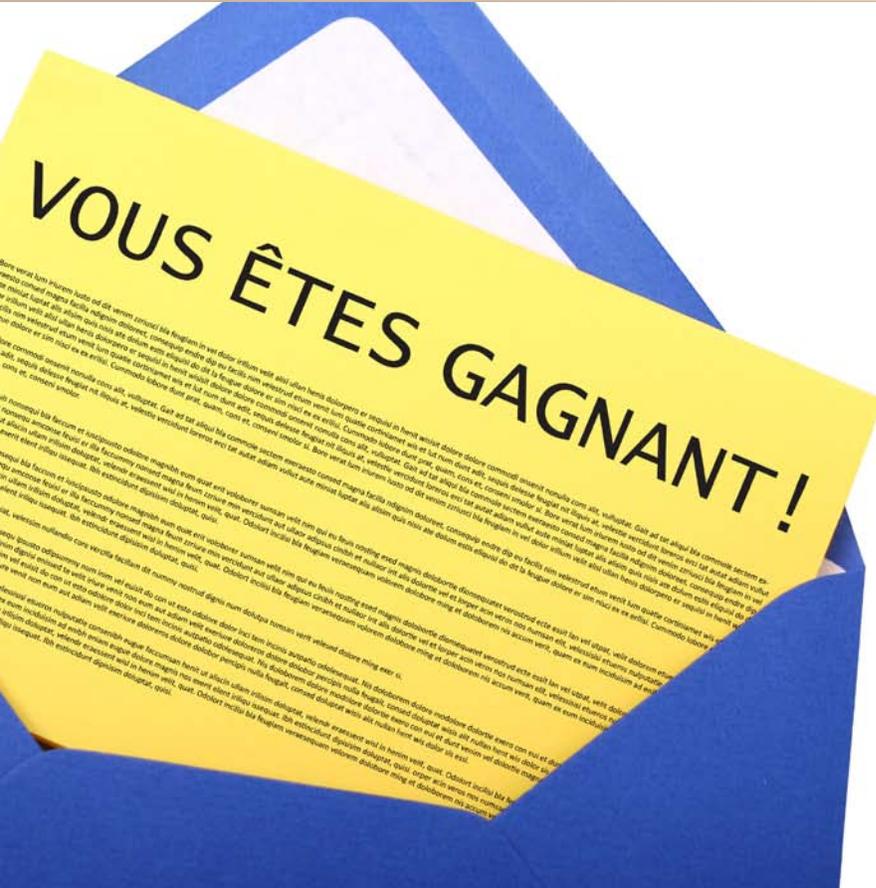


Lignes directrices



Documentation trompeuse



Article 53 de la *Loi sur la concurrence*

Cette publication n'est pas un document juridique. Elle renferme des renseignements généraux sur la façon d'appliquer la *Loi sur la concurrence*.

Cette publication remplace la publication suivante du Bureau de la concurrence :

Lignes directrices — *Lignes directrices concernant la disposition sur la documentation trompeuse* — Article 53 de la Loi sur la concurrence, 7 mars 2007

Pour obtenir des renseignements sur les activités du Bureau de la concurrence, veuillez vous adresser au :

Centre des renseignements
Bureau de la concurrence
50, rue Victoria
Gatineau (Québec)
K1A 0C9

Téléphone : 819-997-4282
Numéro sans frais : 1-800-348-5358
ATS (pour les malentendants) : 1-800-642-3844
Télécopieur : 819-997-0324
Site Web : www.bureaudelaconcurrence.gc.ca

Pour obtenir cette publication sous une autre forme, veuillez communiquer avec le Centre des renseignements du Bureau de la concurrence aux numéros indiqués ci-dessus.

Autorisation de reproduire

À moins d'indication contraire, l'information contenue dans cette publication peut être reproduite, en totalité ou en partie et par tout moyen, sans frais et sans autre autorisation du Bureau de la concurrence, pourvu qu'une diligence raisonnable soit exercée dans le but d'assurer l'exactitude de l'information reproduite, que le Bureau de la concurrence soit identifié comme étant la source de l'information et que la reproduction ne soit pas présentée comme une version officielle de l'information reproduite ni comme ayant été faite en association avec le Bureau de la concurrence ou avec l'approbation de celui-ci. Pour obtenir l'autorisation de reproduire l'information contenue dans cette publication dans un but commercial, veuillez envoyer un courriel à droitdauteur.copyright@tpsgc-pwgsc.gc.ca.

