

## COUR D'APPEL

CANADA  
PROVINCE DE QUÉBEC  
SIÈGE DE MONTRÉAL

N° : 500-09-031038-243  
(500-06-001218-235)

DATE : 13 février 2026

---

**FORMATION : LES HONORABLES GENEVIÈVE MARCOTTE, J.C.A.  
SUZANNE GAGNÉ, J.C.A.  
FRÉDÉRIC BACHAND, J.C.A.**

---

**OPTION CONSOMMATEURS**  
APPELANTE – demanderesse  
c.

**HOME DEPOT OF CANADA INC.**  
INTIMÉE – défenderesse

---

### ARRÊT

---

[1] L'appelante se pourvoit contre un jugement de la Cour supérieure, district de Montréal (l'honorable Silvana Conte), rendu le 8 avril 2024, qui accueille en partie sa demande modifiée d'autorisation d'exercer une action collective<sup>1</sup>.

[2] Le litige a pour origine la communication par l'intimée à Facebook et Meta Platforms Inc. (« **Meta** ») de certains renseignements personnels de ses clients, sans le consentement valide de ces derniers.

[3] La juge de la Cour supérieure autorise l'action collective contre l'intimée en ce qui concerne les dommages-intérêts punitifs pour atteinte au droit au respect de la vie privée

---

<sup>1</sup> *Option Consommateurs c. Home Depot of Canada Inc.*, 2024 QCCS 1305 [Jugement de première instance].

sous le régime de la *Charte des droits et libertés de la personne* (« **Charte** »)<sup>2</sup> pour le compte du groupe suivant :

[...] Toute personne ayant un compte Facebook qui a acheté ou loué au Québec un bien ou un service dans un magasin Home Depot et qui a communiqué son adresse de courrier électronique entre le 1<sup>er</sup> janvier 2018 et le 30 octobre 2022.<sup>3</sup>

[4] En revanche, elle refuse l'autorisation en ce qui concerne les dommages-intérêts compensatoires, les personnes ayant acheté ou loué au Québec un bien ou un service sur le site Web de l'intimée (« **Clients en ligne** ») et les personnes n'ayant pas de compte Facebook<sup>4</sup>. Elle est aussi d'avis que la *Loi sur la protection du consommateur* (« **L.p.c.** »)<sup>5</sup> ne s'applique pas<sup>6</sup> et que la cause d'action fondée sur la *Loi sur la concurrence* (« **L.c.** »)<sup>7</sup> n'est pas défendable<sup>8</sup>.

[5] L'appelante conteste les conclusions de la juge qui lui sont défavorables, c'est-à-dire :

- L'absence de démonstration d'un préjudice pouvant donner lieu à des dommages-intérêts compensatoires;
- L'absence de démonstration d'une atteinte illicite et intentionnelle au droit au respect de la vie privée en ce qui concerne les Clients en ligne;
- L'absence de cause défendable sur le fondement de la *L.p.c.* et de la *L.c.*;
- Le rejet de la demande d'autorisation en ce qui concerne les personnes n'ayant pas de compte Facebook.

[6] Pour les motifs qui suivent, la Cour accueillera l'appel en partie.

## **I. Contexte**

[7] Les faits ayant donné lieu à la demande d'autorisation sont bien résumés dans le jugement de la Cour supérieure :

[14] Durant la période concernée, les Membres procédaient à leurs achats ou à la location de biens chez Home Depot en magasin ou en ligne.

---

<sup>2</sup> *Charte des droits et libertés de la personne*, RLRQ, c. C-12.

<sup>3</sup> Jugement de première instance, par. 84.

<sup>4</sup> *Id.*, par. 44, 53, 62 et 74.

<sup>5</sup> *Loi sur la protection du consommateur*, RLRQ, c. P-40.1.

<sup>6</sup> Jugement de première instance, par. 69.

<sup>7</sup> *Loi sur la concurrence*, L.R.C. 1985, ch. C-34.

<sup>8</sup> Jugement de première instance, par. 72.

[15] En magasin, les Membres se présentaient à la caisse afin d'y payer les articles qu'ils souhaitaient acheter ou louer et voyaient à l'écran du terminal client une option qui leur permettait de recevoir un reçu électronique. S'ils choisissaient « Oui », le système leur demandait de fournir une adresse électronique.

[16] Les clients en magasin ne sont ni avisés de la communication de leurs renseignements personnels à Meta ni dirigés vers les déclarations sur la confidentialité de Home Depot ou de Meta.

[17] Lorsqu'ils achètent en ligne et qu'ils procèdent au paiement des articles sélectionnés, les Membres doivent d'abord fournir à la Défenderesse leur adresse électronique pour recevoir un reçu.

[18] Chaque page du site Internet de Home Depot contient un lien à la Déclaration de Home Depot sur la sécurité et la confidentialité et lors de l'achat en ligne il y a une référence à l'acceptation des conditions d'utilisation, ce qui inclut la Déclaration de Home Depot sur la sécurité et la confidentialité (« Déclaration sur la confidentialité »).

[19] La Déclaration sur la confidentialité décrivait : i) le type de renseignements qu'elle recueillait, notamment l'« historique d'achats » et les « adresses électroniques »; ii) les circonstances dans lesquelles elle recueillait ces renseignements directement auprès des clients, dont « dans le cadre d'un achat en ligne ou en magasin »; et iii) l'utilisation qu'elle en fait à des fins commerciales, y compris « pour améliorer [ses] produits et [ses] services », pour examiner les « tendances ainsi que les intérêts des clients » et « à des fins de dépersonnalisation ».

