



L'ASSOCIATION DU
BARREAU CANADIEN
Division du Québec

THE CANADIAN
BAR ASSOCIATION
Québec Branch

Montréal, le 20 février 2024

Par messenger

Monsieur Jean-François Roberge
Ministre de la Langue française
800, rue D'Youville, 13^e étage
Québec (Québec) G1R 3P4

Objet : *Projet de Règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires*

Monsieur le ministre,

L'Association du Barreau canadien (**ABC-Québec**) vous transmet par la présente ses commentaires concernant le projet de *Règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires (Projet de règlement)*, publié à la Gazette officielle du Québec le 10 janvier 2024¹.

D'entrée de jeu, l'ABC-Québec salue toute initiative visant à protéger et à valoriser la langue française au Québec. En ce sens, elle appuie de façon générale l'initiative qui sous-tend le Projet de règlement. Elle souhaite toutefois formuler quelques observations à l'égard de certaines dispositions du Projet de règlement en raison de leurs incidences sur les marques de commerce au Québec.

Nos observations portent sur cinq grands thèmes, à savoir : (I) la langue des marques de commerce en vertu des articles 51.1 et 58.1 de la *Charte de la langue française*² (**Charte**); (II) la portée de l'article 51.1 de la Charte et la signification de « générique » et « descriptif du produit »; (III) l'équivalence et l'accessibilité du français en vertu de l'article 27.2 du Projet de règlement; (IV) la nette prédominance du français en vertu de l'article 27.9 du Projet de règlement; et (V) les marques officielles.

I. LA LANGUE DES MARQUES DE COMMERCE EN VERTU DES ARTICLES 51.1 ET 58.1 DE LA CHARTE

Le nouvel article 27.4 proposé par l'article 9 du Projet de règlement a pour objet de clarifier l'expression « marque déposée » qui apparaîtra à compter du 1^{er} juin 2025 dans le texte de la

¹ [\(2024\) GOQ II 217](#).

² L.R.Q., c. C-11.

Charte. Il apporte la précision qu'une « marque déposée » comprend non seulement une marque ayant fait l'objet de l'émission d'un certificat d'enregistrement par l'Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC), mais également une marque de commerce « en cours d'enregistrement », donc qui a fait l'objet d'une demande produite auprès du Registraire des marques de commerce par l'entremise de l'OPIC.

Il est étonnant que ce nouvel article 27.4 précise que cette nouvelle définition ne s'applique qu'à l'article 51.1 de la Charte qui vise les inscriptions sur un produit, son contenant ou son emballage, et sur un document ou un objet accompagnant ce produit. Le nouvel article 58.1 de la Charte utilise également l'expression « marque déposée » dans son libellé en permettant son utilisation dans une langue autre que le français. Cet article est une dérogation à l'obligation de traduction en français en matière d'affichage public et de publicité commerciale prévue à l'article 58 de la Charte.

Aucune explication n'est donnée afin de justifier ce choix dans votre mémoire au Conseil des ministres en date du 7 décembre 2023. L'analyse d'impact réglementaire visant le Projet de règlement ne souligne aucunement cette distinction, pourtant très importante, comme on le verra plus loin, qui est proposée d'être faite entre les règles visant les produits et ceux visant l'affichage public et la publicité commerciale. Il semble donc peu probable que l'impact économique de cette distinction ait été considéré dans le cadre de la mesure de l'impact potentiel du Projet de règlement.

L'enregistrement d'une marque de commerce est un processus qui est particulièrement long depuis plusieurs années. L'OPIC publie d'ailleurs des données concernant le traitement des demandes d'enregistrement de marque de commerce qui sont éloquentes. Au moment de la rédaction de ces représentations écrites, l'OPIC assigne à un examinateur les demandes d'enregistrement de marque qui ne reprennent pas à l'identique les libellés préapprouvés de produits et services proposés par l'OPIC (ce qui constitue une forte proportion de demandes) qui ont été produites le 11 juin 2019. Une fois la demande assignée à un examinateur, on doit compter quelques semaines avant que l'examineur n'étudie la demande et émette soit un rapport détaillant ses objections ou une approbation pour publication. Une fois la demande publiée, il y a deux mois d'attente afin de permettre aux tiers de s'opposer à cette demande. En l'absence d'opposition, il faut encore attendre entre quatre à six semaines avant l'émission du certificat d'enregistrement. Bref, pour cette catégorie importante de demandes d'enregistrement il faut compter au minimum un peu moins de cinq ans entre le moment du dépôt de la demande et la date d'émission du certificat, dans le meilleur des cas. Ceci assume que la demande ne fait pas l'objet d'objections ou d'oppositions. Dans ces cas, l'émission d'un certificat d'enregistrement peut être retardée de plusieurs mois à plusieurs années additionnels.