Dans cette publication, la forme masculine désigne tant les femmes que les hommes.

N° de catalogue lu54-20/2009F
ISBN 978-1-100-92661-2
60665

2009-10-16

Also available in English under the title Deceptive Notice of Winning a Prize – Section 53 of the Competition Act.

TABLE DES MATIÈRES

■ 1. INTRODUCTION.....	1
■ 2. LA DISPOSITION SUR LA DOCUMENTATION TROMPEUSE DE LA <i>LOI SUR LA CONCURRENCE</i>	2
■ 3. PRINCIPES GÉNÉRAUX	4
3.1 Application	4
3.2 « Un avis ou toute documentation — quel que soit leur support ».....	4
3.3 « Envoyer par la poste, par courriel ou par tout autre mode de communication ».....	4
3.4 « S’il accomplit un geste déterminé ».....	4
3.5 « Accomplir un acte qui lui occasionnera des frais »	4
3.6 « Convenablement et loyalement »	5
3.7 Le caractère convenable et loyal de la divulgation est déterminé en fonction des critères suivants :	5
3.7.1 Valeur approximative	5
3.7.2 Répartition régionale des prix	5
3.7.3 Chances de gain	5
3.7.4 Ensemble de prix ou d’avantages	6
3.8 Délai non raisonnable	6
■ 4. AVIS ÉCRITS	7
■ 5.COMMENT COMMUNIQUER AVEC LE BUREAU DE LA CONCURRENCE	8



I. INTRODUCTION

Le Bureau de la concurrence est un organisme d'application de la loi indépendant qui contribue à la prospérité des Canadiens en assurant la protection et la promotion de la concurrence au sein des marchés tout en permettant aux consommateurs de faire des choix éclairés. Dirigé par le commissaire de la concurrence, le Bureau est responsable de l'administration et de l'application de la *Loi sur la concurrence*, la *Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation*, la *Loi sur l'étiquetage des textiles* et la *Loi sur le poinçonnage des métaux précieux*.

La *Loi sur la concurrence* a pour objet de préserver et de favoriser la concurrence sur le marché canadien. L'article 53 fait partie des dispositions de la *Loi* portant sur les indications fausses ou trompeuses et les pratiques commerciales trompeuses. Le rôle de ces dispositions consiste à favoriser une concurrence équitable sur le marché en décourageant les pratiques commerciales trompeuses et en encourageant la communication de renseignements exacts et suffisants qui permettent aux consommateurs de faire des choix éclairés. La *Loi* s'applique à la plupart des entreprises au Canada, quelle que soit leur taille.

La présente publication expose la démarche adoptée par le commissaire de la concurrence en vue de mettre en application la disposition criminelle de la *Loi* concernant l'envoi de « documentation trompeuse ». Les lignes directrices qui sont présentées dans cette publication ont pour but d'aider le public, les gens d'affaires et leurs conseillers juridiques à mieux comprendre la disposition sur la documentation trompeuse et la démarche générale adoptée par le Bureau de la concurrence pour mettre en application cette disposition.





2. LA DISPOSITION SUR LA DOCUMENTATION TROMPEUSE DE LA LOI SUR LA CONCURRENCE

L'article 53 de la *Loi sur la concurrence* est une disposition criminelle. Cette disposition interdit l'envoi d'un avis ou de toute documentation si l'impression générale qui s'en dégage porte le destinataire à croire qu'il a gagné un prix ou autre avantage et si on lui demande ou on lui donne la possibilité de payer une somme d'argent ou d'engager des frais pour obtenir le prix ou autre avantage. La disposition s'applique aux avis ou autre documentation envoyés par tout moyen, qui comprend mais qui ne se limite pas à la poste et au courriel. Il n'y aura pas infraction si le destinataire gagne véritablement le prix ou autre avantage et si l'auteur de l'avis ou de la documentation : (1) divulgue convenablement et loyalement le nombre et la valeur approximative du prix ou autre avantage, la répartition des prix par région et tout fait qui modifie d'une façon importante les chances de gain; (2) remet les prix ou avantages dans un délai raisonnable; et (3) choisit les participants ou distribue les prix ou avantages au hasard ou selon l'adresse des participants, dans la région à laquelle les prix ou avantages ont été attribués.

