



Lignes directrices



Commercialisation à paliers multiples et systèmes de vente pyramidale

Articles 55 et 55.1 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 les publications suivantes du Bureau de la concurrence :

Bulletin d'information intitulé *Dispositions de la Loi sur la concurrence concernant la commercialisation à paliers multiples et la vente pyramidale*, 4 juin 1992

Version provisoire du bulletin d'information intitulé *Commercialisation à paliers multiples et systèmes de vente pyramidale — Articles 55 et 55.1 de la Loi sur la concurrence*, 1^{er} avril 2008

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 lu54-11/2009F-PDF
ISBN 978-1-100-91379-7
60599

2009-04-29

Also available in English under the title Multi-level Marketing Plans and Schemes of Pyramid Selling.

PRÉFACE

Le présent bulletin donne des conseils sur les politiques et procédures du Bureau de la concurrence relatives à l'administration des dispositions de la *Loi sur la concurrence* qui concernent la commercialisation à paliers multiples et les systèmes de vente pyramidale. Il s'agit essentiellement d'un guide, et les exemples qui s'y trouvent ne servent qu'à illustrer le propos et ne doivent pas être considérés comme une liste exhaustive des pratiques permises et défendues. De plus, les opinions qui y sont exprimées n'engagent aucunement la commissaire de la concurrence. La commissaire n'a pas le pouvoir de statuer sur une question de droit, et on recommande aux lecteurs de consulter la *Loi sur la concurrence* dans les cas qui nécessitent des déclarations de droit.

Melanie L. Aitken

Commissaire de la concurrence par intérim

TABLE DES MATIÈRES

■ 1. INTRODUCTION.....	11
■ 2. LA LOI SUR LA CONCURRENCE	11
■ 3. RÔLE DU BUREAU DE LA CONCURRENCE.....	11
■ 4. APERÇU DE LA COMMERCIALISATION À PALIERS MULTIPLES ET DES SYSTÈMES DE VENTE PYRAMIDALE.....	12
4.1 Commercialisation à paliers multiples	12
4.2 Systèmes de vente pyramidale	13
■ 5. DÉFINITIONS OPÉRATIONNELLES DE TERMES CLÉS	14
5.1 Exploitant	14
5.2 Participant éventuel.....	14
5.3 Participant.....	14
5.4 Participants ordinaires	15
5.5 Assertions relatives à la rémunération.....	15
5.6 Prix coûtant de l'exploitant ou du vendeur	15
■ 6. OBLIGATIONS EN MATIÈRE DE DIVULGATION	16
6.1 Rémunération effectivement reçue	17
6.2 Rémunération susceptible d'être reçue (nouveaux systèmes de commercialisation à paliers multiples)	18
6.3 Assertions loyales, faites en temps opportun et non exagérées.....	18
6.4 Diligence raisonnable.....	19
■ 7. CARACTÉRISTIQUES D'UN SYSTÈME DE VENTE PYRAMIDALE	21
7.1 Rémunération pour le recrutement d'autres participants	21
7.2 Obligation d'achat comme condition de participation.....	22
7.3 Consignation abusive.....	24
7.4 Garantie de rachat ou droit de retour.....	25
■ 8. AVIS ÉCRITS	27
8.1 Exigences relatives à la demande d'un avis écrit pour un système de commercialisation à paliers multiples.....	28
8.1.1 Divulgence de tous les renseignements pertinents	28
8.1.2 Produit.....	28
8.1.3 Ne fait pas l'objet d'une enquête	28

TABLE DES MATIÈRES

8.1.4 Identité légale canadienne	28
8.1.5 Comportement proposé	29
8.2 Refus de produire un avis écrit	29
8.2.1 Autre comportement contraire à la <i>Loi</i>	29
8.2.2 Autres organismes de réglementation canadiens	30
■ 9. PÉNALITÉS.....	31
■ 10. COMMENT COMMUNIQUER AVEC LE BUREAU DE LA CONCURRENCE.....	32

ANNEXES

□ ANNEXE A	Articles 55 et 55.1 de la <i>Loi sur la concurrence</i>	33
□ ANNEXE B	Alinéa 206(1)e) du <i>Code criminel</i>	35



1. INTRODUCTION

Le présent bulletin traite de la nature des systèmes de commercialisation à paliers multiples (CPM) et de vente pyramidale de même que des différences entre ceux-ci, telles qu'établies aux articles 55 et 55.1 de la *Loi sur la concurrence*. Il décrit aussi les politiques et principes généraux appliqués par le Bureau de la concurrence (ci-après le « Bureau ») relativement à ces dispositions.



2. LA LOI SUR LA CONCURRENCE

La *Loi sur la concurrence*¹ (ci-après la « Loi ») est une loi d'application générale qui pose les principes fondamentaux de la conduite des affaires au Canada. La *Loi* vise à préserver et à favoriser la concurrence dans le but :

- de stimuler l'adaptabilité et l'efficacité de l'économie canadienne;
- d'améliorer les chances de participation canadienne aux marchés mondiaux tout en tenant simultanément compte du rôle de la concurrence étrangère au Canada;
- d'assurer aux petites et moyennes entreprises une chance honnête de participer à l'économie canadienne;
- d'assurer aux consommateurs des prix compétitifs et un choix de produits.



3. RÔLE DU BUREAU DE LA CONCURRENCE

Le Bureau de la concurrence est un organisme indépendant qui contribue à la prospérité des Canadiens en protégeant et en favorisant des marchés concurrentiels et 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*.

En cas d'infraction à la législation, le Bureau cherche à corriger les activités anticoncurrentielles et à dissuader les entreprises et les individus responsables de recourir de nouveau à de telles pratiques. Le Bureau incite en outre les entreprises à se doter de programmes de conformité² pour favoriser l'adoption de politiques et de pratiques conformes à la législation.

¹ L.R.C. (1985), ch. C-34, accessible en ligne à www.lois.justice.gc.ca.

² Consulter le bulletin d'information intitulé *Programmes de conformité d'entreprise* sur le site Web du Bureau de la concurrence pour de plus amples renseignements.

Le Bureau insiste sur la sensibilisation et l'adhésion volontaire pour limiter les procédures juridiques contestées. Il s'emploie donc à renseigner les entreprises et les autres intervenants sur les lois. Dans le cadre de son programme de promotion de la concurrence, le Bureau fait activement la promotion d'un marché concurrentiel et participe à l'élaboration de la politique de la concurrence.

Dans le cadre de son engagement d'informer les acteurs du marché, le Bureau propose divers outils visant la conformité volontaire à la loi. Ces outils vont des avis écrits, qui aident les entreprises voulant éviter de contrevenir à la loi, aux autres instruments de règlement des cas, qui rectifient les agissements anticoncurrentiels rapidement et économiquement.

