

CANADA

COUR SUPÉRIEURE
(Action collective)

PROVINCE DE QUÉBEC
DISTRICT DE

No 500-06-000792-164

LOUISE RIVARD, [REDACTED]
[REDACTED]

Demanderesse

c.

A. LASSONDE INC., personne morale ayant son domicile au 170 5^e Avenue, Rougemont, district de Saint-Hyacinthe, province de Québec, J0L 1M0

-et-

INDUSTRIES LASSONDE INC., personne morale ayant son domicile au 755, rue Principale, Rougemont, district de Saint-Hyacinthe, province de Québec, J0L 1M0

-et-

COMPAGNIE CAMPBELL DU CANADA, personne morale, ayant son domicile au 900-1959 Upper Water Street, Halifax (NS) B3J 3N2 et ayant un établissement intéressé au 708-7151 rue Jean-Talon Est, Montréal, district de Montréal, province de Québec, H1M 3N8 ;

Défenderesses

**DEMANDE POUR OBTENIR L'AUTORISATION D'EXERCER
UNE ACTION COLLECTIVE**

(Art. 575 C.p.c. et ss.)

I - INTRODUCTION

Les Défenderesses commercialisent plusieurs jus en contravention flagrante de la *Loi sur la protection du consommateur* (« L.p.c. »), de la *Loi sur la concurrence* en plus de citer de manière non conforme le guide alimentaire canadien. Par exemple, Lassonde utilise des personnages de bandes dessinées comme la Reine des Neiges ou Nemo afin de faire de la publicité destinée aux enfants.

Les Défenderesses utilisent les recommandations de Santé Canada pour rejoindre les préoccupations des consommateurs, mais dénaturent ces recommandations et prétendent que leurs produits ont des attributs qu'ils n'ont pas en réalité.

Outre la modification du comportement des Défenderesses, la Demanderesse vise à obtenir des dommages compensatoires et punitifs.

1. La Demanderesse désire exercer une action collective à l'encontre des Défenderesses pour le compte des personnes faisant partie du groupe ci-après et dont elle est membre :

« Toutes les personnes résidant au Québec qui ont acheté après le 20 mai 2013 un ou des jus de fruits ou de légumes fabriqués, commercialisés ou publicisés par les Défenderesses sous l'une ou l'autre des marques suivantes :

Oasis^{MD} Classique; Oasis^{MD} 100% Premium; Oasis^{MD} FruitZoo^{MD}; Oasis^{MD} Jus junior; Oasis^{MD} Nutrisource^{MD}; Oasis^{MD} Collection Nature^{MD}; Oasis^{MD} Fruits etc.^{MD}; Oasis^{MD} Pause Santé^{MD}; Oasis^{MD} SmoOthie; V8^{MD} Original; V8^{MD} Faible teneur en sodium; V8^{MD} Go velouté et assaisonné; V8^{MD} V-Fusion^{MD}. »

II - LES PARTIES

A- A. LASSONDE INC. ET INDUSTRIE LASSONDE INC.

2. A. Lassonde Inc. (ci-après « Lassonde ») est une société constituée selon la *Loi sur les compagnies, Partie 1* (RLRQ, c. C-38) et a son siège social dans la ville de Rougemont, province de Québec, tel qu'il appert d'un extrait du Registre des entreprises du Québec, communiqué comme pièce **P-1**;

3. Elle est une filiale à part entière de Industries Lassonde Inc., une société constituée selon la *Loi canadienne sur les sociétés par actions* (L.R.C. (1985), c. C-44), qui est un des principaux fabricants de jus et boissons de fruits et légumes au Canada, tel qu'il appert d'un extrait du Registre des entreprises du Québec, communiqué comme pièce **P-2** et d'une fiche d'information publiée sur le site www.lassonde.com/medias/, en date du 14 janvier 2016, communiquée comme pièce **P-3**;
4. Lassonde fabrique et/ou commercialise au Québec les jus de marque Oasis^{MD} suivants, dont la promotion est faite notamment par Industrie Lassonde Inc. :
 - Oasis^{MD} Classique;
 - Oasis^{MD} Premium;
 - Oasis^{MD} Collection Nature^{MD};
 - Oasis^{MD} Pause Santé^{MD};
 - Oasis^{MD} Fruits etc.^{MD};
 - Oasis^{MD} SmoOthie;
 - Oasis^{MD} FruitZoo^{MD};
 - Oasis^{MD} Jus junior;
 - Oasis^{MD} Nutrisource^{MD};

B- COMPAGNIE CAMPBELL DU CANADA

5. La Compagnie Campbell du Canada (« Campbell ») est une société constituée en vertu du *Companies Act* de la Nouvelle-Écosse (R.S.N.S. 1989, c. 81) qui a son siège social à Halifax et un établissement intéressé au 708-7151 rue Jean-Talon Est, Montréal, tel qu'il appert d'un extrait du Registre des entreprises du Québec, communiqué comme pièce **P-4**;
6. Campbell commercialise au Québec le cocktail de légumes de marque « V8^{MD} Original », « V8^{MD} Faible teneur en sodium », « V8^{MD} Go velouté et assaisonné » ainsi que les boissons « V8^{MD} V-Fusion^{MD} »;

III – LES FAUTES REPROCHÉES AUX DÉFENDERESSES

7. Les Défenderesses ont adopté des pratiques publicitaires trompeuses qui contreviennent aux dispositions de la *Loi sur la protection du consommateur* et de la *Loi sur la concurrence* ainsi qu'aux normes fédérales énoncées par l'Agence Canadienne d'Inspection des Aliments (« ACIA ») concernant l'utilisation des appellations « pur » ou « pur à 100% » et/ou encore en déformant les recommandations du Guide alimentaire canadien;
8. En particulier, les Défenderesses se sont livrées à l'une ou l'autre ou à plusieurs des pratiques suivantes :
 - 8.1 Lassonde commercialise des jus à l'aide d'une publicité manifestement destinée à des enfants, par exemple avec des personnages de Disney;
 - 8.2 Elles ont faussement prétendu ou laissé entendre aux membres du groupe que les jus qu'elles commercialisent répondent à une norme en invoquant le Guide alimentaire canadien quant à une prétendue équivalence entre la consommation de jus et la consommation de fruits et/ou de légumes;
 - 8.3 Elles ont fait des représentations fausses ou trompeuses aux membres du groupe en représentant ou en laissant entendre que la consommation de jus qu'elles commercialisent était équivalente à la consommation de fruits ou de légumes;
 - 8.4 Elles ont fait des représentations fausses ou trompeuses aux membres du groupe en laissant entendre que le Guide alimentaire canadien cautionnait leurs représentations quant aux équivalences qu'elles affirment ou suggèrent entre la consommation de jus et la consommation de fruits ou de légumes en dénaturant le message de Santé Canada;
 - 8.5 Elles ont fait des représentations fausses ou trompeuses aux membres du groupe en omettant de mentionner que le Guide alimentaire canadien, lorsqu'elles y font référence, recommande la consommation de fruits et de légumes entiers préférablement à la consommation de jus;

