



Charte de la langue française : marques de commerce, emballage de produits, publicité commerciale et affichage public - Mise à jour 2024

18 juillet 2024



Mme Nancy Cleman, Ad.E.
Associée
Groupe Propriété intellectuelle



Carla Maria Avelar-Alexiou
Stagiaire en droit

La *Charte de la langue française* (« **Charte** ») a été modifiée par la *Loi sur la langue officielle et commune du Québec, le français*, sanctionnée le 1^{er} juin 2022, ce qui a entraîné des changements substantiels dans l'application de la Charte. Le français est considéré comme étant la langue officielle et commune de la province de Québec et les lois font en sorte que les particuliers et les entreprises soient servis en français. Ces changements ont également entraîné la modification de *la Charte des droits et libertés de la personne* (Québec).

De nombreux changements concernant l'emballage des produits et la publicité commerciale sont en vigueur depuis le 1^{er} juin 2022. La prochaine date clé est le 1^{er} juin 2025, à laquelle la plupart des modifications relativement aux marques de commerce entreront en vigueur.

L'objectif de ce bulletin est de fournir une vue d'ensemble des questions relatives aux marques de commerce, à l'emballage des produits, à la publicité commerciale et à l'affichage public.

Le présent bulletin comprend des renvois au *Règlement sur la langue du commerce et des affaires* (le « **Règlement** »), tel que publié le 26 juin 2024.

COMMUNICATIONS ENTRE LES ENTREPRISES AU QUÉBEC

Les consommateurs et les entreprises qui reçoivent des services ont le droit d'être servis en français. Les relations d'affaires avec les entreprises établies au Québec peuvent se dérouler dans une langue autre que le français, mais une entreprise québécoise peut revendiquer le droit d'être servie en français.

L'objectif de la Charte est d'encourager les entreprises à mener toutes leurs affaires en français au Québec. La loi s'applique à toutes les entreprises, qu'elles soient ou non enregistrées pour faire affaires au Québec.

EMBALLAGE DES PRODUITS – En vigueur depuis le 1^{er} juin 2022

Toutes les inscriptions figurant sur les emballages de produits et les documents d'accompagnement (tels que les contenants, les emballages, les dépliants, les brochures, les manuels d'utilisation, les certificats de garantie et autres documents de ce type) doivent être rédigées en français.

Une version rédigée dans une autre langue peut figurer sur l'emballage du produit ou sur un document d'accompagnement à condition : 1) qu'elle ne soit pas prédominante par rapport à la version française, et 2) qu'elle ne soit pas disponible à des conditions plus favorables que celles de la version française. À titre d'exemple, l'emballage extérieur ne peut être exclusivement dans une langue autre que le français alors que la version française se trouve à l'intérieur de la boîte du produit.

Il existe une exception pour les produits provenant de l'extérieur du Québec sur lesquels des inscriptions permanentes sont gravées dans une langue autre que le français. Toutefois, l'information concernant la sécurité qui apparaît dans une autre langue doit toujours apparaître en français aussi (à titre d'exemple, toute inscription relative à une mise en garde doit figurer en français sur le produit).

Il existe une autre exception pour les produits provenant de l'extérieur du Québec et utilisés à des fins médicales, pharmaceutiques ou scientifiques, une inscription peut apparaître sur le contenant dans une langue autre que le français à condition qu'un emballage ou un document fourni avec le produit affiche l'équivalent de l'inscription en français. Pour bénéficier d'une telle exemption, l'une des conditions suivantes doit être remplie : 1) le produit n'est pas vendu au détail au Québec et qu'aucun produit de remplacement équivalent présenté en français n'est disponible au Québec, ou 2) le produit pèse 100 grammes ou moins, ou son contenant a une capacité de 10 cm³ ou de 10 ml ou moins.

MARQUES DE COMMERCE – 1^{er} juin 2025

À compter du 1^{er} juin 2025, la règle générale prévoit que toutes les marques de commerce utilisées au Québec doivent être affichées en français. Il existe des exceptions pour les marques de commerce reconnues, qui permettent aux marques enregistrées, aux marques de commerce déposées et aux marques de commerce de *common law* reconnues de figurer sur les produits dans une autre langue que le français.