Si une demande ne comporte que des produits et services préapprouvés par l'OPIC, il faut tout de même compter près de deux ans avant d'obtenir un enregistrement de marque de commerce, dans le meilleur des cas. Il est à noter qu'il est parfois difficile de n'utiliser que des produits et services préapprouvés dans une demande d'enregistrement, particulièrement pour des entreprises œuvrant dans des domaines innovants (une catégorie d'entreprise d'un intérêt économique particulier pour le Québec). Par ailleurs, bien des petites et moyennes entreprises ne sont pas au fait de la possibilité d'accélérer leur demande en n'utilisant que des produits et services préapprouvés. Elles font donc les frais de délais de traitement extrêmement longs.

L'Association du Barreau canadien a été très active auprès de l'OPIC afin de lui faire part des impacts négatifs significatifs du retard de traitement des demandes d'enregistrement. Dès le mois de juin 2022, une lettre a été transmise à l'OPIC afin de demander qu'un régime de traitement accéléré soit mis en place à la lumière des modifications apportées à la Charte visant les marques de commerce adoptées par l'Assemblée nationale. La position exprimée par le chef de la section d'examen de l'OPIC depuis ce temps est qu'aucun traitement accéléré ne sera accordé en se fondant sur la nécessité de se conformer à la Charte. L'OPIC a plutôt indiqué que c'était au gouvernement du Québec de prévoir des assouplissements, afin de tenir compte des retards de traitement des demandes de marques de commerce.

L'Association du Barreau canadien a également transmis en 2023 des représentations écrites à M. Simon Kennedy, sous-ministre fédéral de l'Innovation, des sciences et du développement économique, qui est responsable de l'OPIC, afin de requérir son intervention pour établir des normes de service raisonnables visant l'examen des demandes d'enregistrement de marques de commerce, notamment en raison des enjeux visant la Charte. À la suite de ces efforts, un projet de normes de service visant l'examen des marques de commerce a été publié par l'OPIC à l'automne 2023, lequel prévoit des délais d'émission de rapports d'examen de 28 et 18 mois respectivement, selon que la demande contienne uniquement des libellés préapprouvés de produits et services, ou non. Ces normes n'ont pas encore été adoptées. Il n'est donc pas encore acquis que l'OPIC puisse se conformer aux normes qu'elle a elle-même proposées.

L'OPIC a informé l'Association du Barreau canadien qu'elle a embauché à l'été 2023 plus de 100 nouveaux examinateurs afin de réduire l'accumulation croissante de demandes non encore examinées. Le projet de normes de service a été publié par l'OPIC après avoir eu l'autorisation d'engager ces nouveaux fonctionnaires. Il est donc irréaliste de penser que les délais de traitement s'accéléreront de manière plus significative que ce qui est prévu par ce projet de normes de service.

Beaucoup de temps, d'efforts et d'investissements sont requis afin de développer une nouvelle marque et en faire la promotion. Effectuer un changement de marque de commerce nécessite une démarche équivalente, sans parler des frais associés à un changement de panneaux d'affichage et aux efforts publicitaires qui sont requis.

L'affichage et la publicité commerciale sont tous deux des éléments essentiels à une stratégie de marque visant le grand public, qu'il s'agisse de produits ou de services. On ne peut minimiser cette importance dans le cadre de l'étude du Projet de règlement.

Une marque de produit pourrait très bien faire l'objet de publicité sur des panneaux d'affichage grand format dans un nombre important de contextes publics. Par ailleurs, la notion d'affichage commercial et de publicité commerciale visée par l'article 58 de la Charte ne vise pas uniquement l'affichage visible depuis l'extérieur d'un bâtiment commercial. Cette notion vise également des affiches, présentoirs, étalages et autres éléments d'affichage public situés à l'intérieur de commerces accessibles au public. Il n'est pas inusité dans le cadre de campagnes promotionnelles de produits de consommation que des affiches, présentoirs et étalages de grande dimension comportant des marques soient employés afin d'attirer l'attention du consommateur sur le produit en magasin.

La distinction que propose de faire le gouvernement du Québec entre, d'une part, les inscriptions apparaissant sur les produits et leur emballage et, d'autre part, l'affichage public et la publicité

commerciale est surprenante. Une marque en langue anglaise (ou toute autre langue que le français) sur un emballage ne pourra pas être employée sans altération dans toute forme d'affichage public et de publicité commerciale, même sur le présentoir sur lequel seront posés les produits dans le commerce de détail. Dans ces derniers contextes, la marque devra faire l'objet d'une traduction et la version traduite devra être dominante tant et aussi longtemps que la marque ne sera pas enregistrée. Cette situation pourrait perdurer pour des périodes allant jusqu'à cinq ans et plus. Il faudra par la suite opérer une modification de tout l'affichage public et de la publicité commerciale afin d'assurer une cohérence avec la marque inscrite sur l'emballage. Ces complications pourraient affecter le lancement de produits à tel point que certaines entreprises pourraient envisager de retarder leur lancement jusqu'à ce qu'un enregistrement de marque soit obtenu. Ceci pourrait réduire la concurrence au Québec visant les produits de consommation d'usage courant et, par ricochet, avoir un impact négatif sur les prix que paient les consommateurs. Le contexte économique difficile que vivent les Québécoises et Québécois actuellement devrait faire en sorte que le gouvernement du Québec encourage une plus grande offre de produits de consommation afin de faire baisser les prix, plutôt que l'inverse. Cette concurrence ne peut venir que du Québec, elle doit également venir de fabricants de produits situés hors du Québec. Cet aspect semble avoir été ignoré dans l'étude d'impact qui vous a été remise.