- 8.6 Elles ont faussement, par leurs publicités ou représentations aux membres du groupe, attribué un avantage que leurs produits n'ont pas, en laissant entendre ou en représentant que la consommation de jus peut remplacer la consommation de fruits ou de légumes;
- 8.7 Elles ont déformé, dans les représentations qu'elles font aux membres du groupe, le message du Guide alimentaire canadien, lorsqu'elles y font référence, en utilisant un extrait hors contexte qui dénature le message véhiculé par ce guide au sujet de la consommation de fruits et de légumes, en violant de surcroît les normes établies pour pouvoir référer au Guide alimentaire canadien;

IV-LE CONTEXTE

9. Les autorités sanitaires canadiennes, préoccupées par les questions touchant à la santé publique, informent la population par divers moyens de la nécessité d'adopter de saines habitudes de vie;
10. Une des façons de mieux informer la population consiste à adopter une réglementation qui oblige la divulgation aux consommateurs du contenu et de la valeur nutritive de certains aliments transformés;
11. Une autre façon d'éduquer la population est de faire la promotion de saines habitudes de vie par la publication de guides ou par des campagnes publicitaires;
12. Un des outils utilisé par Santé Canada afin d'atteindre cet objectif est *Le Guide alimentaire canadien 2007* (ci-après le « GAC »), tel qu'il appert d'une copie de ce guide, intitulé « *Bien manger avec le Guide alimentaire canadien* » communiqué comme pièce **P-5**;
13. Le GAC a comme objectif d'améliorer la santé de la population canadienne et de prévenir les carences nutritionnelles en faisant la promotion d'une alimentation saine en orientant la sélection d'aliments par les consommateurs,

tel qu'il appert de l'extrait du site web de Santé Canada intitulé « Historique du Guide alimentaire », communiqué comme pièce **P-6**;

14. Le GAC indique que le fait de consommer les quantités et types d'aliments recommandés aidera un individu à :
 - combler ses besoins en vitamines, minéraux et autres éléments nutritifs;
 - réduire le risque d'obésité, de diabète de type 2, de maladies du cœur, de certains types de cancer et d'ostéoporose;
 - atteindre un « état de santé globale et de bien-être »;
15. Que ce soit grâce aux efforts des autorités sanitaires ou autrement, les consommateurs sont plus conscients aujourd'hui que leur bien-être général et leur santé sont tributaires entre autres choses d'une alimentation saine et équilibrée;
16. En conséquence, l'industrie alimentaire s'efforce de plus en plus d'offrir et de faire connaître aux consommateurs des produits qui tiennent compte de ces préoccupations dans un marché hautement compétitif, comme le démontre par ailleurs la déclaration du président et chef d'exploitation d'Industries Lassonde parue le 12 janvier 2015 dans un article publié dans le quotidien La Presse intitulé « Jean Gattuso: l'innovation, c'est de constamment se réinventer », communiqué comme pièce **P-7**;
17. Or, la consommation d'aliments transformés qui contiennent beaucoup de sucre ou de sel peut avoir un impact négatif sur la santé et sont associés à de nombreuses conditions et maladies comme le diabète, l'obésité, les troubles cardio-vasculaires, l'hypertension artérielle, les accidents vasculaires cérébraux ou les caries;
18. Par exemple, en ce qui concerne les jeunes enfants (2 à 13 ans), la Société canadienne de pédiatrie recommande de limiter la consommation de jus, même « pur à 100% », à une quantité de 120 mL par jour (environ une demie tasse) étant donné la quantité de sucre contenu dans les jus, tel qu'il appert

d'un extrait du site web de la Société canadienne de pédiatrie destiné aux parents et intitulé « Une saine alimentation chez les enfants », communiqué comme pièce **P-8**;

19. Pour un enfant de moins d'un an qui ne mange pas encore de solides, la Société canadienne de pédiatrie recommande de limiter la quantité de jus « pur à 100% » consommée quotidiennement pour qu'elle ne dépasse pas de 125 mL à 175 mL par jour, tel qu'il appert d'un extrait de leur site web intitulé « L'alimentation de votre bébé jusqu'à un an », communiqué comme pièce **P-9**;
20. Dans la directive « Apport en sucre chez l'adulte et l'enfant », publiée en mars 2015¹ l'Organisation mondiale de la santé (« OMS ») recommande fortement que l'apport en sucres libres, qui incluent notamment les sucres qui se trouvent naturellement dans les fruits, soit inférieur à 10 % de l'apport énergétique total quotidien et envisage même d'abaisser la barre à 5 %, tel qu'il appert d'une copie de cette directive intitulée « *Sugars intake for adults and children* », pièce **P-10** et du communiqué de presse diffusé à l'occasion de l'adoption de cette directive, pièce **P-11**;
21. Selon une enquête réalisée par Statistique Canada en 2004, la consommation moyenne quotidienne de sucre par canadien se situait à plus de 21 % (110 g ou 26 cuillers à thé) de l'apport calorique quotidien et oscillait entre 24 et 26 % (172 g ou 41 cuillers à thé) pour les groupes d'âge compris entre 4 et 18 ans, tel qu'il appert de l'étude « Consommation de sucre chez les Canadiens de tous âges », communiqué comme pièce **P-12**;
22. L'OMS a aussi formulé des recommandations en 2010 afin d'encadrer la commercialisation des boissons non alcoolisées auprès des enfants, tel qu'il appert des recommandations publiées dans un document intitulé « Ensemble de recommandations sur la commercialisation des aliments et des boissons non alcoolisées destinés aux enfants », communiqué comme pièce **P-13**;

¹ Une directive de l'OMS est un document qui, quel qu'en soit le sujet, contient un certain nombre de recommandations relatives à des interventions sanitaires dans le domaine clinique, en santé publique ou concernant les politiques à mener.

