

# **L'action collective québécoise dans les domaines de l'alimentation et des suppléments nutritifs**

## **Tour d'horizon et perspectives**

**Normand Painchaud et Vincent Blais-Fortin\***

I.	INTRODUCTION . . . . .	335
II.	TOUR D'HORIZON DE LA JURISPRUDENCE . . . . .	336
	A. Sécurité et non-toxicité des produits . . . . .	336
	B. Représentations inadéquates ou non conformes . . . . .	341
III.	CONCLUSIONS ET PERSPECTIVES . . . . .	349

---

\* Avocats au cabinet Sylvestre Fafard Painchaud, s.e.n.c.r.l.



## I. INTRODUCTION

« L'industrie de la transformation des aliments et des boissons est la plus importante industrie manufacturière au Canada, laquelle représentait la plus grande part (16 %) du PIB total du secteur manufacturier en 2013. »<sup>1</sup> Nous consommons les produits de cette industrie tous les jours, plusieurs fois par jour. La publicité faisant la promotion de ces produits est omniprésente. Les polémiques sur la surconsommation, la surabondance de l'offre énergétique en général et de sucres libres en particulier, de même que leur lien avec l'obésité et les problèmes de santé qui en découlent, font l'objet de mises en garde, d'articles et de manchettes depuis plusieurs années<sup>2</sup>.

Pourtant, dans le cadre de la présente revue de la jurisprudence relative aux actions collectives contre les acteurs de cette industrie, notre première constatation est qu'un nombre relativement peu élevé de telles actions collectives ont été entreprises<sup>3</sup>.

Dans le présent texte, nous ferons un tour d'horizon de la jurisprudence québécoise dans le domaine de cette industrie. Cette revue de la jurisprudence est divisée en deux sources d'obligations, soit d'une part l'obligation de fabriquer, distribuer et vendre des produits sécuritaires et, d'autre part, l'obligation de ne pas faire de représen-

1. AGRICULTURE ET AGROALIMENTAIRE CANADA, Vue d'ensemble du système agricole et agroalimentaire canadien 2015 : <<http://www.agr.gc.ca/fra/a-propos-de-nous/publications/publications-economiques/liste-alphabetique/vue-d-ensemble-du-systeme-agricole-et-agroalimentaire-canadien-2015/?id=1428439111783>>.
2. À titre d'exemples : ORGANISATION MONDIALE DE LA SANTÉ, Note d'information sur l'apport de sucres recommandé pour les adultes et les enfants dans la directive de l'OMS, p. 1 : « [...] L'apport de sucres libres devrait être réduit à moins de 10 % de l'apport énergétique total. [...] Les recommandations s'appuient sur les effets avérés de l'apport de sucres libres sur la santé. Ces sucres comprennent les monosaccharides et les disaccharides ajoutés aux aliments par le fabricant, la personne qui prépare les aliments ou le consommateur, et les sucres naturellement présents dans le miel, les sirops, les jus de fruits et les jus de fruits concentrés. Les sucres libres se distinguent des sucres intrinsèques présents dans les fruits et légumes frais entiers. » Mathieu PERREAULT, « Sucre : simple calorie ou poison ? », *La Presse*, 21 octobre 2015.
3. Nous n'avons répertorié aucun jugement au fond.

tations fausses ou trompeuses, incluant son corollaire, l'obligation de ne pas omettre d'information importante sur les produits. Sous ces deux thèmes, nous ferons des liens que nous considérons utiles et des distinctions que nous considérons essentielles avec les conclusions du jugement *Létourneau* relatif à l'industrie du tabac<sup>4</sup>, bien que le sort final réservé à ce jugement ne soit pas encore connu.

## II. TOUR D'HORIZON DE LA JURISPRUDENCE

### A. Sécurité et non-toxicité des produits

Un fabricant, distributeur ou fournisseur d'un produit alimentaire toxique ou insalubre peut voir sa responsabilité civile retenue en vertu de plusieurs sources de droit :

- Le régime général de la responsabilité civile du *Code civil du Québec* (ci-après : C.c.Q.) (art. 1457 C.c.Q.) ;
- La responsabilité d'un fabricant pour le défaut de sécurité d'un bien (art. 1468 C.c.Q.) ;
- La garantie de qualité du vendeur prévue au C.c.Q. (art. 1726, 1728 et 1729 C.c.Q.) et dans la *Loi sur la protection du consommateur*<sup>5</sup> (ci-après : L.P.C.) (art. 37 et 52(1) L.P.C.) ;
- L'obligation de mentionner les faits importants prévue à la L.P.C. (art. 228 et 253 LPC).

Les quelques décisions recensées ci-dessous traitent, ensemble, de chacune de ces sources de responsabilité dans le cadre d'actions collectives intentées pour défaut de salubrité ou toxicité de produits.

*Gratton c. 2855-6512 Québec inc.*<sup>6</sup>

Cette action collective fut intentée à la suite de la contamination de quelques centaines de personnes par le parasite *Cyclospora*, présent dans du basilic utilisé pour concocter un met. Cette contamination était survenue en juin 2005 dans un établissement de villégiature bien connu. L'établissement avait convenu de servir à ces

4. *Létourneau c. JTI-MacDonald Corp.*, 2015 QCCS 2382 (CanLII).