[20] En ce qui concerne le dernier énoncé, la Déclaration sur la confidentialité stipulait ceci : « Nous utilisons les renseignements dépersonnalisés à des fins commerciales internes, notamment dans le cadre des activités du Marketing, du Service à la clientèle et de l'Analyse commerciale » et « Nous pouvons partager vos renseignements personnels à des fins professionnelles », notamment « avec des tiers offrant des services en notre nom ».

[21] Dans les deux cas, achats en magasin ou en ligne, Home Depot faisait parvenir la version hachée de l'adresse électronique des Membres et les détails suivants sur les achats à Meta : la date et l'heure de l'achat, un identifiant de transaction, le montant de la vente, ainsi que des renseignements sur les catégories de produits achetés. Pour le client qui détenait un compte Facebook, Meta pouvait faire la concordance afin d'identifier le client.

[22] Meta comparait les renseignements sur l'achat hors ligne avec les publicités sur Facebook à l'intention des Membres afin de mesurer l'efficacité de ces publicités, et la société renvoyait les résultats de cette analyse à Home Depot sous forme de rapport global.

[23] Meta pouvait également utiliser les renseignements du client à ses propres fins commerciales, y compris les publicités ciblées, qui ne se rattachaient pas à Home Depot, et ce, selon leurs propres ententes avec les utilisateurs.

[Renvois omis]

[8] Le 26 janvier 2023, le Commissariat à la protection de la vie privée du Canada (« **Commissariat** ») publie un rapport<sup>9</sup> sur la conformité de certaines pratiques de l'intimée au regard de la *Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques*<sup>10</sup>. Il est d'avis que l'intimée « a omis d'obtenir un consentement valable et valide à l'égard de la communication des renseignements du client à Meta en vue de leur utilisation aux fins de Meta »<sup>11</sup>. L'intimée ayant cessé d'utiliser l'outil « Conversions hors ligne » et ayant confirmé qu'elle mettrait en œuvre les recommandations du Commissariat, celui-ci conclut que la plainte est fondée et résolue<sup>12</sup>.

[9] Le 27 janvier 2023, l'appelante dépose sa demande d'autorisation d'exercer une action collective. Elle la modifie quelques mois plus tard, notamment pour ajouter les Clients en ligne dans la description du groupe.

[10] Les conclusions recherchées sont les suivantes :

- i. **ACCUEILLIR** l'action collective de la Demanderesse contre la Défenderesse;
- ii. **CONDAMNER** la Défenderesse à payer aux membres du groupe une somme égale à la valeur des renseignements personnels communiqués par la Défenderesse à des tiers sans leur consentement, sauf à parfaire, et en **ORDONNER** le recouvrement collectif;
- iii. **CONDAMNER** la Défenderesse à payer aux membres du groupe une somme de dix millions de dollars à titre de dommages-intérêts punitifs, et **ORDONNER** le recouvrement collectif de cette somme;

---

<sup>9</sup> Pièce R-1, Rapport de conclusions en vertu de la *LPRPDE* n° 2023-001 — Enquête sur la conformité de Home Depot du Canada Inc. à la *LPRPDE*, 26 janvier 2023.

<sup>10</sup> *Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques*, L.C. 2000, ch. 5.

<sup>11</sup> Pièce R-1, Rapport de conclusions en vertu de la *LPRPDE* n° 2023-001 — Enquête sur la conformité de Home Depot du Canada Inc. à la *LPRPDE*, 26 janvier 2023, par. 46.

<sup>12</sup> *Id.*, par. 50.

- iv. **CONDAMNER** la Défenderesse à acquitter les coûts encourus pour toute enquête nécessaire afin d'établir sa responsabilité en l'instance, incluant les honoraires des avocats et les déboursés, y compris les frais d'experts et **ORDONNER** le recouvrement collectif de ces sommes;
- v. **CONDAMNER** la Défenderesse à payer sur l'ensemble des sommes susdites l'intérêt légal ainsi que l'indemnité additionnelle prévue au Code civil du Québec à compter de la date de signification de la Demande pour autorisation d'exercer une action collective;
- vi. **ORDONNER** à la Défenderesse de déposer au greffe de cette Cour la totalité des sommes susdites, ainsi que les intérêts et l'indemnité additionnelle;
- vii. **ORDONNER** que la réclamation de chacun des membres du groupe fasse l'objet d'une liquidation individuelle ou, si ce procédé s'avère inefficace ou impraticable, **ORDONNER** à la Défenderesse de payer une somme égale aux montants des ordonnances de recouvrement collectif aux fins d'être utilisée pour introduire des mesures qui bénéficieront aux membres du groupe et dont la nature sera déterminée par le Tribunal, conformément notamment aux provisions de l'article 597 du Code de procédure civile;
- viii. **LE TOUT** avec dépens, y compris les frais d'experts et d'avis.<sup>13</sup>

[Caractères gras dans l'original]

## II. Questions en litige

[11] L'appelante formule quatre questions en litige :

- i) La Juge a-t-elle erré en concluant que les faits allégués ne permettent pas la démonstration d'un préjudice, commettant une erreur de droit et procédant à une appréciation manifestement non fondée du critère prévu à 575(2) *C.p.c.*?
- ii) La Juge commet-elle une erreur de droit en outrepassant son rôle de filtrage et procède-t-elle à une appréciation manifestement non fondée du critère prévu à 575(2) *C.p.c.* en concluant à l'absence de démonstration d'une atteinte illicite et intentionnelle en ce qui concerne les achats effectués en ligne?
- iii) La Juge commet-elle des erreurs de droit et outrepassé-t-elle son rôle de filtrage en concluant à l'absence d'application de la *LPC* et de la *Loi sur la concurrence*?

---

<sup>13</sup> Demande modifiée pour autorisation d'exercer une action collective, 2 juin 2023, p. 13.

