



LAPOINTE ROSENSTEIN
MARCHAND MELANÇON

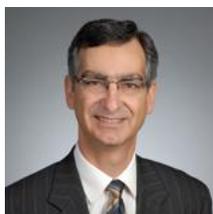
S.E.N.C.R.L. Avocats

Bulletin

Franchisage

Avril 2017

Développements récents



M^e Bruno Floriani



M^e Marissa Carnevale

Le présent bulletin d'information a été rédigé en collaboration avec Alexa Rahal et Maxime Gervais, stagiaires.

Les lois sur le franchisage, ainsi que d'autres lois visant l'exploitation des entreprises dans divers secteurs franchisés au Canada, ont connu des changements importants au cours de la dernière année. Plus précisément, au Québec, en Ontario et en Colombie-Britannique, de nouvelles dispositions législatives ont été adoptées et celles-ci pourraient avoir un impact considérable sur les activités des franchiseurs et des franchisés.

Nouvelles règles en matière de divulgation en Colombie-Britannique

La loi intitulée *Franchises Act*¹ et son règlement sur la divulgation, attendus depuis longtemps en Colombie-Britannique, sont entrés en vigueur le 1^{er} février 2017. Tout accord de franchise, tout renouvellement ou toute prolongation entrant en vigueur à compter du 1^{er} février 2017 sera assujéti à la nouvelle législation. Certains éléments des contrats de franchise conclus avant l'entrée en vigueur des nouvelles règles seront également assujéti à cette loi, tels que le droit pour les franchisés de s'associer et l'obligation des parties de respecter leur devoir d'agir équitablement et de bonne foi dans le cadre de l'exécution des contrats de franchise.

Bien que les nouvelles règles de la Colombie-Britannique sur la divulgation en matière de franchisage soient très

semblables à celles des autres provinces réglementées (soit l'Île-du-Prince-Édouard, le Nouveau-Brunswick, l'Ontario, le Manitoba et l'Alberta), il existe tout de même certaines différences importantes par rapport à celles des autres provinces.

D'abord, le règlement de la Colombie-Britannique exige que les déclarations d'avertissement de risques soient incluses dans le document de divulgation d'information, ce qui n'est pas requis en vertu de la législation de l'Alberta, ni de celle du Nouveau-Brunswick. Cependant, un peu comme au Nouveau-Brunswick et au Manitoba, les franchiseurs qui octroient des franchises en Colombie-Britannique doivent inclure, dans le document d'information, des bilans concernant la projection des bénéfices, l'estimation des coûts d'exploitation et les dépenses de formation; dans le cas où ces renseignements ne seraient pas fournis par le franchiseur, une déclaration à cet égard devrait figurer dans le document d'information.

La Colombie-Britannique se distingue dans sa réglementation relative à la divulgation d'information financière, dans la mesure où les franchiseurs qui sont en exploitation depuis moins d'un exercice financier sont tenus de divulguer un bilan d'ouverture, lequel doit être établi de la même manière que des états financiers.

Le règlement sur les franchises de la Colombie-Britannique est également moins exigeant que celui des autres provinces réglementées en ce qui concerne la divulgation d'information relative aux fonds alloués à la

publicité centrale. En fait, les nouvelles règles de la Colombie-Britannique exigent simplement une description de ces fonds dans laquelle figurent des renseignements comme le montant des fonds détenus, la fréquence des contributions d'un franchisé, les détails relatifs à l'administration des fonds, ainsi que la disponibilité des rapports sur les activités publicitaires financées.

Contrairement aux autres provinces réglementées, les nouvelles règles de la Colombie-Britannique portant sur la divulgation d'information relative aux franchises n'exigent pas que les franchiseurs divulguent la façon dont ils déterminent l'emplacement de leurs franchisés les uns par rapport aux autres, à moins que cette information ne soit considérée comme un « fait important » qui serait par ailleurs assujéti à l'obligation de divulgation d'information. Les franchiseurs doivent toutefois fournir aux franchisés potentiels une liste de toutes les franchises actuelles au Canada, contrairement à d'autres lois encadrant la divulgation d'information qui exigent généralement que cette information ne soit divulguée qu'à l'égard de la province visée.

La loi intitulée *Franchises Act* de la Colombie-Britannique autorise expressément la transmission de documents d'information par moyens électroniques, y compris par courriel.

Bien que les nouvelles règles de la Colombie-Britannique en matière de divulgation d'information relative aux franchises ne constituent pas des avancées novatrices dans le domaine hautement réglementé du franchisage, elles exigent tout de même des franchiseurs qu'ils prennent les mesures nécessaires pour se conformer dans les délais prescrits.

