

**Commentaires de
l'Association Hôtellerie du Québec
au projet de règlement sur la
langue du commerce et des
affaires**

Mission de l'AHQ

L'Association hôtellerie du Québec est la principale voie de l'hôtellerie et de l'industrie de l'hébergement touristique au Québec et l'association sectorielle reconnue par le ministère du Tourisme du Québec. Elle a comme mandat de représenter, défendre, informer, inspirer et fournir des outils permettant d'améliorer la compétitivité et la durabilité de l'industrie.

L'AHQ représente plus de 1900 établissements hôteliers et plus de 700 gîtes dans l'ensemble des régions du Québec avec des retombées de plus de 2,3 milliards de dollars. 83% de nos membres sont des hôteliers indépendants.

L'AHQ fait également partie des entreprises engagées envers le français, en collaboration avec l'Office québécois de la langue française. Le français est une source de fierté pour nous et nous reconnaissons que nous avons un rôle important à jouer dans le rayonnement du français comme langue commune.

[Consulter le document d'engagement de l'AHQ](#)

Mise en contexte

Le 10 janvier 2024, le gouvernement québécois a publié le *Règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires* dans la Gazette officielle du Québec sous forme de projet. Ce projet de règlement vise à :

- Harmoniser le *Règlement sur la langue du commerce et des affaires* et la *Charte de la langue française*, suivant les modifications apportées par la Loi 96;
- Préciser certains cas dans lesquels une inscription sur un produit peut être rédigée uniquement dans une autre langue que le français;
- Préciser les règles applicables en matière d'affichage public des marques de commerce et des noms d'entreprise;

- Faciliter la mise en œuvre de la Charte, en particulier concernant les inscriptions sur les produits, dans l’affichage public et la publicité commerciale et dans les contrats d’adhésion.

Sondage de l’AHQ auprès de l’industrie:

L’AHQ, en partenariat avec l’AHRQ et l’AHGM, a fait parvenir un sondage à l’ensemble des membres de l’industrie afin d’obtenir leurs commentaires sur le projet de règlement. Au total, 122 hôteliers ont répondu au sondage dans l’ensemble des régions du Québec.

Après analyse des résultats, on constate que les trois quarts des répondants sont d’accord avec un impact visuel **beaucoup plus important** en français, de même que la notion de nette prédominance en français. D’ailleurs, un hôtelier sur cinq ne pense pas que les changements annoncés dans le règlement auront un impact sur son établissement.

Cependant, dans un contexte postpandémique, lors duquel les hôteliers ont dû s’endetter considérablement, lors de laquelle une pénurie sans précédent de travailleurs a plombé la reprise avec une inflation galopante, sans oublier le ralentissement économique qui se fait sentir depuis la fin de 2023, les changements annoncés pourraient causer un tort important à 20% des hôteliers qui devront déboursier plusieurs dizaines de milliers de dollars pour se conformer.

Commentaires et proposition

L’AHQ, appuyée par l’AHGM et l’AHRQ, souhaiterait donc, que pour les marques non reconnues, vous permettiez la même exonération transitoire que pour les inscriptions sur les produits. Il faut une période de grâce pour permettre aux propriétaires de marques de disposer de plus de temps pour faire la transition vers un nouvel affichage.

Ainsi, pour qu’une marque de commerce dans une langue autre que le français puisse apparaître sur l’affichage public et dans de la publicité commerciale sans traduction française, la marque devra être enregistrée.

En raison des longs délais d'enregistrement auprès de l'Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC), il serait plus prudent et respectueux de toutes les entreprises, (et pas seulement celles qui vendent des produits), d'étendre la notion des marques enregistrées à celle des marques en cours d'enregistrement, et ce, à compter de la date de production de la demande d'enregistrement auprès de l'OPIC.

Ainsi, une entreprise hôtelière, pourrait afficher sa marque de commerce ou sa bannière dans une langue autre que le français si cette marque est en instance d'enregistrement ou si elle est enregistrée à l'Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC).

Le projet de règlement octroie aussi un délai supplémentaire pour permettre aux entreprises d'écouler leurs produits non conformes. Ainsi, les entreprises auront jusqu'au 1er juin 2027 pour distribuer, vendre ou louer les produits non conformes qui auraient été fabriqués avant le 1er juin 2025. Les produits fabriqués après le 1er juin 2025 devront toutefois être conformes.

Par souci d'équité et de respect à l'endroit de toutes les entreprises, dont celles qui ont été très affectées par la pandémie et qui portent encore un lourd fardeau financier, le gouvernement devrait également accorder ce délai supplémentaire pour l'affichage public. Ça donnerait un peu de souffle aux entreprises qui doivent se conformer. Ainsi, selon notre proposition, tous les affichages publics qui seront remplacés après le 1^{er} juin 2025 devraient être conformes, mais les entreprises, dont certaines viennent à peine d'investir dans leur affichage public, auraient jusqu'à 2027 pour apporter les modifications.

Finalement, un programme d'aide financière ciblé serait également très apprécié pour permettre à ces entreprises qui devront réinvestir, d'assumer cette dépense imprévue.

Merci de prendre le temps de lire l'ensemble de nos commentaires. Des modifications au projet de règlement, en tenant compte de nos suggestions, seraient grandement appréciées.

N'hésitez pas à nous contacter si vous avez besoin de précisions.

Véronique Tremblay

PDG Association hôtellerie du Québec



LE PATIENT D'ABORD POUR UNE MEILLEURE EFFICIENCE DU SYSTÈME DE SANTÉ QUÉBÉCOIS

1^{er} février 2024



LE PATIENT D'ABORD : Pour un système de santé québécois plus efficient

Medtech Canada est l'association nationale qui dirige les efforts visant à développer le secteur novateur de la technologie médicale au Canada et à le faire progresser. Représentant des entreprises de technologie médicale québécoises, nationales et multinationales, Medtech Canada travaille étroitement avec les gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux, les professionnels de la santé, les patients et les autres intervenants pour offrir un système de santé universel, sécuritaire, accessible, innovant et durable, axé sur les patients, soutenu par l'usage de la technologie médicale.

