



LAPOINTE ROSENSTEIN
MARCHAND MELANÇON

S.E.N.C.R.L. Avocats

Bulletin

Propriété intellectuelle

Juin 2016



M^e Vinay Desai

Nouvelles exigences pour l'affichage public au Québec

Le débat concernant l'utilisation de la langue française comme langue d'affichage commercial au Québec s'est intensifié par suite de l'introduction d'un projet de règlement proposant la modification de la *Charte de la langue française* (la « **Charte** »). Les amendements obligeront les entreprises qui utilisent des marques de commerce anglaises dans leur affichage public au Québec à y inclure une description française ou une autre « présence suffisante du français ».

Historique

La Charte actuelle, ainsi que le *Règlement sur la langue du commerce et des affaires* (le « **Règlement** »), stipulent que les enseignes et les affiches publiques, de même que la publicité commerciale, doivent être rédigés soit uniquement en français soit en français et dans une autre langue, pourvu que, dans ce dernier cas, le français y figure de façon nettement prédominante. Le Règlement prévoit cependant une exception permettant à « une marque de commerce reconnue » de figurer sur des enseignes ou affiches exclusivement dans une langue autre que le français, sans version française de la marque. En termes pratiques, les autorités responsables de veiller à l'application de la Charte et le Règlement n'ont reconnu que les marques de commerce canadiennes enregistrées admissibles à cette exception.

L'Office québécois de la langue française (l'« **Office** ») a commencé à contrer l'utilisation des marques de commerce anglaises pour l'affichage commercial publique en interprétant la dispense décrite ci-dessus de

façon que toute présence de marques de commerce sur des enseignes publiques soit considérée comme un nom commercial et non comme une marque de commerce. Cette interprétation entraîne l'application de divers articles de la Charte et l'utilisation d'un terme générique français en association avec toute marque de commerce d'une langue autre que le français.

En 2012, en réponse à cette interprétation de la loi, plusieurs commerçants tels que Best Buy, Costco, Gap, Old Navy, Guess et Walmart s'y sont opposés en demandant une déclaration officielle selon laquelle, d'une part, l'utilisation des marques de commerce rédigées dans une langue autre que le français ne violait pas la Charte et, d'autre part, l'interprétation de l'Office sur les règles de l'utilisation des marques de commerce était erronée. Les commerçants ont réussi à obtenir cette déclaration auprès de la Cour supérieure du Québec, dont la décision a été confirmée par la Cour d'appel du Québec en 2014 à la suite à l'appel interjeté par le Procureur général du Québec.

La Cour d'appel a soutenu que les marques de commerce et les noms commerciaux sont deux concepts distincts ayant chacun ses propres règles. En effet, au Québec, en vertu de la Charte et du Règlement, un nom commercial ou une dénomination sociale doit être rédigé en français et une dénomination sociale rédigée dans une langue autre que le français doit être utilisée avec un terme générique français qui décrit la nature de l'entreprise. En revanche, une dénomination sociale qui est aussi une marque de commerce n'est pas assujettie à cette exigence et il n'est donc pas nécessaire de l'utiliser avec un terme générique français lorsqu'elle est affichée en public.

Amendements proposés

Les amendements proposés par le gouvernement du Québec permettraient aux entreprises de continuer à utiliser leurs marques de commerce anglaises (à condition qu'une version française de la marque visée ne soit pas encore enregistrée au Canada), sous réserve de certaines nouvelles exigences.

Les entreprises affichant leur marque de commerce à l'extérieur d'un immeuble uniquement dans une langue autre que le français seraient obligées d'inclure dans leur affichage une présence suffisante du français qui accompagnerait la marque de commerce. Cette exigence d'une présence suffisante du français pourrait être remplie par l'inclusion dans l'affichage soit : 1) d'un terme générique décrivant les produits ou services, 2) d'un slogan, ou 3) de tout autre terme ou mention qui privilégierait l'affichage d'information portant sur les produits ou services. Les amendements précisent qu'il y aurait une présence suffisante du français lorsque le français aurait une visibilité permanente et qu'il serait visible dans le même champ visuel que l'enseigne principale affichant la marque de commerce. Par exemple, si une enseigne portant une marque de commerce anglaise était illuminée la nuit, l'addition française devrait également l'être.

Les commerces auraient trois ans pour se conformer aux nouvelles exigences, après leur l'entrée en vigueur, sous peine d'amendes qui varieraient de 1 500 \$ à 20 000 \$.

Il est important de noter que ces amendements n'auraient aucune incidence sur les dispenses du Règlement qui permettent l'utilisation de marques de commerce dans une langue autre que le français (c'est-à-dire quand la marque de commerce n'est pas utilisée comme un nom commercial ou une dénomination sociale).

Le projet de règlement proposé par le gouvernement du Québec restera ouvert aux commentaires jusqu'au 6 juillet 2016. Les nouvelles exigences entreront en vigueur dans les quinze jours suivants la publication officielle, après la période de consultation publique.

Le contenu de ce bulletin est de nature informative seulement et ne devrait pas être considéré comme un avis juridique.

Pour toute question relative au respect de ces nouvelles exigences, n'hésitez pas à communiquer avec :

Vinay Desai

514 925-6330

vinay.desai@lrm.com

Nancy Cleman

514 925-6374

nancy.cleman@lrm.com