Quiconque contrevient à l'article 53 encourt, sur déclaration de culpabilité par procédure sommaire, une amende maximale de 200 000 \$ et un emprisonnement maximal d'un an, ou l'une de ces peines, et, sur déclaration de culpabilité par mise en accusation, l'amende que le tribunal estime indiquée et un emprisonnement maximal de quatorze ans, ou l'une de ces peines.

L'article 53 de la *Loi* se lit comme suit :

Documentation trompeuse

53. (1) Nul ne peut, pour promouvoir directement ou indirectement soit la fourniture ou l'utilisation d'un produit, soit des intérêts commerciaux quelconques, envoyer ou faire envoyer par la poste, par courriel ou par tout autre mode de communication un avis ou toute autre forme de documentation — quel que soit leur support —, si l'impression générale qui s'en dégage porte le destinataire à croire qu'il a gagné, qu'il gagnera — ou qu'il gagnera s'il accomplit un geste déterminé — un prix ou autre avantage et si on lui demande ou on lui donne la possibilité de payer une somme d'argent, engager des frais ou accomplir un acte qui lui occasionnera des frais.

Non-application

(2) Le paragraphe (1) ne s'applique pas si le destinataire gagne véritablement le prix ou autre avantage et si l'auteur de l'avis ou de la documentation, à la fois :

- a) convenablement et loyalement, donne le nombre et la valeur approximative du prix ou autre avantage, indique la répartition des prix par région et mentionne tout fait qui modifie d'une façon importante, à sa connaissance, les chances de gain;
- b) remet les prix ou avantages dans un délai raisonnable;
- c) choisit les participants ou distribue les prix ou avantages au hasard — ou selon l'adresse des participants — dans la région à laquelle des prix ou avantages ont été attribués.

Disculpation

(3) La personne accusée d'avoir commis une infraction au présent article ne peut en être déclarée coupable si elle établit qu'elle a fait preuve de toute la diligence voulue pour empêcher la perpétration de l'infraction.

Infractions par les employés ou mandataires

(4) Dans la poursuite d'une personne morale pour infraction au présent article, il suffit d'établir que l'infraction a été commise par un employé ou un mandataire de la personne morale, que l'employé ou le mandataire soit identifié ou non, sauf si la personne morale établit qu'elle a fait preuve de toute la diligence voulue pour empêcher la perpétration de l'infraction.

Personnes morales et leurs dirigeants

(5) En cas de perpétration par une personne morale d'une infraction au présent article, ceux de ses dirigeants ou administrateurs qui sont en mesure de fixer ou d'influencer les orientations qu'elle suit relativement aux actes interdits par le présent article sont considérés comme des coauteurs de l'infraction et encourent la peine prévue pour cette infraction, que la personne morale ait été ou non poursuivie ou déclarée coupable, sauf si le dirigeant ou l'administrateur établit qu'il a fait preuve de toute la diligence voulue pour empêcher la perpétration de l'infraction.

Infraction et peine

(6) Quiconque contrevient au présent article commet une infraction et encourt, sur déclaration de culpabilité :

- a) par mise en accusation, l'amende que le tribunal estime indiquée et un emprisonnement maximal de quatorze ans, ou l'une de ces peines;
- b) par procédure sommaire, une amende maximale de 200 000 \$ et un emprisonnement maximal d'un an, ou l'une de ces peines.