Au Québec, l'industrie des technologies médicales compte plus de 340 entreprises d'équipements, de dispositifs et de services utilisés dans le diagnostic et le traitement des maladies et des problèmes de santé et représente plus de 12 000 emplois.

Medtech Canada profite de l'opportunité offerte par le gouvernement du Québec via les consultations prébudgétaires pour présenter les recommandations de notre industrie pour un système de santé québécois gagnant en efficience, avec notre vision commune : **le patient d'abord**.

SANTÉ ET SERVICES AU PATIENT

Agence Santé Québec

La création de l'Agence Santé Québec apporte une multitude d'opportunités pour le système de santé québécois et soyez assuré que Medtech Canada supportera le gouvernement du Québec à toutes les étapes du développement de celle-ci.

Recommandations :

1. Le patient d'abord
Le patient doit définitivement être placé au premier plan dans le but d'avoir une réelle vision globale du parcours de soins, des ressources nécessaires, et tout particulièrement des travailleurs de la santé et de la manière dont nous pouvons les soutenir dans les soins qu'ils octroient par l'intégration des technologies et des meilleures pratiques.
 - Pour y arriver, il est fondamental de tenir compte de nouveaux modes d'adjudication fondés non pas sur le plus bas soumissionnaire, mais sur des critères valorisants prenant en compte le coût global du parcours de soins.
2. Santé connectée
Le système de santé québécois se doit de prendre le virage numérique pour gagner en efficience autant au niveau du parcours de soins que des ressources allouées à travers le réseau de la santé.

LAB CANdx - Diagnostic

La médecine de précision, adaptée à chaque patient, a le potentiel de transformer des vies. Rendre davantage accessibles les nouvelles technologies numériques et de traitement des données dans le domaine diagnostique permettrait d'offrir plus fréquemment le bon médicament au bon moment.

Recommandations :

3. Medtech Canada, membre de la [Coalition de biologie médicale LabCANDx](#), recommande de poursuivre le réinvestissement dans ces activités dont le rôle critique a été particulièrement mis en évidence durant la pandémie.
4. Investir dans une stratégie visant à contrer la résistance antimicrobienne (RAM), une sérieuse menace pour notre système de santé. Les diagnostics rapides permettent de déterminer si une infection est bactérienne ou virale, d'identifier le ou les types de bactéries en cause et d'évaluer leur pharmacorésistance ou sensibilité aux médicaments, contribuant ainsi à modifier le mode d'utilisation des antibiotiques.
5. Augmenter et faciliter l'accès aux *Examens de biologie médicale délocalisés* (EBMD) afin d'agir rapidement lorsque des solutions pharmacologiques permettent de prévenir des complications et réduire l'achalandage aux urgences (ex. antiviraux disponibles pour certaines maladies respiratoires (influenza, COVID-19)).

Loi sur la langue officielle et commune du Québec, le français

La loi 96 adoptée et sanctionnée à l'été 2022 assurant que tous les Québécois puissent se faire servir et travailler dans la langue française au Québec, présente malencontreusement des enjeux pour système de santé québécois, notamment en ce qui a trait à l'approvisionnement de biens médicaux, ce pour quoi le Québec devrait être aligné avec les exigences déjà en place de Santé Canada.

Recommandations :

6. Nous recommandons que le Québec s'aligne avec les exigences déjà en place de Santé Canada en ce qui a trait aux produits destinés aux professionnels de la santé.
7. Une certaine flexibilité concernant l'emballage et l'étiquetage serait primordiale afin d'éviter des bris dans la chaîne d'approvisionnement ainsi que les autres conséquences afférentes telles que des retards dans l'octroi des soins (ex. : chirurgies reportées) menant à de plus longues listes d'attentes.
8. L'introduction de l'option numérique (s'appliquant à plusieurs éléments, dont l'information d'utilisation des produits) offrirait une solution pour de nombreux produits et maximiserait l'offre en français pour les utilisateurs québécois.

ADMINISTRATION GOUVERNEMENTALE

L'administration gouvernementale et la gestion des différents ministères sont un défi énorme pour l'État québécois. De surcroît, le système de santé québécois est à lui seul une gigantesque structure qui requière la plus importante partie des ressources de notre province.

Le grand virage que notre système de santé s'apprête à prendre présente l'opportunité d'effectuer un réalignement de la fonction approvisionnement du gouvernement, la faisant évoluer d'une fonction administrative (d'achat) à une fonction stratégique, prenant en considération le coût global du parcours de soins, en positionnant le patient d'abord.

Recommandations :

9. Une des premières améliorations majeures à apporter sera de décroisonner les budgets en santé, dans le but d'éviter les silos en ayant une vision globale des coûts du parcours de soins.

10. Dans le but d'intégrer davantage d'éléments innovants dans les marchés publics et particulièrement en ce qui concerne les technologies médicales dans le système de santé, nous recommandons de permettre à tous les soumissionnaires et en particulier aux PME de proposer des solutions innovantes et alternatives. Qui plus est, cette mesure viendra soutenir directement les petites et moyennes entreprises québécoises.
11. Un allègement réglementaire est primordial pour rendre le système de santé plus efficient. Formation des approvisionneurs, développement de l'expertise, système d'information, de gestion, optimisation des processus administratifs, adoption des meilleures pratiques : le gouvernement du Québec doit alléger les processus administratifs plutôt qu'ajouter des étapes et des processus additionnels, barrières à la productivité et à l'intégration d'éléments innovants ayant le potentiel d'accélérer et d'améliorer l'octroi et la qualité des soins aux Québécois.

DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

Stratégie québécoise des sciences de la vie (SQSV)

La Stratégie québécoise des sciences de la vie 2022-2025 est un pilier important mis en place par le gouvernement du Québec et c'est avec grand intérêt que nous collaborons avec le MEIE pour discuter de ce qui en a découlé et de ce dont la prochaine SQSV pourrait apporter.