23. En février 2016, la Fondation des maladies du cœur et de l'AVC canadienne, en collaboration avec la *Childhood Obesity Foundation*, a lancé une campagne pour que les autorités réglementaires interviennent afin d'interdire la publicité d'aliments et de boissons destinées aux enfants, notamment pour que les recommandations de l'OMS soient mises en œuvre, tel qu'il appert de la page « Qui sommes-nous? » de la Coalition Arrêtons la pub destinée aux enfants, communiqué comme pièce **P-14** ;
24. En ce qui a trait au sel, l'OMS a recommandé de ramener la consommation de sel à 5 g (se traduisant en 2 g de sodium) par jour chez l'adulte et de revoir à la baisse cette quantité pour les enfants en fonction des besoins énergétiques selon l'âge, afin de lutter contre l'hypertension artérielle, la maladie cardiovasculaire, l'accident vasculaire cérébral et la cardiopathie coronarienne, tel qu'il appert des recommandations dans le rapport de l'OMS « *Guideline : Sodium intake for adults and children* » (p. 2), communiqué comme pièce **P-15**;
25. Ainsi, considérant l'impact potentiel sur la santé humaine lié à la consommation de leurs produits, les représentations et/ou publicités des sociétés qui commercialisent des jus de fruits ou de légumes ne doivent pas tromper les consommateurs notamment en laissant entendre que leur consommation est équivalente à la consommation de fruits ou de légumes alors que le substitut offert peut en réalité nuire à la santé;
26. Les pratiques commerciales des Défenderesses sont mises en œuvre alors qu'elles savent fort bien que la plupart des consommateurs sont sensibles au prix des fruits et légumes non transformés et qu'ils chercheront à réaliser des économies en consommant plutôt ce qu'on leur présente comme un équivalent, mais à moindre prix;
27. Elles savent aussi que plusieurs consommateurs seront heureux de choisir ce qu'on leur présente comme un équivalent s'ils ont de la difficulté à atteindre leurs objectifs quant à la consommation de fruits et de légumes frais;

28. Elles n'ignorent pas non plus que les enfants sont particulièrement vulnérables à certains types de publicités, comme celles utilisant des personnages populaires qui les font rêver;

V-LE GUIDE ALIMENTAIRE CANADIEN 2007

29. Le GAC utilise une unité de mesure, la portion, et en recommande pour chaque groupe alimentaire un certain nombre par jour, en fonction de l'âge et du sexe des personnes;
30. Le GAC recommande ainsi la consommation de 4 à 10 portions de fruits et légumes par jour. Par exemple, il est recommandé à un adulte de plus de 51 ans de manger quotidiennement 7 portions de fruits et légumes tandis qu'un enfant de 4 à 8 ans devrait consommer 5 portions, tel qu'il appert de P-5;
31. Santé Canada a énoncé des principes devant guider l'utilisation du GAC en matière d'étiquetage et de publicité, tel qu'il appert d'un extrait de son site web intitulé « Les principes généraux guidant l'utilisation du contenu des ressources du guide alimentaire en matière d'étiquetage et de publicité », communiqué comme pièce **P-16**;
32. Santé Canada précise que les principes généraux énoncés dans la pièce P-15 ont pour but :

[...] d'encourager la transmission de messages uniformes sur la saine alimentation qui ne sèment aucune confusion chez les consommateurs et peuvent aider ceux-ci à faire des choix éclairés favorisant une saine alimentation.

[nous soulignons]

33. Parmi ces principes, on retrouve les suivants:
- Lorsqu'on utilise des informations du Guide alimentaire canadien 2007 relatives à la quantité d'aliments (c.-à-d. Nombre de portions du Guide alimentaire recommandé chaque jour ou À quoi correspond une portion du Guide alimentaire?), il faut également tenir compte des informations relatives à la qualité des aliments (c.-à-d. tirez le maximum de vos portions du Guide alimentaire).

- Lorsqu'on utilise des énoncés du Guide alimentaire canadien 2007, il faut respecter l'essence des autres recommandations du Guide alimentaire canadien (c.-à-d. les principes à la base d'une saine alimentation communiqués tout au long du Guide alimentaire canadien). Ces énoncés doivent être formulés exactement de la même façon que dans le Guide alimentaire canadien.
- On peut reproduire le tableau « Nombre de portions du Guide alimentaire recommandé chaque jour » uniquement en fonction de certains groupes d'âge, sans le reproduire au complet. Il faut toutefois fournir la définition d'une portion du Guide alimentaire.

[nous soulignons]

A- L'USAGE DES EXPRESSIONS « PUR » ET « 100% PUR »

34. Le GAC donne des exemples de type et de quantité d'aliments correspondant à une portion de chacun des quatre groupes alimentaires en indiquant notamment qu'un verre de 125 mL de jus « 100% pur » correspond à une portion du groupe alimentaire des fruits et légumes;
35. Cette correspondance du GAC est ainsi conditionnelle à ce que le jus de fruits ou de légumes soit « pur à 100% »;
36. L'Agence canadienne d'inspection des aliments (« ACIA ») définit les appellations « pur » et « pur à 100% » et indique quand elles devraient être utilisées :

Le terme « pur » ne devait pas être utilisé sur l'étiquette ou l'annonce d'aliment qui est un mélange, un composé, une imitation ou un succédané. Les consommateurs s'attendent à ce qu'un aliment qualifié de « pur » ou de « pur à 100% » ne soit ni contaminé, ni falsifié et ne contienne que des substances ou ingrédients dont la présence est normalement attendue dans l'aliment ainsi décrit.

tel qu'il appert d'un extrait du site web de l'ACIA intitulé « Allégations relatives à la composition », communiqué comme pièce **P-17**;

37. L'ACIA apporte une précision quant aux jus d'orange reconstitués sur cette page de son site web (pièce P-16):

Pour le jus d'orange reconstitué, les termes « pur » ou « pur à 100% » sont autorisés sur l'étiquette pour décrire le produit reconstitué si seulement de l'eau a été ajoutée au concentré. Par contre, ces termes sont interdits sur l'étiquette d'un produit reconstitué si un ingrédient facultatif, tel que du benzoate de sodium, du sucre, un colorant, de la vitamine C, a été ajouté au concentré.

