



**ROBIC**  
+ DROIT  
+ AFFAIRES  
+ SCIENCES  
+ ARTS

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

## LA PRÉSENCE DU FRANÇAIS DANS L’AFFICHAGE PUBLIC AU QUÉBEC

CATHERINE BERGERON\*

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

AVOCATS, AGENTS DE BREVETS ET DE MARQUES DE COMMERCE

Au printemps 2015, la Cour d’appel confirmait que la Charte de la langue française et le Règlement sur la langue du commerce et des affaires permettent l’affichage public d’une marque de commerce ne comportant pas de français (et n’ayant aucune version française), et ce, y compris lorsque cette marque est affichée sur la façade d’un commerce.

Le gouvernement québécois n’avait alors pas tardé à promettre l’adoption de certaines modifications au Règlement afin d’assurer une meilleure présence du français dans l’affichage public. Un an plus tard, un projet de Règlement modifiant le Règlement sur la langue du commerce et des affaires (« Projet de Règlement ») est publié, visant non pas à franciser les marques de commerce mais à assurer un affichage extérieur prédominant en langue française.

Les modifications proposées au Règlement s’insèrent à la suite des dispositions permettant l’affichage public et la publicité commerciale dans une autre langue que le français, notamment dans le cas des marques de commerce reconnues au sens de la Loi sur les marques de commerce. Ces nouvelles dispositions exigeront donc que l’utilisation de marques de commerce non francophones, affichées à l’extérieur d’un immeuble, doive respecter une présence suffisante du français par l’utilisation (article 25.1 du Projet de Règlement) :

1. d’un générique ou d’un descriptif des produits et des services visés;
2. d’un slogan;
3. de tout autre terme ou mention, et ce, en privilégiant l’affichage d’information portant sur les produits ou les services.

Le Projet de Règlement vise de façon large toutes marques affichées « à l’extérieur d’un immeuble », que cet immeuble ait pignon sur rue ou qu’il s’agisse d’un local situé à l’intérieur d’un immeuble tel un centre commercial, et que l’affichage en lien avec cet immeuble ou ce local apparaisse notamment sur son toit, sur une enseigne en saillie ou perpendiculaire, ou sur une borne ou autre structure indépendante. Certaines exceptions sont prévues dans le cas de certains types d’affichage, notamment dans le cas où une marque de commerce apparaît à plus d’un endroit. Il

---

© CIPS, 2016.

\* 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 Printemps 2016 (vol. 19 n° 3) du cabinet. Publication 068.203F.

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

www.robic.ca  
info@robic.com

**MONTREAL**

1001, Square-Victoria - Bloc E - 8<sup>e</sup> 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

est également utile de noter que les installations à vocation temporaire ou saisonnière échappent à ces nouvelles exigences d'affichage. (article 25.2 du Projet de Règlement)

Au-delà de prévoir où et à qui ces exigences s'adressent, le défi du législateur était sans aucun doute de trouver des termes clairs établissant le cadre nécessairement subjectif des « qualités » d'un affichage qui passe le test de la présence suffisante du français. Le Projet de Règlement prévoit à cet égard que l'affichage doit (article 25.3 du Projet de Règlement) :

1. conférer au français une visibilité permanente, similaire à celle de la marque de commerce affichée;
2. assurer une lisibilité dans le même champ visuel que celui qui est principalement visé par l'affichage de la marque de commerce.

L'élément en français, notamment un terme générique, un descriptif ou un slogan, doit donc être visible et lisible de façon similaire à la marque de commerce. Cela exige que l'affichage en français, par rapport à la marque de commerce dans une autre langue que le français, doit être conçu, éclairé et situé de manière à permettre de les lire facilement tous les deux à la fois, que la marque de commerce et l'élément en français soient affichés au même endroit ou non. Par exemple, le générique « restaurant mexicain » pourrait accompagner, à proximité, le nom d'un restaurant en espagnol sur l'enseigne extérieure du restaurant ou, alternativement, les détails du menu offert pourraient apparaître lisiblement en français ailleurs sur la devanture du restaurant, à condition que l'enseigne et le menu apparaissent dans le même champ visuel des consommateurs.

Des exemples de conditions d'affichage en français sont publiés sur le site du Ministère de la culture et des communications <<https://www.mcc.gouv.qc.ca/index.php?id=5836>>.

Le Projet de Règlement prévoit de multiples autres précisions et exceptions servant à encadrer ces nouvelles exigences et à favoriser une application la plus accessible des paramètres visant le respect de la liberté de commerce et celui de la langue française dans l'affichage public au Québec. Seul le temps nous dira si ces nouvelles dispositions auront l'effet souhaité et comment elles seront appliquées par les commerçants. Selon le gouvernement, un bassin limité d'entreprises se trouve réellement visé par le Projet de Règlement, plusieurs ayant déjà choisi d'utiliser des indications en français dans leur affichage. Les autres auront trois ans, à compter de la date d'entrée en vigueur du Projet de Règlement, pour s'y conformer.

Finalement, en corollaire à ce Projet de Règlement, le gouvernement propose également une modification au Règlement précisant la portée de l'expression « de façon nettement prédominante » pour l'application de la Charte de la langue française afin de confirmer la portée actuelle des exceptions prévues au Règlement et d'apporter certaines précisions dans l'appréciation de l'impact visuel d'un affichage.

# ROBIC

- + DROIT
- + AFFAIRES
- + SCIENCES
- + ARTS

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

**MONTRÉAL**  
1001, Square-Victoria - Bloc E - 8<sup>e</sup> 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<sup>e</sup> 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





