

COUR SUPÉRIEURE (Action collective)

CANADA
PROVINCE DE QUÉBEC
DISTRICT DE MONTRÉAL

N° : 500-06-001202-221

DATE : 26 août 2024

SOUS LA PRÉSIDENCE DE L'HONORABLE CHRISTIAN IMMER, J.C.S.

ARIANE KNAFO
Demanderesse
c.
BARILLA CANADA INC.
Défenderesse

JUGEMENT
Autorisation (575 C.p.c.)

- [1] Barilla Canada inc. (**Barilla**) distribue et vend des pâtes alimentaires au Québec dans des boîtes distinctives bleues avec la marque Barilla.
- [2] Sur les boîtes, on retrouve les marques non enregistrées LA MARQUE de PÂTES No 1 EN ITALIE / ITALY'S #1 BRAND OF PASTA (la **Marque**) majoritairement en conjonction, à proximité ou non, d'une image stylisée du drapeau italien.
- [3] Il est admis par la défenderesse que les pâtes vendues par la défenderesse sont faites de blé et qu'elles sont produites dans des usines nord-américaines.

[4] Ariane Knafo achète régulièrement des pâtes Barilla. En particulier, elle produit comme pièce des boîtes de pâtes style spaghetti, penne rigate et fettuccine¹. Sur la face avant des boîtes, on retrouve, en conjonction, la Marque et le drapeau stylisé. Knafo a toujours été sous l'impression que ces pâtes étaient produites en Italie avec des ingrédients cultivés en Italie.

[5] Elle apprend, à sa grande surprise, que ce n'est pas le cas. Elle estime que Barilla tente d'induire en erreur les consommateurs et consommatrices - comme elle - en suggérant, par l'utilisation de la Marque, que les pâtes sont faites en Italie d'ingrédients italiens.

[6] Estimant que cette pratique est trompeuse, elle cherche diverses conclusions, dont le paiement de dommages matériels et punitifs et une injonction prohibant Barilla de s'adonner à de telles stratégies de mise en marché.

[7] Le groupe recherché est le suivant :

All residents of Quebec (...) who have purchased at least one of the Defendant's pasta products, which products were not produced in Italy but which bear the phrase "ITALY'S #1 BRAND OF PASTA" and/or "LA MARQUE de PÂTES No 1 EN ITALIE" and/or which display the Italian flag colors on the front label of the packaging, or any other group to be determined by the Court.

[8] Le Tribunal doit donc trancher si sa demande remplit les critères de l'article 575 C.p.c.

[9] Le Tribunal doit aussi décider diverses questions ancillaires.

9.1. D'abord, dans les jours précédant l'audience du 21 février 2024, le demandeur a déposé une demande modifiée ajoutant deux pièces. La pièce R-7 constituée d'une série de courriels de personnes ayant écrit aux avocats de la demanderesse faisant part de leur perception quant à l'origine des biens. La pièce R-8 est une lettre des agents de marque de commerce de Barilla G. e R. Fratelli – Sociezià per Azioni soutenant sa demande d'enregistrement de marque ITALY'S #1 BRAND OF PASTA (**Barilla Italie**). Barilla s'est opposée au dépôt de la pièce R-8 et à la modification estimant entre autres que Knafo élargissait le débat en traitant des marques de commerce.

9.2. Knafo formule aussi une demande de confidentialité pour la pièce R-7 recherchant le caviardage du nom, de l'adresse courriel, du numéro de téléphone cellulaire et de l'adresse apparaissant à ces envois. Barilla ne s'est pas objectée au caviardage du courriel, du numéro de téléphone cellulaire et de l'adresse, mais insiste pour que l'information quant aux noms, laquelle a été déjà communiquée sous pli confidentiel à la défenderesse, soit, au stade de

¹ Pièce R-2.

l'autorisation, produite au dossier de la cour.

[10] Dans un souci de proportionnalité, le Tribunal a indiqué aux parties qu'il traiterait de la modification et de la confidentialité dans son jugement final. Pour ne pas porter préjudice à Barilla, il lui a permis, si elle le croyait opportun, de déposer un argumentaire de 5 pages visant à compléter ses allégations sur la demande d'enregistrement de marque ayant donné lieu à la pièce R-8. La partie demanderesse, si elle le souhaitait, pouvait ensuite déposer une brève réplique de 2 pages maximum d'ici le 5 avril 2024.

[11] S'en est suivi l'envoi de multiples courriels des parties, processus qui s'inscrit très mal dans le devoir de coopération et de proportionnalité des parties.

[12] Dans ce cadre, Knafo a indiqué vouloir produire d'autres boîtes de pâtes Barilla (les pièces R-9 à R-12) achetées par Knafo après l'institution des procédures, de facture différente des boîtes R-2.

[13] Une audience de gestion a été tenue le 8 avril 2024 au terme de laquelle le Tribunal a autorisé la production des pièces R-9 à R-12. Il a pris acte de l'engagement de Knafo de déposer une demande d'autorisation modifiée faisant état des pièces R-9 à R-12 et des constats et conclusions qu'elle tire de ces pièces eu égard au critère d'autorisation de l'article 575 C.p.c. Elle a reconnu le droit de Barilla d'y répondre par un plan d'argumentation de 10 pages et a donné un droit de réplique à Knafo de 3 pages. Ces plans ont été produits.

[14] Dans un exemple frappant des dérives trop souvent propres au processus d'autorisation, le Tribunal se retrouve avec six plans d'argumentation d'une longueur totale d'approximativement 120 pages.

[15] Le Tribunal doit à présent décider les questions suivantes :

15.1. La modification de la demande d'autorisation doit-elle être autorisée?

15.2. La demanderesse remplit-elle son fardeau quant aux critères énoncés à l'article 575 C.p.c. pour chacun des syllogismes proposés?

15.3. Quelle sera la description du groupe et quelles seront les principales questions qui seront traitées collectivement et les conclusions recherchées qui s'y rattachent?

15.4. Les noms des expéditeurs, des membres putatifs du groupe, doivent-ils être caviardés?

[16] Pour les motifs qui suivent, le Tribunal autorise la modification de la demande d'autorisation, refuse la demande de caviardage des noms des auteurs des courriels R-7, permet la production de la pièce R-8, autorise l'exercice d'une action collective et attribue le statut de représentant à Ariane Knafo.

ANALYSE**1. La modification de la demande d'autorisation doit-elle être autorisée?**

[17] Par sa décision du 8 avril 2024, le Tribunal a permis le dépôt des pièces R-9 à R-12, D-1 et D-2 et donc implicitement la pièce R-8.

[18] Reste donc à décider si elle permet les modifications se trouvant dans la version du 16 avril 2024.

[19] L'article 206 C.p.c. permet explicitement la possibilité de « remplacer, rectifier ou compléter les énonciations ou les conclusions d'un acte, à invoquer des faits nouveaux ».

[20] En matière d'action collective, toute demande de modification d'une demande pour autorisation qui survient avant l'autorisation doit être autorisée par le Tribunal, car l'article 585 C.p.c. s'applique à l'étape de l'autorisation².

[21] Le Tribunal doit appliquer les critères de l'article 206 C.p.c. La modification doit donc être autorisée en autant 1) qu'elle ne retarde pas le déroulement de l'instance, 2) qu'elle n'est pas contraire aux intérêts de la justice et 3) qu'il ne doit pas en résulter une demande entièrement nouvelle, sans rapport avec la demande d'origine.

[22] La modification est la règle et le refus l'exception. Le droit de modifier est d'interprétation généreuse et libérale³.

[23] La Cour d'appel explique dans *Khader* sur quoi un tribunal doit se pencher lorsqu'il s'intéresse aux intérêts de la justice⁴:

[55] Certes, la modification des procédures est la règle, plutôt que l'exception, et le droit de modifier est accordé avec largesse, jusqu' « avant le jugement/[a]t any time before judgment » (art. 206 et 208 C.p.c.), tout comme sont acceptés les ajustements à la théorie de la cause. Mais cette bienveillance procédurale connaît une limite : ce qui contrevient à l'intérêt de la justice ne sera pas autorisé. C'est ainsi que la modification proposant une demande entièrement nouvelle, sans rapport avec la demande initiale, ou la modification retardant l'instance seront refusées, car contraires à cet intérêt, ce qui sous-tend la prohibition législative dont elles font expressément l'objet. Dans les autres cas, l'intérêt en question sera apprécié en fonction des règles de la proportionnalité et d'une saine gestion de l'instance ainsi qu'en fonction du maintien de l'équilibre et de l'équité entre les parties. Une partie ne peut donc pas réinventer sa théorie de la cause à répétition ou encore à la dernière minute, car la partie adverse a le droit de savoir sur quel

² Voir *Royer c. Ville de Laval*, 2021 QCCS 4697, par. 9-12. Le soussigné a suivi ce même raisonnement dans *Salko c. Financière Banque Nationale inc.*, 2022 QCCS 812.

³ *Scene Holding Inc. c. Galeries des Monts inc.*, 2016 QCCA 1662; repris tout récemment dans *Leduc c. Elad Canada inc.*, 2024 QCCA 152, par. 5.