38. Santé Canada prévient en fait les consommateurs que les boissons aromatisées aux fruits, les punchs ou les cocktails n'ont eux-mêmes pas la même valeur nutritive que les jus 100% purs :

Lorsque vous buvez du jus, choisissez des jus de fruits 100 % purs plutôt que des boissons aromatisées aux fruits, des punchs ou des cocktails. Les boissons aromatisées aux fruits n'ont pas la même valeur nutritive que les jus 100% purs. Chaque fois qu'on retrouve les termes « punch », « boisson », le suffixe « ade » ou « cocktail » dans le nom d'un produit, il ne s'agit pas d'un jus 100 % pur.

tel qu'il appert d'un extrait du site web de Santé Canada intitulé « Trucs pour les légumes et fruits », communiqué comme pièce **P-18**;

39. Ainsi, un jus d'orange ne peut être considéré « pur à 100% » si autre chose que l'eau est ajouté au concentré;

B- CONSOMMATION DE JUS VS. CONSOMMATION DE FRUITS

40. Outre les recommandations quant aux portions quotidiennes, le GAC (pièce P-5) explique comment tirer le meilleur bénéfice des portions recommandées et qu'il faut consommer des légumes et des fruits de préférence aux jus;
41. Santé Canada précise que les légumes et les fruits doivent être consommés de préférence aux jus, même purs, parce qu'ils contiennent plus de fibres, tel qu'il appert de l'extrait de son site web pièce P-18;
42. Le GAC ajoute qu'afin d'être en meilleure santé et de maintenir un poids santé, il faut « [l]imiter la consommation d'aliments et boissons riches en calories, lipides, sucre ou sel (sodium) », tels que notamment les boissons aromatisées

aux fruits, les boissons gazeuses, les boissons sportives ou énergisantes ou les boissons sucrées chaudes ou froides;

43. La quantité de sucre que l'on retrouve dans la très grande majorité des jus fabriqués par les Défenderesses est impressionnante et se situe dans le même ordre de grandeur que ce que l'on retrouve dans une boisson gazeuse comme le Coca-Cola^{MD} ou le Pepsi^{MD}, qui contiennent 27g de sucre par portion de 250 ml (ou 35,6 g pour une canette de 330 ml);
44. Un jus, même pur à 100%, ne peut donc pas simplement substituer les fruits et légumes dans une alimentation saine et d'autres types de boissons à base de jus le peuvent encore moins selon le GAC;
45. Santé Canada, en indiquant que 125 mL de jus 100% pur est un exemple d'une portion de fruits ou légumes, n'a pas établi une équivalence absolue : en plus de spécifier comme réserve qu'un fruit ou un légume devrait être mangé de préférence à boire un jus, le GAC prévoit également que deux importantes conditions doivent être respectées, soit que:
 - Le jus doit être « pur à 100% »;
 - Les boissons riches en calories, sucre, ou sel, doivent être limitées;

VI - REPRÉSENTATIONS FAUSSES ET TROMPEUSES

46. Les Défenderesses font des représentations aux consommateurs à l'effet que certains des jus qu'elles fabriquent ou commercialisent procurent un certain nombre de portions de fruits et/ou légumes selon le GAC. En effet, en plus de référer au GAC, elles affirment que boire 250 ml de jus équivaut à manger deux portions de fruits et/ou de légumes;
47. Ces représentations aux consommateurs violent les normes établies pour pouvoir référer au GAC, constituent des pratiques interdites aux termes de la *Loi sur la protection du consommateur* (« L.p.c. ») et constituent des indications fausses et trompeuses aux termes de la *Loi sur la concurrence*;

48. Ces pratiques sont répandues chez les Défenderesses tant pour ce qui a trait aux jus « purs à 100% » que pour les jus ne pouvant être considérés comme tels;

A- JUS « PURS À 100% »

49. À l'égard des jus « purs à 100% », les Défenderesses font des déclarations trompeuses interdites par l'article 219 de la L.p.c. car les références au GAC laissent entendre que la consommation de jus remplace la consommation de fruits ou de légumes;
50. Ces déclarations trompeuses constituent également des infractions relatives à la concurrence en vertu de l'article 52 de la *Loi sur la concurrence*;
51. De plus, la correspondance des portions mentionnée au GAC est aussi utilisée hors contexte par les Défenderesses dans les représentations qu'elles font aux membres du groupe car un verre de jus « 100% pur » de 250 mL n'est pas nutritionnellement équivalent à deux portions de fruits ou de légumes et ne peut remplacer ces derniers dans une saine alimentation;
52. Les Défenderesses enfreignent aussi l'article 228 L.p.c. en passant sous silence des faits importants, soit qu'un fruit ou légume devrait être consommé de préférence à un jus et qu'il est important de limiter la consommation quotidienne de boissons sucrés ou salés;
53. Les messages que les Défenderesses véhiculent aux membres du groupe sont trompeurs et constituent une pratique interdite en vertu de l'article 239 L.p.c. parce qu'elles utilisent à leur profit la crédibilité du GAC pour transmettre un message qu'elles savent être faux et contraire aux recommandations de ce guide quant à de saines habitudes alimentaires;

B- AUTRES JUS

54. Tous les jus contenant des substances ou ingrédients dont la présence est normalement inattendue ne peuvent pas être décrits comme étant des jus « 100% pur » et ne peuvent *a fortiori* mentionner l'équivalence décrite dans le GAC quant aux portions. Parmi les additifs ajoutés à leurs produits par les Défenderesses, on retrouve notamment :

Sel; Sel de mer; Chlorure de potassium (substitut de sel); Assaisonnement; Vinaigre; Saveur; Arôme naturel; Bêta-carotène (colorant naturel); Vitamine C (acide ascorbique); Vitamine D (cholécalférol); Vitamine E; Vitamine B3 (niacinamide); Vitamine B5 (D-pantothénate de calcium); Vitamine B6 (chlorhydrate de pyridoxine); Vitamine B12 (cyanobalamine); Acide citrique; Acide malique; Acide folique; Lactate de calcium; Phosphate de potassium; Sulfate ferreux; Chlorhydrate de thiamine; Huiles de soya hautement raffinées (stérois végétaux); Huile de poisson encapsulée (huile d'anchois et de sardine, gélatine, polyphosphate et ascorbate de sodium, huile de soya, tocophérols, transglutaminase); Gomme de guar; Cacao; Lait écrémé en poudre; Probiotiques; Eau de coco fait de concentré; Spiruline.

