



ROBIC

+ DROIT
+ AFFAIRES
+ SCIENCES
+ ARTS

AVOCATS, AGENTS DE BREVETS ET DE MARQUES DE COMMERCE
DEPUIS 1892

EXIGENCES LINGUISTIQUES AU QUÉBEC: QUELQUES RÈGLES À RETENIR

CATHERINE BERGERON ET THOMAS GAGNON-VAN LEEUWEN*

ROBIC, S.E.N.C.R.L.

AVOCATS, AGENTS DE BREVETS ET DE MARQUES DE COMMERCE

Les entreprises qui font affaire au Québec doivent respecter différentes exigences concernant l'usage du français. En règle générale, les emballages de produits, les publications commerciales, l'affichage public, la publicité ainsi que les dénominations sociales et noms d'entreprises doivent être en français, sous réserve de traductions parfois permises dans d'autres langues.

L'exception relative aux marques de commerce est la principale exception à cette règle générale : elle permet l'affichage d'une «marque de commerce reconnue» dans une langue autre que le français sur l'emballage d'un produit ainsi que dans la publicité et l'affichage public. Alors que la Cour d'appel du Québec confirmait récemment qu'une entreprise pouvait utiliser sa marque de commerce reconnue dans l'affichage public sans terme générique en français, le gouvernement du Québec a indiqué son intention de restreindre cette exception.

1. Règle générale

Le français étant la langue officielle de la province de Québec, la Charte de la langue française (la «Charte») impose diverses obligations à l'emballage de produits, aux publications commerciales (incluant les sites web), à l'affichage public et à la publicité commerciale ainsi qu'aux dénominations sociales et noms d'entreprises utilisés au Québec. En règle générale, la Charte prévoit que certains éléments doivent être rédigés en français, sous réserve de certaines traductions permises et de nombreuses autres exceptions prévues par le Règlement sur la langue du commerce et des affaires (le «Règlement»).

1.1 Produits

Toute inscription sur un produit, son emballage ou un document qui l'accompagne (comme le mode d'emploi et certificat de garantie) doit être rédigée en français.

© CIPS, 2015.

* De ROBIC, S.E.N.C.R.L., un cabinet multidisciplinaire d'avocats et d'agents de brevets et de marques de commerce. Publié dans le Bulletin Automne 2015 (vol. 19 n° 1) du cabinet. Publication 068.199F.

ROBIC, S.E.N.C.R.L.
www.robic.ca
info@robic.com

MONTRÉAL
1001, Square-Victoria - Bloc E - 8^e étage
Montréal (Québec) Canada H2Z 2B7
Tél.: +1 514 987-6242 Téléc.: +1 514 845-7874

QUÉBEC
2828, boulevard Laurier, Tour 1, bureau 925
Québec (Québec) Canada G1V 0B9
Tél.: +1 418 653-1888 Téléc.: +1 418 653-0006

Toutefois, les traductions dans d'autres langues sont permises à condition de ne pas avoir plus d'importance que le contenu français.

1.2 Publications commerciales

Les catalogues, les brochures, les dépliants, les annuaires commerciaux et toute autre publication de même nature, incluant les sites web, doivent être rédigés en français. Toutefois, une version rédigée uniquement dans une autre langue est permise, à condition que la version française «soit disponible dans des conditions d'accessibilité et de qualité au moins égales à celle rédigée dans une autre langue»

1.3 Affichage public et publicité commerciale

L'affichage public et la publicité commerciale doivent se faire en français. Toutefois, ils peuvent être faits à la fois en français et dans une autre langue pourvu que le français y figure «de façon nettement prédominante», dans le sens qu'il doit avoir un «impact visuel beaucoup plus important que le texte rédigé dans l'autre langue».

1.4 Dénominations sociales et noms d'entreprises

La Charte prévoit que le nom d'une entreprise doit être en français. Cette exigence peut être satisfaite par l'ajout d'un terme générique en français à une expression dans une autre langue. Par exemple, «Magasins Best Buy Ltée» combine le terme générique français «Magasins» à l'expression anglaise «Best Buy». Ces règles s'appliquent à toute dénomination sociale et tout nom d'entreprise. Le nom d'une société constituée en vertu de la Loi sur les sociétés par actions du Québec doit se conformer à ces exigences. Les autres sociétés qui font affaire au Québec, comme les sociétés constituées en vertu de la loi fédérale, n'ont pas l'obligation de modifier leur nom, mais doivent utiliser et enregistrer une version française de leur nom au Québec, conformément à la Loi sur la publicité légale des entreprises

2. Exception relative aux marques de commerce

L'une des exceptions les plus importantes prévues par le Règlement est l'exception relative aux marques de commerce : une marque de commerce reconnue au sens de la Loi sur les marques de commerce peut être utilisée sur l'emballage d'un produit, sur du matériel publicitaire et dans l'affichage public au Québec dans une langue autre que le français, à moins qu'une version française ait été enregistrée. Ainsi, certaines entreprises choisissent de ne pas enregistrer de version française de leurs marques de commerce afin de pouvoir continuer à employer leurs marques en anglais.

