

1 DÉCEMBRE 2016

Modifications des exigences concernant l'affichage dans une autre langue que le français au Québec

Auteurs : [Elliot A. Greenstone](#), [Jean-Philippe Groleau](#) et [Shayna Goldman](#)

Le 24 novembre 2016 a été marqué par l'entrée en vigueur du *Règlement modifiant le Règlement sur la langue du commerce et des affaires* (le « Règlement »), qui a été adopté à la suite du jugement rendu dans l'affaire *Québec (Procureure générale) c Magasins Best Buy Itée, 2015*. Dans cette affaire, la Cour d'appel du Québec a jugé qu'est conforme à la *Charte de la langue française* ainsi qu'au *Règlement sur la langue du commerce et des affaires* l'acte d'utiliser une marque de commerce rédigée uniquement dans une autre langue que le français dans l'affichage public en façade d'un commerce, sans inclure de termes français, lorsque la marque en question n'a pas de version française déposée. À la suite de cette décision, le gouvernement du Québec semble avoir voulu rectifier le tir en adoptant le Règlement.

Le Règlement prévoit que lorsque qu'une marque de commerce dans une autre langue que le français est affichée à l'extérieur d'un immeuble ou d'un local ou est fixée à un immeuble ou à un local, une « présence suffisante du français » doit aussi être assurée sur les lieux. Cette exigence s'applique à l'affichage placé à l'intérieur d'un immeuble ou d'un local qui est destiné à être vu de l'extérieur, à l'affichage qui figure sur une structure indépendante et à l'affichage à l'extérieur d'un local, d'un kiosque ou d'un comptoir situé dans un plus grand centre commercial. Selon le guide sur l'affichage public, les marques de commerce et les noms d'entreprise publié par l'Office québécois de la langue française (le « Guide »), les modifications réglementaires visent à assurer la présence du français dans le paysage linguistique québécois. Ceci dit, le Règlement n'impose pas aux entreprises l'obligation de franciser les marques de commerce qui sont dans une autre langue que le français.

Présence du français

Selon le Règlement, il y a « présence suffisante du français » lorsque la marque de commerce dans une autre langue que le français est accompagnée de l'un des éléments suivants en français :

- un générique
- un descriptif des produits ou des services visés
- un slogan ou
- tout autre terme ou mention qui donne de l'information sur les produits ou les services au bénéfice des personnes qui fréquentent les lieux.

Selon le Guide, la présence d'un seul de ces éléments suffit.

Il convient cependant de noter que les informations suivantes ne sont pas prises en compte lorsque vient le temps d'évaluer la place accordée au français pour l'application du Règlement :

- les heures d'ouverture et les coordonnées
- les chiffres et les pourcentages

- les articles définis, indéfinis et partitifs (p. ex., « le », « un » ou « des ») placés avant une marque de commerce dans une autre langue que le français et
- les termes qui ne sont lisibles que dans un rayon de moins d'un mètre, sauf si c'est aussi le cas de la marque de commerce.

Présence suffisante du français

Selon le Règlement, la présence suffisante du français s'entend d'un affichage dont les qualités permettent à la fois :

- de conférer au français une visibilité permanente, similaire à celle de la marque de commerce affichée uniquement dans une autre langue que le français et
- d'assurer sa lisibilité dans le même champ visuel que celui qui est principalement visé par l'affichage de la marque de commerce.

De plus, toujours selon le Règlement, la présence du français sera considérée comme suffisante si l'affichage en français est conçu, éclairé et situé de manière à permettre de le lire facilement lorsque la marque de commerce dans une autre langue que le français est elle-même lisible. L'affichage en français ne devra être éclairé que si la marque de commerce dans une autre langue que le français l'est aussi. Le Règlement prévoit par ailleurs que l'affichage en français ne doit pas nécessairement être présenté au même emplacement et avec les mêmes matériaux ni être d'une même dimension que la marque de commerce qui est dans une autre langue que le français.

Enfin, l'affichage de nature précaire, notamment l'affichage en français susceptible d'être facilement enlevé ou arraché, n'est pas considéré comme assurant une visibilité permanente du français (selon le premier critère), à moins que le système d'affichage ne fasse l'objet de mesures propres à en garantir la présence ou le remplacement, et ne sera donc généralement pas considéré comme assurant une présence suffisante du français pour l'application du Règlement. L'entreprise qui souhaite invoquer le bénéfice des mesures dont il est question dans la phrase précédente a le fardeau d'en faire la démonstration.

Structures non visées par le Règlement

Certains types d'affichage de marque de commerce dans une langue qui n'est pas le français ne sont pas visés par le Règlement. Est ainsi dispensé de l'application du Règlement l'affichage qui figure sur une borne ou une autre structure indépendante, y compris celle de type totem, à proximité d'un immeuble ou d'un local, si on trouve à l'extérieur un autre affichage conforme où figure la même marque. Dans le cas d'une structure de type totem, l'affichage qui s'y trouve n'est pas visé par le Règlement si plus de deux marques de commerce y figurent.

Le Règlement ne s'applique pas non plus à l'affichage qui se trouve sur des installations temporaires ou saisonnières.

Entrée en vigueur

Le Règlement est entré en vigueur le 24 novembre 2016, et il s'applique à tout nouvel affichage d'une marque de commerce dans une autre langue que le français (ainsi qu'au remplacement de tout affichage existant) à l'extérieur d'un immeuble ou d'un local. Dans le cas des affichages existant au 24 novembre 2016, des affichages qui ont fait l'objet d'une demande de permis municipal ou d'une autre forme d'autorisation gouvernementale dans les six mois précédant l'entrée en vigueur du Règlement et des marques de commerce qui font déjà l'objet d'un affichage ailleurs au Québec dans le cadre d'un système de franchisage ou autrement, un délai de trois ans prenant fin le 24 novembre 2019 est accordé pour se conformer au Règlement.

Personnes-ressources : [Elliot A. Greenstone](#) et [Jean-Philippe Groleau](#)

Les renseignements et commentaires fournis aux présentes sont de nature générale et ne se veulent pas des conseils ou des opinions applicables à des cas particuliers. Nous invitons le lecteur qui souhaite obtenir des précisions sur l'application de la loi à des situations particulières à s'adresser à un conseiller professionnel.