milliers de clients et de clientes fidèles, et de devenir l'un des deux plus importants courtiers de billets du Québec.

Le fait qu'aucune plainte n'ait été portée à son endroit auprès de l'Office de la protection du consommateur (OPC), de même que des ventes annuelles qui se sont chiffrées à environ quatre millions de dollars (4 M\$) en 2010, en témoignent éloquemment.

La valeur ajoutée de nos services est indéniable. Elle se concrétise par :

- 1) une **politique de plein remboursement** de tout achat jusqu'à 30 jours avant l'événement, ce que n'offrent pas les billetteries officielles;
- 2) la possibilité pour les consommateurs et les consommatrices de **vendre leurs billets sans tracas, en toute sécurité, et aux prix qu'ils ou elles souhaitent**;
- 3) **un service personnalisé, efficace et en français** (p. ex. la recherche de billets, la livraison des billets au moment et au lieu de préférence du consommateur ou de la consommatrice);
- 4) une **garantie de validité** assurant les consommateurs et les consommatrices qu'ils n'achètent pas de billets contrefaits ou volés;
- 5) la **disponibilité de billets** pour des événements autrement inaccessibles (p. ex. pour des matchs de hockey, des spectacles à guichets fermés);
- 6) la possibilité de se procurer des billets **sans pression induite dans un environnement sécuritaire** et donc propice à des achats réfléchis et éclairés.

## II. NOTRE INDUSTRIE

Nous sommes actifs dans le marché secondaire de la vente de billets, un secteur d'activité dont la popularité est un phénomène mondial, comme le confirme l'*Étude d'impact concernant la revente de billets de spectacle* que la firme Raymond Chabot Grant Thornton (RCGT) a présentée à l'OPC au mois de mai dernier.

Dans cette étude, on évalue à **53,2 % la part nette des courtiers de billets** dans ce marché, tout en précisant que la revente de consommateur à consommateur représente 29,3 % de ce marché et que la part des revendeurs de rue (*scalpers*) est estimée à 17,5 % (pages 11 et 12).

Comme le démontre de manière claire et non équivoque l'enquête NETendances 2010 du Centre facilitant la recherche et l'innovation dans les organisations (CEFRIO) sur le commerce électronique et les services bancaires en ligne, la vente de billets sur Internet connaît un essor important. L'enquête signale entre autres qu'« en 2010, 49 % des internautes québécois qui ont acheté en ligne se sont procuré des billets de spectacle, de cinéma ou de divertissement (théâtre, hockey, danse, etc.) » (p. 14).

Selon l'OPC, ces achats en ligne représentent maintenant 46,5 % de tous les billets vendus. Les données de l'OPC, de même que celles de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ) de l'Institut de la statistique du Québec (ISQ), confirment la nette progression de l'industrie de la vente de billets au Québec, tant dans le marché primaire que secondaire.

L'étude susmentionnée de RCGT définit ces deux (2) marchés :

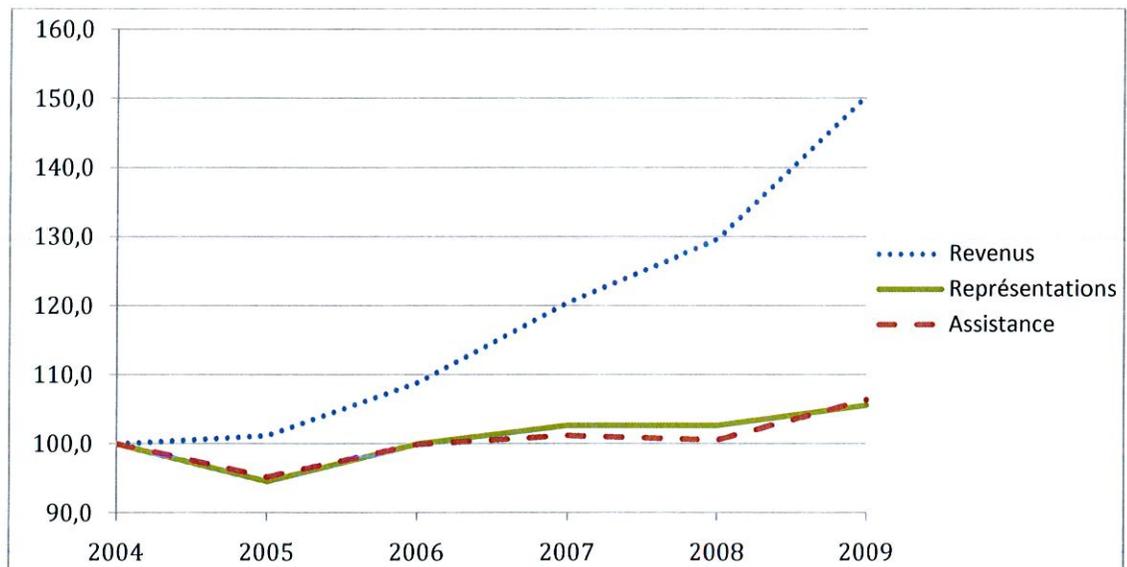
- le **marché primaire** « regroupe les acheteurs qui se procurent des billets par l'intermédiaire du vendeur autorisé par le producteur d'événement. La vente peut avoir lieu à une billetterie autorisée, au tarif autorisé » (p. 10);