- iv) La Juge commet-elle une erreur de droit en outrepassant son rôle de filtrage et en omettant de motiver la décision de rejeter le recours pour les personnes non-détentrices d'un compte Facebook?<sup>14</sup>

[Italiques dans l'original]

### III. Analyse

#### A. *Le syllogisme juridique proposé en ce qui concerne les dommages-intérêts compensatoires*

[12] Dans sa demande modifiée d'autorisation d'exercer une action collective, l'appelante allègue que l'intimée a soutiré aux membres du groupe leur adresse courriel, sous le prétexte de pouvoir leur transmettre un reçu électronique<sup>15</sup>. Elle a ensuite communiqué ces adresses à Meta, en violation du droit des membres au respect de leur vie privée garanti par l'article 5 de la *Charte*.

[13] Le seul préjudice allégué est matériel. L'appelante soutient que les membres sont en droit de réclamer « le paiement d'une somme égale à la valeur des renseignements personnels communiqués à des tiers à des fins commerciales sans leur consentement »<sup>16</sup>. Elle n'allègue pas que les membres ont subi de l'inconfort ou des tracas par suite de la transmission de leur adresse courriel et elle ne réclame pas de dommages-intérêts en réparation d'un préjudice moral.

[14] L'appelante s'appuie sur un *obiter* de la Cour suprême dans l'arrêt *Aubry c. Éditions Vice-Versa inc.* (« **Aubry** »)<sup>17</sup>, selon lequel l'exploitation commerciale de l'image d'une personne sans son consentement « est susceptible de causer à la victime un préjudice matériel »<sup>18</sup>. Selon les juges majoritaires, l'intimée dans cette affaire « était en droit d'exiger une somme en échange de l'utilisation de son image »<sup>19</sup>. Après avoir commenté la preuve, ils ajoutent ceci : « Dans d'autres circonstances, suivant la preuve offerte, il n'est pas impossible que les dommages patrimoniaux soient compensés par une participation aux profits, suivant les principes du gain manqué et de la perte subie »<sup>20</sup>.

<sup>14</sup> Argumentation de l'appelante, par. 16.

<sup>15</sup> Demande modifiée pour autorisation d'exercer une action collective, par. 11 et 12.1.

<sup>16</sup> *Id.*, par. 31.

<sup>17</sup> *Aubry c. Éditions Vice-Versa inc.*, [1998] 1 R.C.S. 591, 1998 CanLII 817 (CSC).

<sup>18</sup> *Id.*, par. 74.

<sup>19</sup> *Ibid.*

<sup>20</sup> *Ibid.*

[15] En l'espèce, la juge conclut plutôt « qu'il y a absence de démonstration d'un préjudice et que l'argument de la demanderesse n'est pas défendable »<sup>21</sup>. Elle se fonde sur un jugement de la Cour supérieure, *Li c. Equifax inc.*<sup>22</sup>, qu'elle résume ainsi : « la jurisprudence ne reconnaît pas comme dommage compensatoire le simple fait que des renseignements personnels soient en possession non autorisé[e] par un tiers »<sup>23</sup>. Or, dans cette affaire, la demande d'autorisation d'exercer une action collective résultait d'une cyberattaque sur les bases de données d'Equifax. Il ne s'agissait pas d'une utilisation commerciale de renseignements personnels.

[16] La juge se fonde également sur l'arrêt *Sofio c. Organisme canadien de réglementation du commerce des valeurs mobilières (OCRCVM)*<sup>24</sup>, dont elle cite des passages. Dans cette affaire, la demande d'autorisation d'exercer une action collective résultait de la perte de renseignements personnels de clients après qu'un employé de la partie intimée eut perdu son ordinateur portable. Le requérant voulait réclamer des dommages-intérêts compensatoires pour le « stress, [les] incon vénients et [les] démarches rendues nécessaires »<sup>25</sup> découlant des fautes reprochées. Le préjudice allégué était de nature morale; il ne s'agissait pas non plus d'un cas d'utilisation de renseignements personnels à des fins commerciales.

[17] Cette jurisprudence ne s'applique donc pas au préjudice allégué par l'appelante.

[18] Quant à l'*obiter* de la Cour suprême dans l'arrêt *Aubry*, la juge note que la Cour supérieure fait l'analogie avec le droit à l'image dans les affaires *Option Consommateurs c. Google* (« **Google** »)<sup>26</sup> et *Option Consommateurs c. Flo Health Inc.* (« **Flo** »)<sup>27</sup>. Elle estime néanmoins que chaque cas est un cas d'espèce et que « les faits allégués ne démontrent pas qu'il s'agit d'une situation où la faute a causé une perte à la demanderesse »<sup>28</sup>. Selon elle, le paragraphe 31 de la demande modifiée d'autorisation d'exercer une action collective « est un argument juridique sans assise factuelle »<sup>29</sup>.

[19] Il est vrai que la demande modifiée contient peu d'allégations sur la valeur des renseignements confidentiels communiqués à Facebook et Meta et qu'à première vue, la pièce R-4, « Conditions applicables aux outils Facebook Business », démontre que l'intimée aurait accepté de partager certains renseignements confidentiels de ses clients avec Facebook à des fins de publicité ciblée sans contrepartie financière. Il est toutefois

---

<sup>21</sup> Jugement de première instance, par. 44.

<sup>22</sup> *Li c. Equifax inc.*, 2019 QCCS 4340, par. 31.

<sup>23</sup> Jugement de première instance, par. 45.

<sup>24</sup> *Sofio c. Organisme canadien de réglementation du commerce des valeurs mobilières (OCRCVM)*, 2015 QCCA 1820.

<sup>25</sup> *Id.*, par. 2.

<sup>26</sup> *Option Consommateurs c. Google*, 2022 QCCS 2308.

