

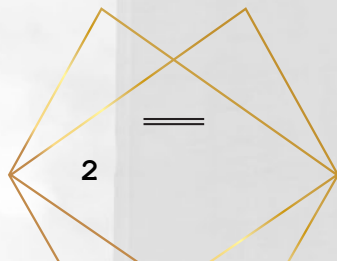


**LA CHARTE DE LA LANGUE FRANÇAISE & L’AFFICHAGE DES
MARQUES DE COMMERCE**

JULIE LAROUCHE - 18 SEPTEMBRE 2014- RPM

«Le langage constitue le pont entre l'isolement et la collectivité, qui permet aux êtres humains de déterminer les droits et obligations qu'ils ont les uns envers les autres, et ainsi, de vivre en société.»

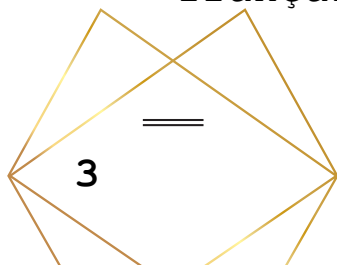
Renvoi relatif aux droits linguistiques au Manitoba, [1985] R.C.S. 721



2

ORDRE DU JOUR

- L'application de la Charte de la langue française
- L'affaire Best Buy, une conséquence de la campagne de sensibilisation de l'OQLF sur l'affichage
- Les articles pertinents concernant l'affichage des marques de commerce et noms d'entreprise
- Les sanctions relatives à l'affichage
- Les conclusions de la décision Best Buy
- Les motifs d'appel du Procureur général
- La position de l'Office québécois de la langue française suite à la décision



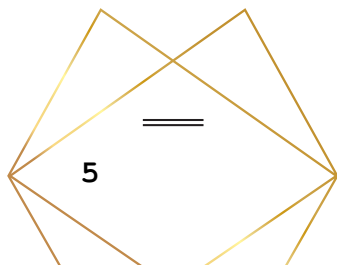


L'APPLICATION DE LA CHARTE DE LA LANGUE FRANÇAISE

La *Charte de la langue française* (« Charte ») est une loi d'application générale valide.

Une loi d'application générale valide est: une loi qui ne vise pas spécifiquement les entreprises fédérales et traite indistinctement de toutes les entreprises faisant affaires au Québec.

Peu importe la provenance d'une entreprise, si cette entreprise exerce des activités sur le territoire du Québec qui sont visées par la Charte; la Charte s'applique.



L'AFFAIRE BEST BUY, UNE CONSÉQUENCE DE LA CAMPAGNE DE SENSIBILISATION

*Magasins Best Buy ltée c.
Québec (Procureur général),
2014 QCCS 1427*

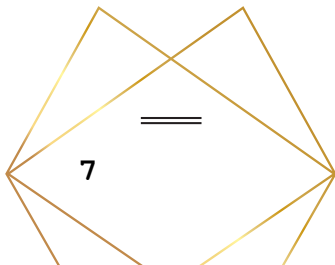
LA CAMPAGNE DE SENSIBILISATION

L'OQLF annonce officiellement fin 2011 qu'il considère que l'affichage public d'une marque de commerce dans une autre langue que le français (entre autres, sur les devantures de commerce) constitue en fait l'affichage d'un nom d'entreprise et que sans l'ajout d'un générique en français, l'affichage serait en contravention avec les articles 58, 63, 68 et 205 de la Charte sur la langue française.

CHANGEMENT DE CAP

Cette position a créé une onde de choc car durant près de 20 ans, l'affichage des marques de commerce dans une langue autre que le français et ce, sans générique français est non seulement toléré mais considéré par l'OQLF comme étant conforme à la Charte de la langue française.

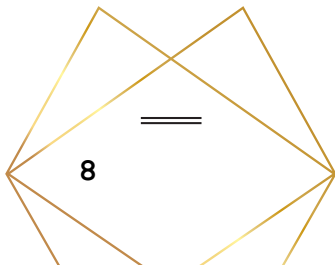
RÉACTION...voir prochaine diapo...