⁴ *Khader c. SNC Lavalin inc.*, 2021 QCCA 1296.

pied danser, c'est-à-dire de connaître en temps utile ce qu'on lui reproche, de manière à pouvoir se défendre adéquatement, en fait comme en droit.

[24] La Cour d'appel dans *A.B.* précise ce qu'il faut entendre par une demande entièrement nouvelle⁵. Ainsi, une modification qui transforme « une action contractuelle en action extracontractuelle ne répond pas aux exigences de l'article 206 C.p.c », mais pourra « être autorisée, si le fondement factuel des deux recours est similaire ».

[25] Les modifications en l'instance apportent certes des faits nouveaux qui viennent bonifier les allégations quant au groupe et l'utilisation des conjonctions « et/ou » dans la description du groupe. Elles ne constituent toutefois pas une demande entièrement nouvelle sans rapport avec la demande initiale au sens de l'article 206 C.p.c. En décidant d'autoriser ou non la modification, le Tribunal ne doit pas traiter du bien-fondé de la demande au fond, à savoir si la production des boîtes R-9 à R-12 permet à Knafo de remplir son fardeau, en fonction du groupe recherché.

[26] Par ailleurs, les intérêts de la justice et en particulier la proportionnalité ne militent pas contre l'autorisation de la modification. Toutes les parties ont avantage à ce que la question soit vidée. Évidemment, ces intérêts de la justice commandaient que Barilla ait pleinement l'occasion de répondre à ces nouveaux faits et à ce nouvel argument. Comme en atteste son argumentation écrite, Barilla a eu pleinement l'occasion de répondre à cette demande, déposant même des pièces.

[27] Les modifications contenues au Re-Amended Application for Authorization to Institute a Class Action du 16 avril 2024 sont donc autorisées.

2. Les critères de l'article 575 c.p.c. sont-ils remplis?

[28] Étant un dossier relevant du droit de la consommation, l'exigence du paragraphe 575(3) C.p.c. est remplie. Barilla ne le conteste pas.

[29] Barilla conteste l'action collective pour les moyens qu'elle résume ainsi :

- le critère du paragraphe 575(2) du C.p.c. n'est pas satisfait en ce que les allégations ne soutiennent pas l'existence :
 - (i) de pratique déloyale ou de représentation fausse, trompeuse ou mensongère relativement aux Produits;
 - (ii) d'un quelconque « premium » facturé aux membres du Groupe proposé;
 - (iii) d'un préjudice quantifiable subi par les membres du Groupe proposé;

⁵ *A.B. c. Leblanc*, 2019 QCCA 811, par. 28 (« *A.B.* »).

(iv) d'une situation donnant ouverture à des dommages punitifs;

- le critère de l'article 575(4) C.p.c. n'est pas satisfait en ce que la preuve révèle que la Demanderesse n'a pas de cause d'action et n'a conservé aucune preuve d'achat des Produits. Mme Knafo.

[30] Il est toutefois évident que par sa contestation qu'elle inscrit sous l'égide du paragraphe 575 (2) C.p.c., elle conteste aussi implicitement le critère 575(1) C.p.c.

2.1 Les faits allégués paraissent-ils justifier les conclusions recherchées (575(2) C.p.c.)?

[31] Pour traiter de cette question, le Tribunal appellera d'abord (2.1.1) le cadre légal applicable à l'examen du paragraphe 575(2) C.p.c. Il exposera ensuite (2.1.2) les syllogismes mis de l'avant par Knafo, en traitant des prémisses factuelles, des prémisses juridiques et des conclusions qu'elle en tire. Il procédera finalement (2.1.3) à la discussion.

2.1.1 Cadre légal applicable à l'examen du paragraphe 575(2) C.p.c.

[32] L'action collective n'est pas un recours exceptionnel et donc la démarche dans ce cadre ne commande pas une interprétation restrictive des conditions lui donnant ouverture. Le Tribunal doit adopter une approche souple, libérale et généreuse des conditions d'autorisation en vue de faciliter l'exercice des actions collectives comme moyen d'atteindre le double objectif de la dissuasion et de l'indemnisation des victimes.

[33] C'est la situation individuelle de Knafo qu'il faut examiner pour conclure si elle remplit le critère de 575(2) C.p.c.⁶. Avant qu'un jugement sur l'autorisation ne soit rendu, l'action n'existe pas sur une base collective et c'est donc à la lumière du recours individuel de la personne désignée qu'il sera déterminé si la condition voulant que « les faits allégués paraissent justifier les conclusions recherchées » est satisfaite.

[34] D'importance particulière dans la jurisprudence foisonnante de la Cour d'appel et de la Cour suprême pour les fins du présent dossier sont les enseignements sur le fardeau de Knafo, la nature des allégations factuelles requises et la détermination des questions de droit au stade de l'autorisation.

[35] Le fardeau du demandeur. Le débat au stade de l'autorisation ne doit pas être transformé en véritable procès; c'est un simple mécanisme de filtrage. Le but est de vérifier que Barilla ne soit pas inutilement assujettie à un litige où qu'elle doive se

⁶ *L'Oratoire Saint-Joseph du Mont-Royal c. J.J.*, 2019 CSC 35, [2019] 2 R.C.S. 831, par. 82 [« Oratoire »].

défendre contre des demandes insoutenables⁷. C'est un seuil peu élevé⁸. Comme le résume le juge Bachand écrivant pour la Cour d'appel dans *Benjamin*, « le demandeur n'a qu'à établir une simple "possibilité" d'avoir gain de cause sur le fond, pas même une possibilité "réaliste" ou "raisonnable" »⁹.

[36] Les allégations factuelles. Le fardeau du demandeur en est un de logique et non de preuve¹⁰. Le Tribunal n'a pas à se prononcer sur la valeur probante de la preuve¹¹. Le Tribunal doit prêter attention non seulement aux faits allégués, mais aussi aux inférences ou aux présomptions de fait ou de droit qui sont susceptibles d'en découler¹². Des inférences ne peuvent toutefois être faites en l'absence totale d'allégations¹³.

[37] Dans *Oratoire*, la Cour suprême rappelle que dans *Infineon*, la Cour suprême avait indiqué que « lorsque des allégations de fait sont « vagues », « générales » ou « imprécises », elles se rapprochent nécessairement davantage de l'opinion ou de l'hypothèse ». C'est ce que la Cour qualifie dans *Oratoire* de « simples allégations » (*bare allegations* en anglais). Dans un tel cas, une certaine preuve est requise. C'est donc ce qui mène le juge Morissette à conclure dans *Homsy* que « si les faits allégués sont suffisamment clairs, précis et spécifiques, la partie en demande est dispensée de fournir une « certaine preuve » au soutien de ce qu'elle allègue »¹⁴.

[38] Dans *Haroch*, la Cour d'appel réitère que la partie demanderesse n'a pas « à prouver que son recours repose sur un fondement factuel suffisant, et le tribunal doit analyser le caractère soutenable du syllogisme juridique qu'elle propose en tenant pour avérés les faits allégués dans sa demande »¹⁵. Dans *Benjamin*, le juge Bachand ajoute que les pièces ne sont pas « déposées comme preuve au sens strict du terme, mais uniquement pour appuyer [les] prétentions quant au caractère soutenable du syllogisme juridique qu'elle propose »¹⁶. Dans *Homsy*, le juge Morissette réitère que les pièces « ont pour seul but d'étayer le caractère soutenable des prétentions et ne servent aucunement à établir – en clair, à prouver – l'existence d'un fait quelconque »¹⁷.

[39] Dans *Benjamin*, le juge Bachand explique que les allégations d'une demande d'autorisation « peuvent être imparfaites » et « n'ont pas à contenir le menu détail de la preuve qu'un demandeur entend présenter au mérite ». Il explique que « le juge

⁷ *Vivendi Canada Inc. c. Dell'Aniello*, 2014 CSC 1, [2014] 1 R.C.S. 3, par. 61 [« *Vivendi* »]; voir aussi *Compagnie General Motors du Canada c. Décary-Gilardau*, 2024 QCCA 471, par. 8.

⁸ *Desjardins Cabinet de services financiers inc. c. Asselin*, 2020 CSC 30, par. 27 [« *Asselin* »].

⁹ *Benjamin c. Crédit VW Canada inc.*, 2022 QCCA 1383, par. 27 [« *Benjamin* »].

¹⁰ *Allard c. Procureur général du Québec*, 2022 QCCA 686, par. 28 [« *Allard* »].

¹¹ *Oratoire*, par. 22.

¹² *Oratoire*, par. 24 et *Asselin*, par. 17.

¹³ *Asselin*, par. 16.

¹⁴ *Homsy c. Google*, 2023 QCCA 1220, par. 24 [« *Homsy* »].

¹⁵ *Haroch c. Toronto-Dominion Bank*, 2023 QCCA 1282, par. 8.

¹⁶ *Id.*, par. 8.