Détermination de la peine

(7) Pour la détermination de la peine à infliger au contrevenant, le tribunal prend notamment en compte les circonstances aggravantes suivantes :

- a) l'utilisation de listes de personnes trompées antérieurement lors de la perpétration d'une infraction à l'article 52.1 ou au présent article;
- b) le fait que les destinataires des avis ou de la documentation sont des personnes vulnérables aux tactiques abusives;
- c) le montant des recettes du contrevenant qui proviennent de la perpétration d'infractions au présent article;
- d) les condamnations antérieures du contrevenant pour infraction aux articles 52 ou 52.1 ou au présent article;
- e) la façon de communiquer l'information, notamment l'utilisation de tactiques abusives.



3. PRINCIPES GÉNÉRAUX

3.1 Application

Le Bureau essaie d'être cohérent dans sa démarche de mise en application de la loi. Toutefois, il faudrait reconnaître que la démarche adoptée par le commissaire conformément au Continuum d'observation de la loi du Bureau est déterminée en fonction des faits propres à chaque cas particulier.

3.2 « Un avis ou toute documentation — quel que soit leur support »

Un avis ou toute documentation — quel que soit leur support — est considéré comme étant tout avis ou document qui est enregistré de quelque façon que ce soit, y compris sous forme imprimée ou sous toute autre forme d'enregistrement audio ou visuel.

3.3 « Envoyer par la poste, par courriel ou par tout autre mode de communication »

Le Bureau considère qu'un avis ou un document envoyé par tout mode de communication et donnant l'impression qu'il est destiné à une personne ou à une catégorie de personnes en particulier est assujéti au paragraphe 53(1). Mode de communication s'entend, mais pas exclusivement, de la poste, du courriel, du télécopieur ou de la livraison porte-à-porte.

En général, le Bureau ne considérerait pas que des avis communiqués au grand public au moyen de supports tels que des panneaux d'affichage et des étalages en magasin ou au cours d'émissions télévisées ou radiodiffusées sont assujéttis au paragraphe 53(1).

Toutefois, dans le cas d'un avis envoyé par tout mode de communication de masse, seul ou avec un autre avis ou document, et donnant l'impression générale qu'il est destiné à une personne ou une catégorie de personnes en particulier, le Bureau considérerait que le paragraphe 53(1) s'applique.

3.4 « S'il accomplit un geste déterminé »

Le Bureau interprète la phrase « s'il accomplit un geste déterminé » comme signifiant toute condition qui exige que le destinataire fasse quelque chose avant de recevoir son prix ou tout autre avantage. Des conditions passives, telles que certaines exigences d'admissibilité liées par exemple à l'âge ou au lieu de résidence ou être choisi lors d'un tirage au sort, ne sont pas visées par la disposition.

3.5 « Accomplir un acte qui lui occasionnera des frais »

En déterminant si des frais ont été engagés au sens du paragraphe 53(1), tous les frais autres que les faux frais initiaux liés à l'adhésion à un concours ou à un jeu, tels que le coût des timbres-poste pour l'envoi de l'inscription, sont considérés comme des frais engagés en vue

de gagner un prix ou tout autre avantage. Par exemple, le Bureau estime que les frais d'appel (par exemple, à un numéro 1-900), lorsque le promoteur en tire un avantage financier de façon directe ou indirecte, sont des frais engagés en vue de gagner un prix ou tout autre avantage.

De manière générale, les paiements versés à une partie sans aucun lien de dépendance avec le promoteur ne seraient généralement pas considérés comme des frais engagés en vue de gagner un prix ou un avantage. Par exemple, seraient jugés acceptables les frais engagés pour payer les primes d'assurance automobile avant la livraison d'une voiture obtenue gratuitement.

3.6 « Convenablement et loyalement »

Pour déterminer si l'information a été divulguée convenablement et loyalement au sens des dispositions d'exemption de l'alinéa 53(2)a), le Bureau examine le contenu de la divulgation et la façon dont elle a été faite et détermine si elle a été effectuée de façon détaillée, convenable et avant que le destinataire ne subisse un inconfort quelconque, ne fasse des dépenses ou ne s'engage envers le produit ou le concours visé par la publicité. Le caractère convenable et loyal de la divulgation est évalué selon l'auditoire réel et ciblé par le concours.