En ce qui concerne le commerce de détail, la nécessité de traduire une marque en langue anglaise (ou autre langue étrangère) dans l'affichage intérieur et extérieur nuira considérablement au lancement de nouvelles bannières. Il est impensable de devoir afficher pendant cinq ans ou plus de manière dominante une traduction française potentiellement boiteuse de la marque choisie par une entreprise jusqu'à ce qu'un enregistrement soit finalement émis. Ceci impliquera un changement coûteux des panneaux d'affichage intérieurs et extérieurs afin de présenter la marque telle que conçue avec la visibilité qu'elle nécessite. Par ailleurs, plusieurs bannières existantes ne possèdent que des demandes en instance et sont toujours en attente d'un certificat d'enregistrement. Il leur faudra alors payer pour changer leur affichage intérieur et extérieur, faire retirer et entreposer leurs enseignes actuelles et payer à nouveau pour les faire réinstaller lorsque le certificat d'enregistrement sera émis. Ces coûts ne nous paraissent pas avoir été adéquatement reflétés dans l'étude d'impact qui vous a été présentée. Ces complications inciteront probablement plusieurs bannières à ne pas exploiter de commerce au Québec (directement ou indirectement via des franchisés ou concessionnaires) jusqu'à ce qu'un enregistrement soit émis. Encore une fois, ceci réduira la concurrence et les consommateurs québécois en seront les premières victimes à un moment particulièrement difficile économiquement.

Compte tenu des retards de traitement à l'OPIC et de l'absence de prise en considération de l'impact économique de l'exigence d'attendre l'émission du certificat d'enregistrement avant de pouvoir utiliser une marque sans traduction dans l'affichage public et la publicité commerciale, la prudence et l'intérêt des Québécoises et Québécois est d'exiger que l'expression « marque déposée » ait le même sens aux fins des articles 51.1 et 58.1 de la Charte. Nos propositions de modification au Projet de règlement afin de refléter ce qui précède sont énoncées à la section V. de la présente lettre.

II. LA PORTÉE DE L'ARTICLE 51.1 DE LA CHARTE ET LA SIGNIFICATION DE « GÉNÉRIQUE » ET « DESCRIPTIF DU PRODUIT »

Comme évoqué dans la section I. de la présente lettre, l'article 51.1 de la Charte prévoit une exception pour les « marques déposées », lesquelles peuvent être rédigées sur un produit, son contenant, son emballage, un document ou un objet accompagnant ce produit, même en partie, uniquement dans une autre langue que le français lorsqu'aucune version correspondante en français ne se trouve au registre des marques. Toutefois, si un « générique » ou un « descriptif du produit » est compris dans la « marque déposée », alors celui-ci doit figurer en français sur le produit ou sur un support qui s'y rattache de manière permanente.

Le nouvel article 27.3 proposé par l'article 9 du Projet de règlement précise les expressions « générique » et « descriptif du produit » en les termes suivants :

- 1° un descriptif réfère à un ou plusieurs mots décrivant les caractéristiques d'un produit;
- 2° un générique réfère à un ou plusieurs mots décrivant la nature d'un produit.

Malgré cet effort de clarification, la portée de la règle applicable aux « génériques » et « descriptifs de produits » demeure floue et incertaine. Au surplus, et avec respect, l'exemple présenté par le gouvernement au soutien de cette règle crée davantage de confusion :



En effet, contrairement à ce que prévoit la Charte, dans cet exemple, les traductions des « génériques » et « descriptifs de produits » ne se rapportent pas aux termes compris dans la marque « BestSoap ». Pourtant, le terme « soap » pourrait être compris comme décrivant la nature du produit, à savoir un savon.