<sup>27</sup> *Option Consommateurs c. Flo Health Inc.*, 2022 QCCS 4442.

<sup>28</sup> Jugement de première instance, par. 51.

<sup>29</sup> *Ibid.*

possible d'inférer que ces renseignements ont une certaine valeur, tout au moins pour Facebook. D'ailleurs, l'utilisation de l'outil appelé « Conversions hors lignes » permettait notamment à l'intimée de mesurer l'efficacité d'une campagne publicitaire sur les plateformes de Meta, comme le constate le rapport du Commissariat :

3. En nous fondant sur les arguments des deux parties, nous avons appris que depuis 2018, Home Depot se sert d'un outil commercial fourni par Meta appelé « Conversions hors ligne ». Selon Meta, cet outil permet aux entreprises d'évaluer la mesure dans laquelle les publicités sur Facebook entraînent des résultats réels, comme les achats en magasin. Plus précisément, les entreprises peuvent transmettre à Meta des données sur les transactions en magasin au moyen de l'outil « Conversions hors ligne » afin i) de comprendre la part de leurs activités hors ligne qui peut être attribuable aux publicités; ii) de mesurer le retour réalisé hors ligne sur les dépenses publicitaires; et iii) de rejoindre des gens hors ligne et de diffuser des publicités en fonction de leurs actions hors ligne. Également, nous avons constaté dans le matériel en ligne auquel Meta fait allusion que la société pouvait utiliser les renseignements obtenus au moyen de l'outil « Conversions hors ligne » pour créer des auditoires semblables dans le but de diffuser, par ses technologies, des publicités auprès de personnes ayant un profil semblable aux clients hors ligne.

4. Home Depot a expliqué que Meta agit en qualité de fournisseur de services auprès d'elle en traitant les renseignements que l'entreprise lui fait parvenir et en les transmettant de nouveau sous forme agrégée. Home Depot peut ainsi mesurer l'efficacité d'une campagne publicitaire sur les plateformes de Meta, de même que ses répercussions sur les ventes en magasin.<sup>30</sup>

[Renvoi omis]

[20] Le fait que Facebook fournisse ces services à l'intimée ne signifie pas nécessairement que cette dernière aurait accepté de payer ses clients en contrepartie du droit de communiquer leur adresse courriel à Facebook. De plus, contrairement à la situation dans l'affaire *Aubry*<sup>31</sup>, l'appelante n'allègue pas que les renseignements personnels communiqués à Facebook avaient une valeur monnayable pour les membres du groupe.

<sup>30</sup> Pièce R-1, Rapport de conclusions en vertu de la *LPRPDE* n° 2023-001 — Enquête sur la conformité de Home Depot du Canada Inc. à la *LPRPDE*, 26 janvier 2023, par. 3-4.

<sup>31</sup> Dans *Aubry c. Éditions Vice-Versa inc.*, [1998] 1 R.C.S. 591, 1998 CanLII 817 (CSC), par. 74, l'intimée alléguait qu'il y avait eu exploitation commerciale et avait présenté une preuve à l'appui de sa demande de dommages-intérêts à ce titre, soit le témoignage de M. Gilbert Duclos sur la valeur des services d'un mannequin.

[21] Malgré cela, le seuil étant peu élevé, la conclusion de la juge est prématurée. Rappelons qu'à l'étape de l'autorisation, « 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" »<sup>32</sup>. Contrairement à ce qui est exigé ailleurs au Canada, il n'a pas à démontrer « que sa demande repose sur un "fondement factuel suffisant" »<sup>33</sup>.

[22] En l'espèce, il n'est ni frivole ni manifestement mal fondé en droit de soutenir que les renseignements confidentiels que l'intimée a transmis à Facebook ont une valeur et qu'il en découle un droit à une indemnisation « suivant les principes du gain manqué et de la perte subie »<sup>34</sup>. Il appartiendra au juge du fond d'en décider. La Cour est d'accord avec l'analyse du juge Donald Bisson de la Cour supérieure dans *Google*, qui a jugé défendable au stade de l'autorisation l'analogie avec le droit à l'image<sup>35</sup>. De même, dans *Flo*, le juge Christian Immer, alors à la Cour supérieure, considère qu'il n'est pas frivole de plaider que les renseignements que l'on confie à un fournisseur de services gérant une application ont un « aspect patrimonial »<sup>36</sup>. Il souligne l'absence de preuve que la défenderesse a réalisé un « gain » en communiquant les renseignements à Facebook, mais estime que « [t]out cela sera pour le fond »<sup>37</sup>.

[23] La même approche s'impose ici. Il y a donc lieu d'ajouter les questions en lien avec les dommages-intérêts compensatoires et la conclusion recherchée qui s'y rattache.

### ***B. Le syllogisme juridique proposé en ce qui concerne les Clients en ligne***

[24] La juge conclut que les allégations de la demande modifiée d'autorisation d'exercer une action collective permettent d'inférer une atteinte intentionnelle au droit des clients au respect de leur vie privée en ce qui concerne les achats en magasin seulement. Pour les achats en ligne, elle estime que la « Déclaration de Home Depot sur la sécurité et la confidentialité » (« **Déclaration sur la confidentialité** ») démontre l'intention de l'intimée d'obtenir le consentement des clients et non une volonté de porter atteinte à leurs droits<sup>38</sup>. Elle refuse donc d'inclure dans le groupe les Clients en ligne.

[25] Ce faisant, la juge outrepassé son rôle de filtrage et commet une erreur de droit justifiant l'intervention de la Cour. Elle se trouve en effet à statuer sur la valeur probante de la preuve et à trancher une question qui relève du fond du litige, à savoir le caractère intentionnel de l'atteinte au droit des Clients en ligne au respect de leur vie privée.