Via la SQSV, le MEIE vise à améliorer le climat d'affaires dans le secteur des technologies médicales par la croissance de celui-ci, ainsi que par les améliorations de l'environnement d'affaires, ce qui nous amène à vous proposer la recommandation suivante pour y arriver :

Recommandation :

12. Dans la prochaine SQSV, les 3 mesures (ci-dessous) de la SQSV 2022-2025 devraient être reconduites, en s'assurant que le MEIE et l'industrie décrivent de nouveaux indicateurs de réussite pour celles-ci :
 - Mesure 1 : Miser sur l'expertise pour accélérer l'innovation
 - Mesure 2 : Innover grâce à la valorisation des renseignements en santé
 - Mesure 9 : Soutenir la commercialisation locale des innovations

Nous vous remercions de la considération apportée à nos recommandations.

C'est avec plaisir que nous continuerons de collaborer avec vous pour rendre notre système de santé québécois plus efficient en conservant notre vision commune en tête : le patient d'abord.

Cordialement,

(original signé)

Olivier Bourbeau
Vice-président, Québec
Medtech Canada



PAR COURRIEL

Montréal, le 19 février 2024

Madame Ginette Galarneau
Présidente-directrice générale
Office québécois de la langue française
750, boulevard Charest Est, bureau 100
Québec (Québec) G1K 9K4

Objet : Projet de règlement – Langue du commerce et des affaires

Madame la Présidente-directrice générale,

Je vous écris en ma qualité de présidente de l'Ordre des traducteurs, terminologues et interprètes agréés du Québec (OTTIAQ), dans le cadre de la consultation présidée par l'OQLF sur le projet de règlement modifiant le *Règlement sur la langue de commerce et des affaires*.

Compte tenu des articles publiés récemment dans les médias et faisant état d'une prétendue pénurie de traducteurs, il me paraît en effet nécessaire de préciser que la demande de traduction qui sera suscitée par les dispositions du projet de règlement ne causera aucun enjeu d'offre.

À titre d'information, selon le recensement de 2021 de Statistique Canada, le pays compte 17 750 traducteurs, terminologues et interprètes, dont environ la moitié, soit 8 805, sont au Québec. Ces nombres sont en hausse par rapport au recensement de 2016.

Par ailleurs, nos professionnels disposent aujourd'hui d'outils efficaces qui leur permettent d'accroître leur productivité tout en assurant une prestation de qualité. C'est ainsi qu'ils ont pu faire face à une croissance exponentielle de la demande au cours de 25 dernières années et qu'ils continuent de le faire.

Je me permets également de rappeler que, par leur action dans les entreprises privées, dans les instances gouvernementales et particulièrement à l'OQLF, les traducteurs, interprètes et terminologues du Québec ont toujours contribué à l'avancement et à la qualité du français dans notre province.

Je considère par conséquent que l'OTTIAQ a toute sa place parmi les organismes invités à commenter les questions touchant à la langue française et vous serais reconnaissante d'inscrire notre ordre sur la liste de ces organismes. Ces questions ont souvent des ramifications liées à la traduction compte tenu de la place du Québec dans une Amérique du Nord anglophone et nous pensons pouvoir enrichir la réflexion.

Ce faisant, nous ne ferions que perpétuer une longue tradition de collaboration et de bonne entente entre nos deux organismes.



Je vous remercie de l'attention que vous porterez à l'information que nous vous transmettons et à notre offre de collaboration. Je demeure naturellement à votre disposition si vous désirez obtenir des précisions.

Dans l'attente de votre réponse, je vous prie d'agréer, Madame la Présidente-directrice générale, l'assurance de ma haute considération.

La présidente,

(original signé)

Betty Cohen, traductrice agréée

c. c. : Monsieur Jean-François Roberge, ministre de la Langue française (ministre@mlf.gouv.qc.ca)



Montréal, le 21 février 2024

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

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

Monsieur le Ministre,

Je vous adresse cette lettre pour exprimer les préoccupations de Manufacturiers et Exportateurs du Québec et de ses membres concernant la législation en matière de langue française et la prépublication, le 10 janvier dernier, du projet de *Règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires* dans la Gazette officielle du Québec.

Le secteur manufacturier est l'un des piliers économiques du Québec. Il représente 12,6 % du PIB québécois et 86,8 % des exportations. Il a généré des ventes globales de plus de 213 milliards de dollars en 2025 et il emploie plus d'un demi-million de personnes au Québec. Les manufacturiers sont ainsi fortement exposés à la concurrence internationale et doivent être très compétitifs. Cette compétitivité passe notamment par une productivité accrue et par l'accès à une main-d'œuvre qui doit être suffisante en nombre et posséder les connaissances et les compétences requises. Il nous apparaît important de rappeler ce contexte afin de bien inscrire nos commentaires sur ce projet de règlement.

Nous comprenons et partageons l'importance de protéger et de promouvoir notre langue officielle, le français, mais nous souhaitons attirer votre attention sur un aspect crucial : la complexité et la lourdeur de la bureaucratie qui en découle. Cette lourdeur est trop souvent contre-productive dans la mesure où elle n'apporte aucun gain réel et concret à la situation linguistique québécoise. Voici quelques éléments qui, pour MEQ, ne sont donc pas justifiés dans le projet de règlement actuel.

Éviter les tracasseries administratives

Traduction des documents de formation et des manuels d'instruction

Le gouvernement demande avec insistance aux entreprises de se tourner davantage vers les nouvelles technologies, la robotisation, l'automatisation et l'intelligence artificielle. Il s'agit d'un domaine fortement mondialisé et réglementé où la langue anglaise est la langue véhiculaire. L'aéronautique est un exemple probant de cette réalité.

La majorité des manuels et des formations disponibles dans ce milieu est fournie en langue anglaise. Traduire tous ces documents de formation apparaît une perte de temps, d'efficacité et de productivité, alors que la langue commune au sein des entreprises est déjà le français.

De plus, lorsqu'il est question d'équipements spécialisés, la traduction de certains documents de formation pourrait engendrer des risques d'erreurs et une mauvaise interprétation. Cela pourrait causer, par exemple, des erreurs de compréhension dans l'utilisation d'une machine spécialisée si la personne traduisant le guide d'utilisation n'a pas une parfaite maîtrise des termes techniques spécifiques au domaine.