Doit-on voir en cet exemple une volonté du gouvernement de limiter la règle applicable aux « génériques » et « descriptifs de produits » aux seules marques consistant en des **étiquettes** ? Cela serait très certainement en phase avec les débats parlementaires. En revanche, cette interprétation ne concorde pas avec les dispositions de la Charte et du Projet de règlement. Nous recommandons donc que le gouvernement arrime la portée de l'article 51.1 de la Charte et du nouvel article 24.3 avec son intention, par exemple, en ajoutant la précision suivante (nos suggestions de modification sont soulignées lorsque du nouveau texte est ajouté) :

Pour l'application de l'article 51.1 de la Charte de la langue française (chapitre C-11), tel qu'édicte par l'article 43 de la Loi sur la langue officielle et commune du Québec, le français (2022, chapitre 14):

1° un descriptif réfère à un ou plusieurs mots décrivant les caractéristiques d'un produit;

2° un générique réfère à un ou plusieurs mots décrivant la nature d'un produit;

3 un générique ou un descriptif du produit est compris dans une marque uniquement si cette marque est déposée et constitue une étiquette.

Alternativement, si notre compréhension de l'intention du gouvernement quant à la portée de l'article 51.1 de la Charte est erronée, nous vous soumettons respectueusement que les marques « descriptives » ayant acquis un caractère distinctif conformément à l'article 12(3) de la *Loi sur les marques de commerce*³ devraient être exemptées de l'exigence du deuxième alinéa de l'article 51.1 de la Charte. Ceci serait d'ailleurs reflété dans l'exemple du gouvernement pour la marque « BestSoap », en assumant que cette marque ait acquis un caractère distinctif conformément à l'article 12(3) de la *Loi sur les marques de commerce*. Conclure autrement porterait atteinte à la validité et à l'intégrité de la marque de commerce.

III. L'ÉQUIVALENCE ET L'ACCESSIBILITÉ DU FRANÇAIS EN VERTU DE L'ARTICLE 27.2 DU PROJET DE RÈGLEMENT

Le nouveau paragraphe 27.2(2) proposé par l'article 9 du Projet de règlement prévoit qu'aucun générique ou descriptif d'un produit compris dans une marque de commerce rédigé dans une autre langue que le français ne doit pas l'emporter sur celui rédigé en français ou être accessible dans des conditions plus favorables.

On serait tenté de croire que cette disposition est un équivalent fonctionnel de l'article 51 de la Charte.

Or, dans le cas d'une étiquette qui est enregistrée comme marque de commerce, afin d'éviter que l'étiquette ne perde son caractère distinctif, le texte en français ne pourrait pas nécessairement apparaître tel que suggéré dans l'exemple suivant, présenté par le gouvernement lors de la publication du Projet de règlement, le 10 janvier 2024 :

³ L.R.C. 1985, c. T-13.



L'application du principe énoncé au paragraphe 27.2(2) risque donc de poser des problèmes en pratique. On peut d'ailleurs considérer que si le législateur n'a pas répété, au nouvel article 51.1 de la Charte, la même obligation qu'à l'article 51, c'est en raison de cette situation particulière aux marques de commerce.

Ce problème d'interprétation est d'ailleurs renforcé par la possibilité offerte, à l'article 51.1 de la Charte, qu'un générique ou un descriptif puisse figurer en français sur « un support qui s'y rattache de manière permanente » (au produit).

Qu'est-ce que l'expression « un support qui s'y rattache de manière permanente » signifie dans le contexte de ces concepts ? Par exemple, est-ce que le fait d'avoir une étiquette qu'une personne peut soulever et décoller pour avoir accès à la version française respecte les concepts de l'équivalence du français ou de l'accessibilité dans le contexte d'une marque de commerce contenant un générique ou un descriptif dans une langue autre que le français ?

Il nous semble à cet égard important que le Projet de règlement ne dénature pas la portée du nouvel article 51.1 de la Charte dans le contexte des marques de commerce.

Afin de tenir compte de ces cas de figure, nous recommandons donc ce qui suit :

- a) préciser dans le Projet de règlement ce qu'on entend par « un support qui s'y rattache de manière permanente »;
- b) revoir l'exigence de l'équivalence du français et celle de l'accessibilité dans des conditions plus favorables, relativement au générique ou descriptif en français, de façon à donner une flexibilité raisonnable aux entreprises puisque ces exigences risquent d'être trop strictes en pratique.

IV. LA NETTE PRÉDOMINANCE DU FRANÇAIS EN VERTU DE L'ARTICLE 27.9 DU PROJET DE RÈGLEMENT

Pour fins de rappel, l'obligation que le français figure de « façon nettement prédominante » origine de l'article 58.1 de la Charte, introduit par le chapitre 54 des Lois de 1988, qui découlait des arrêts *Ford c. Québec (Procureur général)*⁴ et *Devine c. Québec (Procureur général)*⁵. Dans ces deux

⁴ 1988 CanLII 19 (CSC), [1988] 2 RCS 712.

⁵ 1988 CanLII 20 (CSC), [1988] 2 RCS 790.

arrêts rendus par la Cour suprême du Canada en 1988, il a été énoncé qu'exiger que la langue française prédomine, même nettement, sur les affiches et les enseignes, serait justifié en vertu de la *Charte canadienne des droits et libertés* et de la *Charte des droits et libertés de la personne* du Québec.

