

COUR SUPÉRIEURE

CANADA
PROVINCE DE QUÉBEC
DISTRICT DE MONTRÉAL

N° : 500-17-087822-154
500-17-087821-156

DATE : Le 1^{er} mai 2015

SOUS LA PRÉSIDENTE DE : L'HONORABLE ROBERT MONGEON, J.C.S.

500-17-087822-154
VIDÉOTRON S.E.N.C.
Demanderesse
c.
BELL CANADA
Défenderesse

500-17-087821-156
BELL CANADA
Demanderesse
c.
VIDÉOTRON S.E.N.C.
Défenderesse

**TRANSCRIPTION DES MOTIFS DU JUGEMENT¹ RENDU SÉANCE TENANTE
LE 15 avril 2015**

[1] Je suis saisi de deux demandes d'injonction provisoire, l'une par Vidéotron s.e.n.c. (« Vidéotron ») dirigée contre Bell Canada (« Bell ») et l'autre par Bell dirigée contre Vidéotron. Ces deux entreprises s'accusent mutuellement de publicité trompeuse et/ou diffamatoire.

¹ Le jugement a été rendu séance tenante. Comme le permet *Kellogg's Company of Canada c. P.G. du Québec*, [1978] C.A. 258, 259-260, le Tribunal s'est réservé le droit, au moment de rendre sa décision, d'en modifier, amplifier et remanier les motifs. Le soussigné les a remaniés pour en améliorer la présentation et la compréhension.

A) VIDÉOTRON C. BELL

[2] La requête de Vidéotron contre Bell porte sur des publicités où Bell offre des forfaits à des coûts qui, de l'avis de Vidéotron, sont irréalistes et notamment :

- a) un forfait « partageable » à 80,00\$ par mois où un abonné cellulaire peut partager avec des amis ou des membres d'une même famille des messages-texte illimités partout au Canada plus 6 Go de données partageables;
- b) un forfait « trio » à 79,90\$ par mois offrant la « Télé Fibe » à 160 chaînes, l'internet « Fibe » à utilisation illimitée et la téléphonie résidentielle avec appels interurbains illimités au Québec.

[3] Vidéotron prétend que les prix de ces forfaits sont irréalistes et ne contiennent pas tous les frais obligatoires et cachés aux consommateurs et que ceux-ci vont devoir payer.

[4] A l'audience, Vidéotron a avisé le Tribunal qu'elle retirait sa demande d'injonction provisoire et qu'elle reportait ce débat à l'étape interlocutoire.

[5] La requête de Vidéotron recherche le retrait pur et simple de ces publicités.

B) BELL C. VIDÉOTRON

[6] La requête de Bell contre Vidéotron vise, dans un premier temps, à empêcher cette dernière de ridiculiser, de dénigrer et de diffamer Bell dans ses messages publicitaires où Vidéotron utilise une chanson² comme en arrière plan de scènes aux couleurs corporatives de Bell, où l'on voit des consommateurs et clients insatisfaits.. Immédiatement après, on voit des consommateurs fort heureux dans une scène aux couleurs corporatives de Vidéotron avec en arrière-plan, la chanson « Ya d'la joie » de Charles Trenet. Bell prétend que, par association d'idées, Vidéotron s'en prend à son image et à sa réputation.

[7] Dans un deuxième temps, Bell veut empêcher Vidéotron dans des publicités télévisuelles et sur « You Tube » qui critiquent la qualité du service Internet de Bell et qui allèguent des motifs techniques (partage du signal télévision et internet) pour expliquer cette piètre qualité alléguée. Bell prétend qu'il s'agit là de publicité fausse ou trompeuse. Par ailleurs, Vidéotron a avisé Bell qu'elle retirait ces publicités le lendemain de sa réception d'une mise en demeure.

[8] Dans un troisième temps, Bell veut aussi empêcher Vidéotron de continuer une autre série de messages publicitaires où Vidéotron dénigrerait le système de fibre optique jusqu'à domicile de Bell (« FTTH »). Vidéotron allègue que Bell promet

² Ma vie c'est d'la ... de Lisa Leblanc.

à ses clients un système de connexion par fibre optique alors que la dernière position de la connexion s'effectue par fil de cuivre. Encore là, il s'agirait d'une publicité fausse ou trompeuse.

[9] J'ai eu l'occasion de prendre connaissance des éléments du dossier et de réfléchir aux questions qui étaient soumises devant la Cour. On retrouve dans les commentaires des deux parties des éléments qui confortent mon idée première voulant que les deux demandes d'injonction provisoire ne peuvent pas être accordées à ce stade. En effet, je vois mal comment une ordonnance d'injonction provisoire pourrait être accueillie sans la tenue d'une enquête. Je m'explique.

[10] Vidéotron et Bell sont deux géants qui se livrent une concurrence que je peux qualifier de féroce, sans les blesser ni d'un côté ni de l'autre.

[11] Leur position respective dans ces deux requêtes présentée en même temps est un exemple parfait de la très vive concurrence à laquelle ces deux géants se livrent.

[12] La requête de Vidéotron est maintenant retirée au stade provisoire et, compte tenu de cette position, elle devient à toutes fins pratiques sans objet immédiat.

[13] Nous avons donc procédé sur deux aspects de la demande d'injonction de Bell et dans les deux cas, je ne crois pas qu'il est approprié d'intervenir à ce stade.

