

Observations relatives à la *Loi visant à interdire la revente de billets de spectacle à un prix supérieur au prix annoncé par le vendeur autorisé* (projet de loi n° 25)

**présentées à la
Commission des relations avec les citoyens**

**par le
Centre d'études en droit économique (CÉDÉ)¹**

**Faculté de droit, Université Laval
13 septembre 2011**

¹ Le document a été rédigé par Marc Lacoursière, avocat et professeur titulaire à la Faculté de droit de l'Université Laval, et membre du Centre d'études en droit économique (CÉDÉ) de cette faculté.

Malgré sa popularité, la pratique de revendre des billets de spectacles et d'évènements sportifs à un prix supérieur au prix de vente s'apparente à une pratique de commerce déloyale qui est susceptible de causer un préjudice aux consommateurs et, plus généralement, est nuisible pour l'économie dans son ensemble. Puisque la *Loi sur la protection du consommateur*¹ ne prévoit aucune disposition spécifique à cet égard, l'Office de la protection du consommateur a proposé au législateur d'encadrer cette pratique². Dans cette optique, l'article 236.1 proposé par le projet de loi n° 25, intitulé *Loi visant à interdire la revente de billets de spectacle à un prix supérieur au prix annoncé par le vendeur autorisé*, nous semble justifié³.

Plus précisément, le consentement obtenu de la part du consommateur apparaît vicié par le fait que les billets sont d'abord mis en vente par un producteur à l'endroit de consommateurs (donc, vente au détail), et non à des intermédiaires (grossistes) aux fins de reventes à des consommateurs. Pourrait-on tenter d'explorer une piste de solution non législative?

Dans l'arrêt *Trudel c. Clairol Inc. of Canada*⁴, il était question d'un colorant capillaire (« *Miss Clairol Hair Color Bath* ») pour dames qui était distribué par le fabricant Clairol selon deux types de réseaux : soit un produit vendu pour usage professionnel à des salons de coiffure (sans mode d'instruction), auquel cas les coiffeurs ne pouvaient que l'utiliser dans leur commerce et non le revendre aux consommatrices; soit le même produit était vendu pour usage personnel aux consommatrices avec le mode d'instruction (à un prix plus élevé). La Cour suprême du Canada a condamné l'appelant, propriétaire de sept maisons de coiffure, qui avait vendu aux consommatrices le produit destiné aux coiffeurs sans l'autorisation du fabricant. La Cour suprême a donc reconnu le droit au fabricant d'utiliser sa propre méthode de distribution, laquelle n'allait pas à l'encontre de la *Loi sur la concurrence*⁵.

¹ L.R.Q., c. P-40.1 [ci-après L.p.c.].

² OFFICE DE LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR, « Consultation portant sur des propositions de modifications des dispositions à la Loi sur la protection du consommateur en matière de revente de billets de spectacle et d'évènements sportifs », 2011, en ligne : <<http://www.opc.gouv.qc.ca/WebForms/Consultation/ReventeBillet.aspx> > [ci-après OPC].

³ *Loi visant à interdire la revente de billets de spectacles à un prix supérieur au prix annoncé par le vendeur autorisé*, projet de loi n° 25 (présentation – 8 juin 2011), 2e sess., 39e légis. (Qc), art. 1. Cette disposition se lit ainsi : « 236.1. Aucun commerçant ne peut exiger d'un consommateur, pour la vente d'un billet de spectacle, un prix supérieur à celui annoncé par le vendeur autorisé par le producteur du spectacle. Pour l'application du premier alinéa, on entend par « billet de spectacle » tout document ou instrument dont la présentation donne le droit à son détenteur d'être admis à un spectacle, à un événement sportif, à un événement culturel, à une exposition ou à tout autre divertissement de quelque nature que ce soit ».

⁴ [1975] 2 R.C.S. 236.

⁵ L.R.C. 1985, c. C-34.

Ainsi, le producteur de spectacles pourrait choisir de ne vendre des billets que directement à des consommateurs et non à des commerçants qui revendraient par la suite les billets aux consommateurs à un prix plus élevé. Bien que la décision Trudel n'en fasse pas mention, le producteur pourrait limiter la vente de billets à un nombre restreint par personne (ex. quatre billets), ce qui se produit parfois en pratique.