Il est toutefois à noter que ces deux décisions n'ont pas été rendues dans le contexte d'une marque de commerce, qui sera un nouveau contexte d'application de ce principe lors de l'entrée en vigueur de l'article 58.1 de la Charte, sur lequel nous ne nous prononçons pas puisque nos commentaires se limitent au Projet de règlement seulement et ne portent pas sur les nouveaux articles 58.1 et 68.1 de la Charte.

Le concept de la prédominance du français trouve donc son origine dans ces arrêts, quoique la Cour suprême du Canada n'ait pas déterminé ce que signifie la nette prédominance.

Le *Règlement facilitant la mise en œuvre du second alinéa de l'article 58.1 de la Charte de la langue française*⁶, édicté le 12 juillet 1989, visait à préciser de quelle manière le français figure de façon nettement prédominante.

Les articles 58 à 58.2 de la Charte ont été remplacés par un nouvel article 58 introduit par le chapitre 40 des Lois de 1993.

Le *Règlement précisant la portée de l'expression « de façon nettement prédominante » pour l'application de la Charte de la langue française*⁷ a conséquemment été édicté le 22 décembre 1993, en même temps que l'entrée en vigueur du chapitre 40 des Lois de 1993, aux fins de remplacer le précédent règlement.

Ces deux règlements ont essentiellement la même teneur.

L'article 1 prévoit que « le français figure de façon nettement prédominante lorsque le texte rédigé en français a un impact visuel beaucoup plus important que le texte rédigé dans l'autre langue ». Les articles 2, 3 et 4 précisent certains cas d'espèce dans lesquels « le texte rédigé en français est réputé avoir un impact visuel beaucoup plus important » (nous avons souligné).

Tel que l'indique l'Office québécois de la langue française dans la Charte annotée au 30 mars 2012⁸, au sujet de ce règlement :

Cet article prévoit, à proprement parler, la définition de la « nette prédominance ». Les articles 2, 3 et 4, avec les présomptions qu'ils contiennent, n'excluent pas l'utilisation d'autres moyens de donner au français un impact visuel beaucoup plus important. En d'autres termes, il y a lieu de présumer que la loi est respectée lorsqu'on se conforme aux critères des articles 2, 3 et 4, mais dans tout autre cas, la conformité à l'article premier suffit à la nette prédominance du français.

⁶ (1989) 121 G.O. II, 3779.

⁷ (1993) 125 G.O. II, 8895.

⁸ Charte de la langue française (L.R.Q., c. C-11) et règlements dont l'application relève de l'Office avec notes explicatives et jurisprudence, Montréal, Office québécois de la langue française, 2012.

Il y a lieu de se demander pourquoi il a alors été décidé de procéder ainsi.

Il apparaît probable que le gouvernement a décidé de ne pas exclure l'utilisation d'autres moyens de donner au français un impact visuel beaucoup plus important afin de ne pas édicter une règle trop stricte, pouvant être difficile à interpréter et à mettre en application pour les entreprises dans les faits.

Le *Règlement précisant la portée de l'expression « de façon nettement prédominante » pour l'application de la Charte de la langue française* n'a pas posé de problème d'interprétation depuis 1989⁹.

Les nouveaux articles 27.7 et 27.9 du Projet de règlement remplacent le *Règlement précisant la portée de l'expression « de façon nettement prédominante » pour l'application de la Charte de la langue française*.

Nous comprenons que l'objectif de ces nouvelles dispositions serait d'offrir de la flexibilité aux entreprises, de réduire les coûts pour les entreprises, de fournir des exigences claires pour une meilleure compréhension (par une simplification des critères applicables) et de favoriser la transition grâce à des concepts déjà connus des entreprises.

Or, il est permis de se demander sérieusement si ces objectifs sont réellement satisfaits par les changements proposés. En effet, on peut constater d'emblée que le nouvel article 27.9 du Projet de règlement ne donne pas du tout de flexibilité aux entreprises.

On note à ce sujet deux changements d'importance.

Premièrement, le critère du « deux fois plus grand que celui rédigé dans une autre langue » devient obligatoire et ne constitue plus une présomption comme dans le cas du *Règlement précisant la portée de l'expression « de façon nettement prédominante » pour l'application de la Charte de la langue française*.

Deuxièmement, alors que le *Règlement précisant la portée de l'expression « de façon nettement prédominante » pour l'application de la Charte de la langue française* réfère à l'espace du texte et aux caractères utilisés, le nouvel article 27.9 du Projet de règlement réfère plutôt à la grosseur du « texte » mais sans prévoir de critères permettant de l'établir. Nous estimons qu'il peut être passablement difficile de déterminer ce qu'on entend par la grosseur du texte. Lorsqu'on réfère à des concepts tels que l'espace ou les caractères, il s'agit de critères objectifs qui sont beaucoup plus faciles à évaluer que la notion floue de « texte ».