La traduction des manuels d'instruction ou des certifications n'apporte aucune contribution à la vitalité de la langue au Québec, mais impacte directement la productivité des entreprises et pourrait engendrer des risques en matière de santé et sécurité.

Version française d'un contrat.

Nous nous questionnons sur la justification de cette mesure, notamment dans un contexte d'échanges commerciaux internationaux. Cela ne fait que mettre des bâtons dans les roues des entreprises qui font des affaires à l'extérieur du Québec et ne fait qu'ajouter une lourdeur administrative, des coûts et des délais supplémentaires pouvant entraver des transactions commerciales. Encore une fois, les gains pour la langue française ne sont pas démontrés avec cette mesure qui concerne les relations commerciales entre deux entreprises.

Marque de commerce

Nous souhaitons réitérer l'équilibre de l'exception au règlement actuel en ce qui concerne les marques de commerce reconnues. L'utilisation d'une marque de commerce en anglais sans traduction dans l'affichage public et la publicité commerciale est en effet possible s'il s'agit d'une marque de commerce « reconnue » au sens de la Loi sur les marques de commerce.

Or, la nouvelle exception proposée vise maintenant les marques « déposées » en vertu de la Loi sur les marques de commerce et exige qu'aucune version correspondante en français ne se trouve au registre des marques.

Cela peut avoir des impacts sur le développement de certains exercices de marketing et ce, sans plus-value réelle sur la vitalité linguistique du Québec

Un accompagnement nécessaire

Par ailleurs, nous réitérons l'importance de fournir davantage de soutien et d'accompagnement aux manufacturiers pour assurer la bonne compréhension des règles et de leur application. L'Office québécois de la langue française (OQLF) doit s'assurer de bien appuyer les entreprises en ce sens et doit donc prendre les moyens nécessaires pour les soutenir dans leur processus de francisation et de certification. L'accompagnement est certainement une approche qui permettra de favoriser le succès du règlement.

Enfin, et de manière générale, il est essentiel que la législation sur la langue française soit claire, transparente et accompagnée de mesures d'accompagnement pour les entreprises. Trop souvent, nous constatons que les exigences légales sont formulées de manière complexe, ce qui rend difficiles leur compréhension et leur application pour les fabricants. Cela entraîne non seulement des difficultés administratives, mais également des coûts supplémentaires pour les entreprises, ce qui nuit à leur compétitivité. Nous soulignons aussi l'importance d'une clarté d'application et d'accompagnement pour les employés de l'OQLF qui doivent mieux accompagner les entreprises dans le processus.

Nous vous encourageons donc vivement à garder ces éléments en tête lors des ajustements au projet de règlement. Nous croyons fermement que la clarté et la transparence dans les mesures législatives renforceront la protection de la langue française tout en favorisant le développement économique de notre nation.

Nous restons à votre disposition pour discuter de ce sujet important et collaborer avec vous pour trouver des solutions qui bénéficieront à la fois à notre langue et à notre économie.

(original signé)

Véronique Proulx, EMBA

Présidente - directrice générale de Manufacturiers et Exportateurs du Québec

Vice-présidente principale, Politiques et Affaires Publiques, Manufacturiers et Exportateurs du Canada



Association Canadienne des importateurs et Exportateurs
15 Allstate Pkwy, 6th Floor
Markham, Ontario
L3R 5B4
(416) 595-5333
info@iecanada.com

Le 22 février 2024

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

ministre@mlf.gouv.qc.ca
josee.saindon@oqlf.gouv.qc.ca

OBJET : Règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires

Monsieur le Ministre Roberge,

IE Canada a le plaisir de vous faire part de ses commentaires concernant les changements proposés à la Charte de la langue française - Règlement sur la langue du commerce et des affaires, publiés dans la Gazette du Québec le 10 janvier 2024. IE Canada est au service des entreprises qui dépendent de la circulation des marchandises à travers les frontières internationales du Canada. Nous offrons une perspective éclairée avec plus de 85 ans d'engagement et de défense des intérêts au Canada.

CONTEXTE

Nos membres sont des multinationales, des importateurs, des fabricants et des exportateurs de toutes tailles, qu'ils soient résidents ou non du Canada. Un grand nombre de nos membres ont des activités au Québec et contribuent de manière significative au PIB du Québec par le biais de l'emploi, de l'infrastructure et des investissements. Nos membres sont des chefs de file dans leurs secteurs respectifs, notamment : l'équipement médical et les produits pharmaceutiques, l'acier et l'aluminium et les minéraux essentiels, la distribution du pétrole et du gaz, les spiritueux et les boissons alcoolisées, les chaussures, les marchés et la vente au détail, l'épicerie, les produits alimentaires et agricoles, les biens industriels et mécaniques, les biens durables, y compris les appareils, le CVC, les fabricants de véhicules et de pièces automobiles, l'aérospatiale, la santé et les aliments pour animaux de compagnie, l'équipement électrique et électronique, etc. et les partenaires de la chaîne d'approvisionnement qui soutiennent ces divers secteurs, y compris les douanes et le courtage, le fret et l'entreposage.

IE Canada avertit le ministre que les changements proposés à la Charte de la langue française - Règlement sur la langue du commerce et des affaires ont de nombreuses conséquences négatives imprévues et peuvent avoir un effet préjudiciable sur le commerce transfrontalier et interprovincial. En l'absence de modifications au règlement proposé, plusieurs de nos membres se trouveront dans la position peu enviable de devoir retirer un nombre important de leurs produits du Québec. Cela désavantagerait ostensiblement les consommateurs et les entreprises du Québec qui seraient privés de l'accès à la gamme complète des produits de nos membres. Les expéditions de marchandises dans le reste de l'Amérique du Nord ne seraient pas affectées. Par conséquent, cette situation aura un effet d'entraînement négatif rapide et décisif sur l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement et pourrait entraîner des pertes d'emplois au Québec, car les chaînes d'approvisionnement pourraient déployer des actifs et des ressources ailleurs, ce qui entraînerait des pertes d'expéditions correspondantes. Elle perturbera aussi immédiatement les installations de fabrication nationales de nos membres ainsi que les principaux partenaires

étrangers du Canada en matière d'importation de marchandises, principalement les États-Unis, le Mexique (partenaires de l'ACEUM), la Chine, le Japon, l'Allemagne, la Corée du Sud, l'Italie et les pays de l'ANASE tels que le Viêt Nam et la Malaisie.