55. Ainsi, les Défenderesses font de plus, à l'égard des jus ne pouvant être qualifiés de « 100% purs », des représentations fausses en vertu des articles 219 et 221 c) L.p.c. et 52 de la *Loi sur la concurrence* notamment parce que le GAC indique clairement que l'équivalence des portions ne vaut que pour les jus qui pouvant être considérés « purs à 100% »;
56. Cette exigence, malgré qu'il soit fait référence au GAC dans les représentations faites aux consommateurs, n'est nullement mentionnée par les Défenderesses qui passent ainsi sous silence un fait important en plus d'attribuer faussement un avantage à leurs produits en laissant croire que ceux-ci rencontrent les exigences de Santé Canada pour équivaloir à la consommation de fruits ou légumes, violant ainsi également les règles énoncées aux articles 228 et 239 L.p.c.;

C- UTILISATION DE PERSONNAGES CONNUS DES ENFANTS

57. L'article 248 de la L.p.c. interdit la publicité aux enfants de moins de 13 ans sauf pour ce qui est nommément autorisé dans son règlement d'application. Celui-ci interdit explicitement l'utilisation de personnages connus des enfants qui n'auraient pas été créés pour faire la promotion du produit;
58. Les Défenderesses Industrie Lassonde Inc. et A. Lassonde Inc., malgré cette interdiction, et malgré les préoccupations des autorités sanitaires notées aux paragraphes 18 à 24 ci-haut, n'hésitent pas à violer leurs obligations légales pour mousser la vente des jus qu'elles commercialisent en exploitant la vulnérabilité des enfants;

VII- QUELQUES EXEMPLES DES PRATIQUES COMMERCIALES DES DÉFENDERESSES

A- A. LASSONDE ET INDUSTRIE LASSONDE INC

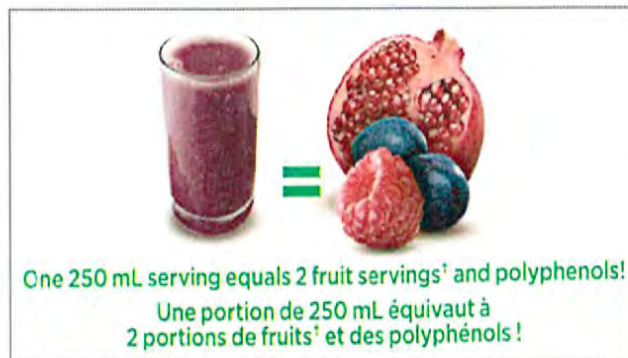
59. Lassonde décrit sa gamme de jus de marque Oasis^{MD} comme étant leur « promesse de jus à l'état pur : sans sucre ajouté et plein de saveur », tel qu'il appert de l'extrait du site Internet d'Industries Lassonde Inc. intitulé « Nos marques », communiqué comme pièce **P-19**;
60. Le site web Oasis traduit la promesse du logo « Signature Santé^{MD} » qu'A. Lassonde appose à la majorité de ses produits Oasis^{MD} de la manière suivante :

Les jus de fruits sont un excellent complément à votre alimentation et, si ceux que nous fabriquons portent le logo « Signature Santé », c'est parce qu'ils répondent à des critères de sélection stricts :

- Fait de jus à 100%
- Sans arôme artificiel
- Sans colorant artificiel
- Sans sucre ajouté
- Bonne source de vitamine C
- Contient 2 portions de fruits ou de légumes par portion de 250 ml
- Fabriqué dans des usines canadiennes selon des normes de qualité élevées.

tel qu'il appert d'un extrait du site web Oasis intitulé « Signature Santé », communiqué comme pièce **P-20**;

61. En plus de leur logo « Signature Santé^{MD} », Lassonde représente aux consommateurs qu'une portion de jus équivaut à un certain nombre de portions de fruits et/ou légumes directement sur les contenants par le biais d'icônes ou d'illustrations évocatrices, tel qu'il appert des exemples ci-dessous :



62. Des représentations graphiques indiquant aux consommateurs qu'un verre de jus est équivalent à deux portions de fruits et/ou légumes sont aussi présentes à plusieurs endroits sur le site web Oasis :



63. Lassonde fait aussi des représentations selon lesquelles l'équivalence entre 250 mL de jus à deux portions de fruits ou légumes est attribuable au GAC;
64. En effet, Lassonde ajoute une indication que cette équivalence est « Selon le Guide alimentaire canadien », tel qu'il appert par exemple du contenant Pause Santé Antioxia reproduit ci-après :

One 250 mL serving equals 2 fruit servings[†] and polyphenols!
Une portion de 250 mL équivaut à 2 portions de fruits[†] et des polyphénols!

KEEP REFRIGERATED. BEST IF CONSUMED WITHIN 10 DAYS OF OPENING.
 GARDER RÉFRIGÉRÉ. À CONSOMMER DE PRÉFÉRENCE DANS LES 10 JOURS SUIVANT L'OUVERTURE.