---

<sup>32</sup> *L'Oratoire Saint-Joseph du Mont-Royal c. J.J.*, 2019 CSC 35, par. 58 [Italiques dans l'original omis].

<sup>33</sup> *Ibid.*

<sup>34</sup> *Aubry c. Éditions Vice-Versa inc.*, [1998] 1 R.C.S. 591, 1998 CanLII 817 (CSC), par. 74.

<sup>35</sup> *Option Consommateurs c. Google*, 2022 QCCS 2308, par. 94-103.

<sup>36</sup> *Option Consommateurs c. Flo Health Inc.*, 2022 QCCS 4442, par. 86, citant *Aubry c. Éditions Vice-Versa inc.*, [1998] 1 R.C.S. 591, 1998 CanLII 817 (CSC), par. 74.

<sup>37</sup> *Id.*, par. 87.

<sup>38</sup> Jugement de première instance, par. 62.

[26] De plus, la Déclaration sur la confidentialité n'indique pas que des renseignements confidentiels peuvent être communiqués à des tiers à des fins de publicité ciblée. Au contraire, à la section 5 intitulée « Utilisation des renseignements », on lit que des renseignements dépersonnalisés peuvent être utilisés « à des fins commerciales internes ». La section 6, qui s'intitule « Communication des renseignements », indique que l'intimée peut partager les renseignements personnels de ses clients « à des fins professionnels et de toute autre manière permise ou exigée par la loi », notamment dans des situations qui sont énumérées, mais dont aucune ne s'apparente à la communication de renseignements personnels à un média social à des fins de publicité ciblée.

[27] La juge le reconnaît d'ailleurs lorsqu'elle examine la faute reprochée à l'intimée. Après avoir cité la section 5 de la Déclaration sur la confidentialité, elle écrit :

[39] En effet, l'interrogatoire de M. Chagnon, un employé d'expérience qui a reçu une formation sur le contenu de la Politique de confidentialité, était incapable d'identifier où dans la Politique de confidentialité il est indiqué que les renseignements personnels des clients de Home Depot sont partagés avec Facebook.

[40] En somme, il y a un argument défendable que Home Depot ait commis une faute en ne s'acquittant pas [de ses] obligations légales et statutaires régissant la collecte, l'utilisation et la divulgation des renseignements personnels.<sup>39</sup>

[Renvoi omis]

[28] De même, le rapport du Commissariat souligne les lacunes de la Déclaration sur la confidentialité :

45. De plus, même si les clients qui demandent un reçu électronique devaient lire la Déclaration sur la confidentialité de Home Depot, nous ne croyons pas qu'ils comprendraient raisonnablement la nature de la transmission de leurs renseignements à Meta ou les conséquences de cette pratique. En fait, la Déclaration sur la confidentialité utilise des termes génériques et vagues comme « améliorer [ses] produits et [ses] services », ce qui ne décrit pas clairement les fins de la collecte, de l'utilisation et de la communication de renseignements personnels dans ce contexte. La déclaration de Home Depot selon laquelle l'entreprise « [peut] partager [les] renseignements personnels [de ses clients] à **[ses propres] fins professionnelles** » n'illustre pas suffisamment la pratique en question et n'explique certainement pas que les

---

<sup>39</sup> Jugement de première instance.

renseignements des clients peuvent être communiqués à Meta aux fins décrites ci-dessus.<sup>40</sup>

[Caractères gras dans l'original; renvoi omis]

[29] En concluant que la Déclaration sur la confidentialité ne démontre pas « une volonté de causer une violation à la vie privée » et en exigeant « une démonstration d'une atteinte illicite et intentionnelle »<sup>41</sup> au sens de l'article 49 de la *Charte*, la juge impose à l'appelante un seuil de preuve trop élevé, qui dépasse l'exigence d'établir l'existence d'une cause défendable au stade de l'autorisation.

[30] Il y a donc lieu de modifier la description du groupe afin d'ajouter les Clients en ligne<sup>42</sup>.

### **C. L'application de la L.p.c. et de la L.c.**

[31] Dans sa demande modifiée d'autorisation d'exercer une action collective, l'appelante fonde ses réclamations de dommages-intérêts compensatoires et de dommages-intérêts punitifs sur le C.c.Q., la *Charte*, la *L.p.c.* et la *L.c.* En ce qui concerne ces deux derniers fondements, la juge conclut que la *L.p.c.* ne s'applique pas et que la cause d'action fondée sur la *L.c.* n'est pas défendable.

[32] Ouvrons ici une parenthèse au sujet de la démarche applicable lorsque plusieurs fondements juridiques sont invoqués au soutien d'une même réclamation contre le ou les mêmes défendeurs. Dans l'arrêt *Gauthier c. Bombardier inc.* (« **Gauthier** »)<sup>43</sup> déposé en même temps que le présent arrêt, la Cour se penche sur la question de savoir comment le paragraphe 575(2°) *C.p.c.*<sup>44</sup> doit être appliqué en pareille situation.

[33] Par exemple, lorsque la partie demanderesse réclame des dommages-intérêts compensatoires tant en vertu du C.c.Q. qu'en vertu de la *L.p.c.*, le juge autorisateur est-il tenu de vérifier le caractère défendable de chacun de ces fondements?

<sup>40</sup> Pièce R-1, Rapport de conclusions en vertu de la *LPRPDE* n° 2023-001 — Enquête sur la conformité de Home Depot du Canada Inc. à la *LPRPDE*, 26 janvier 2023, par. 45.

<sup>41</sup> Jugement de première instance, par. 62.

<sup>42</sup> Notons que les Clients en ligne devraient de toute façon être compris dans la description du groupe étant donné l'ajout de la question des dommages-intérêts compensatoires et de la conclusion qui s'y rattache.

