

COUR SUPÉRIEURE

CANADA
PROVINCE DE QUÉBEC
DISTRICT DE MONTRÉAL

N° : 500-06-001202-221

DATE : 23 février 2025

SOUS LA PRÉSIDENTE DE L'HONORABLE SHAUN E. FINN, J.C.S.

ARIANE KNAFO
Demanderesse

c.
BARILLA CANADA INC.
Défenderesse

JUGEMENT

APERÇU	1
ANALYSE.....	2
1. Le Plan de diffusion retenu devrait comporter cinq modes de publication.....	3
1.1 Position des parties	3
1.2 Contexte	3
1.3 Discussion	6
2. Le Tribunal devrait nommer Concilia à titre d'administrateur du Plan de diffusion retenu	10
3. Le Tribunal devrait autoriser les avis proposés par les parties	10
4. Le Tribunal devrait fixer le délai d'exclusion à 45 jours	11
CONCLUSION	11

JF 1315

APERÇU

[1] La demanderesse dépose une demande d'autorisation pour exercer une action collective contre la défenderesse, une société qui distribue et vend des pâtes alimentaires

au Québec. Selon les allégations de la demande d'autorisation, cette dernière aurait induit en erreur ses consommateurs en leur donnant l'illusion que ces pâtes étaient produites en Italie avec des matières cultivées dans ce pays plutôt qu'en Amérique du Nord. Le Tribunal autorise l'action collective et ordonne aux parties de soumettre leurs propositions quant au mode de publication de l'avis aux membres du groupe (**C.p.c.**). Bien que les parties s'entendent sur les textes en français et en anglais de l'avis aux membres – qui prend la forme d'une version « longue » et d'une version « courte » – elles ne s'entendent cependant pas quant aux modes de publication.

[2] La demanderesse propose un plan de diffusion qui comporte, entre autres :

- La transmission directe de l'avis en utilisant les listes de distributions de la défenderesse;
- Le placement d'une bannière d'information sur le site Web de la défenderesse pour une période de 30 jours; et
- Le placement d'une bannière d'information sur quatre canaux de médias sociaux.

[3] Pour sa part, la défenderesse propose des plans de diffusion alternatifs beaucoup plus restreints.

ANALYSE

[4] Le présent débat suscite quatre questions :

1. Quels modes de publication le Tribunal devrait-il autoriser?
2. Le Tribunal devrait-il nommer Concilia Services inc. (**Concilia**) à titre d'administrateur du plan de diffusion?
3. Le Tribunal devrait-il autoriser la publication des avis proposés conjointement par les parties?
4. Quel devrait-être le délai d'exclusion?

[5] Pour les motifs qui suivent, le Tribunal estime qu'il devrait :

1. Autoriser les modes suivants :
 - Publication des avis long et court sur le registre central des actions collectives (le **Registre**);
 - Publication des avis long et court sur le site Web des avocats de la demande;

- Transmission de l'avis court à la liste d'abonnés des avocats de la demande;
 - Publication de l'avis court dans une édition numérique des journaux suivants : *La Presse* (français); *Le Soleil* (français) et *The Gazette* (anglais) à raison de 100 000 impressions chacun; et
 - Une campagne publicitaire sur Facebook pour une période de 30 jours.
2. Nommer Concilia à titre d'administrateur du plan de diffusion;
 3. Autoriser la publication des avis proposés en fonction des commentaires du Tribunal;
 4. Fixer un délai d'exclusion de 45 jours.

[6] Voici pourquoi.

1. LE PLAN DE DIFFUSION RETENU DEVRAIT COMPORTER CINQ MODES DE PUBLICATION

1.1 Position des parties

[7] La demanderesse soumet que le plan de diffusion qu'elle propose s'harmonise avec la jurisprudence du fait qu'il vise à rejoindre le plus grand nombre de membres possible par tous les moyens appropriés¹. Cela milite notamment en faveur de la transmission directe de l'avis court par voie de courriels individualisés. Il s'agit, selon elle, d'un plan de diffusion raisonnable, proportionnel et bien adapté à l'action collective.

