lavery
Avocats

« Aimez notre page Facebook et courez la chance de gagner une tablette numérique » : suivez-vous les règles?

14 juin 2017

Les concours publicitaires constituent des activités promotionnelles prisées des entrepreneurs. À l'ère des médias sociaux, ils sont de plus en plus fréquents et populaires : « Gagnez un voyage dans le sud! », « Une superbe poussette à faire tirer parmi tous ceux qui vont liker notre page Facebook! ». Or, la méconnaissance des règles applicables à de tels concours persiste.

Il est important de savoir qu'au Canada et au Québec, plusieurs lois régissent les concours publicitaires. Il est primordial que les règlements de ces concours soient rédigés conformément aux exigences législatives afin d'éviter les risques de poursuite et de mauvaise publicité.

Législation applicable partout au Canada

« Aucun achat requis »
En vertu du *Code criminel*, un consommateur ne peut être tenu d'acheter un produit ou un service, ou encore de verser toute autre contrepartie valable pour pouvoir participer à un concours publicitaire. Ainsi, l'organisateur d'un concours doit inclure dans ses règlements la mention « aucun achat requis » et proposer un mode de participation autre, telle la transmission d'une lettre manuscrite à l'organisateur du concours. Il est primordial de respecter les obligations imposées par le *Code criminel*, les infractions étant punissables par des amendes et même des peines d'emprisonnement.

Question d'habileté
Le *Code criminel* prévoit également que les gagnants ne peuvent être déterminés par le simple jeu du hasard. C'est pour se conformer à cette exigence qu'il est devenu pratique courante pour les organisateurs de concours publicitaires d'exiger du participant qu'il réponde correctement à une question d'aptitude mathématique.

Divulgations obligatoires
La *Loi* sur la concurrence prévoit également des dispositions applicables aux concours publicitaires canadiens visant à assurer une concurrence équitable. Il est primordial que le contenu des règlements d'un concours publicitaire respecte les exigences de cette loi, notamment la divulgation du nombre et de la valeur approximative des prix, la répartition régionale des prix, le genre de test d'aptitude demandé, les détails concernant les chances de gagner, la date de clôture du concours et tout fait connu des organisateurs du concours modifiant de façon importante les chances de gagner

Copyright (c) Lavery, de Billy, S.E.N.C.R.L. - L.L.P.

les prix.

De plus, lorsque vous annoncez votre concours publicitaire (radio, médias sociaux, au point de vente d'un produit, etc.), vous devez également divulguer les éléments précis mentionnés ci-dessus.

Sanctions
Sachez qu'à défaut de respecter les règles en matière de divulgation convenable et loyale lors de l'organisation d'un concours publicitaire, une ordonnance pourrait être émise contre vous, vous enjoignant de vous conformer aux exigences juridiques applicables, de diffuser un avis correctif ou encore de payer, pour la première ordonnance, une sanction administrative pécuniaire maximale de 750 000 $ dans le cas d'une personne physique ou de 10 000 000 $ dans le cas d'une personne morale.

Législation applicable au Québec

Au Québec, en plus de la législation applicable partout au Canada, la *Loi sur les loteries, les concours publicitaires et les appareils d'amusement (la « Loi sur les concours publicitaires »)* et les *Règles sur les concours publicitaires* prévoient l'application d'un régime particulier pour la plupart des concours de la province.

Concours dont la valeur des prix dépasse 100 $
Si vous organisez un concours publicitaire dont la valeur totale des prix dépasse 100 $, vous devez respecter les exigences prévues par les *Règles sur les concours publicitaires*. De nombreux éléments doivent impérativement apparaître dans les textes des règlements et des annonces publicitaires (les réclames), dont certains sont identiques à ceux prévus par la Loi sur la concurrence.

De plus, avant que le concours publicitaire ne soit lancé dans le public, vous devez acquitter les droits payables à la Régie des alcools, des courses et des jeux (la « Régie »). Ces droits sont calculés en fonction de la valeur totale des prix et du lieu de résidence des participants. Vous devez également transmettre un avis de tenue d'un concours publicitaire dont le délai de production variera en fonction de la valeur totale des prix offerts.

Concours dont la valeur des prix dépasse 2 000 $
Si vous organisez un concours dont la valeur totale des prix offerts dépasse 2 000 $, plusieurs autres règles s'appliquent, dont la production, auprès de la Régie, des règlements et du texte des réclames dans les délais impartis. Vous pourriez également être contraints de fournir un cautionnement dans certains cas. Vous devrez, en outre, vous adresser à la Régie si vous voulez modifier ou annuler la tenue d'un concours après son lancement dans le public.

Sachez aussi que la désignation du gagnant d'un prix n'emporte pas libération des obligations envers la Régie. En effet, dans les 60 jours suivant la désignation du gagnant d'un prix, un rapport écrit doit être produit à la Régie. De plus, certains documents permettant d'effectuer une vérification de la bonne tenue du concours doivent être conservés pendant les 120 jours qui suivent la date de désignation du gagnant d'un prix.

Concours s'adressant aux enfants
Il ne faut pas oublier que la *Loi sur la protection du consommateur* interdit toute publicité s'adressant à des enfants de moins de 13 ans, ce qui comprend les concours publicitaires.

Version française
En vertu de la *Charte de la langue française*, les règlements et des éléments devant être divulgués dans les publicités concernant le concours doivent être publiés en français, y compris dans le cadre des concours publicitaires tenus exclusivement en ligne.

Copyright (c) Lavery, de Billy, S.E.N.C.R.L. - L.L.P.

Règles applicables aux médias sociaux

Vous pensez organiser un concours sur Facebook, Instagram ou Twitter ? Sachez que de nombreuses règles régissent les concours sur ces plateformes et qu'elles peuvent être modifiées à tout moment. Avant le début de chaque concours, il est donc important de consulter les règles applicables puisque certains médias sociaux peuvent unilatéralement décider de fermer la page de votre entreprise si vous ne les respectez pas.

Conclusion

Le régime applicable à une personne qui organise un concours publicitaire au Québec est particulièrement contraignant. Il est prudent de prévoir des dispositions vous protégeant, en plus de toutes les mentions obligatoires prévues par la loi. La réalisation de concours publicitaires comporte de nombreux pièges, que votre conseiller juridique saura vous éviter.

Copyright (c) Lavery, de Billy, S.E.N.C.R.L. - L.L.P.