<sup>43</sup> *Gauthier c. Bombardier inc.*, 2026 QCCA 148.

<sup>44</sup> Par. 575(2°) *C.p.c.* :

2° les faits allégués paraissent justifier les conclusions recherchées;

2° the facts alleged appear to justify the conclusions sought;

[34] L'arrêt *Gauthier* répond à cette question par la négative. La Cour note d'abord que le paragraphe 575(2<sup>o</sup>) *C.p.c.* met l'accent non pas sur les fondements juridiques invoqués, mais bien sur les « conclusions recherchées / *conclusions sought* ». Ce libellé donne à penser que lorsque plusieurs fondements juridiques sont invoqués au soutien d'une même réclamation, le rôle du juge autorisateur se limite à déterminer si ce qui est réclamé – la conclusion recherchée – paraît justifié au regard des faits allégués et d'au moins un de ces fondements, sans plus.

[35] Puis, toujours dans *Gauthier*, la Cour rappelle que l'étape de l'autorisation vise uniquement à écarter les demandes frivoles à leur face même<sup>45</sup>. Elle constate que la pratique qui consiste à appliquer le critère du paragraphe 575(2<sup>o</sup>) *C.p.c.* à tous les fondements juridiques invoqués au soutien d'une réclamation, même lorsque l'un d'entre eux est défendable, ne sert en rien cet objectif. Une telle pratique a aussi pour effet d'alourdir inutilement l'étape de l'autorisation, d'autant plus que le jugement qui refuse en partie l'autorisation d'exercer une action collective et qui, ce faisant, « décide “de façon irrémédiable du fond de la partie qu'il refuse” »<sup>46</sup> peut faire l'objet d'un appel de plein droit.

[36] En somme, lorsque la demande d'autorisation contient une réclamation reposant sur plusieurs fondements juridiques, la fonction du juge autorisateur se limite à déterminer si, au regard des faits allégués et du droit applicable, elle est défendable au regard d'au moins un de ces fondements. Lorsque c'est le cas, il n'a pas à se pencher sur les autres fondements invoqués par la partie demanderesse au soutien de cette même réclamation et il devrait généralement s'abstenir de les écarter à ce stade, sauf circonstances exceptionnelles<sup>47</sup>.

[37] En l'espèce, la Cour ayant conclu que les faits allégués par l'appelante paraissent justifier les conclusions recherchées en ce qui concerne les dommages-intérêts compensatoires et les dommages-intérêts punitifs, et ce, sur le fondement de l'article 1611 *C.c.Q.* et des articles 5 et 49 de la *Charte*, il n'est ni nécessaire ni utile qu'elle se prononce sur l'apparence de droit de ces deux mêmes réclamations au regard de la *L.p.c.* L'absence de « filtrage » de tous les fondements invoqués au soutien d'une réclamation n'empêchera pas le juge du fond de se prononcer sur ceux-ci. D'ailleurs, l'article 576 *C.p.c.* prévoit que le jugement d'autorisation « identifie les principales questions qui seront traitées collectivement et les conclusions recherchées qui s'y rattachent ». Il n'a pas à « identifier » toutes les questions de droit ou de fait que les conclusions recherchées sont susceptibles de soulever.

---

<sup>45</sup> *Gauthier c. Bombardier inc.*, 2026 QCCA 148, par. 25, renvoyant à *L'Oratoire Saint-Joseph du Mont-Royal c. J.J.*, 2019 CSC 35, par. 56.

<sup>46</sup> *Union des consommateurs c. Magasins Best Buy Itée*, 2018 QCCA 445, par. 29, citant *Regroupement des citoyens contre la pollution c. Alex Couture inc.*, 2007 QCCA 565, par. 22-25.

<sup>47</sup> *Gauthier c. Bombardier inc.*, 2026 QCCA 148, par. 36.

[38] La Cour estime néanmoins nécessaire de souligner que la juge commet une erreur manifeste lorsque, s'appuyant sur l'arrêt *Richard c. Time Inc.* (« **Time** »)<sup>48</sup>, elle retient que les articles 219 et 228 *L.p.c.* s'appliquent uniquement à la phase précontractuelle. Comme le souligne l'auteur Pierre-Claude Lafond, la jurisprudence subséquente à l'arrêt *Time* n'a pas restreint la portée de ces dispositions à la phase précontractuelle :

**701.** La jurisprudence subséquente à l'arrêt *Time* nous invite, à bon droit, à ne pas restreindre la portée de ce jugement et des dispositions législatives prohibant les représentations trompeuses à la phase précontractuelle. Les interdictions de faire des représentations fausses ou trompeuses peuvent tout aussi bien trouver application dans les documents contractuels, et les critères d'impression générale et de consommateur crédule et inexpérimenté s'adaptent parfaitement en pareil contexte. [...] <sup>49</sup>

[Renvoi omis]

[39] Quant à la *L.c.*, il s'agit de l'unique fondement de l'une des réclamations de l'appelante, soit la réclamation du coût total de l'enquête, incluant les honoraires des avocats et les débours, de sorte qu'il y a lieu de l'examiner. Le paragraphe 36(1) *L.c.* prévoit en effet ce qui suit<sup>50</sup> :

**36 (1)** Toute personne qui a subi une perte ou des dommages par suite :

**a)** soit d'un comportement allant à l'encontre d'une disposition de la partie VI;

**b)** soit du défaut d'une personne d'obtempérer à une ordonnance rendue par le Tribunal ou un autre tribunal en vertu de la présente loi,

peut, devant tout tribunal compétent, réclamer et recouvrer de la personne qui a eu un tel comportement ou n'a pas obtempéré à l'ordonnance **une**

**36 (1)** Any person who has suffered loss or damage as a result of

**(a)** conduct that is contrary to any provision of Part VI, or

**(b)** the failure of any person to comply with an order of the Tribunal or another court under this Act,

may, in any court of competent jurisdiction, sue for and recover from the person who engaged in the conduct or failed to comply with the

<sup>48</sup> *Richard c. Time Inc.*, 2012 CSC 8.