5. RLRQ, c. P-40.1.

6. *Gratton c. 2855-6512 Québec inc.*, 2006 QCCS 1894 (CanLII).

quelque 200 personnes, sur deux soirs, des repas incluant un plat contenant le basilic contaminé. La garantie de qualité était invoquée à l'appui de cette action collective, qui a été autorisée sur cette base. Les dommages réclamés incluaient le prix du repas, la perte de jouissance, et les douleurs, souffrances et inconvénients. La preuve au dossier comportait une enquête épidémiologique et des résultats de tests de laboratoire effectués par la Direction de santé publique de la Montérégie ainsi qu'une lettre d'excuses de l'établissement. Les investigations et les tests concluaient que l'intoxication avait été provoquée par le parasite *Cyclospora*, et que ce parasite avait contaminé le plat en question ainsi que les personnes qui l'avaient consommé.

Dans le jugement d'autorisation, le tribunal avait, notamment, identifié les questions communes suivantes :

b) L'obligation de l'intimée envers les membres du groupe quant à la qualité du produit servi et consommé est-elle de la nature d'une obligation de résultat ou d'une obligation de moyens ?

c) La lettre émanant du représentant de l'intimée et datée du 24 août 2005, constitue-t-elle un aveu extrajudiciaire entraînant la responsabilité de l'intimée ?

Cette affaire a été réglée hors cour après autorisation, avant que le dossier ne soit entendu au fond. Le jugement d'approbation de la transaction n'a pas été publié.

*Melvin c. Maple Leaf Foods Inc.*<sup>7</sup>

En juillet 2008, une éclosion pancanadienne de listériose avait été attribuée à des produits de viande transformés par Maple Leaf dans l'une de ses usines en Ontario. Quelque 220 produits Maple Leaf avaient fait l'objet de rappels au Canada. Des actions collectives ont été déposées dans les semaines suivantes dans cinq juridictions canadiennes dont au Québec.

Les requêtes alléguaient notamment que Maple Leaf avait été négligente dans l'élaboration et/ou l'application de ses protocoles de sécurité alimentaire. Tout comme dans le dossier Gratton, les requérants s'appuyaient sur le manquement à la garantie de qualité<sup>8</sup>, cette

7. *Melvin c. Maple Leaf Foods inc.*, 2009 QCCS 1378 (CanLII).

8. Art. 1726 C.c.Q. et 37 L.P.C.

dernière s'appliquant tant au vendeur qu'au fabricant, distributeur ou fournisseur<sup>9</sup>. Les dommages allégués comprenaient le coût des produits contaminés ainsi que des dommages moraux divers (souffrances et douleurs provenant de diarrhées, crampes, vomissements et fièvre, troubles et inconvénients liés aux examens et suivis médicaux, incapacité partielle ou totale, temporaire ou permanente, inquiétude, angoisse, appréhension et stress résultant de l'exposition aux risques et dangers inhérents aux produits visés par le rappel) et le décès de certaines personnes.

À la suite du dépôt des actions, Maple Leaf et la coalition des procureurs en demande de toutes les provinces ont rapidement entamé des négociations et une entente de règlement nationale a été conclue dans les mois qui ont suivi. Résultat : un fonds d'indemnisation non remboursable de 25 millions \$ à être distribué principalement aux victimes, mais également aux programmes d'assurances santé de certaines provinces subrogées aux droits de certaines victimes. En avril 2009, la Cour supérieure du Québec, à l'instar de deux autres juridictions canadiennes actives, a autorisé le recours collectif aux fins de règlement<sup>10</sup>, puis a approuvé la transaction.

L'honorable Claude Castonguay, j.c.s. a souligné avec approbation la célérité avec laquelle les parties avaient convenu d'une entente dans ce dossier. On peut en effet facilement imaginer la panoplie de moyens de défense qui auraient pu être invoqués par Maple Leaf, et ce, pendant bien des années, dans ce dossier national multijuridictionnel. Le soussigné, qui était aux premières loges dans ce processus, abonde dans le sens du juge Castonguay pour souligner la bonne volonté de Maple Leaf dans cette affaire.

Il est intéressant de constater que les membres québécois ont représenté plus de 31,2 % des réclamants nationaux dans ce dossier. Fait tout aussi intéressant, seul un reliquat de moins de 65 000 \$ a subsisté au terme de la distribution des indemnités.

*Benoît c. Amira Enterprises Inc.*<sup>11</sup>

L'action collective dans ce dossier se fondait sur le manquement allégué d'Amira, un importateur, grossiste et distributeur de noix et

---

9. Art. 1729 C.c.Q. et 54 L.P.C.

10. *Melvin c. Maple Leaf Foods inc.*, précité, note 7.

11. *Benoît c. Amira Enterprises inc.*, 2013 QCCS 4653 (CanLII).

de fruits secs, d'avoir mis en place un mécanisme approprié de remboursement de produits ayant fait l'objet de rappels. Il était allégué que ce défaut d'avoir mis en place un tel système contrevenait à l'article 1457 du *Code civil du Québec*. La dangerosité ou le caractère impropre à la consommation des noix rappelées n'étaient pas invoqués.

La requérante alléguait ne pas avoir réussi à trouver de l'information pour obtenir le remboursement lié audit rappel sur le site web d'Amira. Elle n'aurait pas non plus réussi à obtenir d'information par téléphone auprès d'Amira. Enfin, elle a allégué s'être adressée à un détaillant IGA pour obtenir ce remboursement, sans succès.