IE Canada est membre de la Chambre de commerce du Canada (CCC) et a consulté le Conseil du patronat du Québec (CPQ), l'*Association of Home Appliance Manufacturers* (AHAM), la *National Association of Manufacturers* (NAM), and l'*International Trademark Association* (INTA) pour préparer ses commentaires.

LES MODIFICATIONS PROPOSÉES POUR L'UTILISATION DES MARQUES COMMERCIALES ONT UN IMPACT NÉGATIF SUR LE COMMERCE

Les changements proposés à la Charte de la langue française - Règlement sur la langue du commerce et des affaires risquent de causer des problèmes considérables à nos membres, aux consommateurs et au commerce transfrontalier et interprovincial. Le droit fédéral canadien des marques est bien établi et largement compatible avec les autres lois de protection des consommateurs dans le monde. Pourtant, contrairement aux principes mondiaux établis en matière de marques, les modifications proposées à la Charte de la langue française - Règlement sur la langue du commerce et des affaires exigeront que les étiquettes et les emballages des marques contenant des mots non français soient traduits en français si les mots non français sont considérés comme des parties "génériques" ou "descriptives" de la marque, même si les marques sont enregistrées au niveau fédéral ou font l'objet de demandes d'enregistrement en cours d'examen. Le risque commercial et de réputation est disproportionné pour les États-Unis, premier partenaire commercial du Canada, mais il a un impact sur l'ensemble du commerce de marchandises du Canada. En plus de bouleverser le droit des marques au Canada, nous craignons que les changements proposés soient incompatibles avec les obligations du Canada en vertu de l'ACEUM et de l'Organisation mondiale du commerce (OMC), y compris les dispositions suivantes :

- En vertu de l'article 2.2 de l'accord de l'OMC sur les obstacles techniques au commerce (OTC), "les membres de l'OMC feront en sorte que les règlements techniques ne soient pas élaborés, adoptés ou appliqués en vue ou avec pour effet de créer des obstacles non nécessaires au commerce international". La portée et la signification de l'expression "obstacles non nécessaires au commerce international" figurant à l'article 2.2 de l'accord OTC sont éclairées par la deuxième phrase de l'article, qui dispose que les règlements techniques "ne seront pas plus restrictifs pour le commerce qu'il n'est nécessaire pour réaliser un objectif légitime, compte tenu des risques que la non-réalisation de cet objectif entraînerait". Les modifications proposées constituent une mesure "restrictive pour le commerce" car elles limitent les exportations vers le Canada.
- En vertu de l'article 15, paragraphe 1, de l'accord de l'OMC sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce (ADPIC), les membres de l'OMC peuvent choisir de protéger les marques non enregistrées et le Canada a choisi de le faire au niveau fédéral. La protection des marques non enregistrées dépend généralement de l'usage qui en est fait. Si l'utilisation de certaines marques non enregistrées (non françaises) est expressément interdite dans une province (et a des répercussions pratiques sur l'ensemble du pays), cela équivaut à une limitation de facto de l'étendue de l'objet protégeable au Canada, et constituerait donc une violation de l'article 15, paragraphe 1, de l'accord sur les ADPIC.
- En vertu de l'article 20.5 de l'ACEUM, "chaque partie fournira sur son territoire aux ressortissants d'une autre partie une protection et une application adéquates et efficaces des droits de propriété intellectuelle, tout en veillant à ce que les mesures visant à faire respecter les droits de propriété intellectuelle ne deviennent pas elles-mêmes des obstacles au commerce légitime". Les mesures relatives à l'inscription et à la signalisation des produits au Québec interdisent l'utilisation de marques non enregistrées dans une langue autre que le français dans la province. Par conséquent, le Canada n'offrirait pas une protection adéquate aux marques en vertu de l'article 11 de la Charte, tel qu'amendé par le projet de loi 96.

AUTRE UTILISATION

La période de mise en œuvre de l'article 27.1 - changements de logiciels intégrés doit être raisonnable. Un délai de 15 jours à compter de la publication des règlements n'est ni raisonnable ni réalisable pour les produits des membres concernés par cette proposition de modification.

LA PROPOSITION DE RÈGLEMENT QUI ÉLIMINE L'EXEMPTION POUR LES INSCRIPTIONS SUR UN PRODUIT VIOLE LA PROTECTION DES MARQUES ET A UN IMPACT NÉGATIF SUR LA DISPONIBILITÉ DES PRODUITS AU QUÉBEC

En vertu de la proposition de règlement, l'exception concernant les inscriptions gravées, cuites, incrustées, rivetées, soudées ou embossées de manière permanente directement dans ou sur un produit est restreinte d'une manière qui fait pencher la balance délicate de l'échelle, de la complexité et du coût dans la chaîne d'approvisionnement. Actuellement ces inscriptions, à l'exception des inscriptions concernant la sécurité d'un produit, peuvent figurer sur un produit exclusivement dans une langue autre que le français. Le projet de règlement obligerait les fabricants à traduire également en français les inscriptions qui sont considérées comme nécessaires à l'utilisation du produit. Nous vous renvoyons aux modifications réglementaires ci-dessous :

Changements proposés à la section 3 (en bleu) :

S3(1) le produit est destiné **uniquement** à un marché hors Québec ;

S3(6) le produit provient de l'extérieur du Québec et l'inscription, **sauf si elle concerne la sécurité ou est nécessaire à l'utilisation du produit**, est gravée, cuite ou incrustée dans le produit lui-même, rivetée ou soudée à celui-ci ou embossée sur celui-ci, de façon permanente. ~~Toutefois, les inscriptions relatives à la sécurité doivent être rédigées en français et figurer sur le produit ou l'accompagner de manière permanente.~~