¹⁷ *Homsy*, par. 17.

autorisateur doit se garder d'apprécier la preuve contradictoire lui étant soumise »¹⁸. Dans *Homsy*, le juge Morrisette renchérit que « le juge saisi de la demande doit s'abstenir d'exprimer un avis sur la force probante de ces pièces »¹⁹. Autrement, il risque de « faire des constats de fait ou mixtes de fait et de droit de manière prématurée étant donné qu'il ne détient qu'un portrait parcellaire des faits à cette étape de l'instance ».

[40] Les questions de droit. Dans *Asselin*, la Cour suprême enseigne que les questions de droit peuvent être résolues par le Tribunal si le sort de l'action projetée en dépend, mais ce choix relève de sa discrétion²⁰. En toutes circonstances, il ne peut s'agir que d'une pure question de droit, car « il n'y a en principe pas lieu [...] de se prononcer sur le bien-fondé en droit des conclusions en regard des faits allégués, ni de trancher une question de droit qui requiert l'administration de la preuve »²¹.

[41] Il y a lieu de faire preuve de beaucoup de prudence avant de trancher une question de droit de façon définitive, car les défendeurs détiennent souvent une bonne partie de la preuve à laquelle le demandeur n'a pas encore eu accès²². Il ou elle doit « s'assurer qu'il s'agit d'une question de droit dont la réponse suffit, à elle seule, pour déterminer « si l'action collective projetée est "frivole" ou "manifestement non fondée" en droit » en tenant les faits allégués par le demandeur pour avérés »²³. Si la réponse donnée à une question de droit « est tributaire de l'appréciation de certains faits contradictoires ou encore de l'administration en preuve de certains faits importants, il est préférable de laisser au juge du fond le soin de la trancher »²⁴. En tout état de cause, il ne faut pas « faire des constats de fait ou mixtes de fait et de droit de manière prématurée étant donné [que le ou la juge] ne détient qu'un portrait parcellaire des faits à cette étape de l'instance »²⁵.

[42] Cela étant, comme l'indique la Cour d'appel dans *Pilon*, le ou la juge peut trancher la question si elle ou il ne serait pas dans « une meilleure position après la présentation de la preuve additionnelle puisque la demande pour autorisation comporte déjà et à elle seule toutes les propositions et allégations de faits utiles »²⁶. L'approche souple et libérale ne va pas jusqu'à en déferer l'analyse au juge saisi du fond. La Cour d'appel rappelle que c'est précisément là où le « rôle de filtrage prend tout son sens »²⁷.

¹⁸ *Benjamin*, par. 27.

¹⁹ *Homsy*, par. 17.

²⁰ *Asselin*, par. 27.

²¹ *Allard*, par. 27.

²² *Benamor c. Air Canada*, 2020 QCCA 1597, par. 42.

²³ *Benjamin*, par. 29.

²⁴ *Id.*

²⁵ *Id.*, par. 28.

²⁶ *Pilon c. Banque Amex du Canada*, 2021 QCCA 414, par. 12 et 17; permission d'appeler à la Cour suprême du Canada rejetée : *Mélissa Pilon c. Banque Amex du Canada, et al.*, 2022 CanLII 16713 (CSC).

²⁷ *Benabu c. Bell Canada*, 2019 QCCA 2174.

2.1.2 Les syllogismes proposés

[43] Knafo propose sont les questions suivantes:

- a) Did Defendant engage in unfair, misleading, or deceptive acts or practices regarding the marketing and sale of the Products?
- b) Is Defendant liable to the Class Members for reimbursement of the purchase price of the Products (or portion thereof) as a result of this misconduct?
- c) Should injunctive relief be ordered to prohibit the Defendant from continuing to perpetrate their unfair, false, misleading, and/or deceptive conduct?
- d) Is Defendant responsible to pay compensatory and/or punitive/exemplary damages to the Class Member and in what amount?

[44] Les conclusions qu'elle recherche sont les suivantes:

GRANT the class action of the Representative Plaintiff and each of the Class Members;

ORDER Defendant to cease from continuing their unfair, false, misleading, and/or deceptive conduct concerning the Products;

ORDER Defendant to cease selling any products in Canada bearing the phrase "ITALY'S #1 BRAND OF PASTA" and/or the phrase "LA MARQUE de PÂTES No 1 EN ITALIE" and/or displaying the Italian flag colors, unless said products are produced in Italy;

DECLARE the Defendant liable for the damages suffered by the Representative Plaintiff and each of the Class Members;

CONDEMN the Defendant to pay to each of the Class Members a sum to be determined in compensation of the damages suffered, including the purchase price paid for the Products (or portion thereof), and ORDER collective recovery of these sums;

CONDEMN the Defendant to pay to each of the Class Members a sum to be determined in punitive and/or exemplary damages, and ORDER collective recovery of these sums;

CONDEMN the Defendant to pay interest and additional indemnity on the above sums according to the Law from the date of service of the original Application for Authorization;

ORDER the Defendant to deposit in the office of this Court the totality of the sums which forms part of the collective recovery, with interest, additional indemnity, and costs;

ORDER that the claims of individual class members be the object of collective liquidation if the proof permits and alternately, by individual liquidation;

CONDEMN the Defendant to bear the costs of the present action including experts' fees and notice fees;

RENDER any other order that this Honourable Court shall determine and that is in the interest of the Class Members;

[45] Ces questions et ces conclusions ont le mérite d'être ciblées. À travers les modifications, le dépôt de pièces additionnelles et les plans d'argumentation en série, Knafo s'est, avec égard, éparpillée entraînant le Tribunal dans de nombreux chemins sinueux, sinon des cul de sac. Knafo aurait eu avantage à ne pas tirer à tous azimuts.

[46] Pour y voir clair, examinons les prémisses factuelles, juridiques et les conclusions que Knafo tire.

[47] À titre de prémisses factuelles, Knafo allègue, ou il ressort des réponses fournies par le déclarant de Barilla, que:

47.1. Barilla a son siège social en Ontario. Elle n'est pas une filiale de Barilla Italie, mais bien de Barilla International Ltd (UK), située à Londres au Royaume-Uni.

47.2. Barilla met en marché, commercialise, distribue et vend les pâtes alimentaires suivantes, selon leurs appellations anglaises :

(a) Barilla® Classic Blue Box Pastas, including Angel Hair, Campanelle, Cellentani, Ditalini, Elbows, Farfalle, Fettuccine, Fideo Cut Spaghetti, Gemelli, Jumbo Shells, Large Shells, Linguine, Linguine Fini, Manicotti, Medium Shells, Mezzi Rigatoni, Mini Farfalle, Mini Penne, Mini Wheels, Mostaccioli, Orzo, Pastina, Penne, Pipette, Rigatoni, Rotini, Spaghetti, Spaghetti Rigati, Thick Spaghetti, Thin Spaghetti, Tri-Color Penne, Tri-Color Rotini, Wavy Lasagne, and Ziti;

(b) Barilla® Collezione Artisanal Pastas, including Bucatini, Casarecce, Orecchiette, Penne, Rigatoni, and Spaghetti;

(c) Barilla® Gluten Free Pastas, including Elbows, Fettuccine, Penne, Rotini, and Spaghetti;

(d) Barilla® Veggie Pastas, including Rotini, and Spaghetti;

(e) Barilla® Whole Grain Pastas, including Elbows, Lasagne, Linguine, Penne, Rotini, Spaghetti, and Thin Spaghetti.

47.3. Knafo achetait régulièrement des pâtes Barilla pour se nourrir et pour

nourrir son mari et ses cinq filles. Elle n'a pas gardé les reçus de ses achats, mais estime en avoir acheté pour 200\$ en 2022.

- 47.4. Les emballages des spaghetti, fettuccine et penne rigate, de Barilla, produits sous la cote R-2 portent les mentions « ITALY'S #1 BRAND OF PASTA » et « LA MARQUE de PÂTES No 1 EN Italie », suivies des couleurs du drapeau italien dans un « three leaves pattern » sur la face avant de l'emballage. Il est indiqué qu'elles sont des « Produits des États-Unis d'Amérique ».
- 47.5. Knafo était sous l'impression en lisant le panneau avant que les pâtes qu'elle achetait « were in fact produced in Italy »²⁸.
- 47.6. Le drapeau italien « convinced her even more that said Products were indeed made in Italy »²⁹. Elle a « trusted and relied upon Defendant's representations and/or the general impression to the effect that the Products were made in Italy from ingredients sourced in Italy »³⁰.
- 47.7. L'impression générale du consommateur est que les pâtes sont produites en Italie, à partir d'ingrédients italiens.
- 47.8. Les tactiques de mise en marché de Barilla, en place depuis une décennie, visent à semer la confusion dans l'esprit du consommateur puisque les produits sont fabriqués au Canada ou aux États-Unis.
- 47.9. Barilla a utilisé ces tactiques trompeuses dans le but de s'attirer des parts de marché. En fait, Barilla a gagné des « massive profits »³¹.
- 47.10. Barilla savait que « its target audience would be eager to accept claims that the Products are made in Italy since Italian products are generally viewed as a higher quality product. Defendant used this opportunity to lure Customers into buying the Products in the first place and/or paying a higher price for the Products, by making prominent misleading representations in the marketing materials for the Products, most notably on the front labels for the Products »³².
- 47.11. Le site www.barilla.com véhicule les mêmes propos trompeurs. L'extrait produit sous R-3 véhicule le message que « Italians recognize the Barilla® brand Products merely from their signature dark blue box packaging and that Italians have favored the Products for more than one hundred years » et que « Italians know the familiar Blue Box means quality, perfectly al dente pasta

²⁸ Demande remodifiée du 16 avril 2024, par.30.