<sup>49</sup> Pierre-Claude Lafond, *Droit de la protection du consommateur : Théorie et pratique*, 2<sup>e</sup> éd., Montréal, Yvon Blais, 2021; Voir également : *Vidéotron c. Girard*, 2018 QCCA 767, par. 57; *Union des consommateurs c. Air Canada*, 2014 QCCA 523, par. 58.

<sup>50</sup> *Loi sur la concurrence*, L.R.C. 1985, ch. C-34, art. 36(1).

**somme égale au montant de la perte ou des dommages qu'elle est reconnue avoir subis, ainsi que toute somme supplémentaire que le tribunal peut fixer et qui n'excède pas le coût total, pour elle, de toute enquête relativement à l'affaire et des procédures engagées en vertu du présent article.**

[...]

**order an amount equal to the loss or damage proved to have been suffered by him, together with any additional amount that the court may allow not exceeding the full cost to him of any investigation in connection with the matter and of proceedings under this section.**

[...]

[Caractères gras ajoutés]

[40] Pour justifier cette réclamation, l'appelante allègue que le comportement de l'intimée est contraire au paragraphe 52(1) *L.c.*<sup>51</sup> :

**52 (1)** Nul ne peut, de quelque manière que ce soit, aux fins de promouvoir directement ou indirectement soit la fourniture ou l'utilisation d'un produit, soit des intérêts commerciaux quelconques, donner au public, sciemment ou sans se soucier des conséquences, des indications fausses ou trompeuses sur un point important.

[...]

**52 (1)** No person shall, for the purpose of promoting, directly or indirectly, the supply or use of a product or for the purpose of promoting, directly or indirectly, any business interest, by any means whatever, knowingly or recklessly make a representation to the public that is false or misleading in a material respect.

[...]

[41] La juge estime que l'appelante n'a pas démontré que les représentations que l'intimée a faites pour obtenir l'adresse courriel de ses clients étaient « liées à la promotion d'un produit ou d'un service »<sup>52</sup>. De toute manière, ajoute-t-elle, « vu l'absence d'une démonstration d'un préjudice, la cause d'action en vertu de l'article 36 n'est pas défendable »<sup>53</sup>.

[42] Encore ici, la juge outrepassé son rôle de filtrage et impose à l'appelante un seuil de preuve trop élevé. Le syllogisme proposé en ce qui concerne la *L.c.* n'est pas insoutenable. Les faits allégués permettent de soutenir que l'intimée a donné à ses clients, sciemment ou sans se soucier des conséquences, des indications fausses ou trompeuses quant à l'utilisation qu'elle ferait de leur adresse courriel, et ce, afin de promouvoir « des intérêts commerciaux quelconques », en l'occurrence les siens et ceux

<sup>51</sup> *Id.*, par. 52(1).

<sup>52</sup> Jugement de première instance, par. 72.

<sup>53</sup> *Ibid.*

de Facebook. Il n'y a pas lieu, à l'étape de l'autorisation, de décider du bien-fondé en droit de cet argument, en particulier de la question de savoir si l'utilisation de l'adresse courriel constitue un « point important ». Il suffit de constater que l'argument n'est pas frivole à sa face même.

[43] D'autre part, et pour les motifs déjà énoncés, il n'est ni frivole ni manifestement mal fondé en droit de soutenir que les renseignements confidentiels que l'intimée a communiqués à Facebook ont une valeur, de sorte que leur communication peut se traduire par un préjudice pour les membres du groupe. Il appartiendra au juge du fond d'en décider.

[44] La Cour modifiera donc le jugement d'autorisation de manière à ajouter les questions en lien avec la *L.c.* et la conclusion qui s'y rattache.

#### ***D. Les personnes n'ayant pas de compte Facebook***

[45] La juge décrit ainsi le groupe dont les membres seront liés par le jugement :

[82] En l'instance, la description du groupe proposé par la demanderesse doit être modifiée ainsi :

Toute personne ayant un compte Facebook qui a acheté ou loué au Québec un bien ou un service dans un magasin Home Depot et a communiqué son adresse de courrier électronique entre le 1er janvier 2018 et le 30 octobre 2022.

[46] Elle se trouve ainsi, sans s'en expliquer, à refuser l'autorisation aux personnes n'ayant pas de compte Facebook. On comprend toutefois que cette description découle du fait que Meta pouvait établir un lien entre une adresse courriel et une personne seulement si la version hachée de l'adresse courriel était déjà associée à un compte Facebook<sup>54</sup>. Ce fait ressort clairement du rapport du Commissariat :

7. Home Depot fait ensuite parvenir la version hachée de l'adresse électronique du client et les détails sur l'achat hors ligne à Meta par le biais de l'outil « Conversions hors ligne ». Meta fait concorder le courriel avec le compte Facebook du client et compare les renseignements sur les achats hors ligne aux publicités sur Facebook à l'intention du client afin de mesurer l'efficacité de ces dernières. Si la version hachée du courriel n'est pas déjà associée à un compte Facebook, Meta ne peut pas établir un lien entre le courriel et une personne.<sup>55</sup>

<sup>54</sup> Jugement de première instance, par. 21. Voir *supra*, par. [7].

<sup>55</sup> Pièce R-1, Rapport de conclusions en vertu de la *LPRPDE* n° 2023-001 — Enquête sur la conformité de Home Depot du Canada Inc. à la *LPRPDE*, 26 janvier 2023, par. 7.