LA QUESTION EN LITIGE

[9] Les demanderessees souhaitent faire trancher la question suivante :

une marque de commerce de langue anglaise, sans version française déposée, qu'on utilise dans l'affichage public et la publicité commerciale, doit-elle être accompagnée d'un terme descriptif de caractère générique (un générique) en français pour respecter la *Charte de la langue française* et le *Règlement sur la langue du commerce et des affaires*?

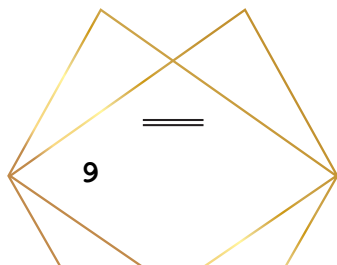


REQUÊTE INTRODUCTIVE D' INSTANCE POUR OBTENTION D' UN JUGEMENT DÉCLARATOIRE

Les trois demandes des requérants

#1

déclarer que, conformément au [paragraphe 4](#) de [article 25](#) du [Règlement sur la langue du commerce et des affaires, RRQ, c C-11, r 9](#), l'affichage d'une marque de commerce uniquement dans une autre langue que le français est autorisé dans l'affichage et dans la publicité commerciale et, en particulier, sur des enseignes de devanture de magasin lorsqu'il n'existe aucune version française déposée de la marque de commerce.

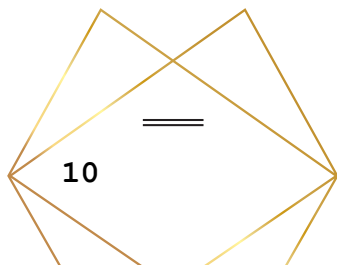


REQUÊTE POUR OBTENTION D'UN JUGEMENT DÉCLARATOIRE

(suite des demandes)

#2

déclarer que l'affichage, par les demanderesses, de leurs marques de commerce uniquement dans une autre langue que le français dans l'affichage et dans la publicité commerciale, lorsqu'il n'existe aucune version française déposée de la marque de commerce, ne contrevient pas à la [Charte de la langue française](#) ni au [Règlement sur la langue du commerce et des affaires, RRO, c C-11, r 9.](#)

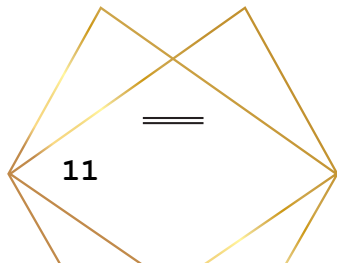


REQUÊTE POUR OBTENTION D'UN JUGEMENT DÉCLARATOIRE

(suite des demandes)

#3

déclarer que l'Office québécois de la langue française ne peut suspendre, révoquer ou refuser de renouveler les certificats de francisation des demandresses, ni tenter d'imposer toute autre sanction, sur le seul fondement que les demandresses utilisent des marques de commerce, au sens de la [Loi sur les marques de commerce](#), dans leur affichage et leur publicité commerciale uniquement dans une autre langue que le français lorsqu'il n'existe aucune version française déposée de la marque de commerce.



Loi sur la publicité légale des entreprises

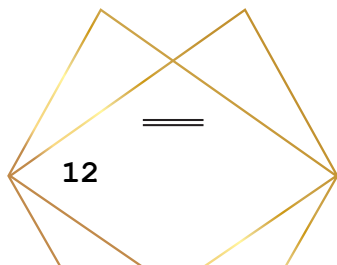
21. Est soumise à l'obligation d'immatriculation:

1° la personne physique qui exploite une entreprise individuelle au Québec, qu'elle soit ou non à caractère commercial, sous un nom ne comprenant pas son nom de famille et son prénom;

2° la société en nom collectif ou la société en commandite, qui est constituée au Québec;

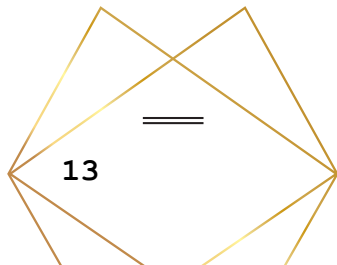
3° la société de personnes qui n'est pas constituée au Québec, si elle y exerce une activité, incluant l'exploitation d'une entreprise, OU y possède un droit réel immobilier autre qu'une priorité ou une hypothèque;


[...]