Les entreprises et les individus qui ne tiennent pas compte de la *Loi* ou qui ne profitent pas des possibilités de conformité volontaire peuvent être poursuivis par le Service des poursuites pénales du Canada devant les tribunaux criminels ou faire l'objet d'actions civiles entreprises par le Bureau devant le Tribunal de la concurrence ou les tribunaux civils.



4. APERÇU DE LA COMMERCIALISATION À PALIERS MULTIPLES ET DES SYSTÈMES DE VENTE PYRAMIDALE

4.1 Commercialisation à paliers multiples

Un système de commercialisation à paliers multiples (CPM) est un système à trois paliers ou plus (soit l'exploitant d'un système de CPM et au moins deux niveaux de participants) qui fait la promotion de la fourniture³ d'un produit⁴ aux participants de ce système. Les participants obtiennent une rémunération en fonction de la fourniture du produit à des participants ou à des non-participants au système. Un système de CPM légitime met l'accent sur la fourniture de produits et non sur le recrutement de participants éventuels, tout en offrant des produits que les consommateurs apprécient et sont désireux de se procurer (certains des termes utilisés dans la présente section sont définis ci-après).

Pour éviter que d'éventuels participants ne soient trompés, si l'exploitant ou un participant fait une assertion au sujet de la rémunération qui sera ou pourra être obtenue grâce au système, l'exploitant ou le participant faisant l'assertion doit révéler la rémunération obtenue par les participants ordinaires au système.

Souvent, les participants à un système de CPM doivent acheter un produit tel qu'une trousse du distributeur. Si l'exploitant d'un système de CPM exige qu'une personne achète un produit pour participer au système, le produit doit être vendu au prix coûtant et uniquement dans le but de faciliter les ventes.

³ Consulter l'article 2 de la *Loi* pour connaître la définition de « fournir » ou « approvisionner ».

⁴ Sont assimilés à un produit un article et un service.

Définition d'un système de commercialisation à paliers multiples

Le paragraphe 55(1) de la *Loi* définit un système de CPM comme un système de distribution de produits dans lequel un participant reçoit une rémunération pour la fourniture d'un produit à un autre participant qui, à son tour, reçoit une rémunération pour la fourniture de ce même produit ou d'un autre produit à d'autres participants. Les paragraphes 55(2) et (2.1) établissent les obligations en matière de divulgation de la rémunération par les exploitants et participants au système. En vertu du paragraphe 55(3), toute personne qui omet de satisfaire à ces obligations est passible de poursuites criminelles. On trouvera le texte intégral de ces dispositions à l'annexe A du présent bulletin.

4.2 Systèmes de vente pyramidale

Un système de vente pyramidale est une forme de système de CPM dans lequel les gains sont principalement générés par le recrutement. De tels systèmes offrent habituellement des produits, mais qui peuvent avoir peu de valeur, ou le système ne peut offrir que des incitatifs minimaux à leur vente. Les revenus générés proviennent principalement de l'argent que versent des participants éventuels pour adhérer au système et non de la vente de produits.

Souvent, les systèmes de vente pyramidale promettent fortune et sécurité financière aux participants. Ces derniers doivent toujours verser une contribution financière pour pouvoir participer. Le paiement peut être décrit comme étant des frais d'inscription, des frais d'adhésion ou un investissement dans une entreprise lucrative. En plus de ce paiement, on demande aussi aux participants de recruter d'autres personnes, lesquelles devront à leur tour recruter d'autres participants au système avant de pouvoir gagner de l'argent. Les systèmes pyramidaux ne sont pas durables et finissent par s'effondrer parce que le bassin de recrues est limité. Bien qu'un petit nombre de participants au sommet de la pyramide gagnent de l'argent, la très grande majorité des participants y laissent leur investissement.

Les systèmes de vente pyramidale sont illégaux, tant en vertu de la *Loi* que du *Code criminel*⁵.



⁵ Voir l'alinéa 206(1)e) du *Code criminel*, fourni à l'annexe B.

Définition d'un système de vente pyramidale

L'article 55.1 de la *Loi* définit un système de vente pyramidale comme un système de CPM ayant l'une ou l'autre des caractéristiques suivantes :

- exige un paiement en échange du droit d'être rémunéré pour avoir recruté un autre participant (rémunération pour recrutement);
- exige un achat comme condition de participation (exigences d'achat), sauf l'achat d'une quantité déterminée d'un produit fait au prix coûtant à des fins promotionnelles;
- comprend une consignation abusive de marchandises;
- n'offre pas de garantie de rachat à des conditions commerciales raisonnables ou le participant n'a pas été informé de l'existence de celle-ci.

Il est interdit de mettre sur pied, d'exploiter, de promouvoir un système de vente pyramidale ou d'en faire la publicité.



5. DÉFINITIONS OPÉRATIONNELLES DE TERMES CLÉS

Cette section présente les définitions opérationnelles du Bureau pour un certain nombre de termes clés utilisés dans ce bulletin et/ou dans les dispositions de la *Loi* visant les systèmes de CPM. Ces termes ne sont pas définis dans la *Loi*.

5.1 Exploitant

Par exploitant, on entend une personne ou une entité qui gère un système de CPM. Un système de CPM peut avoir plus d'un exploitant. Par exemple, si un système de CPM est exploité par une entreprise, toute personne à la tête de cette entité, ou encore chargée de faire des assertions relatives à la rémunération au nom de celle-ci, est aussi responsable du respect des dispositions de la *Loi* applicables aux systèmes de CPM.

5.2 Participant éventuel

Un participant éventuel est une personne qui a manifesté son intérêt à adhérer à un système de CPM ou qui a été invitée par un participant ou un exploitant à fournir le produit à d'autres en vue d'obtenir une rémunération grâce au système de CPM.

5.3 Participant

Un participant à un système de CPM est une personne engagée activement dans les activités nécessaires pour réaliser les bénéfices promis par le système. Un participant qui adhère à un système de CPM a le droit de parrainer d'autres participants et de vendre des produits à d'autres.

5.4 Participants ordinaires

Un participant ordinaire est représentatif de la plus petite fourchette de revenu gagné par plus de 50 p. 100 des participants. Lorsqu'un système de CPM établit des niveaux précis de rémunération et qu'il n'y a pas de niveau de revenus particulier propre à la majorité des participants (plus de 50 p. 100), il faut utiliser *le plus petit nombre de niveaux* de revenus rassemblant une majorité de participants. Ainsi, la rémunération moyenne des participants n'est habituellement pas considérée comme étant représentative de la rémunération que reçoivent ou sont susceptibles de recevoir les participants ordinaires, puisque la moyenne peut être gonflée par un petit nombre de participants gagnant une rémunération élevée. Aux fins de ce calcul, le Bureau exclut les personnes qui participent au système depuis moins de un an.