Le libellé de l'article 27.9 du Projet de règlement risque d'autant plus de poser problème lorsqu'il y a plusieurs textes différents (tels qu'un générique et un slogan, par exemple) qui, au cumulatif, sont deux fois plus grands que le texte rédigé dans une autre langue que le français (une marque de commerce par exemple).

⁹ La décision *Quebec (Attorney General) c. 156158 Canada Inc. (Boulangerie Maxie's)*, 2015 QCCQ 354, plus précisément les paragraphes 98 à 102, confirment cette constatation.

Dans les exemples présentés par le gouvernement lors de la publication du Projet de règlement, le 10 janvier 2024, on a d'ailleurs peine à se demander de quelle façon on en est venu à considérer que le « texte » rédigé en français est au moins deux fois plus grand que le texte en anglais :

Nette prédominance du français

Exemple de marque de commerce
accompagnée d'un slogan



Projet de règlement modifiant principalement le
Règlement sur la langue du commerce et des affaires

Votre
gouvernement

Québec

On constate que le slogan est en polices de caractères plus petites que le descriptif « vêtements » mais que le slogan est plus long. Dans ce contexte, quels sont les facteurs permettant de conclure que le « texte » français est deux fois plus grand que le texte anglais ? L'article 27.9 est malheureusement silencieux à cet égard et on peut facilement anticiper que les entreprises auront du mal à s'y retrouver.

L'exemple suivant pose des problèmes de même nature :

Nette prédominance du français

Exemple de nom d'entreprise accompagné
d'un générique



Il est donc aisé de prévoir que le texte actuel de l'article 27.9 risque de présenter des problèmes d'interprétation importants aux entreprises en ce que la règle manque de clarté et contrairement à ce que l'on serait tenté de croire, ne réfère pas à un concept déjà connu puisque le Projet de règlement transforme le concept d'« impact visuel beaucoup plus important » de manière substantielle. Ce concept révisé n'offre donc aucune flexibilité aux entreprises.

La possibilité d'une application tatillonne de cet article risque d'engendrer des coûts importants aux entreprises, qui devront composer avec une incertitude à cet égard.

Pour éviter ces problèmes, nous recommandons donc de modifier le premier alinéa de l'article 27.9 comme suit (nos suggestions de modification sont soulignées lorsque du nouveau texte est ajouté et ~~barrées~~ lorsque du texte actuel est retiré) :

27.9. Pour l'application de l'article 27.7, un texte rédigé en français est réputé avoir ~~a~~ un impact visuel beaucoup plus important lorsque, pour un même champ visuel, les conditions suivantes sont réunies :

1° ~~il~~ l'espace consacré au texte rédigé en français est au moins deux fois plus grand que celui rédigé dans une autre langue;

2° sa lisibilité et sa visibilité permanente sont au moins équivalentes à celles du texte rédigé dans une autre langue.

[...]

V. LES MARQUES OFFICIELLES

L'exception sous la Charte et le *Règlement sur la langue du commerce et des affaires*¹⁰ (**Règlement**) en vertu de laquelle une « marque de commerce » dans une langue autre que le français peut, sous certaines conditions, être rédigée uniquement dans une langue autre que le français sur un produit, dans l'affichage public et la publicité commerciale ainsi que dans les publications commerciales au Québec vise une « marque de commerce » telle que définie par la *Loi sur les marques de commerce*. Nous vous référons aux articles 51.1 et 58.1 de la Charte ainsi qu'au paragraphe 4 de l'article 13 du Règlement, lesquels font tous référence à l'expression « marque de commerce » :

Produits

51.1. Malgré l'article 51, sur un produit, une marque de commerce déposée au sens de la *Loi sur les marques de commerce* (L.R.C. 1985, c. T-13) peut être rédigée, même en partie, uniquement dans une autre langue que le français lorsqu'aucune version correspondante en français ne se trouve au registre tenu selon cette loi. Toutefois, si un générique ou un descriptif du produit est compris dans cette marque, celui-ci doit figurer en français sur le produit ou sur un support qui s'y rattache de manière permanente. [Nous avons souligné]

Affichage public et publicité commerciale

58.1 Malgré l'article 58, dans l'affichage public et la publicité commerciale, une marque de commerce peut être rédigée, même en partie, uniquement dans une autre langue que le français, lorsque, à la fois, elle est une marque de commerce déposée au sens de la *Loi sur les marques de commerce* (L.R.C. 1985, c. T-13) et qu'aucune version correspondante en français ne se trouve au registre tenu selon cette loi. [Nous avons souligné]

Publications commerciales

13. Sur un produit, peuvent être rédigées uniquement dans une autre langue que le français, les inscriptions suivantes:

[..]

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. [Nous avons souligné]

À des fins de simplicité, dans la présente section, l'exception énoncée aux articles ci-dessus sera nommée l'« exception de la marque de commerce ».