L'Examen portant sur l'évolution en milieu de travail en Ontario

L'*Examen portant sur l'évolution en milieu de travail* est un examen indépendant mené par le gouvernement de l'Ontario sur l'évolution des milieux de travail. Ce gouvernement cherche à moderniser sensiblement la législation du travail dans la province, ce qui pourrait entraîner des modifications importantes à la *Loi de 2000 sur les normes d'emploi*² et à la *Loi de 1995 sur les relations de travail*³. Les conseillers spéciaux chargés de l'examen en question devaient publier leur rapport final en février 2017, mais le rapport n'était toujours pas publié lors de la parution de ce bulletin.

L'examen vise principalement à assurer que les amendements potentiels offriront aux travailleurs vulnérables une protection adéquate. Dans le cadre du processus d'examen, plusieurs options sont envisagées pour mettre à jour la législation pertinente. Par exemple, parmi les sujets abordés se trouve la possibilité de créer un modèle de certification par lequel les franchiseurs et les franchisés deviendraient des employeurs conjoints

dans les secteurs où les travailleurs sont plus vulnérables. Une autre option considérée serait de tenir les employeurs ou les franchiseurs responsables des violations de la *Loi de 2000 sur les normes d'emploi* par leurs sous-traitants ou franchisés. Ces solutions constitueraient des extensions législatives sans précédent visant les obligations des franchiseurs à l'égard des employés de leurs franchisés dans le cadre d'une relation traditionnelle de franchise. Une autre option qui pourrait avoir une grande incidence sur le franchisage en Ontario est l'idée de permettre aux employés d'un franchisé de se syndiquer puis d'étendre toute convention collective aux employés d'autres franchisés et d'autres établissements du réseau de franchise, ce qui décuplerait la force des unités de négociation collective formées dans le cadre de ce processus.

Bien que les conclusions de l'*Examen portant sur l'évolution en milieu de travail*, ainsi que toute modification législative qui en découle, ne soient pas encore établies, tant les franchiseurs que les franchisés devraient suivre de près l'évolution de la situation en cette matière et se renseigner relativement à leurs pratiques susceptibles d'être touchées par l'examen en cours.

Nouvelle loi en matière d'affichage de menus en Ontario

L'Ontario a décidé d'encourager les choix alimentaires sains en introduisant la *Loi de 2015 pour des choix santé dans les menus*⁴, entrée en vigueur le 1^{er} janvier 2017. Cette nouvelle loi exige que les restaurants ayant vingt établissements ou plus en Ontario affichent sur tous leurs menus la teneur en calories de leurs aliments et boissons standards de même que d'autres renseignements nutritionnels sur ces derniers.

La *Loi de 2015 pour des choix santé dans les menus* est la première du genre au Canada, la seule initiative semblable étant le « *Informed Dining Program* » de la Colombie-Britannique, en vertu duquel des renseignements nutritionnels sont fournis volontairement par les restaurants participants. La *Loi de 2015 pour des choix santé dans les menus* ressemble à la législation fédérale des États-Unis, qui impose des exigences d'étiquetage similaires aux chaînes de restaurants.

Cette obligation d'étiquetage s'applique, entre autres, à « toute personne qui a la responsabilité et le contrôle des activités exercées dans un établissement de restauration réglementé et peut inclure un franchiseur, un concédant de licence, une personne qui possède ou exploite un établissement de restauration réglementé par l'entremise d'une filiale »⁵. De nombreuses chaînes seront donc touchées, y compris les restaurants de prêt-à-manger, les cafés, les dépanneurs et les épiceries, dont une partie importante fait partie d'un réseau de franchises.

Toute personne qui contrevient à la *Loi de 2015 pour des choix santé dans les menus* risque de se voir infliger une amende. Cependant, la législation ne traite pas directement de la question de la responsabilité du franchiseur en cas de violation de cette loi par un franchisé. À l'instar d'autres cas où un franchiseur peut être tenu responsable des agissements d'un franchisé, l'applicabilité et l'étendue de la responsabilité du franchiseur varieront vraisemblablement en fonction du niveau de contrôle exercé ou possible sur les activités du franchisé. Cependant, les exigences d'uniformité des menus et de la logistique d'approvisionnement pourraient entraîner de plus grands risques pour un réseau de franchise que pour d'autres modèles d'affaires à cet égard. Comme c'est le cas de nombre de modifications législatives, de nouvelles directives sur l'application de la *Loi de 2015 pour des choix santé dans les menus* en ce qui concerne les entreprises franchisées seront probablement élaborées au fil du temps.

La divulgation par moyens électroniques en Ontario

La forte utilisation de la technologie est maintenant commune à d'innombrables domaines, et le secteur de la franchise ne fait pas exception. La province de l'Ontario a récemment permis aux franchiseurs de transmettre des documents d'information par voie électronique aux franchisés potentiels. Ces modifications à la *Loi Arthur Wishart de 2000 sur la divulgation relative aux franchises*⁶ sont entrées en vigueur le 1^{er} juillet 2016.