La preuve au dossier était par ailleurs à l'effet que, en avril 2011, l'Agence canadienne d'inspection des aliments et l'intimée avaient avisé la population de ne pas consommer de noix de Grenoble distribuées par Amira entre janvier et avril de cette année-là. Amira avait également expédié à ses détaillants une lettre les informant des noms et formats des produits rappelés, d'en cesser la vente ainsi qu'une politique de remboursement ou de crédit par Amira sur les produits rappelés. La preuve indiquait aussi qu'Amira avait publié sur son site Internet la façon d'obtenir le remboursement des produits rappelés.

La preuve admise indiquait aussi la mise en place par Amira, et l'utilisation par plusieurs centaines de personnes, d'un centre de communication relatif à ce rappel. Enfin, cette preuve était à l'effet que le IGA avec lequel la requérante avait communiqué pour obtenir un remboursement ne vendait pas le format acquis par la requérante, ce qui aurait expliqué l'insuccès de la requérante à y obtenir remboursement.

La Cour a refusé l'autorisation de cette action collective pour le motif que les conditions des articles b), c) et d) de l'article 1003 de l'ancien *Code de procédure civile* n'avaient pas été satisfaites.

\* \* \*

L'échantillon jurisprudentiel disponible selon nos recherches est bien mince. Nous n'avons pu répertorier d'action collective dans le domaine qui nous intéresse ici et qui se serait basée sur la responsabi-

lité d'un fabricant pour le défaut de sécurité d'un bien<sup>12</sup>, sur le défaut d'avertir le consommateur des risques associés à la consommation d'un produit<sup>13</sup>, ou sur la responsabilité fondée sur l'omission de mentionner un fait important<sup>14</sup>.

Nous croyons cependant que la décision *Létourneau c. JTI-MacDonald Corp.*<sup>15</sup>, portée en appel, permet de faire des parallèles potentiellement utiles entre deux de ces sources de responsabilité et l'industrie de la transformation des aliments et des boissons, tel qu'il appert ci-dessous.

*Létourneau c. JTI-Macdonald Corp.*

Les fabricants et distributeurs peuvent s'exonérer partiellement ou totalement de leur responsabilité pour défaut de sécurité du bien s'ils prouvent que la victime connaissait ou était en mesure de connaître le défaut du bien, ou qu'elle pouvait prévoir le préjudice<sup>16</sup>. Dans la décision *Létourneau*, où ce manquement était allégué, le tribunal a souligné que le niveau de connaissance requis dépendait du type de produit et de la raison de sa dangerosité : « S'il s'agit d'un produit toxique, c'est-à-dire dangereux pour le bien-être du consommateur, l'obligation est plus intense »<sup>17</sup>. Selon l'opinion du tribunal au paragraphe 124 de la décision, en matière d'action collective, cette preuve devrait être à l'effet que c'est la *vaste* majorité de la population (et donc du groupe selon nous) qui connaissait ou était en mesure de connaître le défaut afin de pouvoir invoquer cette défense avec succès.

Afin de déterminer le degré de cette connaissance, le tribunal dans *Létourneau* a privilégié des expertises basées sur des sondages de connaissance auprès des personnes, plutôt que les expertises basées sur le degré d'exposition de ces personnes à de l'information<sup>18</sup>. Le tribunal a également précisé que la connaissance du public n'était pas la même chose que la connaissance des autorités compétentes<sup>19</sup>.

12. Art. 1468 C.c.Q.

13. Art. 1457 C.c.Q.

14. Art. 228 L.P.C.

15. *Létourneau c. JTI-MacDonald Corp.*, précité, note 4.

16. Art. 1473 C.c.Q.

17. *Létourneau c. JTI-MacDonald Corp.*, précité, note 4, par. 116.

18. *Létourneau c. JTI-MacDonald Corp.*, précité, note 4, par. 95.

19. *Létourneau c. JTI-MacDonald Corp.*, précité, note 4, par. 74.



La responsabilité pour le défaut de sécurité d'un bien et l'obligation d'avertir le consommateur des risques associés à la consommation d'un produit constituent deux régimes de responsabilités distincts et autonomes<sup>20</sup>. Il s'en suit que la preuve de la connaissance par le consommateur des risques d'un produit n'exonère pas le fabricant sous l'article 1457 C.c.Q. Au mieux, il pourra y avoir partage de responsabilité<sup>21</sup>.

Le tribunal s'est également dit d'avis que, sauf exception, l'obligation d'informer ne peut être déléguée<sup>22</sup>. Ainsi, le fait que la communauté scientifique ou le gouvernement soient au courant de certaines études ne fait pas en sorte que le fabricant a rempli son obligation d'informer.