5.5 Assertions relatives à la rémunération

Par assertion relative à la rémunération, on entend tout énoncé ou toute déclaration ou image qui véhicule un message au sujet de la rémunération à laquelle une personne serait en droit de s'attendre à titre de participant à un système de CPM. Une assertion relative à la rémunération ne se limite pas à un montant en dollars ou à une fourchette de revenus, mais peut aussi comprendre :

- des assertions quant à l'obtention, grâce aux gains réalisés avec le système de CPM, d'articles de luxe tels que voitures, bijoux, montres, maisons et destinations de vacances (ce qui peut comprendre des images de tels produits de luxe, où l'impression générale donnée par le contexte est que les articles représentés peuvent être obtenus à titre de rémunération dans le cadre du système de CPM);
- des promesses relatives à l'obtention de primes, de commissions et d'autres gratifications financières;
- des profils des personnes qui ont connu un grand succès et obtenu une rémunération inhabituellement élevée dans le cadre du système de CPM;
- des assertions similaires faites dans des témoignages;
- des témoignages de personnes qui prétendent avoir amélioré leur qualité de vie, quitté leur emploi ou épongé toutes leurs dettes grâce aux gains réalisés avec le système de CPM.

5.6 Prix coûtant de l'exploitant ou du vendeur

Le prix coûtant pour l'exploitant du système de CPM ou tout autre vendeur est le coût d'acquisition du produit. Cela comprend les coûts directs liés à la main-d'œuvre, aux matériaux, à la manutention et à l'expédition, mais non les majorations de prix effectuées par le vendeur ou les coûts indirects (frais généraux). Ainsi, lorsqu'un participant à un système de CPM fournit une contrepartie pour une certaine quantité du produit comme condition à la participation, la *Loi* exige que l'exploitant ou autre vendeur fournisse le produit aux participants à un prix ne dépassant pas le coût, pour l'exploitant ou autre vendeur, de la production ou de l'acquisition du produit.



6. OBLIGATIONS EN MATIÈRE DE DIVULGATION

Le paragraphe 55(2) interdit à l'exploitant d'un système de CPM, ou à quiconque y participe déjà, de faire à d'éventuels participants, quant à la rémunération offerte par le système, des déclarations qui ne constituent ou ne comportent pas des assertions loyales, faites en temps opportun et non exagérées, fondées sur les informations dont il a connaissance concernant la rémunération soit effectivement reçue par les participants ordinaires, soit susceptible de l'être par eux compte tenu de tous facteurs utiles relatifs notamment à la nature du produit, à son prix, à sa disponibilité et à ses débouchés de même qu'aux caractéristiques du système et de systèmes similaires et à la forme juridique de l'exploitation (ces facteurs sont abordés dans la section sur les nouveaux systèmes de CPM).

Le paragraphe 55(2.1) précise en outre qu'il incombe à l'exploitant de veiller au respect, par les participants et ses représentants, de la règle énoncée au paragraphe 55(2), compte tenu des informations dont il a connaissance. De plus, le paragraphe 55(2.2) stipule que la personne accusée d'avoir contrevenu au paragraphe 55(2.1) peut se disculper en prouvant qu'elle a pris les mesures utiles et fait preuve de diligence (voir la section 6.4 — *Diligence raisonnable*) pour que soit ses représentants ou les participants ne fassent aucune déclaration concernant la rémunération versée au titre du système, soit leurs déclarations respectent les critères énoncés au paragraphe 55(2).



6.1 Rémunération effectivement reçue

Exemple I

Situation :

L'exploitant d'un système de CPM affirme que la proportion donnée de participants a touché les montants de rémunération suivants au cours de l'année précédente :

Participants (%)	Rémunération reçue (\$)
5	0–1 000 \$
5	1 001–2 000 \$
25	2 001–3 000 \$
35	3 001–4 000 \$
3	4 001–5 000 \$
5	5 001–6 000 \$
3	6 001–7 000 \$
4	7 001–8 000 \$
10	8 001–9 000 \$
5	9 001–10 000 \$

Remarque :

Dans une telle situation, un participant ordinaire gagnerait entre 2 001 \$ et 4 000 \$ par année parce que cette fourchette de revenus représente le plus petit nombre de niveaux de revenus rassemblant plus de la moitié (60 p. 100 dans ce cas-ci) des participants au système de CPM.

Si l'exploitant fait des assertions telles que « 60 p. 100 des participants ont gagné entre 2 001 \$ et 4 000 \$ » ou « les participants ordinaires ont gagné entre 2 001 \$ et 4 000 \$ », ou si l'exploitant présente le tableau ci-dessus conjointement avec des affirmations concernant la rémunération, cela ne soulèverait aucune préoccupation aux termes de la *Loi*.

Si l'exploitant devait faire des affirmations concernant la rémunération telles que « gagnez plus de 7 000 \$ par année » ou « de nombreux participants ont gagné plus de 7 000 \$ l'an dernier » sans divulguer la rémunération réellement reçue par les participants ordinaires, il est probable que des préoccupations seraient soulevées aux termes de la *Loi*.

Un exploitant ou participant peut mentionner la rémunération reçue par les participants non représentatifs dans la mesure où l'information requise concernant la rémunération des participants ordinaires est divulguée simultanément. Toutefois, les assertions concernant la rémunération des participants non représentatifs ne devraient pas se faire de manière à détourner l'attention de celles qui concernent la rémunération des participants ordinaires. Pour ce qui est de l'exemple I, un exploitant pourrait affirmer que 15 p. 100 des participants

ont reçu entre 8 001 \$ et 10 000 \$, pourvu qu'il divulgue aussi la rémunération des participants ordinaires (c.-à-d. que 60 p. 100 des participants ont touché entre 2 001 \$ et 4 000 \$).

6.2 Rémunération susceptible d'être reçue (nouveaux systèmes de commercialisation à paliers multiples)

Un exploitant ou participant qui fait une assertion relative à la rémunération dans le cadre d'un nouveau système de CPM doit dévoiler les renseignements en sa possession par rapport à la rémunération qu'un participant ordinaire est susceptible de recevoir compte tenu de tout facteur utile, y compris les facteurs précisés au paragraphe 55(2) de la *Loi*, soit :

- la nature du produit (y compris le prix et la disponibilité);
- les caractéristiques du marché auquel est destiné le produit (les débouchés);
- les caractéristiques du système et des systèmes similaires;
- la forme juridique de l'exploitation (compagnie ou une autre forme d'entreprise).

