



# Actions collectives en droit agroalimentaire et fraude alimentaire

Amélie T. Gouin, Borden Ladner Gervais  
Stéphane Gauthier, Cain Lamarre

---

3<sup>e</sup> Colloque annuel canadien en droit et politiques publiques agroalimentaires :  
Innovation en droit de l'agroalimentaire

26 septembre 2018



Législation applicable

---

# Législation applicable

- Représentations fausses et trompeuses (Articles 216, 218, 219, 221 et 228 LPC; Article 52 de la Loi sur la concurrence)
- Vice de consentement (Articles 1400, 1401 & 1407 CCQ)
- Responsabilité civile (Article 1457 & 1458 CCQ)
- Obligation de fournir un bien ou un service conforme à la description qui en est faite (Articles 40 & 41 LPC)
- Obligation de ne pas faussement attribuer à un bien ou à un service un avantage particulier (Article 220(a) LPC)
- Obligation de ne pas s'appuyer sur une donnée ou une analyse présentée faussement comme scientifique (Article 239(b) LPC)
- Obligation de ne pas faire de la publicité à but commercial destinée à des personnes de moins de treize ans (Article 248 & 249 CPA)

## ***Richard c. Times, 2012 CSC 8***

1. Décrire l'impression générale que la représentation est susceptible de donner chez le consommateur crédule et inexpérimenté
  2. Déterminer ensuite si cette impression générale est conforme à la réalité
-



# Actions collectives récentes

---

# Actions collectives québécoises



## ***Attar c. Red Bull et al., 16 février 2016***

- Représentations fausses et trompeuses relativement à l'effet supérieur du Red Bull
- En attente de l'audition sur la demande d'autorisation



## ***Bramante c. McDonald, 15 novembre 2016***

- Publicité destinée à des enfants de moins de 13 ans (art. 248-249 LPC)
- En attente de l'audition sur la demande d'autorisation



## ***Durand c. Subway et al., 27 février 2017***

- Représentations fausses et trompeuses relativement à la qualité du poulet contenu dans les sous-marins
- En attente de l'audition sur la demande d'autorisation



## ***Gosselin c. Loblaws et al., 2 juin 2017***

- Représentations fausses et trompeuses relativement au prix de la viande « Gros Format »
- Aucun développement depuis la suspension d'instance du 29 novembre 2018

# Actions collectives québécoises

The logo for the Société québécoise des alcools (SAQ) is a dark red square with the letters 'SAQ' in white, oriented vertically.

SAQ

## ***Bourdeau c. SAQ, 12 juillet 2017***

- Représentations fausses et trompeuses quant à l'origine du vin (traçabilité)
- Étiquetage incomplet
- Représentations fausses et trompeuses quant à la valeur réelle du produit
- Demande d'autorisation rejetée (12 juillet 2018)
- Déclaration d'appel (27 août 2018)

The Loblaws logo consists of the word 'Loblaws' in a bold, black, sans-serif font. To the left of the text is a stylized red and orange graphic element resembling a 'U' or a partial square.

Loblaws

## ***Govan c. Loblaw et al., 1<sup>er</sup> novembre 2017***

- Le 31 octobre 2017, le Bureau de la concurrence a lancé une enquête criminelle relativement au processus de fixation des prix du pain
- Le demandeur affirme que les défendeurs ont créé un cartel du pain afin de fixer les prix
- Plusieurs actions similaires dans les autres provinces canadiennes

# Actions collectives américaines



## Sel

- Le sel est un « minéraux » et non un produit de l'agriculture
- Le sel ne peut donc pas être identifié comme étant « biologique »



## Crème glacée

- Il est faux d'indiquer que la crème glacée est fabriquée à partir de « vaches heureuses » (*happy cows*)
- Les produits laitiers utilisés proviennent d'exploitation laitières de production de masse de type industriel



## Miel

- Le produit de miel *Manuka* n'est pas composé à 100% de miel *Manuka* de la Nouvelle-Zélande, mais seulement au 3/5




## Lait d'amande

- Le lait d'amande ne serait pas aussi nutritif que du lait de vache puisqu'il ne contient pas les mêmes nutriments et vitamines essentielles