²⁹ *Id.*, par. 31.

³⁰ *Id.*, par. 32.

³¹ *Id.*, par. 23.

³² *Id.*, par. 13.

every time. That's why Barilla has been an Italian favorite for over 140 years, and continues to be the #1 pasta in Italy today ». Or, Barilla Canada n'est pas italienne.

- 47.12. Les emballages trompeurs sont « reiterated, circulated and promulgated » avec le consentement de Barilla par les chaînes d'alimentation sur leurs sites web.
- 47.13. Barilla, par ses actions trompeuses, « sometimes charges a premium and/or inflated price for its Products »³³ que les consommateurs paient comme résultat des stratégies trompeuses.
- 47.14. Les consommateurs n'auraient pas payé ces prix rehaussés si elles ou ils n'avaient pas été assujettis aux stratégies trompeuses ou n'auraient pas acheté les biens du tout.
- 47.15. Les consommateurs ont acheté ces produits pensant qu'ils étaient produits en Italie, et n'ont donc pas obtenu « what they paid or bargained for »³⁴. Leur consentement a été vicié.
- 47.16. Une entité affiliée, Barilla America Inc. s'adonne aux mêmes pratiques trompeuses, tel que cela ressort de la pièce R-5 qui est une *First Amended Class Action Complaint* déposée en juillet 2022 dans le United States District Court Northern District of California. Cette demande a résisté, en partie, à une demande en rejet, tel que cela apparaît de la pièce R-6.
- 47.17. Après l'institution des procédures, a commencé à vendre des produits ayant des emballages différents de ceux reproduits dans la pièce R-2, à savoir.
- Les produits spaghetti, macaroni, penne rigate, et orzo, dont des photographies des emballages sont reproduits sous la cote R-9. Ces emballages ne comportent que les mentions « ITALY'S #1 BRAND OF PASTA » et « LA MARQUE de PÂTES No 1 EN ITALIE » sur la face avant de l'emballage. Il n'y a pas de drapeau italien. Désormais, il est indiqué sur chacun des produits : « Fabriqué au Canada à partir d'ingrédients canadiens et importés ».
 - Les produits ditali, conchiglie, penne lisce, fettuccine, spaghetti, linguine, capellini, cellentani, rigatoni, rotini, et gemelli dont les emballages sont reproduits sous la cote R-10. Ces emballages ne comportent que les mentions « ITALY'S #1 BRAND OF PASTA » et « LA MARQUE de PÂTES No 1 EN Italie » sur la face avant de l'emballage. Il n'y a pas de drapeau italien. Il est toujours indiqué qu'il s'agit d'un « produit des États-Unis ».

³³ *Id.*, par. 24.

³⁴ *Id.*, par. 26.

d'Amérique ».

- Les produits Lasagne, dont les emballages sont reproduits sous la cote R-11. Ces emballages comportent que les mentions « ITALY'S #1 BRAND OF PASTA » et « LA MARQUE de PÂTES No 1 EN ITALIE » et les couleurs drapeau italien, dans un motif circulaire différent de celui des emballages R-2. Il est toujours indiqué qu'il s'agit d'un « produit des États-Unis d'Amérique ».

47.18. Finalement, les produits Tagliatelle dont l'emballage est reproduit sous la cote R-12. Cet emballage comporte les mentions « ITALY'S #1 BRAND OF PASTA » et « LA MARQUE de PÂTES No 1 EN ITALIE » et les couleurs drapeau italien, dans le motif circulaire. Dans ce cas-là, il s'agit d'un « produit d'Italie ».

47.19. Knafo avance que « Defendant purposely uses the same Italian flag depiction and "ITALY'S #1 BRAND OF PASTA" phrase on the front panel of its pasta boxes, whether the pasta is made in Italy or in another country. This is clearly and intentionally confusing for purchasers and consumers of Barilla Products who can find these items sitting side by side on the grocery store shelves»³⁵.

47.20. Elle affirme que « Defendant's said actions show a malicious, oppressive and high-handed conduct that represents a marked departure from ordinary standards of decency when dealing with customers ».

[48] Un nouveau front litigieux s'est formé relativement à la demande de marque de commerce formulée par Barilla Italie. Sans reprendre tout ce qui s'est échangé à ce sujet, voici les faits saillants.

48.1. Barilla Italie dépose en 2009 une demande en vue de l'enregistrement de la Marque pour un usage projeté;

48.2. Le sous-paragraphe 12(1)b) de la *Loi sur les marques de commerce (LMC)* prescrit qu'une marque n'est pas enregistrable si :

b) qu'elle soit sous forme graphique, écrite ou sonore, elle donne une description claire ou donne une description fausse et trompeuse, en langue française ou anglaise, de la nature ou de la qualité des produits ou services en liaison avec lesquels elle est employée, ou en liaison avec lesquels on projette de l'employer, ou des conditions de leur production, ou des personnes qui les produisent, ou de leur lieu d'origine;

[Soulignés du Tribunal]

³⁵ *Id.*, par. 5.7.

- 48.3. Envisageant rejeter cette demande, le registraire transmet un premier rapport où il avise Barilla Italie de ses objections :

« The mark, which is the subject of this application, is considered to be clearly descriptive or deceptively misdescriptive of the quality and the place of origin of the wares since it is a laudatory epithet used in praise of the wares applied for, which emanate from Italy »³⁶.

[Soulignés du Tribunal]

- 48.4. Barilla Italie répond alors par une lettre du 19 février 2010³⁷ de ses avocats plaidant que cette marque, utilisée avec des pâtes :

tells a prospective customer nothing about the wares apart from a suggestion that such wares have something to do with Italy and a brand of pasta. Certainly, such a consumer would not, upon first impression, find it self-evident of any quality of the wares sold, the place of origin of the wares or as a laudatory epithet used in praise of the wares. Consequently, although the mark may be suggestive, it is not clearly descriptive.

- 48.5. Ces représentations ne convainquent pas le registraire qui maintient son objection à l'effet que la marque est non enregistrable sous l'article 12(1)b). Dans un autre rapport, il indique³⁸ :

A mark may be considered to be clearly descriptive of the place of origin of the wares if the mark is the geographical name of the place from which the associated wares originate.

The examiner must determine if, as a matter of first impression, a user of the services would perceive the trade-mark, whether depicted, written or sounded as the place of origin of the wares. If the examiner believes that the user of the wares would conclude, as a matter of first impression that the said services emanate from the geographical area, an objection to be raised pursuant to paragraph 12(1)(b) of the *Trademark Act*.

(...)

With respect to the applicant's statements that the trade mark is susceptible to other ready meanings, the mark is a skillful allusion, rendering it suggestive, the examiner respectfully submits that upon first impression the primary meaning is easy to understand, self-evident and plain. The mark conveys to the average consumer of ordinary intelligence, that the pasta applied for by the applicant is "Italy's #1 brand of pasta".

³⁶ Pièce R-8.

³⁷ Pièce R-8.1.

³⁸ Pièce R-8.

(...)

In the case at hand, a customer would link the applicant's pasta to Italy, and would assume that it is Italy's #1 Brand. The numeral 1 is indicative of the word BEST in the market place, in that it indicates to consumers that there can be no better brand pasta in Italy, it is #1.

[Soulignés du Tribunal]

48.6. Barilla Italie n'a pas déposé de représentations additionnelles et la demande a été réputée avoir été abandonnée.

[49] Le plan d'argumentation de Knafo se limite à énumérer en rafales, un nombre étourdissant d'articles de diverses lois :

39. Plaintiff refers to and relied upon the following legislative provisions:

- a. Articles 1384, 1399-1408, 1419, 1432, 1442, 1458, 1525, 1590, 1604, 1621, 1716, 3148 and 3149 of the *Civil Code of Quebec*, LRQ, c C-1991;
- b. Sections 1, 2, 8-12, 16, 17, 34, 37, 40 and following, 53, 54, 215-228, 238, 239, 253, 261-272 of the *Consumer Protection Act*, CQLR c P-40.1;
- c. Sections 36, 52 and 74.01 (1) of the *Competition Act* (R.S.C., 1985, c. C-34);
- d. Section 5 of the *Food and Drugs Act* (R.S.C., 1985, c. F-27);
- e. Sections 2, 7, 10-12 of the *Trademarks Act*, R.S.C., 1985, c. T-13;
- f. Also mentioned at footnote 5: Sections 3 and 49 of the *Quebec Charter of Human Rights and Freedoms*, chapter C-12.