Un exploitant ou participant qui fait une assertion relative à la rémunération probable doit tenir compte de toute supposition faite, et de l'estimation de rémunération qui en découle, afin de veiller à ce qu'elle soit réaliste et fiable.

Les niveaux de rémunération prévus et dévoilés dans le cas de nouveaux systèmes de CPM devraient être revus six mois après le début des activités pour s'assurer qu'il n'y a pas d'écart majeur entre eux et les niveaux de rémunération que les participants ordinaires ont réellement atteints. Au bout d'un an, l'exploitant devrait mentionner la rémunération réellement reçue par les participants ordinaires plutôt que les niveaux de rémunération prévus.

Il est possible, pour l'exploitant étranger d'un système de CPM désirant faire affaire au Canada, de faire des assertions relatives à la rémunération en se fondant sur les rémunérations reçues dans le passé dans un pays étranger. Toutefois, il faudra que l'exploitant puisse établir qu'il existe suffisamment de ressemblances entre les activités menées à l'étranger et celles qu'il entend mener au Canada, notamment en ce qui concerne ce qui suit :

- type de produit;
- conditions du marché;
- similitudes démographiques.

Au bout d'un an, la rémunération réelle des participants ordinaires canadiens devrait être utilisée, en plus d'être révisée et mise à jour annuellement.

6.3 Assertions loyales, faites en temps opportun et non exagérées

La *Loi* exige que les déclarations quant à la rémunération offerte par le système constituent ou comportent des assertions loyales, faites en temps opportun et non exagérées, fondées sur les informations dont on a connaissance concernant la rémunération soit effectivement reçue par les participants ordinaires, soit susceptible de l'être par eux. Le Bureau de la concurrence

estime qu'une assertion loyale, faite en temps opportun et non exagérée :

- est précise;
- est claire (c.-à-d. de taille appropriée et dans une police lisible, si elle est écrite, voire faite à un débit adéquat si elle est orale, et énoncée de manière compréhensible);
- est énoncée à proximité de toute autre assertion relative à la rémunération (c.-à-d. sur la même page d'un document écrit ou immédiatement avant ou après une déclaration dans une présentation orale ou audiovisuelle);
- est d'importance semblable à d'autres assertions (c.-à-d. qu'elle n'est pas cachée dans une note de bas de page);
- est liée à la rémunération des participants ordinaires (tels que définis précédemment);
- précise le temps et l'effort à consacrer pour atteindre un certain niveau de rémunération;
- explique clairement aux participants éventuels à quel revenu un participant ordinaire est en droit de s'attendre au cours d'une année;
- est mise à la disposition des participants (et des participants éventuels) qui veulent s'informer au sujet des niveaux de rémunération;
- est mise à jour après six mois (dans le cas d'un nouveau système de CPM), puis annuellement par la suite, selon les résultats et données les plus récents quant à la rémunération des participants.

6.4 Diligence raisonnable

En vertu du paragraphe 55(2.1), on peut poursuivre un exploitant si des assertions inadéquates relatives à la rémunération sont faites par les participants ou ses représentants. Afin d'éviter toute responsabilité en vertu de ce paragraphe de la *Loi*, l'exploitant doit montrer qu'il a pris des précautions raisonnables et fait preuve de diligence afin de veiller à ce que ses représentants ou les participants ne fassent aucune assertion relative à la rémunération versée au titre du système ou à ce que toute assertion de cette nature soit loyale, faite en temps opportun et non exagérée.

Pour qu'il y ait diligence raisonnable, l'exploitant doit déployer suffisamment d'efforts pour communiquer à tous les participants ses politiques et procédures applicables aux assertions relatives à la rémunération. En outre, les exploitants doivent faire la preuve qu'ils ont fait les efforts nécessaires pour prévenir les actes répréhensibles et pour y remédier au besoin.

Les exploitants sont invités à communiquer souvent et clairement aux participants et participants éventuels leurs politiques et procédures applicables aux assertions relatives à la rémunération. De plus, l'exploitant doit imposer des sanctions efficaces aux participants qui ne se conforment pas aux politiques et procédures. En résumé, plus un exploitant fait d'efforts pour faire connaître ses politiques aux participants, plus il a de chances d'établir qu'il a fait preuve de diligence.

Comme le précise le *Bulletin d'information sur les programmes de conformité d'entreprise* du Bureau, un programme de conformité crédible et efficace de même que des éléments de preuve documentés des pratiques de conformité de l'entreprise peuvent appuyer une défense fondée

sur la diligence raisonnable, en permettant à une entreprise de prouver qu'elle a pris des mesures raisonnables pour éviter de contrevenir à la *Loi*. Les cinq éléments essentiels qui doivent être intégrés à tout programme de conformité sont les suivants :

- participation et appui de la haute direction;
- politiques et procédures de conformité d'entreprise;
- formation et sensibilisation;
- mécanismes de contrôle, de vérification et de signalement;
- mesures disciplinaires systématiques et mesures incitatives.

Le fait d'obtenir un avis écrit du Bureau de la concurrence (voir la section 8 — *Avis écrits*) sur un projet de système de CPM, puis de veiller à ce que le système soit exploité selon celui-ci, peut aussi favoriser l'établissement de la diligence raisonnable.

Exemple 2

Situation :

Un participant impatient de recruter des participants pour un système de CPM dit à un participant éventuel qu'il peut gagner 1 000 \$ par semaine avec ce système.

Remarque :

Si cette déclaration ne constitue ou ne comporte pas une assertion loyale, faite en temps opportun et non exagérée de la rémunération reçue ou susceptible d'être reçue par les participants ordinaires, le participant est susceptible de contrevenir au paragraphe 55(2). De plus, l'exploitant d'un système de CPM est susceptible de contrevenir au paragraphe 55(2.1), à moins qu'il puisse prouver qu'il a pris des précautions raisonnables et fait preuve de diligence afin de veiller à ce que les participants respectent le paragraphe 55(2.2).

Note : Voir précédemment (page 18) ce qui est jugé une assertion « loyale, faite en temps opportun et non exagérée ».

Exemple 3(a) et 3(b)

Situation :

L'exploitant d'un système de CPM interdit aux participants de faire des assertions au sujet de la rémunération obtenue par les participants à ce système. Cette politique est clairement énoncée dans le matériel publicitaire remis à tous les participants, notamment dans l'entente de distribution signée par chacun d'eux. La société réitère cette politique dans le cadre de ses réunions, notamment lors de son assemblée annuelle. Imaginez les deux scénarios suivants :

(a) Les références à la politique au cours de l'assemblée annuelle font généralement sourire parce que la société ne l'applique pas — la plupart des participants considèrent que la politique « ne vaut pas le papier sur lequel elle est écrite ». Les cas de participants faisant

des déclarations exagérées au sujet de la rémunération sont fréquents.

ou

(b) L'exploitant supervise également les réunions d'information au cours desquelles on fait la promotion du système. Il est rare que les participants fassent des déclarations au sujet de la rémunération, et la société prend les mesures qui s'imposent contre les participants qui ne se conforment pas à sa politique.