Si le producteur désirait vendre des billets « nominatifs », soit vendus à une personne en particulier dont le nom est inscrit sur le billet (comme les billets de train ou d'avion et mentionner qu'ils sont non transférables), la vérification de l'identité lors de l'entrée du détenteur de billet pourrait être, disons, laborieuse... En d'autres termes, cette solution demeure difficile d'application en pratique.

En conséquence, une solution non législative peut être péniblement mise en œuvre et, surtout, les revendeurs fautifs peuvent être difficilement sanctionnés. Tel que mentionné ci-dessus, nous sommes donc en accord avec la solution proposée par l'OPC⁶, reprise par le législateur, qui suggère une sanction pénale, tout en tenant compte des remarques suivantes:

1. les billets devraient bien indiquer si leur mise en vente ne s'adresse uniquement qu'à des consommateurs (au détail) ou non (à des grossistes ou des revendeurs);
2. il pourrait être judicieux devrait-on imposer aux revendeurs d'indiquer le prix original et le prix de revente du billet, afin que le consommateur soit conscient de ce qu'il acquiert?
3. puisque la L.p.c. ne s'applique qu'entre un commerçant et un consommateur, la revente par un simple revendeur de rue (« *scalper* ») pourrait échapper à la Loi via la théorie de la commercialité (c'est-à-dire que le revendeur pourrait être considéré comme un artisan); le cas échéant, le législateur pourrait éviter cette embûche en s'inspirant des articles 167(a) et 182(b) L.p.c. et définir un commerçant comme étant tout revendeur de billets de spectacle (artistique, sportif, etc.).

Droit comparé

Certaines provinces canadiennes-anglaises ont pris la décision d'encadrer la revente de billets de spectacles. À titre d'exemple, en Ontario, l'article 2 de la *Loi sur le trafic de billets de*

⁶ Préc., note 2.

spectacle interdit la vente de billets de spectacles à un prix supérieur au prix d'origine⁷. La sanction est de nature pénale. Cependant, l'article 3 précise que cette interdiction ne vise pas « le propriétaire d'une boutique ou échoppe d'hôtel, ou par son employé, lorsque ce propriétaire est l'agent, pour la vente de billets, d'un théâtre, d'une salle de cinéma, d'un opéra, d'une salle publique ou d'un spectacle en plein air, ou du propriétaire ou du promoteur d'un spectacle, d'un jeu, d'une course, d'une exposition ou d'un divertissement de quelque nature que ce soit ». En d'autres termes, l'interdiction vise donc les revendeurs de billets. Une nouvelle modification de 2010 interdit la revente par un revendeur qui est lié au vendeur principal⁸, mettant un terme à la possibilité pour une entreprise d'obtenir un double profit, soit lors de la première vente et de la revente.

La nouvelle loi saskatchewanaise est intéressante à un autre point de vue⁹. Outre l'interdiction de la vente liée, comme en Ontario¹⁰, l'article 6 empêche l'achat de billets par les revendeurs avant que les billets ne soient offerts au public. Les sanctions sont de nature civile¹¹ et pénale¹². Un règlement prévoit certaines exceptions, comme les billets pour les matchs de football des Roughriders de la Saskatchewan, les billets pour la Coupe Grey et certains événements musicaux ou sportifs d'importance¹³.

Recommandation

Au regard de ce qui précède, nous appuyons la démarche actuelle du législateur québécois destinée à encadrer la revente de billets de spectacles.

⁷ L.R.O. 1990, c. T.7.

⁸ *Loi modifiant la Loi sur le trafic de billets de spectacle*, L.O. 2010, c. 27, art. 2 (nouvel art. 2.1).

⁹ *Ticket Sales Act*, S.S., 2010, c. T.13.1.

¹⁰ *Ibid.*, art. 5.

¹¹ *Ibid.*, art. 9-10. Plus précisément, un recours en dommages et une injonction sont permis.

¹² *Ibid.*, art. 11.

¹³ *Ticket Sales Regulations*, S.S., 2010, c. T.13.1, r.1, art. 5.