2.1.3 Discussion

[50] En guise d'introduction à cette discussion, le Tribunal cite les propos du juge Benoît Moore dans *Concession A 25* qui, écrivant pour la Cour d'appel, somme tout demandeur à proposer « une conception maîtrisée de son recours »³⁹. Il reproche au demandeur de « soumettre donc au tribunal tous les fondements possibles et lui laisse la charge de choisir. Une telle façon est à proscrire. C'est au demandeur qu'il revient de qualifier son recours et de limiter celui-ci aux alternatives que seule la preuve peut départager ».

³⁹ *Poitras c. Concession A25*, 2021 QCCA 1182.

[51] Il ne revient pas au Tribunal de décoder quels sont les syllogismes qui se cachent parmi cette liste de dispositions. Quelques exemples suffiront pour montrer la portée des recours proposés.

51.1. Knafo invoque les articles 1399 à 1408 C.c.Q. Or, ces articles traitent de plusieurs causes qui vicient le consentement : l'erreur, le dol, le dol incident, la crainte et la lésion.

51.2. Tout en plaidant manifestement un vice de consentement découlant des fausses représentations, elle invoque aussi l'article 1458 C.c.Q., qui oblige une partie à honorer ses engagements. Elle énumère l'article 1525 C.c.Q. traitant de solidarité, alors qu'il n'y a qu'un défendeur. Elle invoque l'article 1590 C.c.Q. qui énumère les réparations possibles si une partie n'honore pas ses obligations contractuelles et l'article 1604 C.c.Q. qui traite de résiliation ou de résolution.

51.3. Elle cite, en bloc, les articles 215 à 228 *LPC*, qui pourtant regroupent des pratiques interdites très diverses.

[52] Comme l'écrit le juge Moore, une telle façon est à proscrire. Le Tribunal s'en remettra donc aux questions que le demandeur demande d'autoriser.

52.1. L'acte fautif est qualifié comme suit : unfair, misleading, or deceptive acts or practices regarding the marketing and sale of the Products.

52.2. Des réparations qui d'une part recherchent une injonction pour cesser d'utiliser les procédés trompeurs et d'autre part le remboursement du prix des biens en tout ou en partie, des dommages compensatoires et des dommages punitifs.

[53] En suivant le mode d'emploi emprunté par la Cour d'appel dans *Elad*, si le Tribunal estime que le recours se justifie en vertu du Code civil ou de la *LPC*, il arrêtera le raisonnement à ce point. Comme l'écrit la Cour d'appel, « il n'est pas utile ni nécessaire pour décider du sort de la demande en autorisation de déterminer dans quelles mesures ces dispositions trouvent application »⁴⁰.

[54] Knafo avance qu'elle a acquis les boîtes R-2, alors qu'elle était dans l'erreur.

[55] Le Tribunal estime qu'il est soutenable d'affirmer que Knafo a été sujette à des déclarations, publicités ou représentations qui se sont avérées fausses ou trompeuses relativement aux boîtes R-2.

[56] Il n'est pas frivole d'affirmer qu'une consommatrice telle Knafo peut croire que l'origine des produits est italienne et que si elle avait su que ce n'était pas le cas, elle n'aurait pas acheté ce produit ou payé le prix réclamé. Knafo l'affirme et cela doit être

⁴⁰ *Leduc c. Elad Canada inc.*, 2024 QCCA 152.

tenu pour avéré. Par ailleurs, le registraire, dans le cadre de la demande de Barilla Italie, suggérerait aussi que cela pourrait être le cas en formulant ses objections à la demande d'enregistrement. Finalement, les 98 personnes ayant transmis un courriel aux avocats de Knafo semblent aussi avoir été confondues.

[57] Des pâtes fabriquées au Canada ou au États-Unis auront-elles un goût et une qualité différents par rapport à des pâtes fabriquées en Italie avec des ingrédients italiens? Barilla avance dans sa preuve que les recettes et savoir-faire sont les mêmes et que même en Italie, des ingrédients sont importés. Cela méritera certes un examen plus approfondi, mais c'est question à être tranchée au fond. Le fait pour Knafo de croire qu'elle achète des produits fabriqués en Italie qui ne le sont pas, suffit en soi au stade de la démonstration pour faire la démonstration d'une violation des dispositions suivantes :

57.1. Art. 41 et 42 LPC (Partie 1) : le bien doit être conforme aux messages publicitaires faits à son sujet. Une déclaration écrite faite par le fabricant le lie. En laissant croire que le bien origine de l'Italie, elle vend un bien non conforme au message publicitaire.

57.2. Art. 219, 222f) *LPC* (partie 2) : Barilla ne peut faire une représentation fausse ou trompeuse. En particulier, elle ne peut faussement, par quelque moyen que ce soit prétendre qu'un bien est d'une origine géographique déterminée. Les auteurs L'Heureux et Lacourcière avancent que « le consommateur tient compte de l'origine du bien par rapport au prix demandé par le vendeur » et que la *LPC* « présume que, s'il avait connu cette pratique, il n'aurait pas contracté ou n'aurait pas donné un si haut prix »⁴¹. C'est pourquoi pour juger d'une pratique interdite, le Tribunal doit se fier à « l'impression générale qu'elle donne et, s'il y a lieu, du sens littéral des termes qui y sont employés »⁴².

57.3. Art. 7 de la *LMC* : Barilla ne peut employer, en liaison avec des services, une désignation qui est fausse sous un rapport essentiel et de nature à tromper le public en ce qui regarde l'origine géographique.

57.4. Art. 52 de la *Loi sur la concurrence* : les défenderesses ne peuvent sciemment ou sans se soucier des conséquences, faire des indications fausses ou trompeuses sur un point important. Ici encore, le Tribunal doit se fier à l'impression générale.

[58] Il est vrai, comme l'avance Barilla, que les boîtes R-2 indiquent sur la tranche en petits caractères, Produits des États-Unis d'Amérique. Barilla plaide qu'elle respecte les

⁴¹ N. L'Heureux et M. Lacoursière, *Droit de la consommation*, 6e édition, Éditions Yvon Blais, 2011, aux par. 524.

⁴² Art. 218 *LPC*.

prescriptions du *Règlement sur la Salubrité des aliments au Canada*, SOR/2018-108 DORS/2018-108 dont le paragraphe 223 (3) qui prescrit ce qui suit :

(3) Sous réserve des exigences de toute autre législation fédérale ou provinciale, l'origine géographique d'un aliment doit figurer :

a) à proximité du nom et du principal lieu d'affaires de la personne par qui ou pour qui l'aliment a été fabriqué, transformé ou produit;

[59] La conformité possible au *Règlement sur la Salubrité des aliments du Canada* n'empêche pas que l'emballage puisse être trompeur.

[60] Reste la question des réparations. Knafo demande le remboursement partiel ou complet du prix d'achat, des dommages compensatoires et punitifs et une injonction.

[61] La restitution des prestations par l'effet de l'annulation du contrat pour vice de consentement (art. 1422 C.c.Q.) ou la réduction du prix pour dol incident (1407 C.c.Q.) sont disponibles.

[62] Par ailleurs, la violation des dispositions de la partie I de la LPC, à savoir la violation des articles 41 et 42 en l'instance - permet « sans exigence additionnelle, au consommateur d'obtenir l'une des mesures de réparation contractuelles prévues à l'art. 272 L.p.c. »⁴³.

[63] En présence de la violation de l'article 222 f) de la LPC,⁴⁴ l'article 253 prévoit qu'en présence d'une telle pratique interdite, il y a présomption que, si le consommateur avait eu connaissance de cette pratique, il n'aurait pas contracté ou n'aurait pas donné un prix si élevé. Par ailleurs, si cela en soi ne donne pas droit à une réparation en vertu de l'article 272 LPC, il est certes soutenable qu'il existe un lien rationnel entre la pratique interdite et la relation contractuelle qui ouvre la voie à l'application de la présomption absolue de préjudice. Les quatre conditions établis dans *Time* semble être remplis à savoir : (1) la violation par de Barilla des obligations imposées par le titre II de la loi, à une fausse représentation quant à l'origine du bien; (2) la prise de connaissance de cette représentation par Knafo; (3) la formation, la modification ou l'exécution d'un contrat de consommation subséquente à cette prise de connaissance, à savoir l'achat des pâtes et (4) une proximité suffisante entre le contenu de la représentation et le bien visé par le contrat, la représentation étant placée sur le devant de l'emballage⁴⁵.

[64] En l'instance, Knafo et sa famille ont consommé les pâtes. Cela compliquera la restitution des prestations. Or, Knafo semble alléguer que les produits italiens sont plus chers que les produits fabriqués en Amérique du Nord. Knafo emploie délibérément et en toute connaissance de cause la formulation imprécise suivante dans la modification du

⁴³ *Richard c. Time Inc.*, 2012 CSC 8, [2012] 1 R.C.S. 265, par. 113 [« *Time* »].

⁴⁴ *Id.*, par. 114.