Remarque :

L'exemple 3(a) illustre un cas où l'argument de diligence raisonnable pourrait ne pas être retenu comme défense. Par contre, l'argument de diligence raisonnable invoqué dans l'exemple 3(b) pourrait être accepté.

Exemple 4

Situation :

Une entreprise exploite un système de CPM dans lequel les participants font des assertions au sujet de la rémunération. L'exploitant fournit aux participants et aux éventuels participants de l'information au sujet de la rémunération des participants ordinaires, mais il ne passe pas cette information en revue pour vérifier si elle est toujours exacte.

Remarque :

Cet exemple illustre un cas où une défense de diligence raisonnable pourrait ne pas être accueillie si les participants font des assertions inexactes au sujet de la rémunération parce que l'exploitant n'a pas mis cette information à jour.



7. CARACTÉRISTIQUES D'UN SYSTÈME DE VENTE PYRAMIDALE

7.1 Rémunération pour le recrutement d'autres participants

L'alinéa 55.1(1)a) de la *Loi* interdit les situations où les participants donnent une contrepartie, sous forme d'argent comptant ou autre, pour participer au système de CPM, et reçoivent à leur tour une contrepartie lorsque d'autres personnes sont recrutées. Les expressions « primes liées au recrutement » et « frais de chasseur de têtes » sont souvent utilisées pour décrire cette situation.

Exemple 5

Situation :

Un exploitant lance un système de CPM dans lequel un éventuel participant doit verser 150 \$ pour pouvoir recevoir 50 \$ pour chaque personne qu'il recrute et qui verse aussi la somme de 150 \$.

Remarque :

Ce système est un système de vente pyramidale [alinéa 55.1(1)a) de la *Loi*] puisque les participants touchent une rémunération de 50 \$ pour chaque éventuel participant qu'ils recrutent. De ce fait, une préoccupation est soulevée en vertu du paragraphe 55.1(2) de la *Loi*.

Exemple 6

Situation :

Un exploitant lance un système de CPM dans lequel les éventuels participants qui ont payé pour adhérer au système doivent recruter un certain nombre d'autres éventuels participants avant de recevoir une rémunération ou d'atteindre un niveau de rémunération supérieur.

Remarque :

Ce système est un système de vente pyramidale [alinéa 55.1(1)a) de la *Loi*] puisqu'il exige des participants qu'ils paient pour pouvoir participer et ne leur donne le droit à rémunération qu'une fois qu'ils ont recruté d'autres éventuels participants. De ce fait, une préoccupation est soulevée en vertu du paragraphe 55.1(2) de la *Loi*.

7.2 Obligation d'achat comme condition de participation

En vertu de l'alinéa 55.1(1)b) de la *Loi*, un système de CPM ne peut pas imposer l'achat d'un produit à un prix supérieur à celui du prix coûtant comme condition de participation. De plus, un système de CPM ne peut exiger des participants l'achat de produits à un prix supérieur au prix coûtant pour recevoir une commission ou des bénéfices plus élevés.

L'alinéa 55.1(1)b) autorise les participants à acheter des produits au prix coûtant à des fins promotionnelles. Par conséquent, il est peu probable qu'un système soulève un problème au regard de cette disposition si un nouveau participant est tenu d'acheter une « trousse de départ » (manuel, instructions, échantillons du produit et matériel publicitaire) au prix coûtant (voir la section 5.6 — *Prix coûtant de l'exploitant ou du vendeur*).

Un système de CPM ne peut imposer une obligation d'achat de produit à un prix supérieur au prix coûtant, que ce soit à titre de condition explicite ou implicite (dans les faits). Pour déterminer si un système de CPM est assorti d'une obligation d'achat, le Bureau prend en considération de nombreux facteurs, notamment les suivants :

- le fait que les participants doivent déboursier un prix supérieur au prix coûtant et ne jouissent pas d'une garantie de rachat à des conditions commerciales raisonnables;
- le fait que le système encourage directement ou indirectement les ventes de produits auprès des participants dans le seul but d'atteindre les objectifs de vente ou de maintenir les taux de rémunération;
- le fait que le système impose la vente de produits pour obtenir une rémunération, atteindre ou maintenir un niveau de rémunération dans son plan de commercialisation, le cas échéant :

- les achats effectués par un participant demeurent en quantité raisonnables sur le plan commercial compte tenu de la nature du produit;
- les achats effectués par les participants représentent un taux de ventes réaliste pouvant être atteint au cours d'une période raisonnable compte tenu de la nature et du prix du produit;
- les conditions de retour offertes par le vendeur sont raisonnables sur le plan commercial;
- le fait que le produit soit destiné à être vendu auprès de non-participants du système;
- la nature du produit (bien tangible, droit d'adhésion, etc.).

Le Bureau considérera chaque système de CPM au cas par cas afin de déterminer si les participants ont l'obligation de procéder à l'achat de produits pour y participer.

Bien que l'obligation d'achat de produits risque de contrevenir à cette disposition, les exigences de vente d'un produit ou liées à des produits destinés à des non-participants du système ne contreviendraient probablement pas à la disposition.

Exemple 7

Situation :

Un exploitant lance un système de CPM dans lequel un participant éventuel doit acheter comme condition de participation un montant de 75 \$ en échantillons de produits au prix coûtant afin de pouvoir faire la démonstration des différents produits de l'exploitant.

Remarque :

Ce système ne correspond probablement pas à la définition d'un système de vente pyramidale [alinéa 55.1(1)b] de la Loi] puisque le produit est acheté au prix coûtant à des fins promotionnelles. Si c'est le cas, il est peu probable qu'elle soulève un problème au regard de la Loi.

Exemple 8

Situation :

Un exploitant crée un système de CPM destiné à promouvoir divers gadgets. Les participants peuvent se procurer une trousse de formation à un prix supérieur au prix coûtant. Une fois la trousse acquise, le participant a désormais le droit de vendre des trousse de formation à de nouveaux participants; il obtient une prime en argent pour chaque vente de trousse.