Les fabricants et distributeurs peuvent aussi voir leur responsabilité engagée pour ne pas avoir mentionné tous les faits importants relatifs à leur produit, tel que prévu à l'article 228 L.P.C. Dans *Létourneau*, le tribunal a reproché aux défenderesses d'avoir omis d'informer les consommateurs de la relation fondamentale entre consommation de tabac et risque pour la santé (« guilty of withholding critical health-related information about cigarettes from the public »)<sup>23</sup>. Puisqu'une représentation inclut une omission<sup>24</sup>, le tribunal conclut à la violation de l'article 228 L.P.C. Le tribunal conclut que :

L'omission, par les compagnies, de cette information cruciale, voire vitale, sur les dangers du tabac pouvait indéniablement influencer sur le comportement des consommateurs quant à la décision d'acheter des cigarettes.<sup>25</sup>

## **B. Représentations inadéquates ou non conformes**

Sous ce deuxième thème, les sources potentielles de responsabilité pour les fabricants, distributeurs ou fournisseurs sont les suivantes :

- Vice de consentement (art. 1400, 1401 et 1407 C.c.Q.) ;

20. *Létourneau c. JTI-MacDonald Corp.*, précité, note 4, par. 220, 241 et 242.

21. *Létourneau c. JTI-MacDonald Corp.*, précité, note 4, par. 242.

22. *Létourneau c. JTI-MacDonald Corp.*, précité, note 4, par. 255 et 256.

23. *Létourneau c. JTI-MacDonald Corp.*, précité, note 4, par. 512.

24. Art. 216 L.P.C.

25. *Létourneau c. JTI-MacDonald Corp.*, précité, note 4, par. 516.

- Régime général de la responsabilité (art. 1457 et 1458 C.c.Q.) ;
- Obligation de fournir un bien conformément à sa description (art. 40 et 41 L.P.C.) ;
- Représentations fausses ou trompeuses (art. 216, 218 et 219 L.P.C. et art. 52 *Loi sur la concurrence*) ;
- Attribuer faussement à un bien un avantage particulier (art. 220a) L.P.C.) ;
- S'appuyer sur une donnée ou une analyse présentée faussement comme scientifique (art. 239b) L.P.C.).

*Gianni Del Zoppo v. All Market Inc.*<sup>26</sup>

En janvier 2013, la Cour supérieure a autorisé une action collective aux fins de règlement au nom de tous les résidents du Canada qui ont acheté des produits *VITA COCO coconut water*<sup>27</sup>. La requérante alléguait que l'intimée avait effectué des représentations fausses ou trompeuses sur les bienfaits de ses produits et que, n'eussent été ces représentations, elle n'aurait pas acheté les produits, ou aurait payé un prix moindre<sup>28</sup>.

La requérante fondait son recours sur la *Loi sur la protection du consommateur*<sup>29</sup>, sur le *Code civil du Québec*<sup>30</sup> et sur la *Loi sur la concurrence*<sup>31</sup> et prétendait que l'intimée surestimait le caractère hydratant de ses produits avec des représentations comme « *super-hydrating* » et « *mega-electrolyte* ».

Une étude alléguée comme indépendante jointe au soutien de la requête en autorisation suggérait que le produit hydratant d'une façon simplement comparable à de l'eau ou à une autre boisson sportive<sup>32</sup>. Un article universitaire joint à la requête arrivait également à

26. *Gianni Del Zoppo v. All Market inc.*, C.S. Montréal, n° 500-06-00597-126, 30 janvier 2013.

27. *Gianni Del Zoppo v. All Market inc.*, précité, note 26, par. 1.

28. *Motion to authorize the bringing of a class action and to ascribe the status of representative*, par. 8, 9 et 21.

29. Art. 40, 219, 228, 239, 253 et 272.

30. Art. 1401, 1402 et 1407.

31. Art. 36 et 52.

32. *Motion to authorize the bringing of a class action and to ascribe the status of representative*, par. 10 ; Exhibit R-4.

la conclusion que les produits contenaient trop peu de sodium et trop de potassium pour correspondre aux représentations de l'intimée quant aux contenus efficaces en électrolytes et à l'hydratation<sup>33</sup>.

Dans la foulée d'une entente américaine, un règlement a été soumis au tribunal pour approbation. L'intimée s'y est engagée à corriger ses étiquettes<sup>34</sup> et à rembourser les membres du groupe à hauteur de 6 \$ chacun sans preuve d'achat, et jusqu'à 25 \$ par personne sur preuve d'achat<sup>35</sup>.

*Songeo c. Danone Inc.*<sup>36</sup>

Dans cette affaire, la requérante alléguait que les intimées avaient fait de fausses représentations concernant les caractéristiques et bienfaits pour la santé des produits de yogourt Activia et de boissons probiotiques DanActive<sup>37</sup>. La requérante reprochait aux intimées d'affirmer erronément qu'il existait un consensus scientifique sur les effets des probiotiques sur la santé<sup>38</sup>. Les intimées ont contesté la demande d'autorisation<sup>39</sup>. Une entente de règlement est cependant intervenue durant le délibéré<sup>40</sup> ; le tribunal a donc autorisé l'action collective aux fins de règlement, au nom de tous les résidents du Canada<sup>41</sup>.

L'entente de règlement approuvée prévoit l'obligation pour les intimées d'apporter les modifications suivantes à leur étiquette :

- Retirer les mots « cliniquement prouvé(s) » et/ou « scientifiquement prouvé(s) » de l'étiquette et de l'emballage du produit ainsi que des publicités et des annonces des produits de la marque Activia et DanActive, et substituer un tel langage par les phrases suivantes : « il y a un certain nombre d'études cliniques qui démontrent » ou « des études cliniques démontrent », ou par toute autre communication ayant raisonnablement la même signification<sup>42</sup> ;

33. *Motion to authorize the bringing of a class action and to ascribe the status of representative*, par. 13 ; Exhibit R-5.