Les modifications prévoient certaines exigences en ce qui concerne la validité de la divulgation d'information par voie électronique. D'une part, les documents d'information doivent être transmis sous une forme qui permet au destinataire de les visualiser, de les sauvegarder, de les récupérer et de les imprimer. La divulgation ne peut contenir de lien vers des textes externes et elle doit contenir un index distinct pour chaque fichier électronique. D'autre part, le franchisé est tenu d'envoyer au franchiseur un accusé de réception écrit pour les documents d'information.

Si de nombreux franchiseurs sont désireux de se tourner vers la divulgation électronique, un certain niveau d'incertitude demeure quant à savoir si des lacunes dans la transmission électronique pourraient éventuellement être invoquées par des franchisés comme fondements pour des demandes de résiliation ou l'exercice d'autres droits légaux. Étant donné que ces modifications en sont à leurs premiers stades d'application, il existe aussi une incertitude quant aux types de situations qui pourraient être considérées comme sources légitimes d'inquiétude en matière de divulgation électronique adéquate. En conséquence, les franchiseurs devraient suivre de près l'évolution de ces nouvelles règles.

Nouvelles exigences pour l'affichage au Québec

Des changements apportés au règlement de la *Charte québécoise de la langue française*⁷ sont entrés en vigueur le 24 novembre 2016 et touchent les entreprises qui affichent des marques de commerce dans une langue autre que le français au Québec afin d'identifier leur commerce sur l'affichage visible de l'extérieur.

Les entreprises devront maintenant s'assurer qu'une « présence suffisante du français » accompagne leur marque de commerce lorsqu'elle est utilisée pour identifier leur entreprise sur un affichage extérieur ou intérieur devant être vu de l'extérieur. Les entreprises devront ajouter à leur signalisation l'un des éléments français suivants pour satisfaire aux nouvelles exigences :

- un terme générique ou une description de leurs produits ou services;
- un slogan; ou
- tout autre terme ou toute autre indication fournissant de l'information sur les produits ou services susceptibles d'intéresser les consommateurs ou des personnes fréquentant les lieux⁸.

Conformément aux règlements, une « présence suffisante du français » exige que le texte additionnel français ait une visibilité permanente similaire à celle de la marque de commerce affichée et qu'elle soit dans le même champ visuel que cette dernière. En d'autres termes, la marque de commerce et le texte français qui l'accompagne doivent être conçus, éclairés et situés de manière à être en permanence visibles et lisibles ensemble en tout temps.

Certaines exceptions s'appliquent : par exemple, les marques de commerce qui sont composées d'expressions artificielles ou de combinaisons alpha-numériques, ou qui sont des noms de lieux ou de personnes, ou qui apparaissent sur un présentoir provisoire ou saisonnier ou sur certaines structures type totem.

Contrairement aux nouvelles signalisations installées à compter du 24 novembre 2016, qui devront respecter ces exigences, le gouvernement a prévu un délai de grâce, soit jusqu'au 23 novembre 2019, pour permettre aux entreprises de faire les rajustements nécessaires à l'affichage déjà en place.

Les franchiseurs et les franchisés doivent prendre des mesures pour assurer leur conformité à ces règles, car il est prévu qu'elles seront strictement appliquées par les autorités compétentes.

Conclusion

Les développements juridiques dont il est question ci-dessus devraient voir une incidence importante sur les franchiseurs et les franchisés exploitant leurs entreprises dans les territoires pertinents. Il est par conséquent très important pour les entreprises de chercher à obtenir des conseils afin d'évaluer les risques juridiques auxquels elles peuvent être exposées en raison de l'évolution du cadre législatif.

-
1. *Franchises Act*, SBC 2015, c. 35.
 2. *Loi de 2000 sur les normes d'emploi*, LO 2000, c 41.
 3. *Loi de 1995 sur les relations de travail*, LO 1995, c 1, ann A.
 4. *Loi de 2015 pour des choix santé dans les menus*, LO 2015, c 7, ann 1.
 5. *Ibid.*, article1(2).
 6. *Loi Arthur Wishart de 2000 sur la divulgation relative aux franchises*, LO 2000, c 3.
 7. Charte de la langue française, RLRQ c C-11.
 8. *Règlement sur la langue du commerce et des affaires*, RLRQ c C-11, r 9, a. 54.1, 58 et 67, art. 25.1.

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

Pour obtenir de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec :

Bruno Floriani

514 925-6310

bruno.floriani@lrm.com

Marissa Carnevale

514 925-6324

marissa.carnevale@lrm.com