Remarque :

Ce système semble faire la promotion de deux produits, soit des gadgets et des trousse de formation. Les participants qui choisissent de vendre les trousse de formation sont tenus d'en acheter eux-mêmes, en tant que condition de participation au volet formation du système et à un prix supérieur au prix coûtant. L'obligation d'acheter une trousse de formation à un prix supérieur au prix coûtant avant de pouvoir vendre des trousse de

formation soulève probablement un problème en vertu de l'alinéa 55.1(1)b). De plus, la contrepartie donnée pour la trousse de formation et le droit d'être rémunéré pour le recrutement et la formation de nouveaux participants, qui pourraient à leur tour donner une contrepartie pour obtenir le même droit, soulève probablement un problème à titre de prime de recrutement, tel que défini à l'alinéa 55.1(1)a). Si la trousse de formation était vendue au prix coûtant ou encore que les participants n'avaient pas à en acheter une, ce système de CPM ne poserait probablement pas problème en vertu de la *Loi*.

Exemple 9

Situation :

Un exploitant établit un système de CPM qui exige que les participants s'inscrivent à un programme dans lequel une quantité donnée du produit, dont le prix est supérieur au prix coûtant, est automatiquement expédiée et facturée aux participants chaque mois par l'intermédiaire d'un programme d'expédition automatique.

Remarque :

Ce système correspond probablement à la définition d'un système de vente pyramidale [alinéa 55.1(1)b) de la *Loi*] puisque les participants doivent acheter une quantité déterminée du produit mensuellement pour participer au système. Si c'est le cas, le système soulève probablement un problème au regard de la *Loi*.

Un programme facultatif d'expédition automatique ne poserait habituellement pas problème en vertu de la *Loi*.

7.3 Consignation abusive

Aux termes de l'alinéa 55.1(1)c) de la *Loi*, un système de vente pyramidale correspond à une situation dans laquelle l'exploitant ou un participant à un système de CPM fournit sciemment à des participants le produit en quantité injustifiable sur le plan commercial. En d'autres termes, il ne peut y avoir consignation abusive. Il faut tenir compte des éléments suivants pour déterminer si un produit est fourni en quantité injustifiable sur le plan commercial :

- le type de produit;
- le prix de vente du produit;
- la taille du marché;
- le nombre de participants;
- le nombre de concurrents;
- les ventes du produit dans le passé.

Exemple 10

Situation :

Un exploitant établit un système de CPM dans lequel de grandes quantités d'un produit sont fournies aux participants dès le début. La demande pour le produit est rare en raison du nombre considérable de concurrents sur le marché. De nombreux participants dans le même marché géographique ont récemment adhéré au système et ont également acheté de grandes quantités du produit.

Remarque :

Cette situation pourrait correspondre à la définition d'un système de vente pyramidale [alinéa 55.1(1)c) de la *Loi*] puisque les faits semblent indiquer qu'il est peu probable que les participants puissent vendre les grandes quantités du produit achetées. Si c'est le cas, le système soulève probablement un problème au regard de la *Loi*.

7.4 Garantie de rachat ou droit de retour

En vertu de l'alinéa 55.1(1)d) de la *Loi*, les systèmes de CPM doivent offrir une garantie de rachat ou un droit de retour du produit en bon état de vente, à des conditions commerciales raisonnables. Les participants doivent être informés de cette garantie ou de ce droit et de la manière dont ils peuvent s'en prévaloir.

Parmi les facteurs à prendre en considération lorsqu'on détermine ce qui constitue des conditions commerciales raisonnables figurent les suivants :

- le type de produit;
- le coût du produit;
- l'état du produit (si le produit est endommagé ou par ailleurs invendable);
- le caractère raisonnable d'un point de vue commercial de toute limite quant au nombre de fois qu'un participant peut retourner un produit en vertu du système de CPM ou à la fréquence à laquelle il peut le faire;
- le nombre de jours alloués au participant pour retourner un produit après l'achat (le fait d'exiger le retour du produit dans les 30 jours ou plus n'est généralement pas considéré comme déraisonnable sur le plan commercial);
- le pourcentage du coût pour le participant qui est remboursé;
- toute conséquence, notamment la résiliation du contrat, si un participant retourne un produit;
- les politiques de retour d'autres sociétés offrant des produits semblables.

La garantie de rachat de certains systèmes de CPM prévoit la résiliation du contrat de tout participant qui exerce son droit de retourner un produit. Le Bureau peut juger la garantie de rachat de l'exploitant déraisonnable sur le plan commercial si le retour du produit se traduit par la résiliation du contrat. De plus, la politique ne doit pas inciter un participant à accumuler les produits plutôt que de les retourner à l'exploitant.

Toutefois, la résiliation pour cause de retour n'est pas jugée déraisonnable sur le plan commercial si : a) le retour du produit est synonyme de l'intention du participant de mettre un terme à sa participation au système (p. ex. si le participant retourne un produit qu'il doit acheter pour prendre part au système et que l'achat exigé est conforme à l'article 55. I de la Loi); b) le participant retourne tous les produits qu'il détient; ou c) le retour du produit constitue un abus de la politique de retour (p. ex. le participant retourne des produits trop souvent ou les circonstances d'un retour laissent entendre que l'on a acheté le produit avec l'intention de le retourner après l'atteinte des exigences nécessaires à l'obtention d'une prime).

Exemple 11

Situation :

Un exploitant établit un système de CPM mettant en vedette des gadgets. Un participant qui commande des gadgets peut les retourner à ses frais, en tout ou en partie et en bon état de vente, dans les 30 jours et il obtiendra un remboursement de 90 p. 100 de la somme versée. L'exploitant a expliqué les modalités de cette politique dans des dépliants promotionnels et des ententes signées par les participants. La politique et les procédures connexes sont également discutées au cours de réunions d'information, et les participants sont formés pour expliquer leurs modalités aux participants éventuels. Les frais de réapprovisionnement de 10 p. 100 couvrent les frais raisonnables d'expédition et de manutention de l'exploitant, et celui-ci ne tire aucun profit du retour des produits.

Remarque :

Cette politique de retour ne correspond probablement pas à la définition d'un système de vente pyramidale [alinéa 55. I (1)d) de la Loi] puisque ses conditions semblent raisonnables sur le plan commercial. Si c'est le cas, il est peu probable qu'elle soulève un problème au regard de la Loi.

Exemple 12

Situation :

Un exploitant crée un système de CPM faisant la promotion d'une gamme complète de gadgets. Les participants ont le droit de retourner des produits en état de revente pour un remboursement total moins 10 p. 100 de frais couvrant les coûts encourus par l'exploitant, alors même que ce dernier peut résilier le contrat d'un participant qui exerce son droit de retour. Un participant a réussi à vendre la gamme complète de gadgets, à l'exception d'un seul gadget.

Remarque :

Ce qui constitue des conditions raisonnables à titre de droit de retour dépend de plusieurs facteurs. La résiliation d'un contrat dans le cadre d'un système de CPM comme conséquence d'exercice d'un droit de retour pourrait être considérée comme déraisonnable sur le plan commercial.