[8] La défenderesse répond que le Tribunal devrait plutôt privilégier un plan de diffusion qui tient compte de la « nature consumériste » de l'action collective, de « l'étendue limitée des dommages allégués, et [du] très faible taux historique d'exclusion dans ce type de recours »². Le principe de la proportionnalité exige une approche équilibrée et pragmatique. De plus, l'envoi de courriels individualisés s'avère impossible dans les circonstances.

1.2 Contexte

[9] Le 24 octobre 2022, la demanderesse dépose la Demande d'autorisation, qu'elle modifie à deux reprises. Le recours envisagé relève du droit de la consommation³.

¹ Plaintiff's Argument Plan Regarding the Notice Plan for the Authorization Judgment, par. 9.

² Plan d'argumentation de la défenderesse, par. 3.

³ *Knafo c. Barilla Canada inc.*, 2024 QCCS 3250, par. 28.

[10] Puis, le 26 août 2024, le Tribunal autorise l'action collective. Le jugement d'autorisation rectifié décrit un groupe composé de⁴ :

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.

[11] Le jugement d'autorisation rectifié identifie quatre questions identiques, similaires ou connexes⁵ :

- 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 message publicitaires ou pratiques interdites?
- d) La demanderesse doit-elle payer des dommages punitifs aux membres et pour quel montant?

[12] Le jugement d'autorisation rectifié ordonne, par ailleurs, « aux parties de soumettre [...] 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 »⁶.

[13] Faisant suite à cette ordonnance, la demanderesse propose le plan de diffusion suivant :

1. The Long Form and Short Form Notices, in both languages, will be posted by the undersigned on my firm website and on the Quebec Class Action Registry.
2. The administrator would send a short form notice email (in both languages) to any mailing lists that Barilla has in its possession, see for example without limitation: Barilla Help.

⁴ *Ibid.*, par. 105.

⁵ *Ibid.*, par. 106.

⁶ *Ibid.*, par. 109.

3. The administrator would send a short form notice email (in both languages) to my firm sign up list. I would confidentially send the list to the administrator.
4. The administrator would issue a press release of the notice, in both languages (substantially in the form of the short form notice).
5. The administrator would publish newspaper ads of the short form notice in the Montreal Gazette, and two French newspapers with proper coverage around the province (with an enticing **QR code**). It would be on their highest circulation day of the week, which I assume is a weekend.
6. The administrator would launch a social media campaign on Meta, targeting users interested in Barilla (e.g., they have 2.7 million Facebook followers), limited to Quebec (over a 30-day campaign) (the link would go to the long form notice on my firm website):
 - Reach: 930,000–2,340,000
 - Clicks: 15,090–45,000
7. The Defendant would place an informational banner on the top of the Barilla Canada website, geotargeted to Quebec users, for a period of 30 days (link would go to the long form notice on my firm website).
 - Instagram
 - Facebook
 - X
 - Pinterest
8. The Defendant would place add banner notices (for a period of 30 days), and make a post on its Barilla's social media channels [...]

[14] Quant à la défenderesse, elle propose les plans de diffusion alternatifs suivants :

- Les avis aux membres soient publiés sur le site de l'avocat en demande, sur le Registre des actions collectives du Québec, ainsi que dans un journal francophone et un journal anglophone, à savoir *La Presse* pour l'avis en français et *The Gazette* pour l'avis en anglais.
- Alternativement, il est proposé que les avis aux membres soient publiés sur le site de l'avocat en demande, sur le Registre des actions collectives du Québec, et diffusés par le biais d'une campagne publicitaire sur Facebook durant 30 jours. Les annonces incluront des phrases pertinentes ainsi qu'un lien vers le site de l'avocat en demande, mettant principalement en avant l'avis détaillé publié sur ce même site. Ces annonces cibleront

spécifiquement les personnes résidant au Québec. Le budget proposé s'élève à 1 500 \$ pour la campagne en français et à 500 \$ pour celle en anglais.