Les marchandises de nos membres, qu'elles soient produites au Canada ou ailleurs, sont généralement préparées pour le marché commun nord-américain. Ce marché représente plus de 510 millions de consommateurs et une économie dont le produit intérieur brut (PIB) nominal s'élève à près de 31 000 milliards de dollars. En vertu de l'Accord Canada-États-Unis-Mexique (ACEUM), les marchandises admissibles préparées pour le marché commun sont échangées en franchise de droits. La part du Québec dans la chaîne d'approvisionnement nord-américaine est d'environ 1,5 % et, dans le cadre de la chaîne d'approvisionnement mondiale, elle représente bien moins de 1 % du marché total. Pour que nos membres puissent offrir à tous les consommateurs nord-américains la plus grande variété et le plus grand choix possible de produits, les inscriptions courantes gravées, cuites, incrustées, rivetées, soudées ou embossées sur les produits sont généralement basées sur des termes utilisés depuis longtemps dans l'industrie et par les consommateurs, propres à leurs secteurs respectifs.

Nous voudrions souligner au ministre que l'utilisation est déjà abordée dans l'article 1 du règlement. Les instructions d'utilisation doivent déjà être fournies en français aux consommateurs québécois par le biais de guides d'instruction, de manuels ou d'autres documents d'accompagnement. L'Office québécois de la langue française OQLF devrait déjà poursuivre vigoureusement les fabricants et les commerçants qui enfreignent ces dispositions en vertu de la réglementation existante.

Il est évident qu'il n'est pas possible pour nos membres de risquer de porter atteinte à leurs marques de commerce, de redessiner et de modifier leurs produits nord-américains ou de créer un nouvel assortiment de produits et de pièces d'entretien et de réparation qui se rapproche de l'échelle actuelle uniquement pour le Québec. La séparation des modèles dans la fabrication et la distribution ne sert qu'à limiter la disponibilité et le choix, à ajouter de la complexité et des coûts à la fabrication et à augmenter les coûts et la complexité des chaînes d'approvisionnement pour l'entreposage et la livraison. De plus, un assortiment séparé uniquement disponible au Québec n'est pas une solution viable à long terme pour les partenaires de vente au détail et de services de nos membres, en particulier les petites et moyennes entreprises (PME) qui desservent principalement les petits centres, car nos membres seraient incapables de fournir les produits nécessaires d'une manière commercialement viable. Il en résultera également un déplacement fondamental des ressources d'approvisionnement et de l'infrastructure du Québec vers l'extérieur.

Enfin, nous notons qu'en vertu de l'article 177 de la Charte, une ordonnance pour non-respect de l'article 51 (et des règlements correspondants, y compris ostensiblement les amendements proposés ci-dessus) peut être émise à l'encontre de toute personne de la chaîne d'approvisionnement, y compris non seulement l'équipementier, mais aussi toute personne qui distribue, vend au détail, loue, offre à la vente ou à la location ou commercialise de toute

autre manière, à titre onéreux ou gratuit, ou détient à de telles fins, un produit non conforme. Cela suscite de vives inquiétudes dans la mesure où les membres de nos fournisseurs de services peuvent faire l'objet d'une action en justice ou d'un droit d'action privé.

Nous notons par ailleurs que le projet de règlement ne prévoit pas de délai de grâce pour écouler les stocks non conformes existants, ce qui expose les distributeurs et les commerçants québécois à une responsabilité accrue. Toute commande de marchandise devant être livrée dans les 15 jours suivant la publication finale du règlement devra malheureusement être annulée. Il en résulterait une frustration importante pour les consommateurs, une perturbation du commerce et probablement des litiges.

CONCLUSION

L'INTA a exprimé plusieurs inquiétudes quant au fait que les règlements proposés "bouleversent le droit des marques et créent des barrières commerciales". En outre, l'INTA estime que les règlements proposés ne survivraient pas à un examen judiciaire. Les entreprises membres d'IE Canada et leurs partenaires de la chaîne d'approvisionnement sont directement pris dans ce borbier juridique qui pourrait conduire à des plaintes administratives, à des mesures d'application et à de lourdes amendes et pénalités, ainsi qu'à des poursuites judiciaires contre les détaillants, puisque la Charte offre à tout résident du Québec une nouvelle cause d'action privée.

Par conséquent, afin de réduire le risque important que posent les changements proposés au règlement pour nos membres, le risque commercial et de réputation du Québec et les engagements commerciaux internationaux et interprovinciaux, nous recommandons que l'article 51.1 nouvellement introduit à la Charte de la langue française et le règlement proposé soient retirés et qu'aucune modification ne soit apportée à ce stade. Nous recommandons au ministre de procéder à une analyse économique complète et à un examen juridique afin de s'assurer que le Québec respecte le droit international et les obligations du Canada en matière de commerce international et interprovincial. Nous recommandons également au ministre de mener des consultations plus approfondies auprès de l'industrie et de ses partenaires commerciaux internationaux et interprovinciaux afin de comprendre toute la portée des changements proposés.

Nous nous tenons à votre disposition pour répondre à vos questions concernant nos commentaires.

Respectueusement soumis

IE Canada

À propos d'IE Canada

IE Canada est au service des entreprises qui dépendent de la circulation des marchandises à travers les frontières internationales du Canada. Nous rassemblons un environnement fiable et diversifié qui informe le gouvernement et construit une politique frontalière basée sur le consensus, avec plus de 85 ans d'engagement et de défense au Canada. L'expertise de nos membres porte sur la chaîne d'approvisionnement mondiale, toujours importante, notamment sur les douanes et le courtage, les transitaires, l'infrastructure des transports et de la chaîne d'approvisionnement, la fabrication, les distributeurs en gros, les détaillants, le droit, les finances et la fiscalité.

21 février 2024

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

Objet : Gazette Officielle du Québec, 10 janvier 2024, 156^e année, n° 2 : Projet de règlement, Charte de la langue française (chapitre C-11), Règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires

Monsieur le Ministre,

Les organisations soussignées sont heureuses de vous adresser ces commentaires en réponse à la publication du *Projet de règlement : Charte de la langue française (chapitre C-11), Règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires publié le 10 janvier 2024, 156^e année, n° 2 de la Gazette officielle du Québec*.