34. *Gianni Del Zoppo v. All Market inc.*, précité, note 26, par. 5.

35. *Gianni Del Zoppo v. All Market inc.*, précité, note 26, par. 24.

36. *Songeo c. Danone inc.*, 2013 QCCS 2616 (CanLII).

37. *Songeo c. Danone inc.*, précité, note 36, par. 3.

38. *Amended motion to authorize the bringing of a class action and to ascribe the status of representative*, par. 6.

39. *Songeo c. Danone inc.*, précité, note 36, par. 6.

40. *Songeo c. Danone inc.*, précité, note 36, par. 9.

41. *Songeo c. Danone inc.*, précité, note 36, par. 4.

42. *Entente amendée de règlement*, par. 21 et 25.

- D'accompagner les remarques suivantes « aident à régulariser le système digestif », « aide à renforcer les défenses de votre corps » et « aide à supporter votre système immunitaire » de la phrase suivante : « dans le cadre d'une alimentation équilibrée et d'un mode de vie sain. »<sup>43</sup> ;
- Indiquer le bon gène, la bonne espèce ainsi que la bonne désignation de souche de la bactérie utilisée dans le produit<sup>44</sup> ;
- Retirer le mot « IMMUNITÉ » de l'emballage ou de l'étiquette des produits DanActive<sup>45</sup>.

L'entente approuvée prévoit également le remboursement de sommes variant entre 30 \$ (sans preuve d'achat) et 100 \$ par membre<sup>46</sup>.

*Wilkinson c. Coca-Cola Ltd.*<sup>47</sup>

Dans cette affaire, le requérant demandait l'autorisation d'introduire une action collective au nom de tous les résidents du Canada, à l'exception de ceux de la Colombie-Britannique et de l'Alberta, qui avaient acheté des produits *Vitaminwater*<sup>48</sup>. Le requérant fondait son recours sur la *Loi sur la protection du consommateur*<sup>49</sup>, la *Loi sur la concurrence*<sup>50</sup> ainsi que le régime général de la responsabilité<sup>51</sup>. Le requérant était d'avis que les consommateurs avaient été mal informés sur la teneur en sucre des produits *Vitaminwater* et sur les effets bénéfiques pour la santé desdits produits<sup>52</sup>. Le requérant alléguait que s'il avait été mieux informé, il n'aurait pas acheté les produits *Vitaminwater*, ou à un prix moindre<sup>53</sup>. Le tribunal a refusé l'autorisation de l'action collective, au motif que les allégations n'étaient pas soutenues par la preuve présentée, étant souvent même contredites par la preuve administrée par l'intimée.

43. *Entente amendée de règlement*, par. 22 et 26.

44. *Entente amendée de règlement*, par. 23 et 27.

45. *Entente amendée de règlement*, par. 24.

46. *Entente amendée de règlement*, par. 18.

47. *Wilkinson c. Coca-Cola Ltd.*, 2014 QCCS 2631 (CanLII).

48. *Wilkinson c. Coca-Cola Ltd.*, précité, note 47, par. 1.

49. Art. 41, 215, 216, 218, 220, 221, 228, 239, 253, 270 et 272 L.P.C.

50. Art. 36 et 52 L.C.

51. Art. 1400, 1401, 1407, 1457, 1621 et 3148 C.c.Q.

52. *Wilkinson c. Coca-Cola Ltd.*, précité, note 47, par. 8.

53. *Wilkinson c. Coca-Cola Ltd.*, précité, note 47, par. 8.

Selon la requête en autorisation<sup>54</sup>, les représentations effectuées par l'intimée laissaient croire que son produit était une alternative santé aux boissons gazeuses, et une bonne source de compléments alimentaires. Au soutien de cette prétention, le requérant faisait valoir que les représentations suivantes étaient fausses et trompeuses :

1. La publicité « *vitamins + water = all you need* » alors que les produits *Vitaminwater* contiennent 33 grammes de sucre, soit une quantité comparable à celle d'une cannette de Coca Cola ;
2. Le nom « *Vitaminwater* » en lui-même, étant donné que le deuxième ingrédient après l'eau est le sucre, et non les vitamines ;
3. Le descriptif « *nutrient enhanced water beverage* » alors qu'il s'agissait principalement d'une eau sucrée ;
4. Les slogans « *Drink, refresh, recharge* » et « *Replenish, Nourish et renew* » ;
5. Les noms des produits qui suggèrent que chaque saveur a des bienfaits pour la santé ;
6. L'omission d'indiquer que les produits *Vitaminwater* sont des produits de l'entreprise *Coca-Cola Ltd.* ;
7. L'omission d'indiquer que les effets néfastes du sucre contenu dans le produit surpassent largement ses bienfaits ;
8. L'omission d'indiquer le nombre de grammes de sucre sur les emballages et de préciser l'apport journalier recommandé pour un adulte.

De l'avis du tribunal, ces allégations n'étaient pas soutenues par la preuve présentée, et elles étaient même souvent contredites par la preuve admise. D'abord, il a été jugé que les allégations 1 et 4 ci-dessus n'étaient pas fondées puisque ces représentations n'ont pas été utilisées au Canada. Quant au nom *Vitaminwater*, le tribunal a estimé qu'il ne pouvait pas être faux ou trompeur puisque le produit

54. *Motion to authorize the bringing of a class action and to ascribe the status of representative*, par. 10, 11 et 13.

en question contient en effet de la vitamine et de l'eau et que l'étiquette indique la liste complète des ingrédients du produit.