3.7 Le caractère convenable et loyal de la divulgation est déterminé en fonction des critères suivants :

3.7.1 Valeur approximative

Cette disposition exige que la valeur approximative du prix ou de tout autre avantage soit divulguée. Il s'agit normalement de la valeur habituelle approximative du produit sur le marché. Cependant, lorsque la valeur finale du prix dépend de l'adresse du gagnant au Canada (par exemple, lorsque le prix est un voyage pour une destination étrangère au départ du lieu de résidence du gagnant), le fait de fournir quelques exemples représentatifs ou une échelle de la valeur éventuelle des prix ou des avantages permettrait de satisfaire aux exigences de cette disposition. Selon le cas, d'autres méthodes de divulgation de la valeur approximative des prix ou des avantages pourraient être jugées acceptables.

3.7.2 Répartition régionale des prix

Dans le cas des concours où les prix ou les avantages sont attribués selon une répartition régionale (par exemple, un prix pour les résidents des provinces atlantiques, un pour les résidents du Québec, etc.) et lorsque la promotion relative au concours se fait dans plusieurs régions, la répartition régionale des prix doit être clairement indiquée.

3.7.3 Chances de gain

Lorsque le nombre total de participants ou la population parmi lesquels seront distribués ou attribués les prix est connu, il s'agit d'un « fait qui modifie de façon importante, à sa connaissance, les chances de gain ». Celui-ci doit donc être divulgué.

3.7.4 Ensemble de prix ou d'avantages

Lorsqu'un concours comporte un ensemble de prix ou d'autres avantages qui ne sont pas attribués en même temps, il faut s'assurer que le matériel publicitaire ne donne pas l'impression que tous les prix ou tous les avantages restent à gagner lorsque, en réalité, certains d'entre eux ont déjà été décernés. Par exemple, dans le cas d'un concours où un prix de 1 000 \$ doit être attribué à chaque mois pendant 5 mois, la publicité du concours ne doit pas laisser entendre, lorsque le premier mois du concours s'est écoulé, qu'il reste encore 5 prix de 1 000 \$ à gagner.

3.8 Délai non raisonnable

Le prix ou tout autre avantage doit être remis au gagnant dans un délai d'au plus 60 jours à compter du moment où la personne a été déclarée gagnante ou à compter de la date de clôture du concours, selon la première de ces échéances à survenir. Lorsque le prix ou tout autre avantage peut être réclamé à une date ultérieure, ou à la discrétion du gagnant, comme dans le cas de voyages, le certificat ou le bon de réclamation du prix ou de tout autre avantage doit être remis au gagnant dans un délai d'au plus 60 jours à compter du moment où la personne a été déclarée gagnante ou à compter de la date de clôture du concours, selon la première de ces échéances à survenir.



4. AVIS ÉCRITS

Le Bureau de la concurrence facilite le respect de la loi en offrant divers types d'avis écrits moyennant des frais. Les dirigeants d'entreprises, les avocats ou autres sont invités à vérifier, en demandant un avis, si la pratique commerciale ou le plan qu'ils projettent est conforme à la *Loi sur la concurrence*. Ces avis lient le commissaire de la concurrence lorsque tous les faits importants à l'appui d'une demande d'avis lui ont été communiqués et sont exacts. Ils recevront un avis précis formulé en fonction des renseignements qu'ils auront donnés et tenant compte de la jurisprudence, des avis antérieurs et des politiques du Bureau.





5. COMMENT COMMUNIQUER AVEC LE BUREAU DE LA CONCURRENCE

Pour obtenir de plus amples renseignements sur la *Loi sur la concurrence*, la *Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation*, la *Loi sur l'étiquetage des textiles*, la *Loi sur le poinçonnage des métaux précieux* ou sur le programme d'avis écrits du Bureau ou encore pour déposer une plainte en vertu de ces lois, veuillez communiquer avec le Centre des renseignements du Bureau de la concurrence.

Site Web

[www.bureaudelaconcurrence.gc.ca

Adresse

[Centre des renseignements
Bureau de la concurrence
50, rue Victoria
Gatineau (Québec)
K1A 0C9

Téléphone

[Numéro sans frais : 1-800-348-5358
Région de la capitale nationale : 819-997-4282
ATS (pour les malentendants) : 1-800-642-3844

Télécopieur

[819-997-0324