Exemple 13

Situation :

Un exploitant établit un système de CPM qui donne aux participants le droit de retourner le produit et d'être remboursés pour ce produit. Un participant au système a acheté une certaine quantité de produits de l'exploitant afin d'être admissible aux primes de vente. Le participant éprouve des difficultés à vendre les produits et les retourne. L'exploitant exige le remboursement de toutes les primes perçues pour ce produit.

Remarque :

Ce système ne correspond probablement pas à la définition d'un système de vente pyramidale [alinéa 55.1(1)d) de la *Loi*] puisque la clause du remboursement des primes est probablement raisonnable sur le plan commercial. Si c'est le cas, il est peu probable qu'il soulève un problème au regard de la *Loi*.



8. AVIS ÉCRITS

Le Bureau facilite l'observation de la loi en produisant des avis écrits, conformément à l'article 124.1 de la *Loi*, moyennant le paiement de frais. Tout avis écrit donné conformément à l'article 124.1 lie le commissaire et continue de le lier tant que ni les faits eux-mêmes, ni la mise en œuvre du comportement ou de la pratique envisagés ne font l'objet d'un changement important par rapport à ce qui a été proposé.

Les dirigeants d'entreprises, les avocats ou autres sont invités à vérifier, en demandant un avis écrit, si la pratique commerciale ou le système qu'ils projettent peut soulever un problème au regard de la *Loi*. Ils recevront un avis écrit précis formulé en fonction des renseignements qu'ils auront donnés et tenant compte de la jurisprudence, des avis écrits antérieurs et des politiques du Bureau.

Le demandeur doit savoir que les avis écrits ne se rapportent qu'à la *Loi*, et non aux autres législations, comme le *Code criminel*.

Les exploitants qui demandent un avis écrit ne sont pas liés par celui-ci et restent libres de mettre en place le système en cause en dépit de la réception d'un avis écrit négatif, mais ils doivent savoir que celui-ci pourrait être soumis aux tribunaux. De tels avis écrits sont formulés relativement à un ensemble de faits précis. Si le système qui est mis en place est différent du système présenté au Bureau ou si les conditions changent de façon à avoir des répercussions substantielles sur le système, ce dernier pourrait faire l'objet d'un nouvel examen.

Les exploitants qui souhaitent demander un avis écrit en vertu des articles 55 et 55.1 de la *Loi* peuvent soumettre leur demande par écrit au Centre des renseignements du Bureau. La demande d'avis écrit doit inclure tous les renseignements pertinents et le paiement des frais appropriés. Pour obtenir de plus amples renseignements sur le programme d'avis écrits ou

les coordonnées relatives à une demande aux termes d'autres dispositions de la *Loi*, veuillez consulter la *Politique sur la tarification et les normes de service* et le guide connexe, que vous trouverez sur le site Web du Bureau :

[www.bureaudelaconcurrence.gc.ca
(sous *Index de A à Z* et sous *Tarification et normes de service*)

8.1 Exigences relatives à la demande d'un avis écrit pour un système de commercialisation à paliers multiples

Voici les exigences relatives à la demande d'un avis écrit en vertu de l'article 124.1 de la *Loi* :

8.1.1 Divulgence de tous les renseignements pertinents

Pour que le Bureau puisse formuler un avis écrit avisé, il doit posséder tous les faits importants relatifs au système proposé. Plus les renseignements fournis sont complets et précis, moins le Bureau se voit dans l'obligation de nuancer son avis écrit. Parmi les renseignements qui devraient être soumis, mentionnons les suivants : le nom du demandeur, le nom de l'entreprise proposée, une description du système de rémunération, la méthode employée pour déterminer la rémunération versée à un participant ordinaire, tous les dépliants promotionnels, le matériel de formation, les présentations, les brochures, les vidéos, les bandes audio, une copie des sites Web, s'il y a lieu, les ententes contractuelles, les renseignements sur les produits, les formulaires de commande des produits et tout autre matériel fournissant des renseignements sur le système de CPM.

8.1.2 Produit

Le Bureau exige que le produit existe au moment de la demande d'avis écrit sur le système de CPM. Il faut fournir une description détaillée du produit. Si le système proposé comprend une assertion sur le rendement du produit ou son efficacité, le Bureau peut vérifier si elle est fondée sur des tests adéquats (voir la section 8.2 — *Refus de produire un avis écrit*).

8.1.3 Ne fait pas l'objet d'une enquête

L'exploitant doit confirmer que le système de CPM proposé ne fait pas l'objet d'une enquête par tout autre organisme d'exécution de la loi canadien ou étranger.

8.1.4 Identité légale canadienne

La documentation fournie par l'exploitant du système doit aussi indiquer que l'exploitant est incorporé au Canada ou qu'une personne au Canada peut être tenue responsable de ses actions.

8.1.5 Comportement proposé

Le système de CPM proposé ne doit pas être actuellement exploité au Canada ni avoir des participants actifs, même si ce n'est qu'à titre d'essai avant commercialisation. Habituellement, le Bureau rejette la demande d'avis écrit si le système est déjà exploité au Canada. Toutefois, certains gouvernements provinciaux canadiens (comme ceux de l'Alberta, de la Saskatchewan, du Manitoba et de la Nouvelle-Écosse) exigent des exploitants d'un système de CPM qu'ils obtiennent un avis écrit favorable du Bureau avant de leur émettre un permis de vente directe pour mener leurs activités dans leur province. Le Bureau peut émettre un avis écrit à un exploitant de système de CPM déjà en exploitation dans au moins une province, mais qui a besoin d'un tel avis pour obtenir les permis exigés pour transiger dans certaines provinces l'imposant.

8.2 Refus de produire un avis écrit

Le commissaire n'émet pas d'avis écrit en vertu des articles 55 et 55.1 de la *Loi* dans les situations suivantes :

- le Bureau ne possède pas suffisamment de renseignements pour évaluer le système de CPM proposé de façon appropriée;
- aucun produit légitime n'est associé au système de CPM proposé;
- le système de CPM fait actuellement l'objet d'une enquête par le Bureau;
- le système de CPM fait actuellement l'objet d'une enquête par une autre autorité canadienne ou étrangère;
- le système de CPM n'a pas d'identité légale canadienne;
- le système de CPM est déjà exploité au Canada (voir la section 8.1.5 — *Comportement proposé* pour connaître les exceptions);
- le système de CPM porte sur des pièces d'or ou d'argent, l'industrie du voyage, des cartes d'escompte ou de la formation (le Bureau ne produit pas d'avis écrit dans ces situations étant donné la difficulté d'établir la valeur de ces produits);
- le système de CPM comprend des indications à propos du rendement qui ne sont pas fondées sur une épreuve suffisante et appropriée;
- le système de CPM contient d'autres comportements contraires à la *Loi*;
- le système de CPM comprend un comportement contraire à d'autres lois canadiennes.