2.1 Marques de commerce non enregistrées dans une langue autre que le français

La question de savoir si une marque de commerce non enregistrée est une «marque de commerce reconnue» au sens du Règlement a été débattue. L'Office québécois de la langue française (l'«OQLF») adopte la position selon laquelle une marque de commerce doit avoir été enregistrée au Bureau des marques de commerce pour être considérée comme une «marque de commerce reconnue». À l'inverse, les tribunaux ont constamment statué qu'une marque de commerce non enregistrée peut être une «marque de commerce reconnue», pour autant qu'elle ait été employée à titre de marque de commerce (et non par exemple, seulement comme nom commercial ou comme terme descriptif). Par souci de certitude, plusieurs entreprises faisant affaire au Québec ont enregistré leurs marques de commerce dans une langue autre que le français, principalement l'anglais (sans version française). Cette approche permet évidemment de solidifier sa position advenant une contestation de l'OQLF.

2.2 Emploi à titre de marque de commerce ou de nom commercial

Un autre enjeu important qui a récemment été débattu est la question de savoir si l'affichage public d'un «nom» sur la devanture d'un magasin constitue l'emploi du nom à titre de marque de commerce (et donc visé par l'exception relative aux marques de commerce) ou plutôt à titre de nom commercial (qui ne serait pas autorisé par l'exception). En effet, la Charte prévoit aussi que le nom d'une entreprise doit être en français au Québec. Contrairement aux dispositions concernant l'affichage public et la publicité commerciale, il n'y a aucune exception qui permet l'utilisation d'un nom d'entreprise dans une langue autre que le français.

Au cours des dernières années, l'OQLF a adopté une position plus agressive en exigeant que les entreprises cessent de présenter leurs marques de commerce dans une langue autre que le français sur l'affichage public intérieur et extérieur, invoquant l'exigence relative aux noms commerciaux. À cet égard, plusieurs entreprises ont reçu des avis de la part de l'OQLF exigeant qu'elles ajoutent, au minimum, un terme générique en français aux noms anglais qu'elles affichent.

Un groupe de grandes entreprises a contesté la position de l'OQLF et la Cour d'appel du Québec a tranché en leur faveur en avril 2015 [*Québec (Procureure générale) c. Magasins Best Buy Itée*, 2015 QCCA 747 (2015-04-28)], confirmant la décision de la Cour supérieure selon laquelle les entreprises peuvent afficher leurs marques de commerce reconnues sur la devanture de leurs magasins sans devoir ajouter un terme générique en français. Bien que le gouvernement du Québec ait indiqué qu'il n'allait pas faire appel de cette décision, il a indiqué qu'il compte restreindre par règlement l'exception relative aux marques de commerce afin d'exiger que les entreprises ajoutent un terme générique en français à leur nom.

3. Considérations non juridiques

Outre les considérations juridiques associées à l'adoption d'une marque de commerce ou d'une dénomination sociale en anglais au Québec, la perception d'une marque par le consommateur est un aspect à ne pas négliger. La question de la langue française au Québec est délicate, politique et fait souvent l'objet d'une couverture médiatique importante. Ainsi, l'adoption d'une marque de commerce en anglais soulève des enjeux qui vont bien au-delà des considérations juridiques.



ROBIC, S.E.N.C.R.L.
www.robic.ca
info@robic.com

MONTRÉAL
1001, Square-Victoria - Bloc E - 8^e étage
Montréal (Québec) Canada H2Z 2B7
Tél.: +1 514 987-6242 Téléc.: +1 514 845-7874

QUÉBEC
2828, boulevard Laurier, Tour 1, bureau 925
Québec (Québec) Canada G1V 0B9
Tél.: +1 418 653-1888 Téléc.: +1 418 653-0006

ROBIC, S.E.N.C.R.L.
www.robic.ca
info@robic.com

MONTRÉAL
1001, Square-Victoria - Bloc E - 8^e étage
Montréal (Québec) Canada H2Z 2B7
Tél.: +1 514 987-6242 Téléc.: +1 514 845-7874

QUÉBEC
2828, boulevard Laurier, Tour 1, bureau 925
Québec (Québec) Canada G1V 0B9
Tél.: +1 418 653-1888 Téléc.: +1 418 653-0006

ROBIC, S.E.N.C.R.L.
www.robic.ca
info@robic.com

MONTRÉAL
1001, Square-Victoria - Bloc E - 8^e étage
Montréal (Québec) Canada H2Z 2B7
Tél.: +1 514 987-6242 Téléc.: +1 514 845-7874

QUÉBEC
2828, boulevard Laurier, Tour 1, bureau 925
Québec (Québec) Canada G1V 0B9
Tél.: +1 418 653-1888 Téléc.: +1 418 653-0006

ROBIC, S.E.N.C.R.L.
www.robic.ca
info@robic.com

MONTRÉAL
1001, Square-Victoria - Bloc E - 8^e étage
Montréal (Québec) Canada H2Z 2B7
Tél.: +1 514 987-6242 Téléc.: +1 514 845-7874

QUÉBEC
2828, boulevard Laurier, Tour 1, bureau 925
Québec (Québec) Canada G1V 0B9
Tél.: +1 418 653-1888 Téléc.: +1 418 653-0006