⁴⁵ *Id.*, par. 124.

16 avril: « sometimes charges a premium and/or inflated price for its Products ». Comme l'explique le juge Morissette dans *Homsy*, si les faits allégués sont suffisamment clairs, précis et spécifiques, la partie en demande est dispensée de fournir une « certaine preuve » au soutien de ce qu'elle allègue⁴⁶. Le terme « sometimes » crée une imprécision qui aurait exigé une preuve.

[65] Le Tribunal estime néanmoins que le manque de preuve quant à la réduction de prix appropriée ne rend pas la demande frivole ou non insoutenable. Le juge du fond aura discrétion d'accorder la mesure requise.

[66] La restitution du prix et la réduction des prestations étant déjà couverts, à quoi Knafo fait-elle référence en traitant de façon distincte de dommages compensatoires? Ces dommages sont nécessairement d'une autre nature que ceux découlant de la restitution des prestations ou de la réduction de prix.

[67] Or, la demande est totalement silencieuse quant à ces dommages. Knafo avait un fardeau de démonstration. Elle ne le remplit pas. Ainsi, l'autorisation sera limitée à la demande de la restitution ou à une réduction de prix.

[68] Reste les dommages punitifs. L'article 272 C.p.c. permet l'octroi de dommages punitifs. Dans *Time*, la Cour suprême explique dans quel cadre des dommages punitifs peuvent être accordés en vertu de l'article 272 LPC. Les commerçants et les fabricants ne peuvent « adopter une attitude laxiste, passive ou ignorante à l'égard des droits du consommateur et des obligations que leur impose la L.p.c. » et ils doivent au contraire « faire preuve d'une grande diligence dans l'exécution de leurs obligations »⁴⁷. La LPC « cherche à réprimer chez les commerçants et fabricants des comportements d'ignorance, d'insouciance ou de négligence sérieuse à l'égard des droits du consommateur et de leurs obligations envers lui »⁴⁸.

[69] Ainsi, un tribunal devra « prendre en compte l'attitude du commerçant qui, constatant une erreur, aurait tenté avec diligence de régler les problèmes causés au consommateur. Ni la L.p.c., ni l'art. 1621 C.c.Q. n'exigent une attitude rigoriste et aveugle devant les efforts ». Il devra apprécier non seulement le comportement du commerçant avant la violation, mais également « le changement (s'il en est) de son attitude » après cette violation⁴⁹.

[70] Il s'agit donc manifestement d'une question à trancher intimement liée aux faits. En l'instance, les allégations de la demande viennent clairement démontrer l'attitude insouciante ou laxiste de Barilla ou pis encore une stratégie délibérée de tromper le consommateur. La conclusion recherchant la condamnation à des dommages punitifs est

⁴⁶ *Homsy c. Google*, 2023 QCCA 1220, par. 24.

⁴⁷ *Id.*, par. 176.

⁴⁸ *Id.*, par. 177.

⁴⁹ *Id.*, par. 178.

donc soutenable. Les intérêts et l'indemnité additionnelle ne peuvent toutefois être réclamés qu'à partir du jugement et la conclusion doit être ajustée en conséquence⁵⁰.

[71] En ce qui a trait à l'injonction, Knafo sait évidemment à présent que, selon son opinion, les boîtes sont trompeuses. Il semble donc contre-intuitif qu'elle puisse demander une injonction comme réparation. Néanmoins, plusieurs jugements émanant de la Cour supérieure ont permis de telles conclusions au stade de l'autorisation, en présence d'allégations de pratiques interdites, bien que pas nécessairement pour des représentations fausses ou trompeuses⁵¹. De plus, dans *DuProprio inc.*, le juge Chamberland, écrivant pour la Cour d'appel, explique : « Je ne vois pas ce qui justifierait l'interdiction, au stade de l'autorisation, du recours en l'injonction pour mettre fin à de la publicité déloyale (...). L'injonction est une voie de redressement efficace pour résoudre ce genre de problème, je ne vois pas en vertu de quel principe on se priverait d'y avoir recours »⁵².

[72] De plus, la *LMC* prévoit au paragraphe 53.2(1) l'injonction comme mesure réparatrice :

Lorsqu'il est convaincu, sur demande de toute personne intéressée, qu'un acte a été accompli contrairement à la présente loi, le tribunal peut rendre les ordonnances qu'il juge indiquées, notamment pour réparation par voie d'injonction ou par recouvrement de dommages-intérêts ou de profits, pour l'imposition de dommages punitifs, ou encore pour la disposition par destruction ou autrement des produits, emballages, étiquettes et matériel publicitaire contrevenant à la présente loi et de tout équipement employé pour produire ceux-ci.

[73] Knafo est-elle une personne intéressée? L'article 2 de la *LMC* définit entre autres comme personne intéressée « (...) quiconque est atteint ou a des motifs valables d'appréhender qu'il sera atteint par (...) tout acte ou omission, ou tout acte ou omission projeté, sous le régime ou à l'encontre de la présente loi ». On peut se demander si le recours à l'article 7 - codification du recours en commercialisation trompeuse (*passing off*) - et la mesure de réparation prévue à l'article 53.2(1) *LMC* peuvent être étendus à un consommateur qui n'est pas, de prime abord, une personne qui appréhende l'atteinte à un intérêt commercial, actuel ou éventuel⁵³. Selon le recensement de la jurisprudence effectué par l'autrice Gill, « no case to date has given standing to a confused consumer ». Elle explique que « the misrepresentation is actionable by the party affected by the

⁵⁰ *Nashen c. Station Mont-Tremblant*, 2022 QCCA 415, par. 39.

⁵¹ *Abicidan c. Bell Canada*, 2017 QCCS 1198, par. 63; *Cohen c. Dollarama*, 2024 QCCS 2087, par. 85-88; *Abihira c. Ticketmaster Canada*, 2022 QCCS 164, par. 90-95; *Bramante c. Restaurants McDonald's du Canada limitée*, 2018 QCCS 4852, par. 99 et 127; *Fédération des chambres immobilières du Québec c. DuProprio inc.*, 2016 QCCS 1633, par. 63-76.

⁵² *DuProprio inc. c. Fédération des chambres immobilières du Québec (FCIQ)*, 2016 QCCA 1880, par. 31.

⁵³ *Victoria's Secret Stores Brand Management, Inc. c. Thomas Pink Limited*, 2014 CF 76, par. 28.

tortious action, not the actual purchaser of the misrepresented goods or services who would, as Laskin C.J. correctly points out, have a cause of action in contract »⁵⁴.

[74] Bien que le recours à la *LMC* semble donc se heurter à des obstacles juridiques considérables, le Tribunal estime qu'en exerçant prudemment sa discrétion, il n'y a pas lieu de déclarer dès à présent qu'il est insoutenable qu'une injonction sera prononcée au fond, après que le ou la juge du fond ait entendu toute la preuve.

[75] Le recours personnel de Knafo est donc autorisée pour les boîtes R-2, afin que la défenderesse soit condamnée à la restitution, en tout ou en partie, du prix de vente, à des dommages punitifs et que des conclusions de la nature de l'injonction soient prononcées.

[76] Comme le souligne avec justesse Barilla, Knafo a acquis les boîtes R-9 à R-11 sachant que les pâtes n'étaient pas fabriquées en Italie. Ainsi, elle ne peut se plaindre d'être l'objet d'une déclaration fausse et trompeuse. Elle ne peut s'acheter une cause d'action. Elle n'a pas de cause d'action pour les boîtes R-9 à R-11 sous réserve de la question de l'injonction.

[77] D'autres membres peuvent toutefois en avoir une, et c'est donc sous l'angle du critère 575(1) C.p.c. que ces causes seront examinées.

2.2 575 (1) : les demandes des membres soulèvent des questions de droit ou de fait identiques, similaires ou connexes

[78] Knafo allègue que chaque membre putatif du groupe a acheté des produits. « Every Class Member's consent when purchasing the Products was vitiated as a result of the false and/or misleading statements made by Defendant, which are described hereinabove and which are prominently included on the front labels of the Products' boxes »⁵⁵. Chaque membre n'aurait pas acheté les produits, n'eut été des pratiques trompeuses de Barilla.

[79] À cet égard, elle dépose 98 courriels où des personnes témoignent du fait qu'elles aussi ont été induites en erreur. Ces affirmations viennent démontrer que de nombreuses personnes se trouvent dans une situation similaire à Knafo.

[80] Le groupe doit-il être étendu aux consommateurs qui ont acheté de tels produits? Le Tribunal estime que oui.

[81] Des consommateurs et consommatrices ont évidemment acheté des boites du type R-9 à R-11. Le Tribunal est d'avis que bien qu'il existe des différences certaines entre les boites R-9 à R-11 et les boîtes R-2, il n'en demeure que la présence de la

⁵⁴ Kelly Gill, *Fox on Canadian Law of Trade-marks and Unfair Competition*, 4e éd. par, Toronto, Carswell, 2002, feuilles mobiles, § 2:15 et 4.4 et 4.9.