Nos organisations apprécient et respectent pleinement l'intention de la Charte de la langue française (la « Charte de la langue française ») de préserver la langue française au Québec, et les fabricants et entreprises que nous représentons veulent se conformer à toutes les lois et réglementations du Québec à cet effet.

Cependant, nos organisations ont des préoccupations importantes concernant les récentes modifications apportées à la Charte de la langue française par le projet de Loi 96 (les « Modifications du projet de Loi 96 ») qui exigent des changements significatifs et problématiques en matière d'étiquetage et d'affichage, par exemple la traduction en français de termes dans une langue autre que le français qui sont enregistrés à titre de marques de commerce. Les Modifications du projet de Loi 96 pourraient bouleverser des décennies de lois sur la propriété intellectuelle, créant des difficultés supplémentaires pour les fabricants et autres entreprises et limitant leur accès au marché québécois. En outre, les Modifications du projet de Loi 96 offrent à tout résident du Québec un recours en justice qui risque d'entraîner des mesures d'application strictes, de lourdes amendes, des pénalités et des poursuites.

Par ailleurs, le Projet de règlement du 10 janvier n'apporte pas suffisamment de clarté aux entreprises en ce qui concerne la mise en œuvre des Modifications du projet de Loi 96 et nos organisations s'inquiètent d'un certain nombre de dispositions essentielles et notamment de ce qui suit :

- l'article 3 du Règlement sur la langue du commerce et des affaires prévoit l'ajout de l'obligation de mentionner en français toute consigne d'utilisation gravée, cuite ou incrustée dans un produit, ce qui risque fortement d'entraîner des recours, des amendes, des pénalités et des poursuites inutiles et coûteuses.
- L'article 51.1 de la Charte de la langue française et l'article 27.2 du Projet de règlement prévoient la traduction des mots susceptibles d'être considérés comme « génériques » ou « descriptifs », même s'ils font partie d'une marque de commerce enregistrées, ce qui contredit les principes de droit des marques de commerce à l'échelle mondiale et en droit canadien.
- L'article 58.1 de la Charte de la langue française et les articles 27.7 à 27.10 du Projet de règlement prévoient une nette prédominance du français sur les panneaux et affiches à l'extérieur

des bâtiments, ce qui contredit les principes de droit des marques de commerce (et de l'habillage commercial) à l'échelle mondiale et en droit canadien.

Nos organisations craignent qu'en plus de remettre en cause le droit des marques de commerce au Canada, les modifications du projet de Loi 96 prévues ne soient pas conformes aux obligations du Canada en vertu de l'Accord Canada-États-Unis-Mexique et des principes de l'Organisation mondiale du commerce, et notamment aux dispositions suivantes :

- à l'article 2.2 de l'Accord sur les obstacles techniques au commerce de l'OMC (OTC) qui prévoit que les « Membres feront en sorte que l'élaboration, l'adoption ou l'application des règlements techniques n'aient ni pour objet ni pour effet de créer des obstacles non nécessaires au commerce international. ». Les termes « obstacles non nécessaires au commerce international » mentionnés dans l'article 2.2 de l'OTC sont explicités dans la deuxième phrase de l'article qui indique que les règlements techniques « ne seront pas plus restrictifs pour le commerce qu'il n'est nécessaire pour réaliser un objectif légitime, compte tenu des risques que la non-réalisation entraînerait. » Les modifications du projet de Loi 96 constituent une mesure de « restriction commerciale » et créent un obstacle non nécessaire à l'exportation vers le Canada.
- En vertu de l'article 15(1) de l'Accord sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce (l'« Accord sur les ADPIC »), les membres de l'OMC peuvent décider de protéger les marques de commerce non déposées et le Canada a choisi de le faire au niveau fédéral. La protection des marques de commerce non déposées dépend généralement de leur utilisation. Si l'utilisation de certaines marques de commerce (non françaises) non déposées en tant que telles est interdite dans une province (entraînant des effets pratiques dans tout le pays), cela représente une limitation de fait des éléments pouvant être protégés au Canada et représente donc une violation de l'article 15(1) de l'Accord sur les ADPIC.
- En vertu de l'article 20.5 de l'ACEUM, « chacune des Parties prévoit des moyens visant à assurer, sur son territoire, une protection et un respect adéquats et efficaces des droits de propriété intellectuelle aux ressortissants d'une autre Partie, tout en veillant à ce que les mesures visant à faire respecter ces droits ne deviennent pas elles-mêmes des obstacles au commerce légitime. » Les mesures d'étiquetage des produits et d'affichage envisagées par le Québec interdisent l'utilisation de termes dans une langue autre que français enregistrés à titre de marques de commerce, seuls, dans la province. Si elles étaient appliquées, le Canada n'offrirait pas une protection adéquate aux marques de commerce en raison de la Charte de la langue française telle que modifiée par le projet de loi 96.

Enfin, au-delà des préoccupations mentionnées ci-dessus, les consommateurs québécois seraient désavantagés par la mise en œuvre des Modifications du projet de Loi 96 dans la mesure où celles-ci réduiraient leur choix en raison du retrait de certains produits du marché québécois, entraîneraient une augmentation des prix en raison des répercussion sur les entreprises des coûts de mise en œuvre des mesures nécessaires pour que leurs produits qui restent sur le marché soient conformes et créeraient une confusion accrue dans le marché quant à la source des produits.

Nous vous remercions de l'attention que vous porterez à ces remarques et serons heureux de vous rencontrer pour discuter de ces questions. Dans l'attente de votre réponse.

Veuillez agréer, Monsieur le Ministre, nos respectueuses salutations.

