

difficulté à réglementer ces concours. Divers problèmes se posent. Le présent article défend de disposer de biens par tout jeu mixte de hasard et d'adresse, mais n'interdit pas l'attribution de prix en argent. Dans la plupart des concours commerciaux, on n'est pas sûr que le candidat ait versé quelque argent et, pour les motifs énumérés au paragraphe 28, il est difficile d'obtenir une condamnation en pareilles circonstances. Dans d'autres cas, il y a doute lorsque l'attribution effective du prix dépend de quelque pseudo-tour d'adresse, bien qu'en réalité ce soit le hasard qui désigne le gagnant, par exemple lorsque la personne dont le nom est tiré n'a qu'à répondre à une question bien simple pour obtenir le prix. D'autres concours, où l'adresse joue ostensiblement une part, sont dirigés, de fait, comme des loteries, puisque le prix dépend presque uniquement du hasard. Ainsi, dans un concours où il faut compléter un slogan commercial, le gagnant est choisi au hasard parmi des milliers de concurrents. Dans d'autres cas, la légalité du concours tient à ce qu'on demande aux concurrents de faire une vente ou un achat fictif ou nominal quand, en réalité, le nom du gagnant sera tiré au sort. C'est ce qui se passe, par exemple à l'occasion des concours "photo-nite" très en vogue dans certains cinémas.

32. Le Comité estime que la fréquence de ce genre de concours de publicité n'est pas à l'avantage de la collectivité. Ces concours s'inspirent de motifs purement commerciaux; ils ne confèrent aucun avantage à la société. Ils font appel à l'instinct du jeu que leur grand nombre tend à stimuler. Tant qu'on permettra de telles loteries commerciales, il sera extrêmement difficile de faire observer les interdictions et restrictions visant les loteries organisées par des groupements respectables, à des fins charitables ou sociales. Le Comité, en outre, a été frappé par les témoignages portant que l'exploitation de tels concours commerciaux déforme le sens des valeurs de la collectivité, détourne l'attention du prix et de la qualité des marchandises et, de ce fait, peut faire monter le prix des marchandises. Le Comité trouve aussi que ces concours placent le petit marchand indépendant dans une position désavantageuse par rapport aux grands magasins, qui sont mieux en mesure d'absorber les frais que comportent les prix et les dépenses d'administration supplémentaires que ces concours de vente ne manquent pas de susciter.

33. Le comité recommande d'étendre l'application des lois qui interdisent les loteries aux concours de publicité et de vente où un quelconque élément de chance entre en jeu.

f) Jeux organisés "à l'occasion" pour des fins charitables

34. L'une des dispositions les plus embrouillantes de la loi actuelle est la clause conditionnelle qui soustrait à l'application de la définition d'une maison de jeu publique contenue dans l'article 168 (2) b), tel lieu où se tiennent "à l'occasion", sous les auspices d'une association charitable ou religieuse, des jeux à l'égard desquels un droit d'entrée est exigé, lorsque les recettes servent à des fins charitables ou religieuses. Le comité constate que l'expression "à l'occasion" est vague et rend difficile aux autorités qui appliquent la loi et aux tribunaux l'établissement de normes qui permettraient de juger de l'opportunité des parties de bingo organisées pour fins charitables. La conclusion générale qui s'impose est que le caractère peu satisfaisant de cette clause d'exemption rend difficile la mise en vigueur de la loi. Étant donné les vœux formulés à l'article 3 du présent article, où sont clairement exposées les conditions qui régissent l'organisation légitime de loteries, y compris les parties de bingo, le comité recommande la suppression de cette clause conditionnelle et la substitution d'une autre clause soustrayant les endroits où ont lieu ces loteries autorisées à l'application de la définition d'une maison de jeu publique.