L'article 9 du Projet de règlement propose de modifier le Règlement en y ajoutant des articles qui précisent certains concepts afférents aux articles 51.1 et 58.1 de la Charte. Le Projet de règlement

¹⁰ L.R.Q., c. C-11, r. 9.

fait donc également référence à l'expression « marque de commerce » telle que définie dans la *Loi sur les marques de commerce*.

Nous vous demandons respectueusement d'amender le Projet de règlement afin de préciser que l'exception de la marque de commerce en vertu des articles 51.1 et 58.1 de la Charte et du paragraphe 4 de l'article 13 du Règlement s'applique aussi à une « marque officielle ».

La définition de « marque de commerce » à l'article 2 de la *Loi sur les marques de commerce* se lit comme suit :

Selon le cas :

- a) signe ou combinaison de signes qui est employé par une personne ou que celle-ci projette d'employer pour distinguer, ou de façon à distinguer, ses produits ou services de ceux d'autres personnes;
- b) marque de certification¹¹.

Bien qu'une « marque officielle » ne soit pas nommée dans la définition de « marque de commerce » énoncée ci-dessus, une « marque officielle » est une catégorie de marques reconnue par la *Loi sur les marques de commerce* au sous-alinéa 9(1)n(iii).

Le sous-alinéa 9(1)n(iii) de la *Loi sur les marques de commerce* se lit comme suit :

9 (1) Nul ne peut adopter à l'égard d'une entreprise, comme marque de commerce ou autrement, une marque composée de ce qui suit, ou dont la ressemblance est telle qu'on pourrait vraisemblablement la confondre avec ce qui suit :

[...]

n) tout insigne, écusson, marque ou emblème :

[...]

(iii) adopté et employé par une autorité publique au Canada comme marque officielle pour des produits ou services,

à l'égard duquel le registraire, sur la demande de Sa Majesté ou de l'université ou autorité publique, selon le cas, a donné un avis public d'adoption et emploi;

¹¹ En vertu de l'article 2 de la *Loi sur les marques de commerce*, « marque de certification » est définie comme suit : « *Signe ou combinaison de signes qui est employé ou que l'on projette d'employer pour distinguer, ou de façon à distinguer, les produits ou services qui sont d'une norme définie par rapport à ceux qui ne le sont pas, en ce qui concerne* :

- a) *soit la nature ou la qualité des produits ou services;*
- b) *soit les conditions de travail dans lesquelles ont lieu leur production ou leur exécution;*
- c) *soit la catégorie de personnes qui les produit ou exécute;*
- d) *soit la région dans laquelle ont lieu leur production ou leur exécution. »*

À la lumière de ce qui précède, une « marque de commerce » est notamment une expression ou un mot employés par une entreprise en association avec des produits ou services dans le but de distinguer ses produits ou services de ceux de ses concurrents. Elle confère à son propriétaire, sous certaines conditions, le droit exclusif d'employer la marque au Canada en association avec ses produits ou services. Une marque de commerce peut être enregistrée au Canada. Le processus d'enregistrement d'une marque de commerce est détaillé à la section I. de la présente lettre. À titre de rappel, le processus implique l'intervention de Registraire des marques de commerce et la publication dans le *Journal des marques de commerce* d'un avis d'opposition. Une marque de commerce qui est enregistrée au Canada apparaît au registre des marques de commerce sous le statut « enregistrée ».

Une « marque officielle » est notamment une expression ou un mot employés par une autorité publique au Canada. L'intervention du Registraire des marques de commerce est requise afin que la marque obtienne le statut de « marque officielle ». L'autorité publique doit demander au Registraire des marques de commerce la publication de la marque officielle au registre des marques de commerce. Le Registraire des marques de commerce exigera alors de l'autorité publique qu'elle lui fournisse une preuve de son statut d'autorité publique au Canada ainsi qu'une preuve d'adoption et d'utilisation de la marque officielle. Lorsque ces conditions sont remplies à la satisfaction du Registraire des marques de commerce, ce dernier publiera un avis de la marque officielle dans le *Journal des marques de commerce*. La marque apparaîtra alors au registre des marques de commerce sous le statut « annoncée dans le journal » plutôt que sous le statut « enregistrée ». De façon générale, dès la publication de l'avis public dans le *Journal des marques de commerce*, nul ne peut employer, déposer une demande d'enregistrement et/ou enregistrer une marque identique ou qui y ressemble au point où l'on pourrait les confondre et ce, en liaison avec quelques produit ou service, à moins d'avoir obtenu le consentement de l'autorité publique en question. Il s'agit d'une prohibition totale au bénéfice de l'autorité publique. Une marque officielle peut donc représenter un obstacle à l'enregistrement d'une marque de commerce dans le contexte du processus d'examen ou d'opposition de la marque de commerce.

Des milliers de marques officielles ont été reconnues par le Registraire des marques de commerce et bon nombre d'entre elles sont utilisées au Québec.