# Actions collectives américaines

## « *All Natural* » & « *Healthy* »

- 
- La **vinaigrette** “Garlic Expression”, qui contient de la gomme xanthane, trompe le consommateur en utilisant l’allégation « *All Natural* »
  - L’allégation « *All Natural* » sur les étiquettes **d’enchiladas et d’omelettes** est fausse et trompeuse puisque les ingrédients ne sont pas tous « *All Natural* »
  - Les **thés verts** Bigelow sont faussement vendus comme étant « *All Natural* » et « *Natural* » puisqu’ils contiennent du glyphosate synthétique chimique, un produit qui peut avoir des effets graves sur la santé
  - La **pâte à tarte** n’est pas “*All Natural*” puisqu’elle contient de la gomme xanthane, une substance synthétique
  - Le **fromage** vendu n’est pas « *Natural* » puisque le lait utilisé provient de vaches consommant du grain génétiquement modifié et/ou consommant l’hormone somatotropine bovine recombinée (rbST).
  - L’allégation « **Great Value All Natural Pita Chips** » est trompeuse puisqu’elle laisse croire que le produit vendu est « *All Natural* », alors qu’il contient des ingrédients synthétiques, artificiel et transformés



# Actions collectives américaines



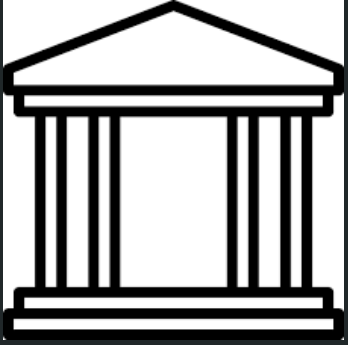
## Espace en trop (« *Slack fill* »)

- La compagnie « **Halo Top** » ne remplit pas ses contenants de crème glacée en entier
- Les contenants de « **Rolled Tortilla Chips** » contiennent 64% d'espace vide
- Les contenants de poudre de protéine à base de plante « **Herbal Zen Nutrition** » contiennent 40% d'espace vide
- Les boîtes de bonbons « **Junior Mints** » contiennent 43% d'espace vide
- Les boîtes de produits « **Mike & Ike Original Fruits** » contiennent plus de 30% d'espace vide
- Les boîtes de bonbons « **Jujoyfruits** » contiennent moins de bonbons qu'anticipé



## « Sans Sucre »

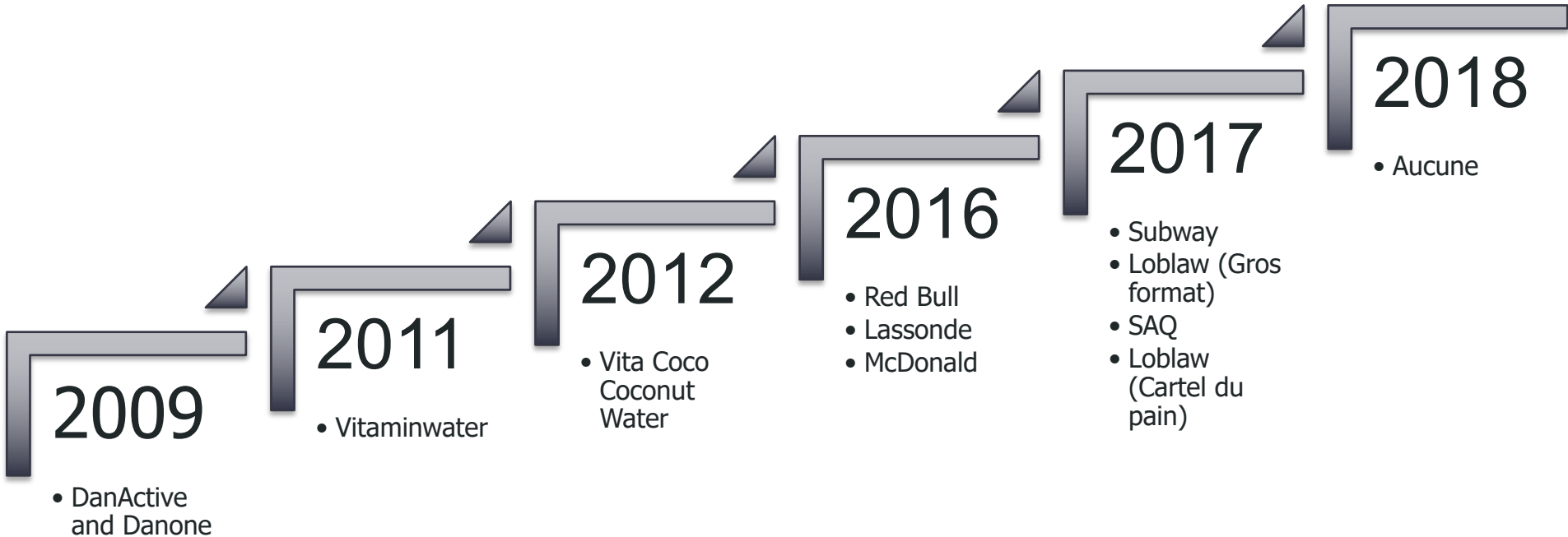
- Des **boîtes de jus** alléguant faussement être « Sans sucre ajouté » et « Sans conservateur », ce qui pousse le consommateur à croire qu'il consomme des produits « santé » et contenant moins de calories
- Des **smoothies et des shakes de protéines** alléguant faussement être « Sans sucre », alors que d'autres produits similaires ne contiennent pas de sucre non plus
- Du **jus de pomme** alléguant faussement être « Sans sucre » alors que le jus de pomme ne contient normalement pas de sucre ajouté
- Le produit « **Zico 100% Coconut Water** » allègue faussement être « Sans sucre ajouté », ce qui pousse le consommateur à croire que le produit contient moins de sucre que les autres produits similaires