- le **marché secondaire** « est constitué des acheteurs qui se procurent des billets par l'intermédiaire d'un vendeur non autorisé par le producteur. Il peut s'agir de sites Internet de courtage, de la vente de consommateur à consommateur et des revendeurs de rue (scalpers) » (p. 10).

Dans l'édition d'octobre 2010 du bulletin *statistiques en bref*, consacrée à la fréquentation des arts de la scène en 2009, l'OCCQ souligne que, « depuis 2004, le nombre de représentations, les billets disponibles et l'assistance ont progressé de façon quasi linéaire, alors que les revenus de billetterie ont connu un taux de croissance annuel moyen (TCAM) de 9 % » (p. 3). Le graphique ci-dessous permet de visualiser ces résultats et la tendance qui s'ensuit.

#### INDICE DE LA QUANTITÉ DE REPRÉSENTATIONS, D'ENTRÉES ET DE REVENUS DE BILLETTERIE EN ARTS DE LA SCÈNE, QUÉBEC, DE 2004 À 2009

Indice (2004 = 100)



**Note :** Revenus de billetterie excluant les taxes.

**Source :** Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec (tiré de statistiques en bref, no 67, octobre 2010, p. 3)

Selon les données de l'OCCQ, au Québec, entre 2007 et 2009 :

- le nombre de **représentations payantes** et de spectateurs ont augmenté respectivement de près de 3 % et d'un peu plus de 5 %, et leurs **revenus de billetterie** ont affiché une **hausse de près 25 %**;
- l'assistance aux **spectacles d'humour** a augmenté de 36 % et leurs **revenus de billetterie** ont enregistré une **hausse de 83 %**.

### III. L'approche privilégiée par le législateur

Au mois de juin dernier, le ministre de la Justice et ministre responsable de l'Office de la protection du consommateur a présenté à l'Assemblée nationale du Québec le projet de loi n° 25 intitulé « Loi visant à interdire la revente de billets de spectacles à un prix supérieur au prix annoncé par le vendeur autorisé ».

À sa face même, le projet de loi fait écho aux revendications que l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (l'ADISQ) répète depuis son Gala de 2010 et à la déclaration de guerre lancée quelques semaines plus tard par la présidente de l'Association professionnelle de l'industrie de l'humour du Québec. Ce faisant, l'approche retenue par le législateur :

- est fondée sur des prétentions erronées qui témoignent d'une méconnaissance profonde de notre industrie;
- s'écarte de la voie de l'encadrement pourtant évoquée dans le rapport de l'OPC au ministre de la Justice;
- va carrément à l'encontre de la tendance mondiale qui favorise largement l'encadrement.

Dans une étude globale et exhaustive intitulée « Consumers and the Ticket Market » qu'il a publiée en 2010, le ministère de la Trésorerie du gouvernement australien a conclu que la revente de billets sur le marché secondaire répond autant aux besoins des consommateurs et des consommatrices que de l'industrie (promoteurs ou organisateurs d'événements et artistes).

Depuis 2011, l'Australian Consumer Act encadre le marché secondaire de la vente de billets en offrant une protection contre les pratiques déloyales et en interdisant les fausses représentations sur les prix. Quant à la revente par Internet, la politique de laissez-faire de l'État australien vise à promouvoir le développement du commerce électronique, sans exclure pourtant des interventions, si nécessaire.