Nutrition Facts Valeur nutritive	
Per 250 mL / par 250 mL	
Amount Teneur	% Daily Value % valeur quotidienne
Calories / Calories 110	
Fat / Lipides 0 g	0 %
Saturated / saturés 0 g + Trans / trans 0 g	0 %
Cholesterol / Cholestérol 0 mg	
Sodium / Sodium 15 mg	1 %
Carbohydrate / Glucides 27 g	9 %
Fibre / Fibres 0 g	0 %
Sugars / Sucres 25 g	
Protein / Protéines 1 g	
Vitamin A / Vitamine A	0 %
Vitamin C / Vitamine C	100 %
Calcium / Calcium	2 %
Iron / Fer	0 %

INGREDIENTS: FRUIT JUICE FROM CONCENTRATE (WATER, CONCENTRATED CONCORD GRAPE [SULFITES], APPLE AND/OR PEAR AND/OR GRAPE [SULFITES], RASPBERRY, POMEGRANATE, LEMON JUICES), NATURAL FLAVOUR, VITAMIN C.
INGRÉDIENTS : JUS DE FRUITS FAIT DE CONCENTRÉ (EAU, JUS CONCENTRÉS DE RAISIN CONCORD [SULFITES], POMME ET/OU POIRE ET/OU RAISIN [SULFITES], FRAMBOISE, GRENADE, CITRON), ARÔME NATUREL, VITAMINE C.

DISCOVER / DÉCOUVREZ
oasis.ca

PASTEURIZED
 PASTEURISÉ

PREPARED IN CANADA
PRÉPARÉ AU CANADA

^{*}Natural fruit sugars/Sucres naturels des fruits
[†]As per Canada's Food Guide
[†]Selon le Guide alimentaire canadien

65. Le site web Oasis permet de visionner les produits offerts en fonction des caractéristiques du jus, notamment « Jus à 100% », « Biologique », « Portions de fruits et légumes », « Portions de légumes », « Smoothies » ou « Jus et Smoothies avec nutriments ajoutés », tel qu'il appert d'un extrait du site web Oasis produit comme pièce **P-21**;
66. Le site web Oasis comporte par ailleurs de nombreuses représentations quant à l'équivalence d'une portion de jus avec deux portions de fruits et/ou légumes sur la page de certaines gammes des produits dont elle fait la promotion:

Gamme de jus	Représentation
FruitZoo ^{MD}	« En plus de leur excellente source de vitamine C, les jus FruitZoo sont enrichis de vitamines et de minéraux essentiels. Chaque verre de 250 ml apporte deux portions de fruits, et ce, sans sucre ajouté. Les enfants s'amuse avec les personnages de Disney et les parents savent qu'ils ont fait le bon choix. »
Fruits etc. ^{MD}	« Lorsque l'on vit à cent à l'heure, manger tous les jours cinq portions de fruits et légumes est un véritable défi. Chaque verre d'Oasis Fruits etc., contient un mélange de jus de fruits et légumes savoureux ainsi qu'une bonne dose de vitamine C. C'est si bon de se simplifier la vie ! »
SmoOthie	« En plus d'avoir un goût exceptionnel, les SmoOthies Oasis regorgent de bonnes choses. Faits de purée et de jus de fruits mûris à point, ces mélanges onctueux contiennent deux portions de fruits dans chaque verre de 250 ml ainsi qu'une bonne dose de vitamine C. »

67. Des représentations au même effet apparaissent aussi pour certains produits sur la fiche de produit, comme par exemple le jus Pause Santé^{MD} Pomme, baies avec légumes où il est écrit :

Une façon saine et délicieuse de profiter des bienfaits des légumes tout en savourant le bon goût des fruits. Vous trouverez une portion complète de fruits et une portion complète de légumes dans chaque verre de 250 mL.

68. Lassonde utilise de plus de nombreux personnages de Disney connus des enfants pour faire la promotion de leurs jus :



69. Les jus à l'égard desquels Lassonde fait ces représentations sur les contenants de jus eux-mêmes, sur le site web Oasis ou par le biais de publicités, sont décrits à la pièce **P-22** ;

B- COMPAGNIE CAMPBELL DU CANADA

70. Campbell affirme offrir des produits sains dont une grande variété de soupes et boissons fournissent au moins une portion complète de légumes :

En outre, nous offrons une grande variété de soupes et de boissons, comme les soupes **CHUNKY^{MD}**, **DE CAMPBELL^{MD}**, les boissons **V8^{MD}** ET **V8 V-FUSION^{MD}**, **LES SOUPES CONDENSÉES CAMPBELL**, et les soupes **HEALTHY REQUEST^{MD}** et **GARDENAY^{MD}**, qui fournissent au moins **UNE PORTION COMPLÈTE DE LÉGUMES**.

tel qu'il appert d'un extrait du site web de Campbell intitulé « L'histoire de la compagnie Campbell du Canada », produit comme pièce **P-23**;

71. Campbell indique directement sur les contenants de la gamme de cocktails V8^{MD} de tout format qu'une portion de 250 mL fournit deux portions de légumes selon le GAC :



72. Sur son site web, Campbell fait typiquement les représentations suivantes :



73. Campbell représente aussi aux consommateurs sur la page de sa gamme de produits V8^{MD} de son site web ce qui suit :

Vous ne mangez pas assez de légumes? V8^{MD} peut vous aider.

Plus de la moitié des Canadiens ne consomment pas les 7 à 10 portions quotidiennes de fruits et de légumes recommandées*. Quel est le meilleur moment d'en manger? Grâce à notre famille de délicieux produits V8, la réponse est en tout temps et n'importe où.

Essayer le cocktail aux légumes V8^{MD} Original pour déguster une délicieuse portion complète de légumes.

Si vous recherchez à la fois les bienfaits des légumes et le goût exceptionnel des fruits, choisissez un mélange de jus V8 V-Fusion^{MD} pour savourer une délicieuse portion complète de fruits et de légumes.

V8 Splash^{MD}

Pour rafraîchir votre journée avec une boisson aux fruits désaltérante rehaussée d'un soupçon de carottes, essayez la boisson V8 Splash^{MD}.