8.2.1 Autre comportement contraire à la *Loi*

Si le système proposé soulève un problème au regard de toute autre disposition de la *Loi*, le Bureau peut refuser de produire un avis écrit sur celui-ci. Il est à noter que les frais les plus élevés seulement s'appliquent dans le cas d'un avis écrit qui peut concerner de multiples dispositions de la *Loi*. Comme indiqué ci-après, les indications relatives au rendement peuvent soulever des préoccupations pertinentes.

Indications relatives au rendement [alinéa 74.01(1)b)]

De nombreux systèmes de CPM font la promotion de la fourniture ou de l'usage de leur produit au moyen d'indications à propos du rendement ou de l'efficacité du produit. En vertu de l'alinéa 74.01(1)b), la *Loi* exige que toute indication sous la forme d'une déclaration ou d'une garantie visant le rendement, l'efficacité ou la durée utile d'un produit soit fondée sur une épreuve suffisante et appropriée.

Il revient au demandeur de s'assurer que les indications relatives au rendement, à l'efficacité ou à la durée de vie utile du produit soient fondées sur une épreuve suffisante et appropriée. Le Bureau peut, à sa discrétion, refuser de fournir un avis écrit s'il croit que les indications ne sont pas fondées sur une épreuve suffisante et appropriée.

8.2.2 Autres organismes de réglementation canadiens

Si le système proposé semble soulever un problème au regard d'une autre loi canadienne⁶, le Bureau peut refuser de produire un avis écrit en vertu des dispositions relatives au système de CPM. Dans de telles circonstances, le Bureau peut consulter le ministère ou l'organisme qui administre la loi pertinente afin de déterminer s'il est approprié de produire un avis écrit sur le système de CPM. Le Bureau peut aussi faire part de ces préoccupations au demandeur.

⁶ Les lois canadiennes comprennent les lois et règlements fédéraux, provinciaux et municipaux.



9. PÉNALITÉS

Les pénalités sur déclaration de culpabilité pour une infraction commise en vertu des dispositions relatives au système de CPM sont énoncées au paragraphe 55(3) de la *Loi*. Les pénalités sur déclaration de culpabilité pour une infraction commise en vertu des dispositions relatives au système de vente pyramidale sont énoncées au paragraphe 55.1(3) de la *Loi*.





10. 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

[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]



ANNEXE A

Articles 55 et 55.1 de la *Loi sur la concurrence*

Système de commercialisation à paliers multiples

55. (1) Pour l'application du présent article et de l'article 55.1, « commercialisation à paliers multiples » s'entend d'un système de distribution de produits dans lequel un participant reçoit une rémunération pour la fourniture d'un produit à un autre participant qui, à son tour, reçoit une rémunération pour la fourniture de ce même produit ou d'un autre produit à d'autres participants.

(2) Il est interdit à l'exploitant d'un système de commercialisation à paliers multiples, ou à quiconque y participe déjà, de faire à d'éventuels participants, quant à la rémunération offerte par le système, des déclarations qui ne constituent ou ne comportent pas des assertions loyales, faites en temps opportun et non exagérées, fondées sur les informations dont il a connaissance concernant la rémunération soit effectivement reçue par les participants ordinaires, soit susceptible de l'être par eux compte tenu de tous facteurs utiles relatifs notamment à la nature du produit, à son prix, à sa disponibilité et à ses débouchés de même qu'aux caractéristiques du système et de systèmes similaires et à la forme juridique de l'exploitation.

(2.1) Il incombe à l'exploitant de veiller au respect, par les participants et ses représentants, de la règle énoncée au paragraphe (2), compte tenu des informations dont il a connaissance.

(2.2) La personne accusée d'avoir contrevenu au paragraphe (2.1) peut se disculper en prouvant qu'elle a pris les mesures utiles et fait preuve de diligence pour que :

- a) soit ses représentants ou les participants ne fassent aucune déclaration concernant la rémunération versée au titre du système;
- b) soit leurs déclarations respectent les critères énoncés au paragraphe (2).

(3) Quiconque contrevient aux paragraphes (2) ou (2.1) commet une infraction et encourt, sur déclaration de culpabilité :

- a) par mise en accusation, une amende dont le montant est fixé par le tribunal et un emprisonnement maximal de cinq 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.

Système de vente pyramidale

55.1 (1) Pour l'application du présent article, « système de vente pyramidale » s'entend d'un système de commercialisation à paliers multiples dans lequel, selon le cas :

- a) un participant fournit une contrepartie en échange du droit d'être rémunéré pour avoir recruté un autre participant qui, à son tour, donne une contrepartie pour obtenir le même droit;
- b) la condition de participation est réalisée par la fourniture d'une contrepartie pour une quantité déterminée d'un produit, sauf quand l'achat est fait au prix coûtant à des fins promotionnelles;
- c) une personne fournit, sciemment, le produit en quantité injustifiable sur le plan commercial;
- d) le participant à qui on fournit le produit :
 - (i) soit ne bénéficie pas d'une garantie de rachat ou d'un droit de retour du produit en bon état de vente, à des conditions commerciales raisonnables,
 - (ii) soit n'en a pas été informé ni ne sait comment s'en prévaloir.

(2) Il est interdit de mettre sur pied, d'exploiter, de promouvoir un système de vente pyramidale ou d'en faire la publicité.

(3) Quiconque contrevient au paragraphe (2) commet une infraction et encourt, sur déclaration de culpabilité :

- a) par mise en accusation, une amende dont le montant est fixé par le tribunal et un emprisonnement maximal de cinq 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.



ANNEXE B

Alinéa 206(1)e) du *Code criminel*

206(1) Est coupable d'un acte criminel et passible d'un emprisonnement maximal de deux ans quiconque, selon le cas :

e) conduit ou administre un plan, un arrangement ou une opération de quelque genre que ce soit, ou y participe, moyennant quoi un individu, sur paiement d'une somme d'argent ou sur remise d'une valeur ou, en s'engageant lui-même à payer une somme d'argent ou à remettre une valeur, a droit, en vertu du plan, de l'arrangement ou de l'opération, de recevoir de la personne qui conduit ou administre le plan, l'arrangement ou l'opération, ou de toute autre personne, une plus forte somme d'argent ou valeur plus élevée que la somme versée ou la valeur remise ou à payer ou remettre, du fait que d'autres personnes ont payé ou remis, ou se sont engagées à payer ou remettre, quelque somme d'argent ou valeur en vertu du plan, de l'arrangement ou de l'opération.