[15] L'audition portant sur les modalités de publication des avis aux membres se tient le 12 décembre 2024. Les parties communiquent des informations additionnelles au Tribunal par la suite.

1.3 Discussion

[16] Le premier alinéa de l'article 579 du *Code de procédure civile* (**C.p.c.**) prévoit :

579. Lorsque l'action collective est autorisée, un avis est publié ou notifié aux membres, indiquant:

- 1° la description du groupe et, le cas échéant, des sous-groupes;
- 2° les principales questions qui seront traitées collectivement et les conclusions recherchées qui s'y rattachent;
- 3° le nom du représentant, les coordonnées de son avocat et le district dans lequel l'action collective sera exercée;
- 4° le droit d'un membre de demander à intervenir à l'action collective;
- 5° le droit d'un membre de s'exclure du groupe, les formalités à suivre et le délai pour s'exclure;
- 6° le fait qu'un membre qui n'est pas un représentant ou un intervenant ne peut être appelé à payer les frais de justice de l'action collective;
- 7° tout autre renseignement que le tribunal juge utile dont, entre autres, l'adresse du site Internet pour accéder au registre central des actions collectives. [...]

[17] Mis à part le paragraphe 7, les paragraphes 1 à 6 de cet alinéa spécifient le contenu essentiel de l'avis aux membres. En effet, en communiquant ces détails, l'avis donne au lecteur : un aperçu de la nature de l'action collective; de son inclusion ou non dans le groupe; et des droits dont jouissent les membres. Parmi ces droits, celui de s'exclure du groupe.

[18] Quant au deuxième alinéa de l'article 579 C.p.c., il énonce que :

Le tribunal détermine la date, la forme et le mode de la publication en tenant compte de la nature de l'action, de la composition du groupe et de la situation géographique de ses membres; le cas échéant, l'avis indique, en les désignant nommément ou en les décrivant, ceux des membres qui seront notifiés individuellement. Il peut, s'il l'estime opportun, autoriser la publication d'un avis abrégé

[19] Ce deuxième alinéa, tout aussi important que le premier, porte sur le mode de publication de l'avis : comment et par quels moyens l'avis sera-t-il acheminé aux membres? L'ancienne ministre de la Justice et Procureure générale du Québec observe que l'article 579 C.p.c. accorde au Tribunal « la discrétion de déterminer le mode de publication ou de diffusion de l'avis, l'objectif étant de joindre tous les membres du groupe, dans la mesure du possible »⁷.

[20] L'avis aux membres ne relève ni du formalisme ni de l'automatisme⁸. Il s'agit d'un élément-clé du régime d'action collective. Dépourvue de l'avis, l'action collective porterait sérieusement atteinte au volontarisme qui sous-tend le système juridique québécois. Comme le note la Cour suprême du Canada, en matière d'action collective « il importe que l'information nécessaire puisse être communiquée aux membres »⁹. Bien qu'on « n'exige pas la démonstration que chaque membre a réellement été informé, [...] il faut que la procédure de notification soit conçue de telle manière qu'elle rende probable la communication de l'information à ses destinataires »¹⁰.

[21] Forte de ces enseignements, la jurisprudence contemporaine reconnaît que l'avis devrait « rejoindre le plus grand nombre de membres tout en s'assurant de respecter la proportionnalité des coûts engagés compte tenu de la nature et de la finalité de la demande »¹¹. En effet, le principe de la proportionnalité s'applique dans ce contexte comme dans tout autre domaine de la procédure civile¹². La démesure, comme la parcimonie, sont à éviter. L'avis doit avoir comme seul objectif la notification efficace des membres. Ainsi, on ne saurait le dénaturer en l'utilisant comme moyen de pression ou comme plan de publicité¹³.