De son côté, le gouvernement du Royaume-Uni a conclu en 2010 à l'inutilité d'encadrer davantage le marché secondaire de la revente de billets pour des événements sportifs.

Aux États-Unis, la plupart des États ont adopté des lois relatives à la revente de billets. L'arrivée et la progression fulgurante d'Internet a compliqué considérablement, voire rendu impossible leur application, car le web a permis aux personnes qui le désiraient de prendre contact avec des revendeurs établis dans des États où la revente était légale. Les interdictions de revendre des billets à des prix plus élevés que leurs prix nominaux s'avérant désuètes, les entités législatives ont majoritairement décidé d'assouplir ou d'abolir leurs lois; seuls quelques États ont maintenu leur interdiction.

Au Canada, bien que les lois du Manitoba et de l'Ontario soient sévères, leur application est souple, les revendeurs majeurs n'ayant été l'objet d'aucune poursuite. La loi ontarienne, qui a été adoptée en 1990, s'est butée à l'apparition d'Internet et à sa progression fulgurante; en pratique, elle s'est avérée inapplicable.

Dans une analyse économique sur la fluctuation des prix de billets revendus, M. David E. Harrington, professeur au département de sciences économiques du Kenyon College, a conclu que les prix demeurent généralement inchangés à la suite de l'imposition de plafonds sur la revente de billets.

Intitulée « Uncapping Ticket Markets », cette analyse a comparé les prix des billets pour des matchs de la Ligue nationale de hockey (LNH) dans des États américains ayant ou non des plafonds de revente.

Selon le professeur Harrington, ces plafonds s'avèrent tellement difficiles à faire respecter qu'ils deviennent inutiles. Internet permettant aux consommateurs et aux consommatrices de se procurer des billets auprès de revendeurs établis à l'extérieur des frontières de l'État, il considère que **toute tentative de contrôler la revente de billets est un gaspillage de ressources publiques.**

Tout comme leurs voisins immédiats du Sud, les Québécois et les Québécoises utilisent de plus en plus le réseau Internet pour acheter leurs billets. Les études de RCGT et du CEFRIO, de même que les données de l'OCCQ précédemment mentionnées, confirment cet état de fait. À la lumière de ces constats, il est difficile de voir comment le projet de loi n° 25 parviendra à contrôler les sites de revente étrangers qui s'immisceront dans le marché québécois afin d'y occuper la place vacante à la suite de la disparition des courtiers de billets québécois.

Le professeur Harrington identifie aussi un autre problème découlant de l'imposition de plafonds sur la revente de billets, soit leur influence négative sur le nombre de spectateurs et de spectatrices assistant aux événements. En effet, lorsque les détenteurs et les détentrices de billets qui désirent s'en débarrasser hésitent à le faire par crainte de représailles, ils finissent par les conserver et n'assistent pas à l'événement. Ce comportement explique pourquoi il y a des auditoriums clairsemés.

En privant les consommateurs et les consommatrices d'un accès à des services sécuritaires offerts par des entreprises comme 514-BILLETS.COM, il est probable que nombre de détenteurs et de détentrices de billets au Québec feront de même et que plusieurs événements risqueront de ne plus faire salle comble.

Nous sommes d'avis que l'approche retenue dans le projet de loi no 25 aggravera la situation au détriment des intérêts non seulement des consommateurs et des consommatrices, mais également de l'industrie québécoise du spectacle.

En plus d'éliminer un service qui répond pourtant à un besoin réel et qui est rendu par des entreprises qui respectent les règles de conduite exemplaires qu'elles se sont imposées, le projet de loi n° 25 aura inévitablement pour effet :

- a) d'inciter l'industrie de la revente de billets à changer tout simplement de forme, sans toutefois parvenir à la faire disparaître complètement; ce faisant, le gouvernement compromettra sa capacité à surveiller et à contrôler cette industrie;
- b) de déplacer le marché de la revente de billets vers l'extérieur du Québec, ce qui entraînera la résurgence d'un marché noir et de pratiques douteuses, tout en privant les gouvernements de revenus fiscaux importants;
- c) de contraindre des entreprises de courtage de billets aux pratiques exemplaires de cesser leurs activités, de fermer leurs portes et de condamner des personnes au chômage.