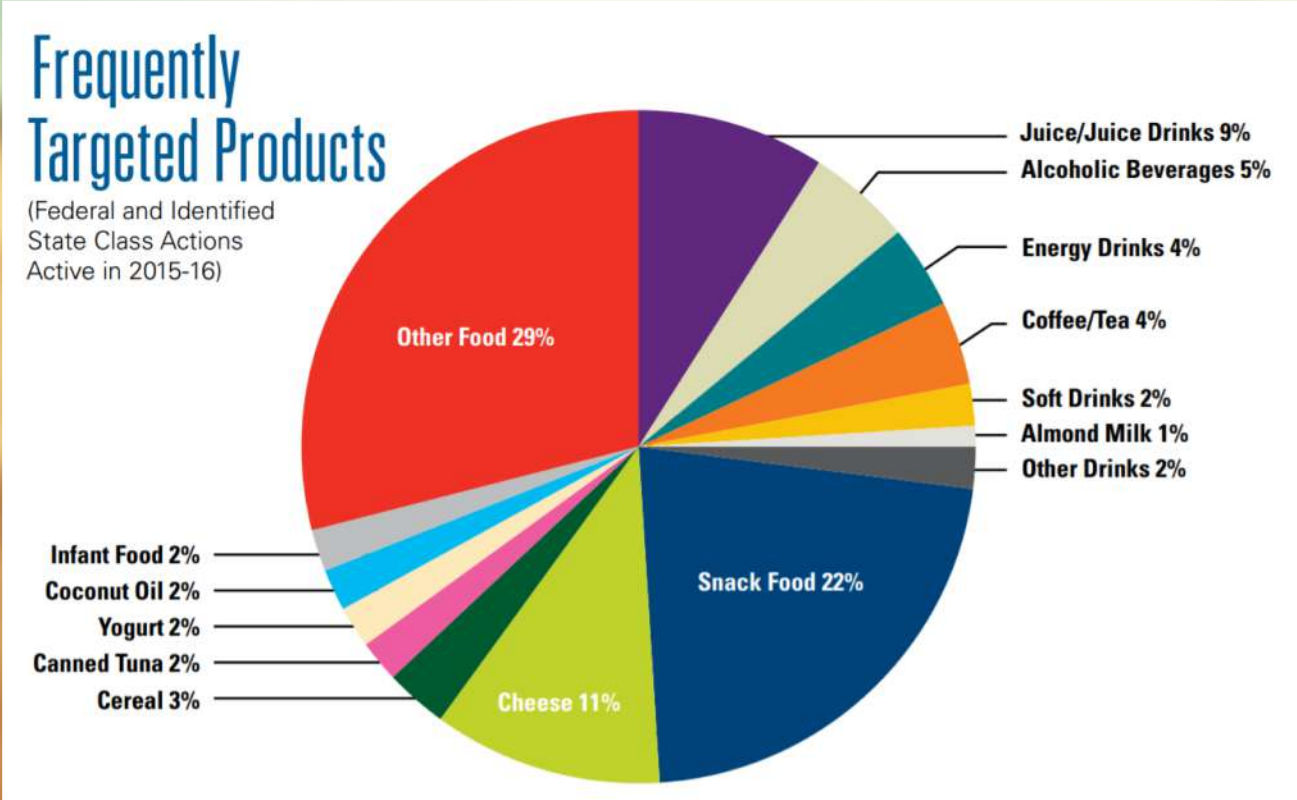
Mais que nous réserve l'avenir?