*Statistiques Canada, 2010

tel qu'il appert de la page de produits V8^{MD} publiée sur son site web, communiquée comme pièce **P-24**;

74. Non seulement ces boissons ne sont pas des jus « 100% purs » comme l'exige toute référence au GAC, mais Campbell reconnaît elle-même que ce ne sont pas des jus purs en désignant ses produits V8^{MD} comme étant des « cocktails de légumes » et non du « jus de légumes », lesquelles contiennent une quantité importante de sel, tel qu'il appert du tableau de la valeur nutritive du V8^{MD} Original:

VALEUR NUTRITIVE		
✓ SANS GLUTEN		
Par portion de 250 mL	Amount	% valeur préparé
Calories	50	—
Lipides	0 g	0 %
Saturés	0 g	0 %
Trans	0 g	0 %
Cholestérol	0 mg	—
Sodium	480 mg	20 %
Glucides	11 g	4 %
Fibres	2 g	8 %
Sucres	9 g	—
Protéines	2 g	—
Vitamine A	—	20 %
Vitamine C	—	8 %
Calcium	—	4 %
Fer	—	6 %

Ingrédients: EAU, PÂTE DE TOMATE, JUS COMPOSÉ DE (CAROTTES, CELERI, BETTERAVES, PERSIL, LAITUE, CRESSON DE FONTAINE, ÉPINARDS), AVEC SEL ET ASSAISONNEMENT. *UNIQUEMENT LES SUCRES PRÉSENTS NATURELLEMENT DANS LE JUS DE LÉGUMES.

75. Les cocktails à l'égard desquels Campbell fait des représentations fausses ou trompeuses sur les contenants de jus eux-mêmes, sur leur site web ou par le biais de publicités, sont décrits à la pièce **P-25**;

VIII- LA DEMANDERESSE LOUISE RIVARD

76. La Demanderesse Louise Rivard est une consommatrice soucieuse de son alimentation;
77. Elle a écrit 20 livres de recettes et de nutrition qui ont été publiés par divers éditeurs et donne régulièrement des conférences sur l'alimentation;
78. Elle sait que la consommation quotidienne de fruits et de légumes contribue à une alimentation saine;

79. Depuis qu'ils ont été mis sur le marché il y a environ deux ans, la Demanderesse Rivard a régulièrement acheté les jus Oasis^{MD} SmoOthie Fraise, banane, Oasis^{MD} SmoOthie Ananas, banane, coco et Oasis^{MD} SmoOthie Vert activ. Elle achetait régulièrement les jus Oasis^{MD} Classique avant que les SmoOthie soient disponibles ;
80. Quand madame Rivard voulait faire des économies sur son panier d'épicerie, elle remplaçait les fruits plus dispendieux par ces jus. Selon ses calculs, le contenant de 1,75 L était plus économique comparé au coût des fruits frais ou surgelés;
81. Les contenants de ces jus Oasis affichent une icône qui représente que chaque contenant de 1,75 L contient 14 portions de fruits et/ou légumes;
82. Madame Rivard achetait aussi les produits V8^{MD} Original et V8^{MD} Faible teneur en sodium pour consommer des portions de légumes, tel qu'annoncé par Campbell;

FAITS DONNANT NAISSANCE À UNE ACTION INDIVIDUELLE À L'ÉGARD DE CHAQUE MEMBRE DU GROUPE

83. Chaque membre du groupe a acheté un jus pour lequel les Défenderesses ont fait des représentations fausses ou trompeuses;
84. Chaque membre du groupe a été exposé à ces représentations, soit parce qu'elles étaient reproduites sur leur site web, soit parce qu'elles ont fait l'objet de publicités largement diffusées, soit parce que les représentations étaient reproduites sur les contenants de jus;

LA COMPOSITION DU GROUPE REND DIFFICILE OU PEU PRATIQUE L'APPLICATION DES RÈGLES DU MANDAT OU DE LA JONCTION D'INSTANCE

85. Le nombre de consommateurs ayant acheté des jus commercialisés par les Défenderesses dans les trois dernières années se chiffre de toute évidence à des centaines de milliers de personnes au Québec;

86. Il est impossible de connaître le nombre exact et l'identité des consommateurs qui ont acheté des jus commercialisés par les Défenderesses ayant fait l'objet de représentations fausses ou trompeuses;
87. Sans l'action collective, les consommateurs ne feront pas valoir leur droit étant donné les sommes modestes en litige et les coûts qui y sont associés pour un individu agissant seul;
88. Sans action collective, il est aussi fort à craindre que le comportement fautif des Défenderesses perdurera;
89. Considérant ceci, la composition du groupe rend impossible l'application des règles du mandat ou de la jonction d'instance;

QUESTIONS DE FAITS ET DE DROIT IDENTIQUES, SIMILAIRES OU CONNEXES

90. Les représentations des Défenderesses à l'égard de jus qu'elles commercialisent quant à leur pureté ou leur équivalence en fruits ou légumes sont-elles fausses ou trompeuses ?
91. Est-ce que les Défenderesses ont trompé les membres du groupe en laissant entendre que les jus qu'elles commercialisent répondaient à une norme déterminée alors que ce n'était pas le cas ?
92. Est-ce que les Défenderesses ont passé sous silence un ou des faits importants lors de leurs représentations aux consommateurs quant aux caractéristiques des jus qu'elles commercialisent?
93. Est-ce que les Défenderesses ont faussement attribué aux jus qu'elles commercialisent un avantage particulier ?
94. Est-ce que les Défenderesses, dans leurs représentations aux consommateurs, ont déformé le sens d'une ou de plusieurs informations contenues dans le Guide alimentaire canadien et/ou communiquées par Santé Canada en rapport à ce guide?

95. Lassonde a-t-elle publicisé illégalement auprès des enfants les jus qu'elles commercialisent ?
96. Les membres du groupe ont-ils été exposés aux représentations fausses ou trompeuses des Défenderesses ?
97. Les membres du groupe sont-ils présumés avoir subi un préjudice?
98. Dans l'affirmative, ont-ils droit à une diminution du prix de vente ?
99. Cette diminution peut-elle être équivalente au montant ou à une portion des profits générés sur la vente des jus pendant la période durant laquelle les fausses représentations ont été faites ?
100. Les Défenderesses doivent-elles payer des dommages-intérêts punitifs et, si oui, combien?
101. Les Défenderesses doivent-elles payer le coût des procédures engagées en vertu de la *Loi sur la concurrence*?