Une « marque de commerce » et une « marque officielle » sont donc deux catégories de marques reconnues par la *Loi sur les marques de commerce* et qui, tel qu'expliqué ci-dessus, sont connexes. Il nous apparaît donc injustifié qu'une marque officielle ne puisse bénéficier de l'exception de la marque de commerce en vertu des articles 51.1 et 58.1 de la Charte et du paragraphe 4 de l'article 13 du Règlement tout comme une marque de commerce.

Nous vous demandons donc respectueusement de modifier le Projet de règlement afin de préciser qu'une marque officielle bénéficie de l'exception de la marque de commerce.

Nous vous suggérons ainsi de modifier l'article 27.4 que l'article 9 du Projet de règlement propose d'ajouter au Règlement, comme suit (nos suggestions de modification sont soulignées) :

27.4. Pour l'application de l'article 51.1 de la Charte de la langue française (chapitre C-11), tel qu'édicte par l'article 43 de la Loi sur la langue officielle et commune du Québec, le français (2022, chapitre 14), est assimilée à une marque de commerce déposée, la marque de commerce qui est en cours d'enregistrement, et ce, à compter de la date de production de la demande

d'enregistrement auprès du registraire des marques de commerce institué en vertu de la Loi sur les marques de commerce (L.R.C. 1985, c. T-13) ainsi qu'une marque officielle au sens du sous-alinéa 9(1)n(iii) de la Loi sur les marques de commerce (L.R.C. 1985, c. T-13). Pour l'application de l'article 51.1 de la Charte de la langue française (chapitre C-11), tel qu'édicte par l'article 43 de la Loi sur la langue officielle et commune du Québec, le français (2022, chapitre 14), dans le contexte d'une telle marque officielle, « lorsqu'aucune version correspondante en français ne se trouve au registre tenu selon cette loi » signifie « lorsqu'aucune version française correspondante de la marque officielle a fait l'objet d'un avis public d'adoption et emploi par le registraire conformément au sous-alinéa 9(1)n(iii) de la Loi sur les marques de commerce (L.R.C. 1985, c. T-13) ».

Nous vous suggérons également d'ajouter au Projet de règlement les deux articles suivants :

L'article 13 de ce règlement est modifié par l'insertion, dans le paragraphe 4° et après « déposée », de « , ainsi qu'une marque officielle au sens du sous-alinéa 9(1)n(iii) de la Loi sur les marques de commerce (L.R.C. 1985, c. T-13), sauf si une version française correspondante de la marque officielle a fait l'objet d'un avis public d'adoption et emploi par le registraire conformément à ce sous-alinéa ».

et

Pour l'application de l'article 58.1 de la Charte de la langue française (chapitre C-11), tel qu'édicte par l'article 43 de la Loi sur la langue officielle et commune du Québec, le français (2022, chapitre 14), est assimilée à une marque de commerce déposée, la marque de commerce qui est en cours d'enregistrement, et ce, à compter de la date de production de la demande d'enregistrement auprès du registraire des marques de commerce institué en vertu de la Loi sur les marques de commerce (L.R.C. 1985, c. T-13) ainsi qu'une marque officielle au sens du sous-alinéa 9(1)n(iii) de la Loi sur les marques de commerce (L.R.C. 1985, c. T-13). Pour l'application de l'article 58.1 de la Charte de la langue française (chapitre C-11), tel qu'édicte par l'article 43 de la Loi sur la langue officielle et commune du Québec, le français (2022, chapitre 14), dans le contexte d'une telle marque officielle, « qu'aucune version correspondante en français ne se trouve au registre tenu selon cette loi » signifie « qu'aucune version française correspondante de la marque officielle a fait l'objet d'un avis public d'adoption et emploi par le registraire conformément au sous-alinéa 9(1)n(iii) de la Loi sur les marques de commerce (L.R.C. 1985, c. T-13) ».

* * *

Nous espérons que ces observations et recommandations vous seront utiles alors que vous finalisez le Projet de règlement. Soyez assuré que notre objectif est d'assurer une meilleure compréhension du Projet de règlement et ainsi, une application adéquate.

Veillez agréer, monsieur le ministre de la Langue française, l'expression de nos salutations distinguées,



Me Louis Séveno
Président de l'ABC-Québec



Me Stéphanie Girard
Présidente du Comité exécutif de la section droit Information, télécommunications et propriété
intellectuelle de l'ABC-Québec

(s) Alexandre Ajami



Me Alexandre Ajami
Membres du Comité exécutif de la section de droit Information, télécommunications et propriété
intellectuelle de l'ABC-Québec

Me Caroline Jonnaert



Me Jean-Philippe Mikus

c. c. Me Manon Dulude, Directrice générale de l'ABC-Québec, et Me Martin Thibault,
Directeur des opérations de l'ABC-Québec