Le Règlement stipule qu'en l'absence d'une version française d'une marque de commerce dans le registre tenu selon la *Loi sur les marques de commerce*, cette marque peut figurer dans une langue autre que le français sur l'emballage d'un produit ou sur l'affichage public.

La Charte, telle que modifiée, prévoit également que les marques de commerce dans une autre langue apparaissant sur l'emballage d'un produit et qui contiennent un terme générique (décrivant la nature du produit) ou un terme descriptif (décrivant les caractéristiques du produit) doivent inclure une version française de ces termes sur l'emballage (par exemple, des termes décrivant l'odeur ou la couleur du produit).

Il existe des exceptions pour l'emballage des produits en ce qui concerne le nom de l'entreprise et le nom du produit tel que commercialisé, ces termes ne sont pas considérés comme étant des termes « descriptifs » ou « génériques » au sens du Règlement et ne doivent pas être traduits en français. Par ailleurs, l'appellation d'origine et le nom distinctif à caractère culturel d'un produit peuvent également figurer dans une langue autre que le français sur l'emballage des produits, sans nécessiter de traduction.

Le Règlement prévoit également que tout produit fabriqué avant le 1^{er} juin 2025 peut être offert au public jusqu'au 1^{er} juin 2027 à condition qu'il n'y ait pas de version française enregistrée de la marque de commerce au 1^{er} juin 2025. Les produits fabriqués à partir du 1^{er} juin 2025 devront être conformes.

LANGUE DE COMMERCE ET PUBLICITÉ COMMERCIALE – En vigueur depuis le 1^{er} juin 2022

Les sites internet sont inclus dans le champ d'application de la publicité commerciale. Tous les documents commerciaux et promotionnels doivent être rédigés en français (ceux-ci incluent les factures, bons de commande, reçus, catalogues, brochures, dépliants, et autres documents de même nature).

Ces documents peuvent être offerts dans une langue autre que le français à condition qu'une version française: (1) soit disponible à des conditions au moins aussi favorables (par exemple, la version française ne peut être disponible uniquement en ligne si la version dans une autre langue est disponible sous forme imprimée), et (2) peut être rédigée sur des versions distinctes du document aux mêmes conditions d'accessibilité et de qualité.

Le Règlement prévoit une exception pour les combinaisons artificielles de lettres, de syllabes, de cigles ou de chiffres apparaissant sur une publicité commerciale et sur l'affichage public. Si ces mots inventés ne figurent pas dans le dictionnaire, ils peuvent être utilisés et ne doivent pas être traduits en français.

Par conséquent, tous les documents destinés au public rédigés en français doivent minimalement être disponibles à des conditions équivalentes aux documents dans une autre langue.

ENSEIGNES PUBLIQUES – 1^{er} juin 2025

L'affichage public, incluant les enseignes et la publicité commerciale, doit se faire en français. La Charte et le Règlement introduisent une nouvelle exigence pour les enseignes visibles de l'extérieur d'un espace (par exemple, une enseigne placée à l'intérieur d'un magasin qui est visible de l'extérieur de la vitrine).

Afin d'assurer la nette prédominance du français sur l'affichage, le Règlement précise que, par rapport au texte non français, le texte en français doit avoir un impact visuel beaucoup plus important pour un même champ visuel (c'est-à-dire la vue d'ensemble de toutes les composantes de l'affichage qui sont visibles et lisibles sans qu'il soit nécessaire de se déplacer). Cela signifie que : (i) l'espace consacré au texte français doit être au moins deux fois plus grand que celui consacré à une autre langue, et (ii) la lisibilité et la visibilité permanente doivent être équivalentes dans les deux langues (ce qui rend les deux langues faciles à lire en même temps et ne présentant pas de caractère précaire).

Le Règlement prévoit que lorsqu'une marque de commerce ou un nom d'entreprise est affichée sur un panneau public dans une autre langue, pour assurer une nette prédominance du français, ce texte devra être accompagné d'un terme français (tel qu'un terme générique ou descriptif ou un slogan en français).

Il existe une exception pour l'affichage public apparaissant sur un véhicule qui est régulièrement utilisé pour le transport de passagers ou de marchandises à l'intérieur et à l'extérieur du Québec; dans ce cas, le français doit y figurer de façon au moins aussi évidente que le texte dans une autre langue.

