

## La francisation de l'affichage public des marques de commerce : une obligation ?

Au début de l'automne 2011, l'Office québécois de la langue française (« OQLF »), qui a pour mission de faire respecter la Charte de la langue française (« Charte »), a lancé une campagne de francisation afin d'amener les commerçants à respecter davantage la Charte dans leur affichage public.

La campagne vise spécifiquement les entreprises qui s'affichent sous une marque de commerce dans une autre langue que le français dans leur affichage public. Cette vague de francisation découle de la présence dans le paysage commercial québécois de multinationales étrangères et de l'augmentation des plaintes des consommateurs reçues par l'OQLF concernant l'affichage. Plusieurs d'entre vous ont possiblement reçu la visite d'un agent de l'OQLF ou une lettre vous intimant d'ajouter un générique français à votre marque de commerce enregistrée et affichée comme nom commercial afin de vous conformer aux dispositions de la Charte.

L'objectif de cet article n'est pas de débattre du bien-fondé de l'interprétation de la Charte par l'OQLF, mais de vous informer de cette nouvelle campagne et de vos obligations à cet égard.

L'OQLF exige maintenant qu'il y ait au moins un générique français dans l'affichage public lorsque la marque de commerce enregistrée est dans une autre langue que le français. Par affichage public, on entend tout message (incluant le nom) affiché sur une enseigne, un écriteau, une affiche, une vitrine (même temporaire), s'adressant au public, qu'il soit placé à l'intérieur ou à l'extérieur d'un établissement. L'OQLF met ainsi en application l'article 58 de la Charte à l'effet que l'affichage public et la publicité commerciale doivent se faire en français. L'affichage public et la publicité commerciale peuvent également être faits à la fois en français et dans une autre langue, pourvu que le français y



Stéphanie Thurber pratique en droit de la propriété intellectuelle et fournit des conseils stratégiques en matière de droit d'auteur, des marques de commerce, des secrets commerciaux, des dessins industriels et des noms de domaine. Mme Thurber négocie et rédige diverses conventions pour ses clients, notamment des conventions de licences, d'entiercement, d'édition, de confidentialité, de distribution, de partenariat pour la recherche, le développement et l'exploitation, de sous-traitance et d'hébergement de sites Web.

figure de façon nettement prédominante. Dans le même esprit, l'article 63 de la Charte prévoit que le nom d'une entreprise doit être en langue française.

Le *Règlement sur la langue du commerce et des affaires* (« Règlement ») énonce à l'article 25(4) qu'une marque de commerce reconnue au sens de la *Loi sur les marques de commerce* (Canada) peut, dans son affichage public et la publicité commerciale, être rédigée uniquement dans une autre langue que le français, sauf si une version française en a été déposée. Cet article avait pour objectif d'encourager les entreprises internationales à venir s'installer au Québec. L'article précité constitue donc une exception aux dispositions exigeant que la marque soit affichée en langue française puisqu'elle peut être rédigée uniquement dans une autre langue que le français. Depuis 2008, l'OQLF interprète restrictivement cet article en ne reconnaissant l'application de cette exception qu'aux marques dûment enregistrées au Canada. Ainsi, bien que l'OQLF ne puisse obliger les entreprises à traduire leur marque de commerce enregistrée, elle a, par le biais de la Charte, le pouvoir d'exiger l'ajout d'un générique français dans l'affichage public des commerçants. Ainsi, l'OQLF considère la marque de commerce dans un

nom commercial affichée comme étant la partie spécifique (distinctive) laquelle, en vertu de l'article 27 du Règlement, doit être accompagnée d'un générique en langue française.

À la réception d'une plainte, un enquêteur de l'OQLF examinera l'objet de la plainte et s'il conclut qu'il y a eu violation de la Charte ou de ses règlements d'application, il fera parvenir à l'entreprise concernée une lettre l'informant de son obligation de se conformer à la Charte. Une lettre de mise en demeure suivra celle-ci, si la situation n'a pas été remédiée. La Charte prévoit des dispositions pénales et autres sanctions auxquelles s'expose quiconque contrevient à une disposition de la Charte ou de ses règlements d'application. Ainsi, l'entreprise qui ne respecte pas la Charte s'expose à des sanctions allant d'une amende d'au moins 1 500 \$ et d'au plus 20 000 \$. En cas de récidive, les amendes applicables seront portées au double.

L'OQLF va jusqu'à publier sur son site Internet une liste des entreprises non conformes au processus de francisation. Les commerçants sont donc encouragés à se conformer aux exigences de la Charte. Par ailleurs, l'OQLF offre un programme de soutien aux entreprises devant modifier leur affichage pour se soumettre aux dispositions de la Charte. Ce programme vise à appuyer les entreprises qui comptent entre 5 et 99 employés dans leur démarche de francisation. Ce soutien financier est octroyé aux entreprises qui présentent une demande dans le cadre du programme en utilisant le formulaire prévu à cette fin et qui signent une entente de francisation avec L'OQLF. La contribution financière de l'Office peut couvrir un maximum de

75 % des dépenses admissibles, et ce, jusqu'à concurrence de 50 000 \$ par entreprise. Les dépenses admissibles (avant taxes) sont essentiellement les suivantes : les frais de conception, de fabrication et d'installation pour corriger de façon permanente l'affichage public du nom ou de tout message commercial sur une enseigne publique, sur un véhicule commercial ou dans une vitrine, les frais de traduction des brochures et dépliants destinés à la clientèle et visant la promotion des produits ou services qu'elles vendent au Québec. Les cahiers publicitaires périodiques sont exclus. Le projet de francisation doit être réalisé au plus tard 12 mois après la date d'approbation du projet par l'OQLF.

Toute entreprise faisant affaires au Québec ou considérant le faire éventuellement devrait étudier attentivement la Charte et ses règlements d'application. Ceux-ci établissent les exigences linguistiques requises pour faire affaires au Québec et ces exigences ne sont pas négligeables. Ils ont une implication importante dans la langue du travail, du commerce et des affaires ainsi que dans les publications et l'affichage public, incluant la présentation uniforme d'une marque de commerce de l'entreprise et les sites Internet. En conclusion, un commerçant désirant la faveur des consommateurs du Québec aura tout avantage à se conformer aux dispositions de la Charte.

Me Stéphanie Thurber 514 878-3247  
[sthurber@degrandpre.com](mailto:sthurber@degrandpre.com)

Ce bulletin est destiné à fournir des commentaires généraux sur les développements récents du droit. Il ne constitue pas un avis juridique et aucun geste de nature juridique ne devrait être posé sur la base des renseignements qu'il contient.