#### IV. Pour une approche plus souple et plus efficace

À la lumière des remarques précédentes, il appert qu'un encadrement de la revente de billets telle qu'évoquée par l'OPC serait une approche beaucoup plus efficace, car il permettrait aux consommateurs et aux consommatrices d'acheter leurs billets dans un environnement contrôlé et sécuritaire, c'est-à-dire sans avoir à marchander avec des revendeurs au noir ou établis à l'étranger, et avec la certitude d'acquiescer de vrais billets.

En plus de permettre au gouvernement de surveiller et de contrôler cette activité commerciale, le cadre réglementaire que nous préconisons pourrait prévoir un mécanisme de révision périodique assurant l'adaptation du cadre à l'évolution technologique et, par le fait même, son efficacité.

Selon nous, un encadrement sérieux et rigoureux devrait comporter les éléments ci-dessous. Si certains d'entre eux ont été sérieusement envisagés par l'OPC, **la très grande majorité constitue déjà des règles de conduite que 514-BILLETS.COM s'est imposées.**

A. L'obligation de posséder un titre et une licence de revendeur autorisé

Le gouvernement serait ainsi en mesure de surveiller les activités de revente de billets par le biais d'Internet et de réglementer le nombre de courtiers de billets actifs sur le marché ainsi que leurs pratiques.

B. L'obligation d'avoir une adresse permanente au Québec

En plus de pouvoir bénéficier de la revente de billets par le biais de l'impôt et de la taxation, le gouvernement serait en mesure d'exercer un réel pouvoir de surveillance et de contrôle sur cette activité commerciale.

C. L'obligation de faire de la revente de billets l'activité principale de l'entreprise

En plus d'éliminer toute possibilité de confusion entre les deux (2) types de marché (celui de la vente et celui de la revente de billets), cette contrainte permettrait d'éviter d'installer, dans l'esprit des consommateurs et des consommatrices, une perception de connivence en vue de faire grimper artificiellement les prix.

D. L'interdiction d'utiliser des systèmes d'achats massifs

L'interdiction de recourir à des « robots » donnerait des chances égales aux consommateurs et consommatrices ainsi qu'aux courtiers de billets de se procurer des billets auprès des billetteries officielles, ce qui éviterait à la fois une prise de contrôle du marché primaire ainsi qu'une rareté artificielle susceptible d'être créée par une « ponction » substantielle de billets pour le marché secondaire.

E. L'interdiction de mettre en vente des billets avant de les posséder

Cette contrainte permettrait de s'assurer que les consommateurs et les consommatrices aient en main des renseignements exacts (p. ex. la date et l'heure de l'événement) et de prévenir la spéculation sur les prix des billets.

F. L'obligation de s'identifier et de déclarer clairement son statut de revendeur

Cette mesure éviterait toute confusion dans l'esprit des consommateurs et des consommatrices.

G. L'obligation d'afficher clairement le prix de vente nominal du billet et de mentionner le prix de vente final

Cette contrainte permettrait de s'assurer que les consommateurs et les consommatrices soient parfaitement informés des tenants et aboutissants des transactions.

H. L'obligation d'adopter et de respecter une politique de remboursement

L'obligation pour les revendeurs de rembourser pleinement, jusqu'à 30 jours avant la date de l'événement, les acheteurs et les acheteuses qui se retrouvent dans l'impossibilité d'y assister, contraindrait l'industrie à offrir en tout temps un service fiable et, par le fait même, à faire preuve de professionnalisme.

## V. En guise de conclusion

Fondé sur un principe fort louable avec lequel nous sommes tout à fait d'accord, le projet de loi n° 25 ne permet malheureusement pas de protéger adéquatement ni les consommateurs et les consommatrices ni l'industrie québécoise du spectacle.

Plutôt que de tenter de répéter une action qui s'est avérée non concluante et qui a obligé nombre d'États à assouplir ou à abandonner leurs législations, le gouvernement devrait plutôt **encadrer** cette activité commerciale afin d'éviter de « jeter le bébé avec l'eau du bain ».

Autrement dit de forcer des entrepreneurs qui ont bâti des sociétés dynamiques et profitables à cesser leurs activités, et priver ainsi les dizaines de milliers de personnes de services bien adaptés à leur mode de vie et répondant parfaitement à leurs attentes et à leurs besoins.