Étonnamment selon nous, le tribunal retient que le nom *Vitaminwater* ne peut constituer une représentation fautive ou trompeuse puisqu'elle est une marque de commerce enregistrée et régie par la *Loi sur les marques de commerce*<sup>55</sup>, et que l'Office de la propriété intellectuelle du Canada doit refuser d'enregistrer une marque de commerce qui donne une description fautive ou trompeuse de la nature ou de la qualité des produits<sup>56</sup>.

Les représentations 3 et 5 ci-dessus ont été jugées comme étant exactes, et qu'elles ne pouvaient donc pas appuyer les prétentions du requérant<sup>57</sup>. La représentation 6 est une hypothèse qui ne peut être tenue pour avérée et elle ne peut, de l'avis du tribunal, soutenir la prétention du requérant qu'il n'aurait pas acheté les produits<sup>58</sup>.

En ce qui concerne la quantité de sucre, le tribunal souligne que l'intimée n'a jamais prétendu que ses produits étaient libres de tout sucre<sup>59</sup>. Au contraire, les étiquettes indiquaient la présence de sucre, sans toutefois en préciser la quantité<sup>60</sup>. La preuve admise aurait par ailleurs établi que les produits *Vitaminwater* contiendraient 55 % moins de sucre qu'une boisson gazeuse régulière<sup>61</sup>.

Le requérant reprochait à l'intimée son omission d'informer les consommateurs du fait que les effets néfastes du sucre contenu dans le produit surpassaient ses bienfaits. Le requérant était également d'avis que la concentration en sucre des produits *Vitaminwater* contribuait à des problèmes de santé majeurs comme l'obésité et le diabète<sup>62</sup>. Aucune preuve scientifique n'a cependant été soumise à l'appui de ces allégations<sup>63</sup>. Par ailleurs, le requérant n'a pas argumenté ni démontré avoir souffert de problèmes de santé découlant de la consommation de sucre<sup>64</sup>.

---

55. L.R.C. (1985), ch. T-13.

56. *Loi sur les marques de commerce*, L.R.C. (1985), ch. T-13, art. 12(1b).

57. *Wilkinson c. Coca-Cola Ltd.*, précité, note 47, par. 46, 47, 50 et 51.

58. *Wilkinson c. Coca-Cola Ltd.*, précité, note 47, par. 54 et 55.

59. *Wilkinson c. Coca-Cola Ltd.*, précité, note 47, par. 23.

60. *Wilkinson c. Coca-Cola Ltd.*, précité, note 47, par. 23.

61. *Wilkinson c. Coca-Cola Ltd.*, précité, note 47, par. 23.

62. *Wilkinson c. Coca-Cola Ltd.*, précité, note 47, par. 32 et 52.

63. *Wilkinson c. Coca-Cola Ltd.*, précité, note 47, par. 35 et 53.

64. *Wilkinson c. Coca-Cola Ltd.*, précité, note 47, par. 76.

Le tribunal a donc conclu que l'intimée n'avait pas fait de fausses représentations, tant sous les articles 218 L.P.C. et 52(1) L.C. que sous le régime général de la responsabilité civile<sup>65</sup>. En ce qui concerne les dommages, le tribunal était d'avis qu'il est insuffisant d'alléguer que les membres n'auraient pas acheté les produits ou n'auraient pas payé le même prix puisque ces produits se vendaient à un prix similaire à ceux de leur catégorie<sup>66</sup>. Enfin, selon le tribunal, le fabricant n'avait pas de contrôle sur le prix de vente au détail<sup>67</sup>.

Autre détail ayant retenu notre attention : le tribunal a accepté comme moyen de défense le fait que le produit de l'intimée était, durant la période couverte par l'action collective, classifié comme un « produit naturel »<sup>68</sup>. Or la législation fédérale sur ces produits « interdirait » à l'intimée d'indiquer la quantité des ingrédients non médicinaux de son produit<sup>69</sup>. Cette omission ne pouvait donc lui être reprochée par ailleurs.

\* \* \*

Encore une fois, nous sommes d'avis que la décision *Létourneau* vient avantageusement compléter cette section sur la jurisprudence basée sur des allégations de représentations inadéquates ou non conformes, tel qu'il appert ci-après.

*Létourneau c. JTI-Macdonald Corp.*<sup>70</sup>

Dans *Létourneau*, le tribunal a traité des représentations faites par les entreprises de cigarettes, tant sous le régime de la responsabilité civile<sup>71</sup> que sous le régime de la L.P.C.<sup>72</sup>.

Le tribunal a d'une part conclu que, sous l'angle de la responsabilité civile générale, les défenderesses n'avaient pas attribué de fausses caractéristiques ou véhiculé de fausses informations quant à leurs produits, et n'avaient donc commis aucune faute sous ce régime<sup>73</sup>. Le tribunal a cependant jugé que l'analyse de cette même

65. *Wilkinson c. Coca-Cola Ltd.*, précité, note 47, par. 70 à 74.

66. *Wilkinson c. Coca-Cola Ltd.*, précité, note 47, par. 77 et 78.

