L’affichage public des marques de commerce dans une langue autre que le français – Changements réglementaires

13 mai 2016

Auteur

Sylvain Pierrard

Associé, Agent de marques de commerce Associé, et Avocat

En 2014[1], les grandes enseignes Best Buy Ltée, Costco Wholesale Canada Ltd., Gap (Canada) Inc., Old Navy (Canada) Inc., Corporation Guess? Canada, La Compagnie Wal-Mart du Canada, Toys “R” Us Canada Ltd et Curves International Inc. avaient déposé une requête en jugement déclaratoire devant la Cour supérieure afin que celle-ci détermine si une marque de commerce en langue anglaise, sans version française déposée, utilisée dans l’affichage public et dans la publicité commerciale, devait être accompagnée d’un terme descriptif (générique) en français afin de respecter la *Charte de la langue française* (« Charte ») et le *Règlement sur la langue du commerce et des affaires* (« Règlement »).

Le juge Michel Yergeau de la Cour supérieure avait conclu que l’affichage public des marques de commerce dans une autre langue que le français respectait la Charte ainsi que le Règlement, pourvu qu’aucune version française de cette marque n’ait été déposée. La Procureure générale avait interjeté appel de cette décision. Le 27 avril 2015, la Cour d’appel du Québec[2] avait séance tenante rejeté l’appel de la Procureure générale du Québec.

La ministre Hélène David avait réagi à la suite de l’annonce du verdict de la Cour d’appel, promettant l’adoption d’un règlement afin d’assurer la présence du français sur les façades extérieures des commerces.

Le 4 mai 2016, un projet de règlement modifiant le *Règlement sur la langue du commerce et des affaires* a été publié à la *Gazette officielle du Québec*. Le ministre responsable de la Protection et de la Promotion de la langue française, Luc Fortin, décrit le projet de règlement comme une solution qui « préserve l’intégrité des marques de commerce ». Les modifications proposées consistent en l’ajout de nouveaux articles 25.1 à 25.5 au Règlement, qui visent à assurer la présence du français lorsqu’une marque de commerce est affichée à l’extérieur d’un commerce dans une autre langue que le français, tel que le permet actuellement le paragraphe 4 de l’article 25 du Règlement.

Copyright (c) Lavery, de Billy, S.E.N.C.R.L. - L.L.P.

Les titulaires de marques de commerce n'auront pour autant pas l'obligation de traduire celle-ci, ni nécessairement d'insérer un générique en français tel que « magasin » ou « café » devant leurs marques, bien que certains l'aient déjà fait volontairement. Le nouvel article 25.1 du Règlement énonce que les commerçants devront désormais assurer une « une présence suffisante » du français sur les lieux. Celle-ci pourra consister en un slogan, un générique, un descriptif de leurs produits et services ou tout autre terme ou mention.

Sans que l'affichage supplémentaire ait à se retrouver au même emplacement que la marque de commerce, celui-ci devra conférer au français une visibilité permanente, similaire à celle de la marque et être lisible « dans le même champ visuel » que celui visé par la marque de commerce. Notons cependant que le Règlement ne spécifiant pas de dimension précise pour les éléments français qui devront être ajoutés, ceux-ci n'auront pas à être prédominants par rapport à la marque.

Les commerces dont l'affichage existant ne correspond pas aux nouvelles exigences du Règlement devront s'y conformer dans un délai de trois ans à compter de la date d'entrée en vigueur des nouvelles dispositions. Toutefois, toute installation de nouvel affichage ou tout remplacement d'affichage d'une marque de commerce à compter de l'entrée en vigueur du Règlement modifié devra être conforme aux nouvelles exigences.

---

1. *Magasins Best Buy ltée* c. *Québec (Procureur général)*, 2014 QCCS 1427 (CanLII).
2. *Québec (Procureure générale)* c. *Magasins Best Buy ltée*, 2015 QCCA 747 (CanLII).

Copyright (c) Lavery, de Billy, S.E.N.C.R.L. - L.L.P.