## Hyperliens

- Étude du CEFRIO (p. 5)  
[http://www.cefrio.qc.ca/fileadmin/documents/Publication/NETendances-Vol1\\_5.pdf](http://www.cefrio.qc.ca/fileadmin/documents/Publication/NETendances-Vol1_5.pdf)
- Bulletins *statistiques en bref* (p. 5 et 6)  
[http://www.stat.gouv.qc.ca/observatoire/publicat\\_obs/pdf/Stat\\_BrefNo67.pdf](http://www.stat.gouv.qc.ca/observatoire/publicat_obs/pdf/Stat_BrefNo67.pdf)
- Étude « Consumers and the Ticket Market » (p. 7 et 8)  
[http://www.treasury.gov.au/documents/1914/PDF/Ticket\\_scalping\\_report.pdf](http://www.treasury.gov.au/documents/1914/PDF/Ticket_scalping_report.pdf)
- Recherche « Uncapping Ticket Markets » (p. 8 et 9)  
<http://www.cato.org/pubs/regulation/regv33n3/regv33n3-6.pdf>

CRC – 007MA  
 C.P. – P.L. 25  
 Revente de billets  
 de spectacle

The Library of Congress > THOMAS Home > Bills, Resolutions > Search Results

**Bill Text**  
**112th Congress (2011-2012)**  
**H.R.950.IH**

<b>THIS SEARCH</b>	<b>THIS DOCUMENT</b>	<b>GO TO</b>
<a href="#">Next Hit</a>	<a href="#">Forward</a>	<a href="#">New Bills Search</a>
<a href="#">Prev Hit</a>	<a href="#">Back</a>	<a href="#">HomePage</a>
<a href="#">Hit List</a>	<a href="#">Best Sections</a>	<a href="#">Help</a>
	<a href="#">Contents Display</a>	

[Print](#) [Subscribe](#) [Share/Save](#)

<a href="#">Bill PDF</a>	<a href="#">XML [Help]</a>	<a href="#">Printer Friendly[Help]</a>	<a href="#">Congressional Record References</a>	<a href="#">Bill Summary &amp; Status</a>
--------------------------	----------------------------	--	---	---

**H.R.950 -- Ticket Act (Introduced in House - IH)**

HR 950 IH

112th CONGRESS

1st Session

H. R. 950

To prohibit restrictions on the resale of event tickets sold in interstate commerce as an unfair or deceptive act or practice.

**IN THE HOUSE OF REPRESENTATIVES**

**March 8, 2011**

Mr. MATHESON (for himself and Mr. TERRY) introduced the following bill; which was referred to the Committee on Energy and Commerce

**A BILL**

To prohibit restrictions on the resale of event tickets sold in interstate commerce as an unfair or deceptive act or practice.

*Be it enacted by the Senate and House of Representatives of the United States of America in Congress assembled,*

**SECTION 1. SHORT TITLE.**

This Act may be cited as the 'Ticket Act'.

**SEC. 2. FINDINGS.**

Congress finds the following:

- (1) Sponsors and promoters of major music, sporting, and theatrical events are increasingly seeking to control the resale of tickets to such events in the secondary market, by employing restrictive State laws, imposing and enforcing onerous contractual or license terms, and imposing technological barriers on ticket resale.
- (2) Such restrictions and downstream controls substantially impede interstate commerce in event tickets, drive up ticket prices, reduce availability of tickets to interested purchasers, narrow the choices available to the public, and are unfair to consumers.
- (3) Eliminating such restrictions and applying free market principles to the secondary market in event tickets would encourage a robust competitive marketplace in such tickets, would promote the healthy growth of electronic commerce in such tickets in online marketplaces, and would be in the best interests of ticket purchasers, fans, and the general public.
- (4) Purchasers of event tickets, whether in the primary or secondary ticket markets, are entitled to minimum consumer protection standards, including provisions for full refunds of ticket purchases in appropriate circumstances.
- (5) In order to achieve a nationwide free market in resale of event tickets, Congress must act to preempt State or local laws that unjustifiably restrict such resales, while preserving State and local authority to legislate or regulate to prevent fraud, maintain public order, or vindicate other legitimate State and local interests.