67. *Wilkinson c. Coca-Cola Ltd.*, précité, note 47, par. 78.

68. *Wilkinson c. Coca-Cola Ltd.*, précité, note 47, par. 63.

69. *Wilkinson c. Coca-Cola Ltd.*, précité, note 47, par. 59, 65 et 66.

70. *Létourneau c. JTI-MacDonald Corp.*, précité, note 15.

71. *Létourneau c. JTI-MacDonald Corp.*, précité, note 15, par. 379 à 438.

72. *Létourneau c. JTI-MacDonald Corp.*, précité, note 15, par. 518 à 544.

73. *Létourneau c. JTI-MacDonald Corp.*, précité, note 15, par. 438.

question sous le régime de la L.P.C. permettait au contraire d'en arriver à un constat de faute et de responsabilité des défenderesses.

La L.P.C. utilise comme référence le consommateur crédule et inexpérimenté, à qui les représentations donnent une impression fautive ou trompeuse<sup>74</sup>. Le test consiste à se demander si l'impression générale dégagée par la communication est conforme à la réalité. Pour le tribunal, il serait donc suffisant de constater une simple suggestion d'absence de risque pour la santé afin d'engager la responsabilité<sup>75</sup>.

Sur ce point, le tribunal en arrive à la conclusion suivante :

[535] En général, les annonces contiennent un thème et un message secondaire évoquant l'élégance, l'aventure, l'indépendance, l'amour ou le sport. Elles ont recours de même à des personnages charmants, à l'air débordant de santé, campés dans un environnement sain. Par exemple :

- pièce 1381.9 – annonce de Macdonald Select, de 1983, montrant un couple très bien vêtu sur le point, apparemment, de s'embrasser ;
- pièce 1040B – annonce d'Export A, de 1997, sur le thème du ski extrême ;
- pièce 1040C – annonce d'Export A, de 1997, sur le thème du cyclisme de montagne ;
- pièce 1381.33 – annonce de Belvedere, de 1988, montrant de jeunes adultes sur une plage ;
- pièce 152 – deux annonces de Player's Light, de 1979, ayant pour thèmes l'équitation et le canotage dans les Rocheuses ;
- pièce 1532.4 – annonce de Belvedere, de 1984, dans le magazine *CROC* montrant un couple bronzé sur une plage ;
- pièce 243A – publicité écrite de Vantage, sans image, parue dans *The Gazette* en 1980 et expliquant que Vantage procure

---

74. *Létourneau c. JTI-MacDonald Corp.*, précité, note 15, par. 527.

75. *Létourneau c. JTI-MacDonald Corp.*, précité, note 15, par. 527.



un bon goût « mais réduit grandement ce que vous ne souhaitez peut-être pas [TRADUCTION] » ;

- pièce 40436 – deux annonces d'Export A, de 1980, montrant l'une des bûcherons et l'autre, des camionneurs ;
- pièce 40479 – deux annonces d'Export A, de 1982, montrant l'une un lac de montagne et l'autre, un homme au sommet d'une montagne ;
- pièce 573C – annonce d'Export A, de 1983, montrant un véliplanchiste ;
- pièce 771A – annonce de Player's Light parue dans un numéro du *Junior Hockey Magazine* de 1987, semblant montrer un véliplanchiste ;
- pièce 771B – annonce d'Export A, de 1985, dans le *Junior Hockey Magazine*, sur le thème du ski alpin et annonce de Viscount, de 1985, vantant « la cigarette la plus douce » ;

[536] Du point de vue d'un consommateur « crédule et inexpérimenté », de pareilles annonces donnent à tout le moins l'impression générale que fumer n'est pas dangereux pour la santé. Les compagnies ont donc manqué à l'une des obligations imposées par le titre II de la *LPC*.

Soulignons que le tribunal est arrivé à la conclusion qu'il était raisonnable de présumer, vu l'abondance et la durée de la publicité en question, que tous les membres ont vu ces publicités et qu'elles ont pu influencer leur comportement en tant que consommateur et leur décision d'acheter des cigarettes<sup>76</sup>.

### III. CONCLUSIONS ET PERSPECTIVES

Quelques constatations s'imposent à la suite de cette revue. D'abord, les deux décisions les plus motivées, soit les décisions *Wilkinson* et *Létourneau*, sont en décalage sur plusieurs points.

Ensuite, il ressort clairement de cette revue qu'il apparaît utile, dans le domaine qui nous intéresse ici, d'appuyer les allégations de

76. *Létourneau c. JTI-MacDonald Corp.*, précité, note 15, par. 437 et 537 à 540.

toute action collective d'une certaine preuve quantitative et/ou scientifique crédible afin de permettre à l'action de progresser, tant au stade de l'autorisation qu'à celui du fond. En effet, même si les exemples jurisprudentiels ci-dessus ayant subi le test de la contradiction sont rares, il est raisonnable de penser que dans les dossiers où de tels éléments de preuve étaient présents, ceux-ci ont contribué aux règlements conclus.

La surabondance de l'offre énergétique en général, et de sucres libres en particulier, et leur lien apparent avec ce qui est qualifié par l'Organisation mondiale de la santé (OMS) d'épidémie mondiale d'obésité<sup>77</sup> pourraient-ils donner lieu à des actions collectives au Québec ?