Loi sur la publicité légale des entreprises

25. Pour l'application de l'article 21, la personne, la fiducie ou la société de personnes qui possède une adresse au Québec **ou** qui, par elle-même ou par l'entremise de son représentant agissant en vertu d'un mandat général, possède un établissement ou une case postale au Québec, y dispose d'une ligne téléphonique ou y accomplit un acte dans le but d'en tirer un profit, est présumée exercer une activité ou exploiter une entreprise au Québec.





LES ARTICLES PERTINENTS CONCERNANT
L’AFFICHAGE DES MARQUES DE COMMERCE
ET NOMS D’ENTREPRISE

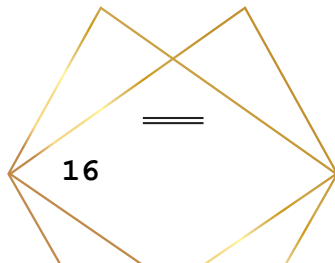
Les noms d'entreprise

15

==

**NOMS D'ENTREPRISE - CHARTE DE LA LANGUE FRANÇAISE
OBLIGATION NOM EN FRANÇAIS**

<p>Article 63 Le nom d'une entreprise doit être en langue française.</p>	<p>Nom sous lequel une entreprise exerce des activités au Québec</p>
<p>Article 64 Un nom en langue française est nécessaire à l'obtention de la personnalité juridique.</p>	<p>Incorporation des entreprises</p> <p>Article 16 de Loi sur les sociétés par actions du Québec</p> <p>Le nom d'une société ne doit pas: - 1° contrevenir aux dispositions de la Charte de la langue française (chapitre C-11); [...]</p>
<p>Article 66 Les articles 63, 64 et 65 s'appliquent également aux noms déclarés au registre visé au chapitre II de la Loi sur la publicité légale des entreprises (chapitre P-44.1).</p>	<p>Article 17 de la Lple</p> <p>L'assujetti ne peut déclarer ni utiliser au Québec un nom: - 1° qui n'est pas conforme aux dispositions de la Charte de la langue française (chapitre C-11); [...]</p> <p>Article 33 de la Lple</p> <p>À moins d'une dispense établie par règlement du ministre, la déclaration d'immatriculation de l'assujetti contient:</p> <p><u>1° son nom et, s'il a déjà été immatriculé, son numéro d'entreprise du Québec;</u></p> <p><u>2° tout autre nom qu'il utilise au Québec et sous lequel il s'identifie dans l'exercice de son activité, incluant l'exploitation de son entreprise, ou aux fins de la possession d'un droit réel immobilier autre qu'une priorité ou une hypothèque, s'il y a lieu;</u></p> <p>[...]</p>



COMPOSITION DES NOMS D'ENTREPRISE - CHARTE DE LA LANGUE FRANÇAISE

Article 67

Peuvent figurer, comme « spécifiques », dans le nom d'une entreprise, conformément aux autres lois ou aux règlements du gouvernement, les patronymes et les toponymes, les expressions formées de la combinaison artificielle de lettres, de syllabes ou de chiffres ou les expressions tirées d'autres langues.

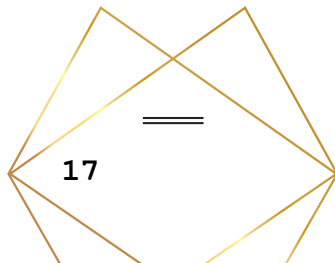
SPÉCIFIQUE (Élément distinctif)

- patronymes et toponymes
- expressions formées de la combinaison artificielle de lettres ou de syllabes ou de chiffres
- les **expressions tirées d'autres langues** (lire avec article 27 du Règlement reproduit ci-dessous)

Article 27 du Règlement sur la langue du commerce et des affaires

Peut figurer comme « spécifique » dans un nom, une « expression tirée d'une autre langue que le français », à la condition qu'elle soit accompagnée d'un générique en langue française

COMPOSITION= GÉNÉRIQUE + SPÉCIFIQUE



COMPOSITION DES NOMS D'ENTREPRISE

NOMS BILINGUES

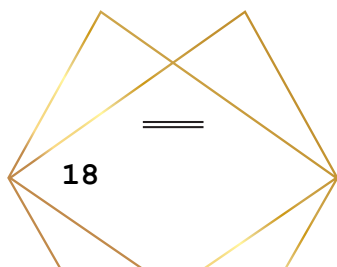
Article 68

Le nom de l'entreprise peut être assorti d'une version dans une autre langue que le français pourvu que, dans son utilisation, le nom de langue française figure de façon au moins aussi évidente.