[14] D'abord, la publicité no. 1 que j'ai visionnée, si elle est diffamatoire, elle le serait à l'extrémité la plus faible du spectre. Au niveau provisoire, je n'ai pas à me prononcer sur le caractère réellement diffamatoire car ce sera une question pour le juge du fond. Je dois, par contre, me demander si cette publicité serait diffamatoire « *prima facie* » de façon à rencontrer le premier critère de l'apparence de droit. L'apparence de droit est le critère le plus facile à rencontrer en matière d'injonction. Lord Diplock dans l'affaire *American Cyanamid* le dit en toutes lettres : « *There must be a serious issue to be tried* ». J'insiste sur le mot « serious ». Il ne s'agit pas d'une simple « *issue to be tried* ». Il faut que la difficulté soit « *prima facie* » sérieuse et réelle.

[15] En l'instance, ma première réaction est que la difficulté soulevée par Bell, si elle est diffamatoire, elle l'est à l'extrémité plutôt faible du spectre et je ne vois pas l'urgence d'intervenir maintenant. Il n'y a pas péril en la demeure. Pour démontrer l'urgence d'intervenir, il aurait fallu que l'impact de la publicité soit objectivement beaucoup plus fort. La publicité est peut-être sarcastique mais elle ne comporte pas d'élément susceptible de justifier une ordonnance l'interdisant à ce stade.

[16] Je rappelle le commentaire de la Cour d'appel dans l'affaire de *Proulx c. Martineau*³ où on enseigne que les juges et les tribunaux ne sont pas là pour réagir

³ Proulx c. Martineau, 2015 QCCA 472, CanLII.

en matière de diffamation selon leur réaction personnelle. Je reprends ici les mots utilisés par la Cour d'appel, citant les commentaires qui sont tirés de l'affaire *Société St-Jean-Baptiste de Montréal c. Hervieux-Payette*⁴, ...« *les tribunaux ne sont pas arbitres en matière de courtoisie, de politesse et de bon goût* ». Est-ce que la publicité est de bon goût ou de mauvais goût, ce n'est pas aux juges de le dire et la Cour continue « *il n'est pas souhaitable que les juges appliquent le standard de leurs propres goûts pour bâillonner les commentateurs* ».

[17] Au niveau du préjudice irréparable, il est vrai que s'il y a diffamation, il y a théoriquement une certaine forme de préjudice irréparable automatique. On ne peut pas réparer l'affront de façon complète. Mais encore là, le préjudice est irréparable dans la même mesure où il y a diffamation. Plus la diffamation est faible, plus le préjudice le sera. Ici, s'il y a préjudice irréparable, il est à l'extrémité la plus faible du spectre.

[18] Quant à la balance des inconvénients, je suis d'avis que compte tenu de l'affrontement des deux parties dans ce marché de la publicité et de la câblodistribution de l'Internet, il devient excessivement dangereux de donner un avantage concurrentiel à l'autre ou un avantage stratégique à l'autre.

[19] Empêcher Vidéotron de faire de la publicité licite est aussi grave que de faire subir à Bell une publicité qu'elle ne devrait pas subir.

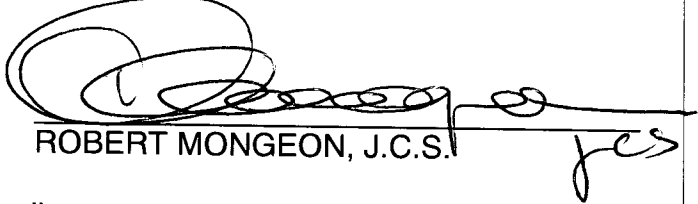
[20] Malgré les affidavits souscrits par Bell, je ne suis pas convaincu que la balance des inconvénients favorise Bell.

[21] En ce qui concerne la publicité portant sur le système de fibre optique « FTTH », il m'apparaît qu'il est difficile d'intervenir maintenant sans qu'un débat technique ne démontre le caractère trompeur de la publicité.

[22] Il s'ensuit qu'en matière d'injonction provisoire, la question la plus déterminante devient une question de discrétion judiciaire et c'est en exerçant cette discrétion que je décide de ne pas accorder d'injonction provisoire. Je crois que ces deux dossiers doivent faire l'objet l'un et l'autre d'un débat contradictoire qui sera complexe sur le plan technique et qui devra déterminer le caractère diffamatoire des publicités de Vidéotron attaquées ainsi que le caractère faux ou trompeur des publicités de Bell.

⁴ *Hervieux-Payette c. Société St-Jean Baptiste de Montréal*, 2006 QCCS 988, CanLII.

[23] En conséquence, je suis d'avis qu'il n'y a pas lieu d'émettre une injonction provisoire dans l'un ou l'autre des dossiers et je suis prêt à entendre les parties sur ce qui peut être fait au niveau de la gestion de l'instance afin de les amener à une audition le plus rapidement possible.



ROBERT MONGEON, J.C.S.

Me Alexandre Baril-Furino et Me Patrick Ouellet
Woods, s.e.n.c.r.l.
Procureurs de Vidéotron s.e.n.c.

Me Jean Lortie et Me Chantal C.Tremblay
McCarthy Tétraut, s.e.n.c.r.l., s.r.l.
Procureurs de Bell Canada

Date d'audience : Le 15 avril 2015
Demande de la transcription : Le 16 avril 2015