**SEC. 3. DEFINITIONS.**

In this Act:

- (1) COMMISSION- The term 'Commission' means the Federal Trade Commission.
- (2) EVENT- The term 'event' means any concert, theatrical performance, sporting event, exhibition, show, or similar scheduled activity, taking place in a venue with a seating or attendance capacity exceeding 1,000 persons--

(A) that is open to the general public;

(B) for which an admission fee is charged; and

(C) that is promoted, advertised, or marketed in interstate commerce or for which event tickets are generally sold in interstate commerce.

(3) **EVENT TICKET-** The term 'event ticket' means any physical, electronic, or other form of a certificate, document, voucher, token, or other evidence indicating that the bearer, possessor, or person entitled to possession through purchase or otherwise has--

(A) a revocable or irrevocable right, privilege, or license to enter an event venue or occupy a particular seat or area in an event venue with respect to one or more events; or

(B) an entitlement to purchase such a right, privilege, or license with respect to one or more future events.

(4) **PERSON-** The term 'person' means any natural person, partnership, corporation, association, or other legal entity, including any person acting under color or authority of State law.

(5) **RESALE-** The term 'resale' includes any form of transfer, or offering to transfer, of possession or entitlement to possession of an event ticket from one person to another, with or without consideration, whether in person or by means of telephone, mail, delivery service, facsimile, Internet, email, or other electronic means. The term 'resale' does not include the initial sale of an event ticket by the ticket issuer.

(6) **STATE-** The term 'State' means any of the several States, the District of Columbia, the Commonwealth of Puerto Rico, or any other territory or possession of the United States.

(7) **TICKET ISSUER-** The term 'ticket issuer' means any person that first makes event tickets available, directly or indirectly, to the general public, and may include--

(A) the operator of a venue;

(B) the sponsor or promoter of an event;

(C) a sports team participating in an event or a league whose teams are participating in an event;

(D) a theater company, musical group or similar participant in an event; or

(E) an agent of any such person.

(8) **VENUE-** The term 'venue' means the theater, stadium, field, hall, or other facility where an event takes place.

#### **SEC. 4. PROHIBITION.**

→ (a) **Unlawful Conduct-** Except as otherwise provided in this Act, it shall be unlawful for any ticket issuer to prohibit or restrict the resale or offering for resale of an event ticket by a lawful possessor thereof.

(b) **Activities Described-** Activities prohibited to ticket issuers by this Act include--

(1) purporting to impose license or contractual terms on the initial sale of event tickets (including terms printed on the back of a physical ticket) that prohibit resale of the ticket, or restrict the price or other terms and conditions under which a ticket may be resold;

(2) requiring the purchaser of a ticket, whether for a single event or for a series or season of events, to agree not to resell the ticket, or to resell the ticket only through a specific channel approved by the ticket issuer;

(3) bringing legal action, based on an unlawful prohibition or restriction on resale of an event ticket, against--

(A) a purchaser who resells or offers to resell an event ticket without permission of the ticket issuer, or in violation of a restriction purportedly imposed by the ticket issuer;

(B) persons who facilitate or provide services for the resale of event tickets without such permission or in alleged violation of such a restriction; or

(C) the operator of a physical or electronic marketplace in which a ticket is offered for resale without such permission or in alleged violation of such a restriction;

(4) imposing any penalty on a ticket purchaser who resells or offers to resell an event ticket without permission or in violation of a restriction purportedly imposed by the ticket issuer, or treating such a purchaser in any material way less favorably than a similarly situated purchaser who does not resell or offer to resell an event ticket, or who complies with resale restrictions purportedly imposed by the ticket issuer;

(5) employing technological means, including any means of promoting, carrying out, documenting or verifying sales of event tickets, or of controlling entry to venues by lawful possessors of event tickets, that have the effect of prohibiting or restricting the ability of purchasers to resell such tickets; or

(6) seeking to limit or restrict the price, or to impose a minimum or maximum price, at which an event ticket may be resold.

#### **SEC. 5. CONSUMER PROTECTION MINIMUM STANDARDS.**

→ (a) **Unlawful Conduct-** It shall be unlawful for any person to engage in the primary or resale market for event ticket sales in any manner specified in subsection (b) without complying with the consumer protection minimum standards specified in this section with regard to event ticket sales.