Toutefois, dans l'affichage public et la publicité commerciale, l'utilisation d'un nom dans une autre langue que le français est permise dans la mesure où cette autre langue peut, en application de l'article 58 et des règlements édictés en vertu de cet article, être utilisée dans cet affichage ou cette publicité.

En outre, dans les textes ou documents rédigés uniquement dans une autre langue que le français, un nom peut apparaître uniquement dans l'autre langue.

Noms bilingues sont acceptés si les deux versions sont traitées également SAUF dans le cadre de l'affichage, il faut s'en remettre à l'article 58 de la Charte de la langue française sur l'affichage public et la publicité commerciale et les dispositions relatives dans le Règlement sur la langue du commerce et des affaires s'appliquent.



Les marques de commerce

MARQUES DE COMMERCE - CHARTE DE LA LANGUE FRANÇAISE
AFFICHAGE

Article 58

58. L'affichage public et la publicité commerciale doivent se faire en français.

Ils peuvent également être faits à la fois en français et dans une autre langue **pourvu que le français y figure de façon nettement prédominante.**

Toutefois, le gouvernement peut déterminer, par règlement, les lieux, les cas, les conditions ou les circonstances où l'affichage public et la publicité commerciale doivent se faire uniquement en français ou peuvent se faire sans prédominance du français ou uniquement dans une autre langue.

« façon nettement prédominante » est définie dans le **Règlement précisant la portée de l'expression « de façon nettement prédominante » pour l'application de la Charte de la langue française.**

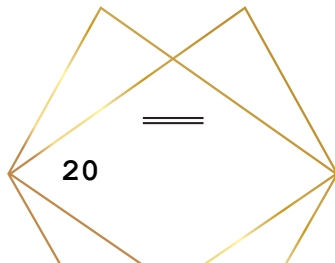
Exceptions : article 25 du **Règlement sur la langue du commerce et des affaires**

Dans **l'affichage public et la publicité commerciale**, peuvent être rédigés uniquement dans une autre langue que le français:

- 1° le nom d'une entreprise établie exclusivement hors du Québec;
- 2° une appellation d'origine, la dénomination d'un produit exotique ou d'une spécialité étrangère, une devise héraldique ou toute autre devise non commerciale;
- 3° un toponyme désignant un lieu situé hors du Québec ou un toponyme dans cette autre langue officialisé par la Commission de toponymie du Québec, un patronyme, un prénom ou un nom de personnage, de même qu'un nom distinctif à caractère culturel;
- 4° une marque de commerce **reconnue** au sens de la *Loi sur les marques de commerce (L.R.C. 1985, c.T-13)*, sauf si une version française en a été déposée.

Position de l'OQLF :

« **Reconnue** » est une marque enregistrée auprès de l'Office de la propriété intellectuelle du Canada.





Article 58 de la Charte de la langue française

L'affichage public

vs

La publicité commerciale



LES SANCTIONS — AFFICHAGE

SANCTIONS

1. Sanctions pénales

Article 205 de la Charte: 1,500 à 20,000\$ pour une personne morale et amende peut être doublée en cas de récidive

2. Sanctions administratives

Article 147 de la Charte:

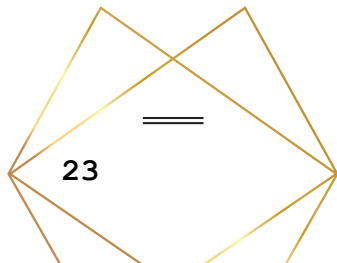
- refuser, suspendre ou annuler une attestation d'application d'un programme de francisation ou un certificat de francisation

Article 22 de la *Politique gouvernementale relative à l'emploi et à la qualité de la langue française dans l'Administration*

-ni contrat, ni subvention, ni avantage à une entreprise assujettie aux articles 135 à 154 de la Charte (programmes de francisation)