---

# Mais que nous réserve l'avenir?



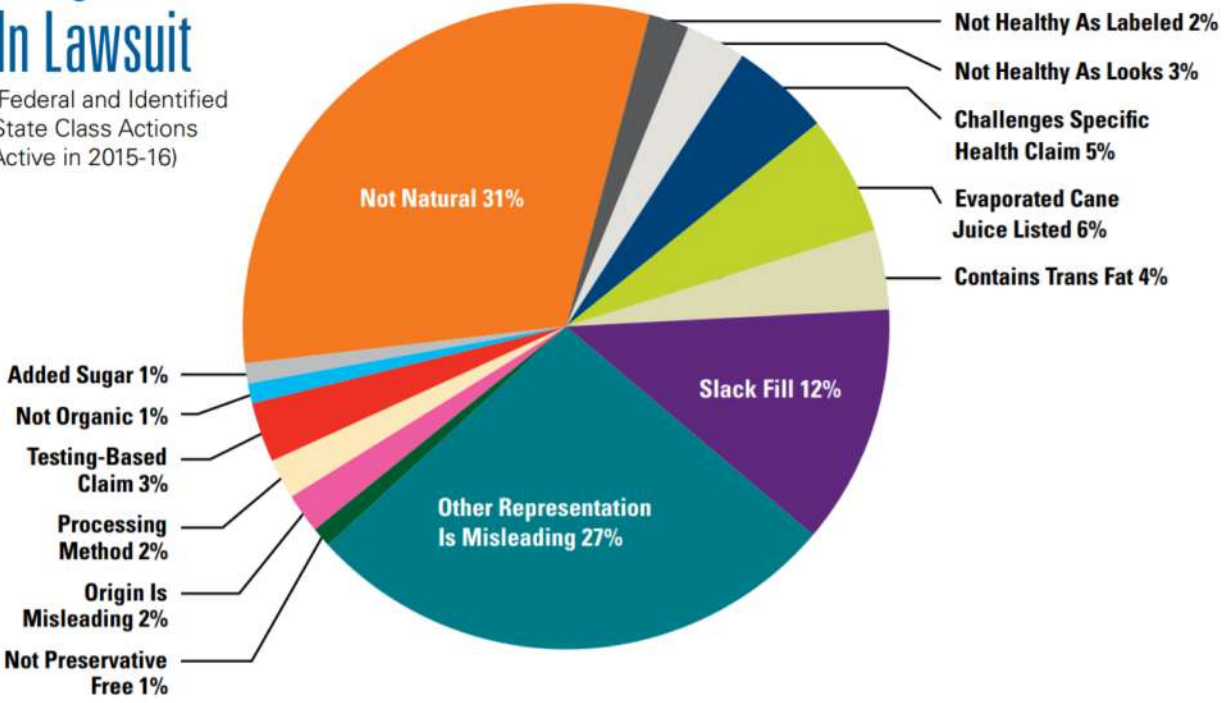
# Mais que nous réserve l'avenir?



# Mais que nous réserve l'avenir?

## Allegation In Lawsuit

(Federal and Identified  
State Class Actions  
Active in 2015-16)





# Merci!

Amélie T. Guoin

Avocate principale, Borden Ladner Gervais

Courriel : [agouin@blg.com](mailto:agouin@blg.com)

Stéphane Gauthier

Associé, Cain Lamarre

Courriel : [stephane.Gauthier@cainlamarre.ca](mailto:stephane.Gauthier@cainlamarre.ca)