[22] De plus, l'avis devrait s'adapter à la nature de l'action collective autorisée, comme l'exige d'ailleurs l'article 579 C.p.c. Il n'existe pas de formule magique – de carcan consacré – qui s'applique automatiquement, peu importe les circonstances.

[23] Dans son *Guide sur les avis aux membres* (le **Guide**), le Barreau du Québec observe qu'il faut « bien cerner les caractéristiques des membres du groupe visé (veut-on rejoindre des consommateurs, des investisseurs, des personnes âgées, des personnes ayant des difficultés cognitives ou des personnes morales ?) »¹⁴. Par ailleurs, « il faudra choisir les moyens de diffusion appropriés, en prenant en compte le lieu où

⁷ *Commentaires de la ministre de la Justice – Code de procédure civile : Chapitre C-25.01*, Montréal, Société québécoise d'information juridique/Wilson & Lafleur Ltée, 2015, p. 423.

⁸ *Hocking c. Haziza*, 2008 QCCA 800, par. 119 (motifs du juge Chamberland, minoritaire, mais pas sur cet aspect).

⁹ *Société canadienne des postes c. Lépine*, 2009 CSC 16 (CanLII), [2009] 1 RCS 549, par. 43.

¹⁰ *Ibid.*

¹¹ *Proulx c. Fortin*, 2024 QCCS 1686, par. 10 [Proulx].

¹² Disposition préliminaire et art. 18 C.p.c.

¹³ *N.M. c. Missionnaires Oblats de Marie Immaculée*, 2022 QCCS 573, par. 25.

¹⁴ *Action collective : Guide sur les avis aux membres*, Montréal, Barreau du Québec, 2016, en ligne, p. 7 : <https://www.barreau.qc.ca/media/sc5bnn50/guide-avis-membres-action-collective.pdf>

ces personnes se trouvent »¹⁵. Les journaux en format papier étant presque « chose du passé », les parties doivent « faire preuve d'innovation » en considérant « d'autres moyens de diffusion, plus particulièrement les plateformes numériques et les nouvelles technologies »¹⁶. L'avis pourrait ainsi prendre la forme d'une « page affichée sur un site Internet »¹⁷. Quoiqu'il en soit, « une conjonction de plusieurs moyens ou médias doit souvent être envisagée »¹⁸.

[24] Le Guide ajoute que « dans certains types de dossiers, pensons plus particulièrement au droit de la consommation, le droit de s'exclure n'est à peu près jamais exercé »¹⁹. Ainsi, « [u]ne publication dans un journal pourra alors être satisfaisante, l'avis ayant été affiché publiquement et chacun des membres ayant pu en prendre connaissance »²⁰. Cette cour a déjà adopté une perspective similaire, notant « [qu'] il est de connaissance d'office que les avis d'exclusion après publication de l'avis dans les dossiers d'actions collectives fondées sur le droit de la consommation sont peu fréquents »²¹.

[25] Qu'en est-il ici?

[26] D'une part, le Tribunal estime que le plan de diffusion que propose la demanderesse s'avère démesuré. Bien que l'avis devrait rejoindre autant de membres que possible, cet objectif n'impose pas une obligation de perfection. Le principe de la proportionnalité, la nature de l'action collective et la composition du groupe modulent nécessairement l'étendue de l'avis aux membres.

[27] Plus spécifiquement, le Tribunal conclut qu'il ne devrait pas ordonner la transmission de l'avis par voie de courriels individualisés. Comme le souligne la défenderesse, elle « ne vend pas directement ses produits aux consommateurs québécois et ne dispose donc d'aucune liste de distribution spécifique les visant. Les listes existantes peuvent comprendre des partenaires d'affaires, des fournisseurs, des adresses corporatives, des non-membres, etc. »²². Outre l'inexistence d'une liste de consommateurs québécois, l'envoi de l'avis court aux personnes mentionnées ci-avant sèmerait la confusion, ternirait injustement la réputation de la défenderesse²³ et constituerait « un traitement inégal des membres »²⁴.