Si elle résistait aux différents appels à venir, la décision *Létourneau* pourrait-elle servir d'appui à une action collective relative aux produits à haute teneur en sucres libres ? Une preuve crédible et abondante à l'effet que les sucres libres contribuent directement à des problèmes de santé graves, combinée au style de communication et de publicité de l'industrie des boissons gazeuses, qui n'est pas sans rappeler ceux de l'industrie du tabac autrefois<sup>78</sup>, rendrait une telle action collective théoriquement possible.

Mais, l'une des leçons essentielles de la décision *Létourneau* est que, sans une loi semblable à la *Loi sur le recouvrement du coût des soins de santé et des dommages-intérêts liés au tabac*<sup>79</sup> (ci-après la LRSSDIT), une telle action collective serait semée d'embûches qui ne seraient peut-être pas insurmontables, mais qui seraient particulièrement difficiles à franchir, tel qu'il apparaît des trois sources d'aides

---

77. <<http://www.who.int/features/factfiles/obesity/fr/>>.

78. Extrait du site Internet des jeux olympiques de Rio : « Coca-Cola entretient une relation de longue durée avec le mouvement Olympique. La société a participé aux Jeux Olympiques d'Amsterdam en 1928 et, depuis lors, soutient les Jeux Olympiques. Coca-Cola rafraîchit les athlètes, les officiers techniques ainsi que les spectateurs Olympiques pendant les Jeux. La société possède une forte tradition dans la création de programmes et d'événements qui apportent l'esprit des Jeux à la population du siège Olympique ainsi qu'aux gens du monde entier. Coca-Cola travaille également auprès des Comités Nationaux Olympiques en soutenant les athlètes et les équipes d'environ 190 pays. Coca-Cola est devenue un partenaire fondateur du Programme TOP en 1986 dans la catégorie de produit exclusif de boisson non alcoolisée. En 2005, The Coca-Cola Company et le CIO ont prolongé l'accord de partenariat pour 12 ans, jusqu'en 2020, un fait inédit. » Voir le site Internet : <<http://www.rio2016.com/fr/coca-cola>>, consulté le 1<sup>er</sup> février 2016.

79. RLRQ, c. R-2.2.0.0.1.

apportées par la LRSSDIT dans le cadre du procès *Blais et Létourneau*<sup>80</sup> :

#### Identification des défendeurs et partage de responsabilité

La multiplicité des sources de sucre libre soulève la question du partage de responsabilité. Comment répartir la responsabilité entre Coca-Cola et Pepsi ? Par le biais de la LRSSDIT, les demandeurs bénéficiaient d'une définition précise de la notion de fabricant de produits de tabac<sup>81</sup> et d'un mode particulier de partage de la responsabilité entre les défendeurs en se fondant sur plusieurs critères<sup>82</sup>.

#### La démonstration du lien de causalité

L'article 15 de la LRSSDIT prévoit que le lien de causalité peut être établi sur le seul fondement de renseignements statistiques, épidémiologiques ou sociologiques, ou toute autre étude pertinente, y compris les renseignements obtenus par un échantillonnage, ce qui déroge aux règles de preuve usuelle<sup>83</sup>. Dans *Létourneau*, le tribunal écrit :

[692] L'objectif de la *LRSSDIT* est de faciliter le recours collectif quand il s'agit entre autres de prouver un lien de causalité parmi les membres du groupe visé. Quand le législateur a choisi de favoriser les statistiques et l'épidémiologie, il n'a pas agi dans le vide, mais en pleine connaissance de la jurisprudence, selon laquelle chaque membre du groupe représenté par un recours collectif doit souffrir d'un préjudice identique ou similaire. Il semble donc que l'objectif spécifique de cette règle soit de soustraire les actions liées au tabac à cette règle.  
(citations omises)

L'article 22 de la LRSSDIT prévoit par ailleurs qu'il suffit de prouver que « l'un ou plusieurs des défendeurs a par ailleurs causé ou

80. À noter que les dispositions auxquelles nous référons ci-après ont été validées par la Cour d'appel du Québec (voir *Imperial Tobacco Canada Ltd. c. Québec (Procureure générale)*, 2015 QCCA 1554 (CanLII)), mais qu'elles font toujours l'objet de contestation devant la Cour suprême du Canada.

81. RLRQ, c. R-2.2.0.0.1, art. 2.

82. RLRQ, c. R-2.2.0.0.1, art. 22, 23 et 25, al. 2 ; *Létourneau c. JTI-MacDonald Corp.*, précité, note 4, par. 1005 à 1013.

83. *Létourneau c. JTI-MacDonald Corp.*, précité, note 4, par. 691.

contribué à causer » le dommage pour que le tribunal puisse tenir tous les défendeurs responsables, lorsqu'il n'est pas possible de déterminer lequel des défendeurs a causé ou contribué à causer l'exposition<sup>84</sup>.

### Prescription

L'article 27 de la LRSSDIT stipule qu'aucun recours pris pour le recouvrement de dommages-intérêts pour la réparation d'un préjudice lié au tabac ne peut être rejeté pour le motif que le droit de recouvrement est prescrit si le recours était en cours en date de la promulgation de la Loi, ou s'il a été intenté dans les trois ans qui suivent cette date.

---

84. RLRQ, c. R-2.2.0.0.1, art. 22 ; *Létourneau c. JTI-MacDonald Corp.*, précité, note 4, par. 937.