NATURE DE L'ACTION ET CONCLUSIONS RECHERCHÉES PAR LA DEMANDERESSE

102. La nature de l'action collective que la Demanderesse entend exercer pour le compte des membres du groupe est une action en réduction d'obligation, en dommages-intérêts punitifs et dommages-intérêts compensatoires basée sur la *Loi sur la protection du consommateur* et sur la *Loi sur la concurrence*;
103. Les conclusions que la Demanderesse recherche sont :

ACCUEILLIR l'action de la Demanderesse;

CONDAMNER les Défenderesses à payer aux membres du groupe une somme équivalente aux profits ou à une portion des profits générés sur la vente des jus ayant fait l'objet de représentations fausses ou trompeuses et/ou pratiques interdites de commerce;

CONDAMNER chacune des Défenderesses à payer aux membres du groupe des dommages punitifs dont le montant sera déterminé en fonction des critères de 1621 C.c.Q. ;

CONDAMNER les Défenderesses à payer le coût des procédures engagées;

ORDONNER le recouvrement collectif des dommages;

LE TOUT avec les frais de justice, y compris les frais d'avis, d'experts et d'administration;

ATTRIBUTION DU STATUT DE REPRÉSENTANTE

104. La Demanderesse Louise Rivard demande que le statut de représentante du groupe lui soit reconnu;

105. La Demanderesse est en mesure d'assurer une représentation adéquate des membres du groupe pour les raisons suivantes :

105.1 Elle est membre du groupe;

105.2 Elle comprend bien la nature de l'action;

105.3 Elle s'intéresse particulièrement aux questions liées à la nutrition et à une saine alimentation;

105.4 Elle est motivée à investir les ressources et le temps requis pour accomplir les tâches nécessaires à l'exercice de la présente action;

105.5 Elle a notamment une formation en démarrage d'entreprises, logiciels informatiques et réseaux sociaux, animation radio, communications et relations d'aide, autant de compétences qui peuvent faciliter sa tâche de représentante;

105.6 Elle collabore pleinement avec ses procureurs lesquels possèdent une grande expérience dans le domaine des actions collectives et sont en mesure d'assurer efficacement l'avancement du dossier. Ils sont de

plus en mesure d'assurer une communication efficace avec les membres qui se feront connaître à toutes les étapes de la procédure;

106. La Demanderesse propose que l'action collective soit exercée devant la Cour supérieure du district de Montréal pour les raisons suivantes :

106.1 Ses procureurs ont leurs bureaux à Montréal;

106.2 La Demanderesse réside à Montréal;

106.3 Une partie importante des membres du groupe résident à Montréal et ses environs;

POUR CES MOTIFS, PLAISE AU TRIBUNAL :

ACCUEILLIR la demande de la Demanderesse Louise Rivard;

AUTORISER l'exercice de l'action collective contre les Défenderesses pour le compte du groupe suivant :

« Toutes les personnes résidant au Québec qui ont acheté après le 20 mai 2013 un ou des jus de fruits ou de légumes fabriqués, commercialisés ou publicisés par les Défenderesses sous l'une ou l'autre des marques suivantes :

Oasis^{MD} Classique; Oasis^{MD} 100% Premium; Oasis^{MD} FruitZoo^{MD}; Oasis^{MD} Jus junior; Oasis^{MD} Nutrisource^{MD}; Oasis^{MD} Collection Nature^{MD}; Oasis^{MD} Fruits etc.^{MD}; Oasis^{MD} Pause Santé^{MD}; Oasis^{MD} SmoOthie; V8^{MD} Original; V8^{MD} Faible teneur en sodium; V8^{MD} Go velouté et assaisonné; V8^{MD} V-Fusion^{MD}. »

IDENTIFIER comme suit les principales questions de faits et de droit qui seront traitées collectivement :

- 1- Les représentations des Défenderesses à l'égard de jus qu'elles commercialisent quant à leur pureté ou leur équivalence en fruits ou légumes sont-elles fausses ou trompeuses ?

- 2- Est-ce que les Défenderesses ont trompé les membres du groupe en laissant entendre que les jus qu'elles commercialisent répondaient à une norme déterminée alors que ce n'était pas le cas ?
- 3- Est-ce que les Défenderesses ont passé sous silence un ou des faits importants lors de leurs représentations aux consommateurs quant aux caractéristiques des jus qu'elles commercialisent?
- 4- Est-ce que les Défenderesses ont faussement attribué aux jus qu'elles commercialisent un avantage particulier ?
- 5- Est-ce que les Défenderesses, dans leurs représentations aux consommateurs, ont déformé le sens d'une ou de plusieurs informations contenues dans le Guide alimentaire canadien et/ou communiquées par Santé Canada en rapport à ce guide?
- 6- Lassonde a-t-elle publicisé illégalement auprès des enfants les jus qu'elles commercialisent ?
- 7- Les membres du groupe ont-ils été exposés aux représentations fausses ou trompeuses des Défenderesses ?
- 8- Les membres du groupe sont-ils présumés avoir subi un préjudice?
- 9- Dans l'affirmative, ont-ils droit à une diminution du prix de vente ?
- 10- Cette diminution peut-elle être équivalente au montant ou à une portion des profits générés sur la vente des jus pendant la période durant laquelle les fausses représentations ont été faites ?
- 11- Les Défenderesses doivent-elles payer des dommages-intérêts punitifs et, si oui, combien?
- 12- Les Défenderesses doivent-elles payer le coût des procédures engagées en vertu de la *Loi sur la concurrence*?

IDENTIFIER comme suit les conclusions recherchées qui s'y rattachent :

ACCUEILLIR l'action de la Demanderesse;

CONDAMNER les Défenderesses à payer aux membres du groupe une somme équivalente aux profits ou à une portion des profits générés sur la vente des jus ayant fait l'objet de représentations fausses ou trompeuses et/ou pratiques interdites de commerce;

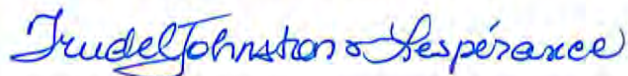
CONDAMNER chacune des Défenderesses à payer aux membres du groupe des dommages punitifs dont le montant sera déterminé en fonction des critères de 1621 C.c.Q. ;

CONDAMNER les Défenderesses à payer le coût des procédures engagées;

ORDONNER le recouvrement collectif des dommages;

LE TOUT avec les frais de justice, y compris les frais d'avis, d'experts et d'administration;

Montréal, le 20 mai 2016



TRUDEL JOHNSTON & LESPÉRANCE

Procureurs de la Demanderesse