3. Mauvaise presse

Nom sur la Liste des entreprises non conformes au processus de francisation publiée sur le site Web de l'OQLF

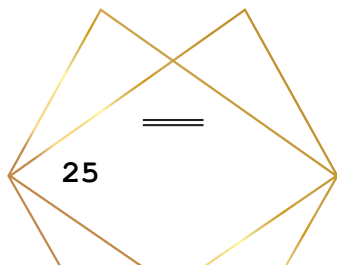




Les conclusions de la
décision Best Buy

LA DÉCISION

La Cour supérieure a donné raison aux grands détaillants en leur permettant de continuer à utiliser une marque de commerce exclusivement en anglais sur leur devanture de magasin (et dans l'affichage public et dans la publicité commerciale), contrairement aux démarches de l'OQLF.

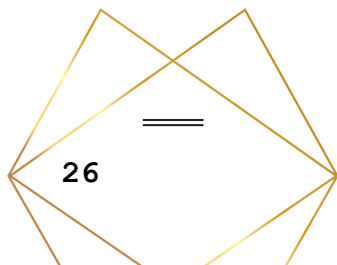


QUELQUES PASSAGES DE LA DÉCISION

La requête en jugement déclaratoire ne peut servir à passer par la Cour supérieure lors de la réception d'un constat d'infraction qui doit se régler à la Cour du Québec, mais elle peut cependant être employée lorsqu'une nouvelle politique est ambiguë:

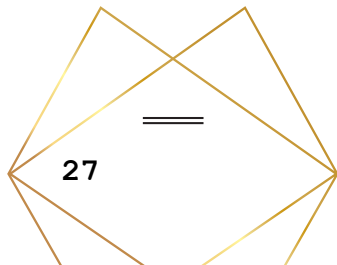
[50] [...] ce que les demanderesses cherchent ici à faire déterminer par la Cour supérieure n'est pas leur non-culpabilité mais plutôt trois questions qui relèvent de l'interprétation de la *Charte* et du *Règlement*.

[65] Ici, les demanderesses, faisant preuve de prudence, s'adressent à la Cour supérieure avec diligence pour faire déterminer l'obligation qui leur échoit en vertu de la *Charte* et du *Règlement*. Elles le font dans les mois qui suivent le moment où se cristallise l'orientation de l'Office, après avoir tenté des démarches auprès de celui-ci pour l'infléchir, sans succès. Comme les procédures pénales n'étaient pas encore initiées au moment où elles font signifier leur requête, on ne peut donc parler d'une stratégie pour court-circuiter la Cour du Québec.



QUELQUES PASSAGES DE LA DÉCISION

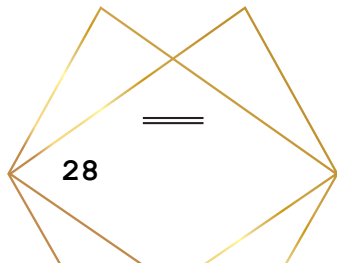
[184] En somme, devant un texte aussi spécifique, qui crée une niche distincte pour les marques de commerce, on ne peut, par interprétation, faire d'une marque de commerce affichée publiquement le synonyme d'un nom commercial ou d'un nom d'entreprise dans le but d'imposer la présence d'un descriptif générique en français en vertu du paragraphe 27 du Règlement.



QUELQUES PASSAGES DE LA DÉCISION

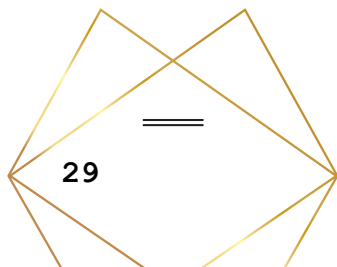
Le juge Yergeau renvoie donc la balle dans le camp du législateur :

[259] Malgré les difficultés inhérentes au droit des marques de commerce, un domaine de juridiction fédérale encadré par des conventions internationales auxquelles le Canada souscrit, ***c'est au législateur québécois qu'il appartient de montrer la voie s'il estime que le visage linguistique français du Québec souffre d'une vague, voire d'une déferlante, des marques de commerce de langue anglaise dans l'affichage public et d'imposer, par la voie législative au besoin, les solutions qu'il juge adéquates.*** Ce choix relève de la fonction politique et non du pouvoir judiciaire.[nos emphases]