⁵⁵ *Id.*, par. 36.

Marque sur le devant de la boîte, avec ou sans drapeau italien, soulève un enjeu similaire, bien que non identique.

[82] La procédure civile québécoise retient une conception souple du critère des questions de droit ou de fait identiques, similaires ou connexes⁵⁶. Elle utilise d'ailleurs l'expression « question commune », comme synonyme de similaires ou connexes de 575(1) C.p.c.⁵⁷.

[83] Une question commune n'exige pas une réponse identique pour tous les membres du groupe, ni même que la réponse bénéficie dans la même mesure à chacun d'entre eux. Même si les circonstances varient d'un membre du groupe à l'autre, le recours collectif pourra être autorisé si certaines questions sont communes. La réponse à la question ne doit toutefois pas créer des conflits d'intérêts entre les membres du groupe⁵⁸.

[84] Tel que l'explique la Cour suprême du Canada dans l'arrêt de principe *BMO*, il faut préconiser une approche souple et proportionnée du statut pour agir dans le cadre du recours collectif qui entraîne l'économie des ressources judiciaires et favorise l'accès à la justice⁵⁹. Comme l'indique aussi la Cour d'appel dans *Environnement Jeunesse*, « le système juridique s'accommode mal de la multiplication de recours similaires dans un contexte où l'objectif de l'action collective est justement de favoriser l'accessibilité de la justice »⁶⁰.

[85] Dans *BMO* la Cour suprême conclut que l'action de chaque membre du groupe à l'encontre de chaque banque défenderesse soulevait des questions de droit identiques, puisqu'« à peu de chose près », les mêmes questions d'interprétation et d'application de la *Loi sur la protection du consommateur* et de constitutionnalité étaient soulevées⁶¹.

[86] Dans *Sibiga*, le demandeur cherchait à intenter une action collective relativement aux frais d'itinérance pour des services de téléphonie cellulaire. Il avait un contrat avec le fournisseur Fido⁶². Il cherchait à obtenir l'autorisation d'intenter le recours non seulement contre Fido, mais aussi contre deux autres fournisseurs avec qui il n'avait pas de contrat et donc pas de lien de droit. Le libellé des contrats des autres fournisseurs était différent de celui contenu dans son contrat avec Fido. Le juge Nicolas Kasirer, écrivant alors pour la Cour d'appel, jugeait néanmoins qu'il y avait lieu d'accorder l'autorisation:

[123] The judge did not apply this test of a single, significant common question but focussed instead on what he presumed to be disparate contractual arrangement amongst members of the class that, he wrote, precluded him on

⁵⁶ *Vivendi*, par. 39.

⁵⁷ *Vivendi*, par. 53.

⁵⁸ *Vivendi*, par. 46.

⁵⁹ *Banque de Montréal c. Marcotte*, 2014 CSC 55, [2014] 2 R.C.S. 725, par. 47 [« *BMO* »].

⁶⁰ *Environnement Jeunesse c. Procureur général du Canada*, 2021 QCCA 1871, par.44.

⁶¹ *BMO*, par. 46.

⁶² *Sibiga c. Fido Solutions inc.*, 2016 QCCA 1299.

finding commonality. Again in Vivendi, the Supreme Court warned against this kind of analysis that risks overemphasizing variation between members of the class and losing sight of one or more common questions that will advance the class action. Moreover in Infineon, the Court held that it is not necessary that the member of the class be in the same situation but that it is enough that they be in a sufficiently similar situation such that a common question for which the class action seeks answers can be identified. "At the authorization stage" wrote the Supreme Court, "the threshold requirement for common questions is low".

[Soulignés du Tribunal; citations omises]

[87] De façon similaire, tout récemment, la Cour d'appel du Québec dans *Location Claireview*, reconnaissait l'existence d'un groupe en indiquant ⁶³:

[7] Rappelons d'entrée de jeu que « [l]e fait que tous les membres du groupe ne sont pas dans des situations parfaitement identiques [...] ne prive pas celui-ci de son existence ou de sa cohérence ». Ainsi, en soi, le caractère particulier du contexte dans lequel l'appelant a transigé avec l'intimée ne s'oppose pas à l'existence d'un groupe aux fins de l'exercice d'une action collective. Certes, un constat d'inexistence de tout groupe se serait imposé si l'appelant avait cherché à faire valoir des causes d'action découlant entièrement des particularités de la transaction qu'il a conclue avec l'intimée. Toutefois, l'analyse des griefs qu'il adresse à l'intimée permet de constater que ce n'est pas le cas.

[Soulignés du Tribunal]

[88] S'appuyant sur cette jurisprudence, le Tribunal estime que le caractère faux et trompeurs des déclarations, messages publicitaires et des représentations se trouvant sur les boîtes R-2, R-9 à R-11 et tout autre boîte portant la marque n'étant pas produites en Italie soulève des questions de droit ou de fait communes, identiques, similaires ou connexes.

2.3 575(4) : le membre auquel il entend attribuer le statut de représentant est en mesure d'assurer une représentation adéquate des membres

[89] Trois critères sont à considérer pour évaluer la représentation adéquate du représentant : l'intérêt pour agir, la compétence du représentant et l'absence de conflit d'intérêt avec les membres du groupe⁶⁴.

[90] Ayant conclu que le critère 575(2) C.p.c. est rempli, Knafo a manifestement l'intérêt requis.

⁶³ Charbonneau c. Location Claireview, 2022 QCCA 659.

⁶⁴ Infineon Technologies AG c. Option consommateurs, 2013 CSC 59, par. 60

[91] Au paragraphe 55 de sa demande, Knafo explique pourquoi elle a la compétence requise. Le seuil pour déterminer la compétence du demandeur est peu élevé et Knafo le remplit en l'instance.

[92] Finalement, il n'y a aucun conflit d'intérêts avec les membres du groupe.

[93] Le Tribunal estime donc que le critère de la représentation adéquate est rempli.

3. Formulation des questions et des questions

[94] Barilla a raison d'insister que la date d'ouverture doit être précisée. Tenant en compte le délai triennal, la date d'ouverture sera le 24 octobre 2019.

[95] Barilla insiste aussi sur une date de fermeture indiquant qu'un groupe ne peut demeurer ouvert, invoquant à ce propos les motifs du juge Granosik dans *Langlois-Vinet*⁶⁵. Or, comme le souligne le juge Granosik, une « exception à ce principe semble être justifiée par le constat que le comportement reproché et les contraventions à la base de l'action collective perdurent ». Comme le souligne le juge Bisson dans *Huard*, dans un tel cas, « le recours doit englober le plus de personnes possible », ce qui, selon lui, est un des buts de l'action collective⁶⁶. Il y aura toujours lieu de fermer le groupe avec le jugement rendu sur le fond. Vu qu'en l'instance la pratique reprochée semble se poursuivre, le Tribunal laisse au juge qui tranchera le fond le soin de fermer le groupe à la date qu'il ou elle juge opportune.

[96] Le Tribunal estime que la question en litige a) et certaines conclusions doivent être reformulées selon ce qui apparaît aux conclusions de ce jugement, afin de se conformer avec l'esprit des motifs du présent jugement.

4. Le caviardage de la pièce R-7

[97] Comme déjà relaté, la pièce R-7 contient 98 courriels de membres putatifs. En écrivant aux avocats de Knafo, ces personnes remplissent un formulaire dans lequel elles inscrivent leur adresse et leur numéro de téléphone cellulaire.

[98] Lors de l'audience, les parties ont convenu de ceci, comme en atteste le procès-verbal :

La partie défenderesse ne s'objecte pas au caviardage du courriel, du numéro de téléphone cellulaire et de l'adresse mais insiste pour que l'information quant au nom, laquelle déjà communiquée sous pli confidentiel, soit, au stade de l'autorisation, déposée au dossier de la cour;

⁶⁵ *Langlois-Vinet c. Bell Canada*, 2023 QCCS 2481, par. 42.

⁶⁶ *Huard c. Innovation Tootelo inc.*, 2021 QCCS 416, par. 66. Le soussigné a souscrit à ce point de vue dans *Salko c. Financière Banque Nationale inc.*, 2022 QCCS 3361, par. 39.

Le Tribunal tranchera cette question au stade de son jugement sur l'autorisation, les parties convenant que dans l'intervalle, la pièce R-7 contenant les caviardages recherchés par la partie demanderesse soit déposé au dossier de la cour et qu'une version où les noms ne sont pas caviardés sera déposée sous scellés au dossier de la cour sous la cote R-7A

[99] En l'instance, la seule considération qui se pose est le droit à la publicité des débats.