¹⁵ *Ibid.*

¹⁶ *Ibid.*

¹⁷ *Ibid.*

¹⁸ *Ibid.*

¹⁹ *Ibid.*

²⁰ *Ibid.*

²¹ *Defrance c. Banque de Montréal*, 2019 QCCS 4615, par. 12.

²² *Plan d'argumentation de la défenderesse*, par. 20.

²³ *Viot c. U-Haul Co. (Canada) ltée*, 2022 QCCS 1794, par. 56.

²⁴ *Turgeon c. Pharmacie Carole Bessette et Francis Gince, pharmaciens inc. (Uniprix)*, 2021 QCCS 2214, par. 58.

[28] Quant au placement d'une bannière d'information sur le site Web de la défenderesse, le Tribunal ne considère pas nécessaire cette mesure advenant la publication de l'avis dans trois journaux québécois et sa diffusion par le biais d'une campagne publicitaire sur Facebook. Contrairement à l'affaire citée par la demanderesse²⁵, nous ne sommes pas en présence d'un groupe international qui comporte des membres qui se trouveraient à l'extérieur du Canada et qui subiraient ainsi un déficit informationnel.

[29] Ce même raisonnement s'applique au communiqué de presse proposé par la demanderesse et à la publication d'une bannière d'information sur les canaux de médias sociaux autres que Facebook. Dans le contexte actuel, la proportionnalité invite à un plan de diffusion plus simple et focalisé.

[30] D'autre part, le Tribunal estime insuffisant les plans de diffusion alternatifs proposés par la défenderesse malgré la nature consumériste de l'action collective.

[31] La publication des avis au Registre, prévu par l'article 573 C.p.c., constitue une exigence procédurale plutôt qu'un mode de notification au sens strict du terme. Certes, le Registre est un outil précieux. Il permet aux justiciables de mieux exercer leurs droits et aux avocats, aux médias et à la population, dans son ensemble, de suivre l'évolution d'un dossier d'action collective²⁶. Cependant, il ne s'agit pas encore d'une source d'informations bien connue par le citoyen ordinaire. Comme le constate l'auteur Pierre-Claude Lafond, le Registre « demeure encore trop méconnu du public et son utilisation pourrait être plus conviviale »²⁷.

[32] Similairement, puisque les membres s'étant enregistrés auprès des avocats du groupe ne représentent souvent qu'un pourcentage minime du groupe, ce mode de publication ne peut rejoindre qu'un nombre restreint de membres.

[33] Cela étant, le Tribunal estime que la publication de l'avis dans deux journaux ou, alternativement, par le biais d'une campagne publicitaire sur Facebook, ne représente pas un exercice de notification suffisamment rigoureux. Comme le groupe comprend des membres situés à travers le Québec, la publication de l'avis dans deux journaux montréalais ne permettrait pas nécessairement de rejoindre des consommateurs à l'extérieur de la métropole. Quant à Facebook, il s'agit d'un média social parmi plusieurs autres dont l'utilisation varie vraisemblablement selon les catégories de la population.

[34] Dans ce contexte, le Tribunal conclut qu'il devrait autoriser un plan de diffusion qui comporte une conjonction raisonnable de modes, soit :

- Publication des avis long et court au Registre;

²⁵ *Gauthier c. Bombardier inc.*, 2024 QCCS 3280.

²⁶ Pierre-Claude LAFOND, *Libres propos sur la pratique de l'action collective*, Montréal, Éditions Yvon Blais, 2020, p. 165 [Lafond].

²⁷ *Ibid.*, p. 181.