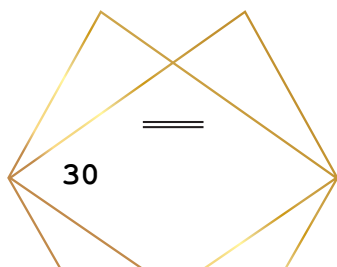
POINTS INTÉRESSANTS POUR LES PRATICIENS EN MARQUE DE COMMERCE

- ❖ est-ce que les marques dites de *common law* sont également incluses dans l'exception relative aux marques de commerce du Règlement?
- ❖ Pour certains et d'un point de vue marketing, ajouter un terme générique en français ne poserait aucun problème » pour d'autres, l'ajout d'un terme générique pourrait amener l'obligation de produire de nouvelles demandes d'enregistrement...



La décision a été portée en appel...

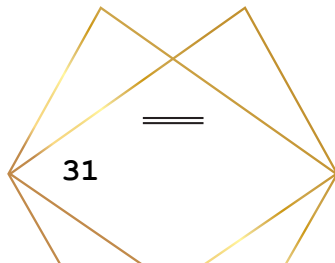
Décision sera probablement pas
rendue avant la fin 2015 ou début
2016



MOTIFS D'APPEL

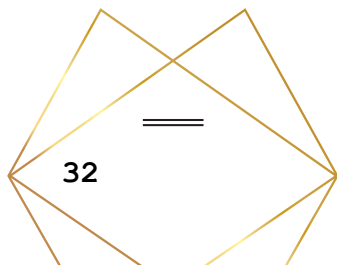
1^{re} erreur : Dans son jugement, en particulier aux paragraphes 104, 194 et 248, le premier juge a erré en interprétant les articles 63 et 64 de la Charte ainsi que l'article 27 du Règlement de façon à donner aux termes « nom » et « nom d'une entreprise » le sens restrictif de nom constitutif, c'est-à-dire du nom qui est donné à une personne morale au moment de sa constitution, tel que le prévoit l'article 305 C.c.Q.

2^e erreur : Le premier juge a erré en concluant qu'une marque de commerce ne pourrait être utilisée par une personne morale dans son affichage commercial public comme « nom » pour identifier son entreprise, mais uniquement pour identifier ses services.



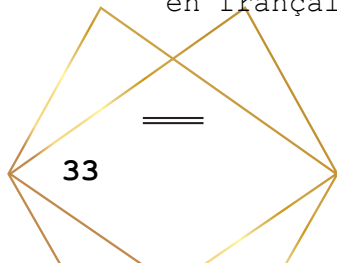
(suite motifs d'appel)