[47] Incidemment, le rapport du Commissariat précise ce en quoi consiste le hachage d'une adresse électronique :

Notes de bas de page

- 1 Le hachage d'une adresse électronique se traduit par son encodage au moyen d'une fonction de hachage cryptographique. Ce processus crée une chaîne obscurcie de caractères, ou un algorithme de hachage, de sorte qu'elle représente maintenant le courriel. La version hachée du courriel est de nature irréversible, mais elle peut être utilisée lors du processus de concordance lorsque deux parties ont le même courriel.<sup>56</sup>

[Soulignement dans l'original]

[48] Autrement dit, la communication à Meta de la version hachée de l'adresse courriel d'une personne ne révélera aucun renseignement personnel à son sujet, sauf si cette personne a un compte Facebook.

[49] Dans les circonstances, la juge n'a pas exercé son pouvoir discrétionnaire de manière déraisonnable en remaniant la description du groupe comme elle l'a fait.

#### IV. Conclusion

[50] Il y a donc lieu d'accueillir l'appel en partie et de réformer le jugement de première instance de manière que le débat au fond vise tant les Clients en ligne que ceux en magasin et porte non seulement sur les dommages-intérêts punitifs, mais également sur les conclusions recherchées en ce qui a trait aux dommages-intérêts compensatoires et à la *L.c.*

#### POUR CES MOTIFS, LA COUR :

[51] **ACCUEILLE** l'appel en partie, avec les frais de justice;

[52] **INFIRME** le jugement de première instance en partie et, procédant à rendre le jugement qui aurait dû être rendu;

[53] **REMPLECE** les paragraphes 84, 86 et 87 de ce jugement par les suivants :

[84] **AUTORISE** l'exercice d'une action collective contre la Défenderesse pour le compte du groupe ci-après :

Toute personne ayant un compte Facebook qui a acheté ou loué au Québec un bien ou un service dans un magasin Home Depot ou sur son

---

<sup>56</sup> *Id.*, note infrapaginale 1.

site Web Homedepot.ca et qui a communiqué son adresse de courrier électronique entre le 1er janvier 2018 et le 30 octobre 2022.

[86] **IDENTIFIE** comme suit les principales questions de faits et de droit qui seront traitées collectivement :

- i. La Défenderesse a-t-elle collecté et utilisé les renseignements personnels des membres du groupe?
- ii. La Défenderesse a-t-elle communiqué les renseignements personnels des membres du groupe à des tiers?
- iii. Le cas échéant, la Défenderesse a-t-elle collecté, utilisé et/ou communiqué les renseignements personnels des membres du groupe à des tiers sans leur consentement?
- iv. La Défenderesse a-t-elle, afin de promouvoir des intérêts commerciaux quelconques, donné aux membres du groupe, sciemment ou sans se soucier des conséquences, des indications fausses ou trompeuses sur un point important?
- v. Quelle est la valeur des renseignements personnels communiqués par la Défenderesse à des tiers?
- vi. La Défenderesse doit-elle être condamnée à payer des dommages-intérêts compensatoires aux membres du groupe?
- vii. Le cas échéant, quelle est la valeur des dommages-intérêts compensatoires auxquels la Défenderesse doit être condamnée?
- viii. La Défenderesse doit-elle être condamnée à payer des dommages-intérêts punitifs aux membres du groupe?
- ix. Le cas échéant, quelle est la valeur des dommages-intérêts punitifs auxquels la Défenderesse doit être condamnée afin d'assurer leur fonction préventive?
- x. Les membres du groupe sont-ils en droit de réclamer et de recouvrer de la Défenderesse les sommes engagées pour les présentes procédures?

[87] **IDENTIFIE** comme suit les conclusions recherchées qui s'y rattachent :

- i. ACCUEILLIR l'action collective de la Demanderesse contre la Défenderesse;

- ii. CONDAMNER la Défenderesse à payer aux membres du groupe une somme égale à la valeur des renseignements personnels communiqués à des tiers sans leur consentement, sauf à parfaire, et en ORDONNER le recouvrement collectif;
- iii. CONDAMNER la Défenderesse à payer aux membres du groupe une somme de dix millions de dollars à titre de dommages-intérêts punitifs, et ORDONNER le recouvrement collectif de cette somme;
- iv. CONDAMNER la Défenderesse à payer aux membres du groupe une somme supplémentaire n'excédant pas le coût total, pour eux, des présentes procédures, incluant les honoraires des avocats et les débours;
- v. ORDONNER que la réclamation de chacun des membres du groupe fasse l'objet d'une liquidation individuelle ou, si ce procédé s'avère inefficace ou impraticable, ORDONNER à la Défenderesse de payer une somme égale aux montants des ordonnances de recouvrement collectif aux fins d'être utilisée pour introduire des mesures qui bénéficieront aux membres du groupe et dont la nature sera déterminée par le Tribunal, conformément notamment à l'article 597 *C.p.c.*;
- vi. LE TOUT avec dépens, y compris les frais d'experts et d'avis.

Les autres conclusions du jugement demeurant inchangées.

---

GENEVIÈVE MARCOTTE, J.C.A.

---

SUZANNE GAGNÉ, J.C.A.

---

FRÉDÉRIC BACHAND, J.C.A.

M<sup>e</sup> Maxime Nasr  
M<sup>e</sup> Sofia Brault  
M<sup>e</sup> Violette Leblanc  
BELLEAU LAPOINTE  
Pour l'appelante

M<sup>e</sup> Jean Lortie  
M<sup>e</sup> Catherine-Julie Martin  
M<sup>e</sup> Natasha Petrof  
McCARTHY TÉTRAULT  
Pour l'intimée

Date d'audience : 3 juin 2025