- Publication des avis long et court sur le site Web des avocats de la demande;
- Transmission de l'avis court à la liste d'abonnés des avocats de la demande;
- Publication de l'avis court dans une édition numérique des journaux suivants : *La Presse* (français); *Le Journal de Québec* (français) et *The Gazette* (anglais) à raison de 100 000 impressions chacun; et
- Une campagne publicitaire sur Facebook pour une période de 30 jours (le **Plan de diffusion retenu**).

[35] Cette approche permettrait de rejoindre le plus grand nombre possible de membres tout en s'assurant de respecter la proportionnalité des coûts engagés.

2. LE TRIBUNAL DEVRAIT NOMMER CONCILIA À TITRE D'ADMINISTRATEUR DU PLAN DE DIFFUSION RETENU

[36] La demanderesse propose que le Tribunal nomme Concilia comme administrateur du Plan de diffusion retenu. Il s'agit d'un cabinet qui affirme se spécialiser « dans l'administration des réclamations en recours collectifs, offrant des solutions clé en main à un ensemble diversifié de clients incluant de grandes entreprises et des cabinets d'avocats spécialisés ». Les parties ont sollicité et obtenu des offres de service de la part de Concilia. Les avocats de la défenderesse confirment, de plus, qu'ils n'ont aucune objection à son implication dans le présent dossier.

[37] Dans ce contexte, le Tribunal autorise Concilia à agir comme administrateur du Plan de diffusion retenu et déclare que la défenderesse en assumera les frais d'administration.

3. LE TRIBUNAL DEVRAIT AUTORISER LES AVIS PROPOSÉS PAR LES PARTIES

[38] En ce qui concerne les avis long et court proposés conjointement par les parties, le Tribunal estime que – sujets aux modifications qu'il a communiquées aux avocats des parties – ces avis respectent les exigences de l'article 579 C.p.c. Le Tribunal estime également que les avis proposés sont rédigés dans un langage suffisamment clair et accessible, en français comme en anglais²⁸.

²⁸ *Boyer c. Agence métropolitaine de transport (AMT)*, 2010 QCCS 4984, par. 10; Lafond, *supra*, note 26, p. 180.

4. LE TRIBUNAL DEVRAIT FIXER LE DÉLAI D'EXCLUSION À 45 JOURS

[39] Selon l'article 576 C.p.c., « [l]e délai d'exclusion ne peut être fixé à moins de 30 jours ni à plus de six mois après la date de l'avis aux membres ». Ici, les parties proposent un délai de 45 jours. Comme ce délai s'avère conforme à l'article 576 C.p.c., de même que bien adapté à la nature et à l'ampleur de l'action collective, le Tribunal conclut qu'il devrait l'avaliser.

CONCLUSION

POUR CES MOTIFS, LE TRIBUNAL :

[40] **AUTORISE** le plan de diffusion suivant :

- Publication des avis long et court au Registre;
- Publication des avis long et court sur le site Web des avocats de la demande;
- Transmission de l'avis court à la liste d'abonné des avocats de la demande;
- Publication de l'avis court dans une édition numérique des journaux suivants : *La Presse* (français); *Le Journal de Québec* (français) et *The Gazette* (anglais) à raison de 100 000 impressions chacun; et
- Une campagne publicitaire sur Facebook pour une période de 30 jours;

[41] **NOMME** Concilia Services inc. à titre d'administrateur du plan de diffusion;

[42] **DÉCLARE** que la défenderesse assumera les frais d'administration de Concilia Services inc.;

[43] **APPROUVE** les avis long et court proposés conjointement par les parties, sujets aux modifications communiqués par le Tribunal;

[44] **FIXE** un délai d'exclusion de 45 jours suivant la publication des avis long et court selon les modes prévus par ce jugement;

[45] **LE TOUT**, frais de justice à suivre.



SHAUN E. FINN, 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
Avocat de la défenderesse

Date d'audience : 12 décembre 2024