[100] Les principes en matière de mesures de confidentialité ont récemment été repris par la Cour d'appel dans *Graceffa*⁶⁷. Elle réitère les principes consacrés par la Cour suprême à l'effet que la publicité des débats a comme « assise la liberté d'expression et le droit du public d'être informée » et « que le pouvoir discrétionnaire d'imposer des limites à ce principe dans le but de protéger d'autres intérêts publics doit donc être exercé d'une manière prudente ». Elle rappelle qu'une telle ordonnance ne peut être émise que si les conditions suivantes énoncées dans *Sherman* sont remplies :

- 1- la publicité des débats judiciaires pose un risque sérieux pour un intérêt public important;
- 2- l'ordonnance sollicitée est nécessaire pour écarter ce risque sérieux et qu'aucune autre mesure raisonnable ne permettrait de l'écarter; et
- 3- du point de vue de la proportionnalité, les avantages de l'ordonnance sollicitée l'emportent sur ses effets négatifs.

[101] Comme le souligne la Cour d'appel dans *A.B.*, les tribunaux doivent être particulièrement prudents avant d'accorder une exception au principe de la publicité des débats⁶⁸. En tout état de cause, cela commande une analyse factuelle et contextuelle, au cas par cas⁶⁹.

[102] Dans le débat tel que cadré, le Tribunal ne voit nullement en quoi les noms des membres putatifs qui ont répondu volontairement à cette demande, dans le cadre d'un dossier de consommation doivent être caviardés. Ainsi, la pièce qui sera produite au dossier sera la pièce 7A.

PAR CES MOTIFS, LE TRIBUNAL :

[103] **AUTORISE** le dépôt de la Re-Amended Application for Authorization to Institute a Class Action datée du 16 avril 2024 et la production de la pièce R-8;

AUTHORIZES the filing of the Re-Amended Application for Authorization to Institute a Class Action dated April 16, 2024 and the production of exhibit R-8;

⁶⁷ *Graceffa c. Otéra Capital Holdings Inc.*, 2024 QCCA 531

⁶⁸ *A.B. c. Robillard*, 2022 QCCA 959, par. 22.

⁶⁹ *Id.*, par. 23.

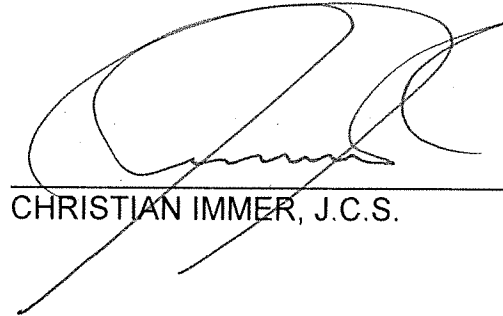
[104] ACCUEILLE la Re-Amended Application for Authorization to Institute a Class Action;	GRANTS the Re-Amended Application for Authorization to Institute a Class Action;
[105] ATTRIBUE à Ariane Knafo, le statut de représentant aux fins d'exercer l'action collective envisagée pour le compte du groupe suivant (le Groupe) : Tous les résidents du Québec qui ont acheté, à tout moment depuis le 24 octobre 2019, des pâtes alimentaires de Barilla Canada inc. qui n'ont pas été produits en Italie et qui portent la marque "ITALY'S #1 BRAND OF PASTA" et "LA MARQUE de PÂTES No 1 EN Italie », que ce soit en juxtaposition des couleurs du drapeau italien ou non.	APPOINTS Ariane Knafo to act as representative for the following class (the Class): All residents of Quebec who have purchased, at any time since October 19, 2019, Barilla Canada Inc.'s pasta products which were not produced in Italy and which bear the phrase "ITALY'S #1 BRAND OF PASTA" et "LA MARQUE de PÂTES No 1 EN ITALIE", in juxtaposition, or not, of the Italian flag colors.
[106] IDENTIFIE comme suit les principales questions de faits et de droit qui seront traitées collectivement : a) La défenderesse a-t-elle fait des déclarations, messages publicitaires fausses ou trompeuses ou s'est-elle adonnée à des pratiques interdites dans la mise en marché et vente de pâtes alimentaires, compte tenu de leur lieu de fabrication et de l'origine géographique des ingrédients qui les composent? b) La défenderesse doit-elle rembourser, en tout ou en partie, le prix d'achat des pâtes alimentaires? c) Une ordonnance d'injonction doit-elle être prononcée contre la défenderesse l'interdisant faire de telles déclarations, représentations	IDENTIFIES as follows the mains issues to be dealt with collectively: a) Did Defendant make false and misleading statements, advertisements or representations in the sale and marketing of its pasta, given their place of production and the geographical origin of their ingredients? b) Must Defendant reimburse the purchase price of the pasta, in whole or in part? c) Should injunctive relief be ordered to prohibit the Defendant from continuing to make such statements, representations, advertisements or prohibited practices?

message publicitaires ou pratiques interdites? d) La demanderesse doit-elle payer des dommages punitifs aux membres et pour quel montant?	d) Must Defendant pay punitive damages to the Class Member and in what amount?
[107] IDENTIFIE comme suit les conclusions recherchées qui s'y rattachent : ACCEUILLIR le recours collectif de la demanderesse représentante et de chaque membre du Groupe; ORDONNER à la défenderesse de cesser la vente de toutes pâtes alimentaires au Québec portant la marque "ITALY'S #1 BRAND OF PASTA" et the phrase "LA MARQUE de PÂTES No 1 EN ITALIE" en juxtaposition ou non avec les couleurs du drapeau italien, à moins que ces produits ne soient fabriqués en Italie; CONDAMNER la défenderesse à verser à chaque membre du Groupe en tout ou en partie le prix payé pour les produits et ORDONNER le recouvrement collectif de ces sommes; CONDAMNER la défenderesse à verser à chaque membre du Groupe une somme à être fixée en paiement de dommages punitifs ou exemplaires et ORDONNER le recouvrement collectif de ces sommes; CONDAMNER la défenderesse à payer les intérêts et l'indemnité additionnelle sur ces sommes selon la Loi à partir de la date de signification de la demande originale, sauf en ce qui a trait aux dommages punitifs où ils	IDENTIFIES as follows the conclusions sought in relation to those issues: GRANT the class action of the Representative Plaintiff and each of the Class Members; ORDER Defendant to cease selling any products pasta au Québec bearing the phrase "ITALY'S #1 BRAND OF PASTA" et the phrase "LA MARQUE de PÂTES No 1 EN ITALIE" in juxtaposition or not of the Italian flag colors, unless said products are produced in Italy; CONDEMN the Defendant to pay to each of the Class members the purchase price paid for the products (or portion thereof), and ORDER collective recovery of these sums; CONDEMN the Defendant to pay to each of the Class Members a sum to be determined in punitive or exemplary damages, and ORDER collective recovery of these sums; CONDEMN the Defendant to pay interest and additional indemnity on the above sums according to the Law from the date of service of the original Application for Authorization, save for punitive damages where they will run from the date of judgment; ORDER the Defendant to deposit in the office of this Court the totality of the sums which forms part of the collective

courront à partir de la date du jugement; ORDONNER à la défenderesse de déposer au dossier de la Cour l'entièreté des sommes à titre de recouvrement collectif, avec intérêts, indemnité additionnelle et frais; ORDONNER que les réclamations individuelles des membres par liquidation collective si la preuve le permet ou, alternativement, par liquidation individuelle; CONDAMNER la défenderesse à assumer les frais de la présente action incluant les frais d'expert et de publication des avis; RENDRE toute autre ordonnance que le tribunal estimera être dans l'intérêt des parties;	recovery, with interest, additional indemnity, and costs; ORDER that the claims of individual class members be the object of collective liquidation if the proof permits and alternately, by individual liquidation; CONDEMN the Defendant to bear the costs of the present action including experts' fees and notice fees; RENDER any other order that this Court shall determine and that is in the interest of the Class Members;
[108] DÉCLARE qu'à moins d'exclusion, les membres du Groupe dans le délai fixé seront liés par tout jugement à intervenir sur l'action collective de la manière prévue par la loi;	DECLARES that all Class Members who have not requested their exclusion from the Group in the prescribed delay to be bound by any judgment to be rendered on the class action to be instituted
[109] ORDONNE aux parties de soumettre dans les 45 jours du présent jugement leurs propositions communes ou distinctes quant au mode de communication ou de publication appropriée de l'avis requis en vertu de l'article 579 C.p.c., et le délai approprié pour qu'un membre demande l'exclusion à cette fin;	ORDERS that the parties submit within 45 days of this judgment their mutual proposals regarding the content and mode of publication and dissemination of the notice to be provided under art. 579 CCP and the delay in which a class member may exclude him or herself;
[110] DÉCLARE que l'action sera entendue dans le district de Montréal;	DECLARES the matter will be heard in the district of Montreal;

[111] **FRAIS À SUIVRE** l'action collective au fond, sauf quant aux frais de publication des avis aux membres qui sont à la charge de la défenderesse.

COSTS TO FOLLOW SUIT, on the merits, save for the costs related to the notices, which are to be borne by Defendant.



CHRISTIAN IMMER, J.C.S.

Me David Assor
LEX GROUP INC.
Avocat de la demanderesse

Me Myriam Brix
LAVERY, DE BILLY S.E.N.C.R.L.
Avocate de la défenderesse

Date d'audience : 21 février 2024; plaidoiries écrites additionnelles les 2 avril, 16 avril, 24 mai et 31 mai 2024