(b) **Application-** This section applies to all persons engaged in the trade or business of--

- (1) acting as a ticket issuer;
  - (2) engaging in the resale of event tickets, except in the case of an individual engaged in resales of no more than 25 tickets in any one year; or
  - (3) providing a physical or electronic marketplace for the sale or resale of event tickets by other persons.
- (c) Compliance- A person subject to this section may comply with its provisions by conducting its sales or resales of event tickets in a physical or electronic marketplace that provides the consumer protection minimum standards specified in this section.
- (d) General Requirements- All persons subject to this section shall--
- (1) maintain a toll-free telephone number for complaints and inquiries regarding its activities in the sale or resale of event tickets; and
  - (2) implement and reasonably publicize a standard refund policy that meets the minimum standards stated in subsection (d).
- (e) Requirements of Refund Policy- The standard refund policy described in subsection (c)--
- (1) shall provide a consumer who purchases an event ticket from the person a full refund if--
    - (A) the event is canceled before the scheduled occurrence of the event, and is not rescheduled;
    - (B) the event ticket sold by the person and received by the purchaser is counterfeit;
    - (C) the event ticket has been canceled by the ticket issuer for nonpayment by the original purchaser, or for any reason other than an act or omission of the consumer;
    - (D) the event ticket materially and to the detriment of the consumer fails to conform to the description provided by the seller; or
    - (E) the event ticket was not delivered to the consumer prior to the occurrence of the event, unless such failure of delivery was due to any act or omission of the consumer;
  - (2) shall include in a full refund the full price paid by the consumer for the event ticket, together with any fees charged in connection with that purchase, including convenience fees, processing fees, at-home printing charges, shipping and handling charges, or delivery fees; and
  - (3) may condition entitlement to a refund upon timely return of the ticket purchased, and may include reasonable safeguards against abuse of the policy.
- (f) Requirements as Minimum Requirements- Nothing in this section shall be construed to prohibit any person subject to this section from implementing consumer protection policies that exceed the minimum standard set forth in this section, and that are otherwise compliant with this Act.

## SEC. 6. ENFORCEMENT.

- (a) Unfair and Deceptive Act or Practice- Any violation of section 4 or 5 shall be treated as a violation of a rule under section 18 of the Federal Trade Commission Act regarding unfair or deceptive acts or practices.
- (b) Enforcement by the Federal Trade Commission- The Commission shall enforce this Act in the same manner, by the same means, and with the same jurisdiction, powers and duties, as though all applicable provisions of the Federal Trade Commission Act were incorporated into and made a part of this Act.
- (c) Enforcement by States-
- (1) CIVIL ACTION- In any case in which the attorney general of a State, or an agency of a State responsible for consumer protection, has reason to believe that an interest of the residents of that State has been or is adversely affected by any person who violates section 4 or 5 of this Act, the attorney general or the State agency, as parens patriae, may bring a civil action on behalf of the residents of the State in a district court of the United States of appropriate jurisdiction--
    - (A) to enjoin further violation of section 4 or 5 by the defendant; or
    - (B) to obtain damages on behalf of residents of the State, in an amount equal to the greater of--
      - (i) the actual monetary loss suffered by such residents; or
      - (ii) the amount determined under paragraph (2).
  - (2) STATUTORY DAMAGES-
    - (A) IN GENERAL- For purposes of paragraph (1)(B)(ii), the amount determined under this paragraph is the amount calculated by multiplying the number of violations by up to \$100, with each ticket subject to an unlawful prohibition or restriction, or sold or offered to be sold in violation of section 5, counted as a separate violation.
    - (B) LIMITATION- For any violation of section 4 or 5 with respect to any one event, the amount determined under subparagraph (A) may not exceed \$1,000,000.
  - (3) ATTORNEY FEES- In the case of any successful action under paragraph (1), the court, in its discretion, may award the costs of the action and reasonable attorney fees to the State.
  - (4) RIGHTS OF FEDERAL REGULATORS- The State shall serve prior written notice of any action under paragraph (1) upon the Federal Trade Commission and provide the Commission with a copy of its complaint, except in any case in which such prior notice is not feasible, in which case the State shall serve such notice immediately upon instituting such action. The Federal Trade Commission shall have the right--
    - (A) to intervene in the action;