APPLICATION

Toute personne qui constate un manquement à la Charte peut déposer une **plainte** auprès de l'Office québécois de la langue française (« **OQLF** »). Une nouvelle caractéristique de l'OQLF permet, à toute personne constatant une non-conformité, le dépôt de plaintes anonyme sur leur site Internet. Par conséquent, les violations de la Charte sont examinées par l'OQLF en fonction des plaintes déposées.

Lorsqu'une plainte est émise, l'OQLF notifie par **avis** écrit personne visée indiquant les dispositions de la Charte qui ont été violées et permettant à cette personne de présenter ses observations dans un délai

d'au moins 15 jours. Si le problème ne peut être résolu, l'OQLF a le pouvoir de demander des mesures correctives supplémentaires.

L'OQLF peut ensuite émettre une **ordonnance** à l'encontre de la personne qu'elle considère comme étant responsable (par exemple, à l'encontre des entreprises qui ne respectent pas les exigences en matière d'emballage des produits), lui demandant de se conformer à la loi ou de cesser d'y contrevenir dans un délai déterminé. Lorsqu'une telle ordonnance est émise, la personne en infraction est invitée à soumettre à l'OQLF, dans un délai déterminé, un sommaire des mesures prises pour se conformer à l'ordonnance. En vertu des nouveaux pouvoirs de l'OQLF, une entreprise offrant des biens ou des services au Québec est à risque de recevoir de telles ordonnances, même si celle-ci n'a pas d'établissement au Québec. Ces ordonnances peuvent être contestées devant le Tribunal administratif du Québec dans les 30 jours suivant leur notification.

Si l'infraction persiste, l'OQLF peut demander l'imposition d'une **amende** auprès de l'entité en violation (entre 3 000 \$ et 30 000 \$ pour une personne morale). Si l'infraction est commise par un administrateur ou un dirigeant d'une personne morale, ceux-ci s'exposent à une amende, dont le montant de l'amende est le double de ceux prévus pour une personne physique ayant commis une telle infraction (entre 700 \$ et 7 000 \$). Ces personnes sont présumées avoir commis eux-mêmes l'infraction, à moins qu'il ne soit établi qu'ils ont fait preuve de diligence raisonnable en prenant toutes les précautions nécessaires pour prévenir la perpétration de l'infraction par la personne morale. Des dispositions similaires sont prévues pour les agents, les mandataires ou les employés des sociétés de personnes et associations. Il existe d'autres amendes concernant les fonctionnaires et les représailles contre les dénonciateurs qui ne sont pas abordés dans le présent bulletin.

L'OQLF se réserve le droit de demander une **injonction** à la Cour supérieure afin d'ordonner la cessation des agissements du contrevenant. De plus, la Charte prévoit des sanctions pour la violation du droit : (i) d'une entreprise d'exercer ses activités en français au Québec, et (ii) des consommateurs d'être informés et servis en français (sauf par une entreprise de moins de cinq employés). De ce fait, les personnes physiques victimes de violation ont également le droit d'exiger la cessation de celle-ci, ce qui implique qu'une injonction peut être demandée par une telle personne, ainsi ouvrant la possibilité d'entreprendre des recours collectifs contre les entités qui ne respectent pas la Charte.

CONCLUSION

La Charte s'applique à toutes les entreprises qui font affaires et offrent des biens et des services au Québec. Si l'entreprise est enregistrée pour faire affaires au Québec, qu'elle ait ou non un établissement physique dans la province, nous sommes d'avis qu'elle doit se conformer à la Charte. Pour les entreprises qui exercent leurs activités au Québec, mais qui ne sont pas enregistrées en tant qu'entreprise au Québec, l'application de la Charte par l'OQLF demeure incertaine. Par le passé, l'OQLF n'a pas appliqué la Charte de manière extraterritoriale.

Nous continuerons à suivre l'évolution de la situation en ce qui concerne la Charte et le Règlement et fournirons des mises à jour dès qu'elles seront disponibles. Nos professionnels se feront un plaisir de vous accompagner et de vous guider dans ce nouveau cadre réglementaire.

* *L'utilisation du masculin a été adoptée afin d'alléger le texte, sans discrimination de genre.*

* *Le contenu du présent document ne donne qu'un aperçu du sujet traité et ne doit pas être considéré comme un avis juridique. Le lecteur ne doit pas se fonder uniquement sur ce document pour prendre une décision, mais doit consulter ses propres conseillers juridiques.*