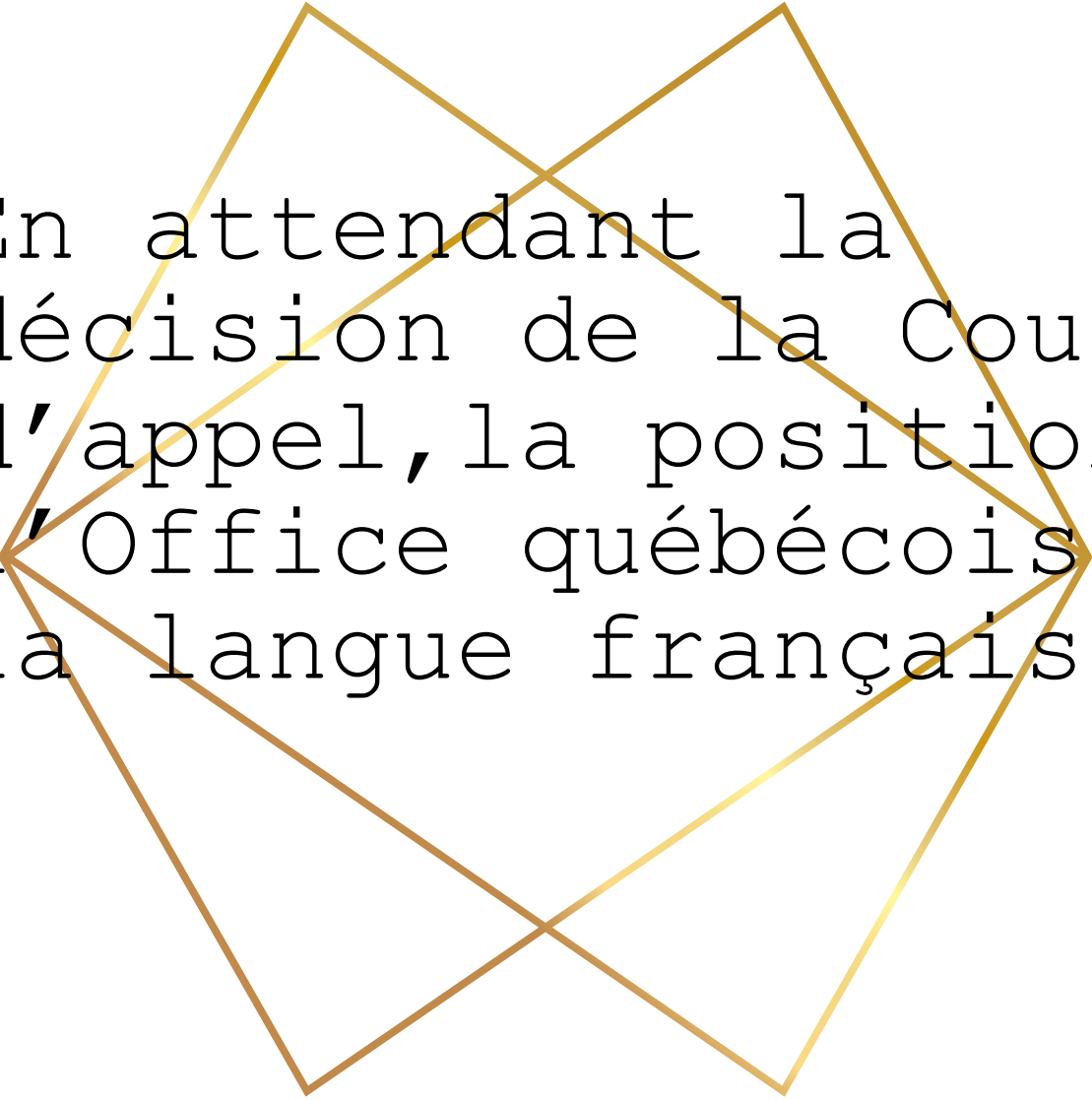
3^e erreur : Le premier juge a erré en concluant qu'il suffisait d'appliquer le 4^e paragraphe de l'article 25 du Règlement pour régler le litige et en interprétant restrictivement l'article 27 de ce même Règlement de façon à en exclure l'application à l'affichage public d'un nom d'entreprise (paragr. 195 à 210 du jugement).




LES MOTIFS D'APPEL

- ❖ Le juge a erré dans son jugement en assimilant « nom » et « nom d'une entreprise » dans la Charte et le Règlement à la notion de « raison sociale » ou « nom constitutif ». On soutient que cette interprétation est trop restrictive et que « nom » doit être interprété largement comme étant n'importe quel nom sous lequel une entreprise exerce ses activités ou s'identifie.
- ❖ Le juge a erré en n'arrivant pas à la conclusion que les marques de commerce affichées par les détaillants sur les enseignes et affiches à l'extérieur de leurs locaux sont en fait utilisées pour distinguer l'entreprise (par opposition aux services) des autres. L'OQLF suggère même que, dans ce contexte, la marque de commerce affichée par le détaillant est un « *nom de marque de commerce* ».
- ❖ Le juge a erré en ne concluant pas que l'exception pour les marques de commerce (qui prévoirait seulement que les marques de commerce reconnues n'ont pas à être traduites en français) et l'importance de protéger l'intégrité des marques de commerce ne sont pas incompatibles avec les dispositions de la Charte visant les noms d'entreprise et les noms commerciaux qui requièrent l'ajout d'un générique en français.





En attendant la
décision de la Cour
d'appel, la position de
l'Office québécois de
la langue française...



Nous verrons bien
si la décision
rendue en appel
créera un pont ou
un fossé entre les
entreprises et
l'OQLF...



MERCI