- (B) upon so intervening, to be heard on all matters arising therein;
  - (C) to remove the action to the appropriate United States district court; and
  - (D) to file petitions for appeal.
- (5) CONSTRUCTION- For purposes of bringing any civil action under paragraph (1), nothing in this Act shall be construed to prevent an attorney general of a State from exercising the powers conferred on the attorney general by the laws of that State to--
- (A) conduct investigations;
  - (B) administer oaths or affirmations; or
  - (C) compel the attendance of witnesses or the production of documentary and other evidence.
- (6) VENUE; SERVICE OF PROCESS-
- (A) VENUE- Any action brought under paragraph (1) may be brought in the district court of the United States that meets applicable requirements relating to venue under section 1391 of title 28, United States Code.
  - (B) SERVICE OF PROCESS- In an action brought under paragraph (1), process may be served in any district in which the defendant--
    - (i) is an inhabitant; or
    - (ii) maintains a physical place of business.
- (7) LIMITATION ON STATE ACTION WHILE FEDERAL ACTION IS PENDING- If the Commission has instituted a civil action or an administrative action for violation of this Act, no State attorney general, or official or agency of a State, may bring an action under this subsection during the pendency of that action against any defendant named in the complaint of the Commission for any violation of this Act alleged in the complaint.

## SEC. 7. EFFECT ON STATE LAW.

- (a) Preemption in General- Except as otherwise provided in this section, this Act preempts and supersedes any inconsistent statute, regulation, or rule of a State or political subdivision of a State that purports to permit any action prohibited by this Act, but only to the extent of such inconsistency.
- (b) Preemption of Antiscalping Laws- This Act preempts and supersedes any statute, regulation, or rule of a State or political subdivision of a State that limits the price at which an event ticket may be resold.
- (c) Savings- Nothing in this Act shall be construed to preempt the applicability of the law of a State or political subdivision of a State that--
  - (1) regulates or prohibits the sale or resale of event tickets--
    - (A) based on proximity of the location of sale to the location of a venue; or
    - (B) in a manner that constitutes disorderly conduct or breach of the peace;
  - (2) empowers the operator of a venue or its agent to deny admission to any person, or to eject any person from an event, in order to preserve public safety or order, or to prevent or restrict the admission of minors;
  - (3) prohibits fraud, deception, or similar practices in connection with the sale or resale of tickets, or prohibits the sale or resale of counterfeit tickets;
  - (4) treats a ticket as a license for any purpose other than the prohibition or restriction of resale;
  - (5) regulates the initial sale of event tickets by limiting the number of tickets that may be purchased from a ticket issuer by a single person; or
  - (6) prohibits the intentional circumvention of technological means employed by ticket issuers to enforce limitations on the number of tickets that may be purchased by a single person, or the sale or distribution of devices, computer programs, or other tools for the purpose of such circumvention.

## SEC. 8. EXCEPTIONS.

Nothing in this Act shall be interpreted to invalidate restrictions on the resale of tickets imposed by--

- (1) sponsors or promoters of events intended solely to benefit charitable endeavors, for which all tickets are distributed free of charge;
- (2) not-for-profit educational institutions, with respect to athletic events involving athletes or teams of such institutions, to the extent that such restrictions apply to tickets initially distributed by the institution to--
  - (A) students, faculty, staff members, or alumni without charge; or
  - (B) members of bona fide booster organizations consisting of those making substantial financial contributions to the institution.

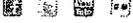
## SEC. 9. EFFECTIVE DATE.

This Act shall take effect 1 year after the date of enactment, and shall apply to tickets for all events which occur on or after the effective date.

<b>THIS SEARCH</b>	<b>THIS DOCUMENT</b>	<b>GO TO</b>
<a href="#">Next Hit</a>	<a href="#">Forward</a>	<a href="#">New Bills Search</a>
<a href="#">Prev Hit</a>	<a href="#">Back</a>	<a href="#">HomePage</a>
<a href="#">Hit List</a>	<a href="#">Best Sections</a>	<a href="#">Help</a>
	<a href="#">Contents Display</a>	

Stay Connected with the Library [All ways to connect »](#)

Find us on



Subscribe & Comment

[RSS & E-Mail](#) [Blogs](#)

Download & Play

[Podcasts](#) [Webcasts](#) [iTunes U](#)

[About](#) | [Press](#) | [Site Map](#) | [Contact](#) | [Accessibility](#) | [Legal](#) | [External Link Disclaimer](#) | [USA.gov](#)

Speech Enabled