Air-Conditioning, Heating, and Refrigeration Institute
American Apparel & Footwear Association
Association de l'industrie touristique du Canada
Association of Home Appliance Manufacturers
Association canadienne des importateurs et exportateurs
Association canadienne du jouet
Association des hôtels du Canada
Distilled Spirits Council of the United States
Halloween & Costume Association
Institut de la propriété intellectuelle du Canada
Intellectual Property Owners Association
International Trademark Association
Juvenile Products Manufacturers Association
National Association of Manufacturers
The Toy Association



Ligne directe

Internet :

Le 23 février 2024

PAR MESSAGER

Monsieur Jean-François Roberge
Ministre de la Langue française
800, rue D'Youville 136 étage
Québec (Québec) G1R 3P4

Objet : Projet de règlement relatif à la Charte de la langue française

Monsieur le Ministre,

Notre cabinet désire saisir l'opportunité de soumettre des commentaires concernant le projet de règlement publié le 10 janvier 2024 (le « Projet de règlement »).

Depuis l'adoption du projet de loi 96, notre cabinet a eu l'opportunité de participer activement à diverses rencontres avec l'Office québécois de la langue française (« OQLF ») et des représentants du Ministère de la langue française à titre de représentant de l'Institut de la Propriété Intellectuelle du Canada (« IPIC »).

Grâce à ces échanges, en collaboration avec les représentants de l'International Trademark Association (« INTA »), nous avons eu l'opportunité de partager diverses questions et préoccupations découlant des amendements apportés la Charte de langue française (la « Charte »).

Le Projet de règlement répond à bon nombre de ces questions et préoccupations. Nous soumettons toutefois que certaines clarifications et amendements demeurent nécessaires pour éviter toute ambiguïté dans l'application des nouvelles règles et pour répondre aux réalités commerciales des entreprises, tant québécoises qu'étrangères.

Nous avons eu l'opportunité de contribuer à la préparation des soumissions de l'INTA et de l'IPIC et nous désirons vous informer que nous endossons toutes les recommandations formulées par l'INTA et l'IPIC.

Nous désirons par ailleurs ajouter à ces soumissions la suivante en ce qui a trait aux « produits culturels » et plus précisément, les marques de commerce employées au Québec notamment en liaison avec des émissions télévisées et des spectacles.

lavery.ca

**Lavery, de Billy
S.E.N.C.R.L.**

Montréal
4000-1, Place Ville Marie
Montréal (Qc) H3B 4M4
T 514 871-1522
F 514 871-5977

Québec
500-925, Grande Allée Ouest
Québec (Qc) G1S 1C1
T 418 688-5000
F 418 688-3458

Sherbrooke
200-95, Boul. Jacques-Cartier Sud
Sherbrooke (Qc) J1J 2Z3
T 819 346-5058
F 819 346-5007

Trois-Rivières
360-1500, rue Royale
Trois-Rivières (Qc) G9A 6E6
T 819 373-7000
F 819 373-0943

—Lavery

Le Projet de règlement touche en partie à cette question aux articles 2 et 11, mais seulement en ce qui a trait aux « produits » ou activités culturelles dont le contenu est dans une autre langue que le français.

2. Une inscription sur un produit culturel ou éducatif tels un livre, une revue, une publication, un album ou un film, ainsi qu'une inscription sur une carte de vœux, un agenda ou un calendrier non publicitaires peuvent être rédigées uniquement dans une autre langue que le français si leur contenu est dans une autre langue que le français ou si le produit culturel ou éducatif, la carte de vœux, l'agenda ou le calendrier ne comportent aucun contenu linguistique.

11. Les documents visés à l'article 52 de la Charte de la langue française (chapitre C-11) concernant un produit culturel ou éducatif au sens de l'article 2, concernant une activité culturelle ou éducative tels un spectacle, un récital, un discours, une conférence, un cours, un séminaire ou une émission de radio ou de télévision ou faisant la promotion d'un organe d'information, peuvent être rédigés uniquement dans une autre langue que le français si, selon le cas, le contenu du produit culturel ou éducatif est dans cette autre langue, l'activité se déroule dans cette autre langue ou l'organe d'information diffuse dans cette autre langue.

Recommandation : nous soumettons que des amendements au Projet de règlement sont nécessaires afin de confirmer que l'exception des marques de commerce s'applique aux produits et activités culturelles, que le contenu soit en français ou dans une autre langue.

Nous soumettons que le traitement des marques de commerce devrait suivre les mêmes règles que pour les produits, les publications commerciales, l'affichage public et la publicité commerciale.

Le régime actuel permet l'emploi de telles marques (dans une autre langue que le français) dans la mesure où les marque sont « reconnues », c'est-à-dire qu'elles sont enregistrées ou employées au Canada. Il serait donc logique d'assurer une continuité, en adaptant au nouveau régime qui sera adopté par le gouvernement pour les marques de commerce.

Nous vous remercions pour l'attention que vous portez à nos commentaires.

LAVERY DE BILLY S.E.N.C.R.L.



Isabelle Jomphe

lavery.ca

Lavery, de Billy
S.E.N.C.R.L.

Montréal
4000-1, Place Ville Marie
Montréal (Qc) H3B 4M4
T 514 871-1522
F 514 871-8977

Québec
500-925, Grande Allée Ouest
Québec (Qc) G1S 1C1
T 418 688-5000
F 418 688-3458

Sherbrooke
200-95, Boul. Jacques-Cartier Sud
Sherbrooke (Qc) J1J 2Z3
T 819 346-5058
F 819 346-5007

Trois-Rivières
360-1500, rue Royale
Trois-Rivières (Qc) G9A 6E6
T 819 373-7000
F 819 373-0943



Kimberly A. Eberwine
General Counsel, Canada
Senior Director, Government Relations

Procter & Gamble Inc.
4711 Yonge Street
Toronto, Ontario M2N 6K8

Par Courrier de Nuit

22 février 2024

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

Re: Demande de commentaires sur le projet de règlement d'application de la Charte de la langue française, règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires (le "projet de règlement")

Cher Ministre Roberge,

Procter & Gamble, Inc. ("P&G") reconnaît l'importance de renforcer l'utilisation du français comme langue de commerce et d'affaires au Québec et apprécie les efforts déployés par la province pour garantir que les consommateurs puissent accéder à la même information en français qu'au Québec en anglais ou des autres langues. À cette fin, nous nous efforçons de respecter toutes les lois et réglementations pertinentes et travaillons déjà de bonne foi à la mise en œuvre des nouvelles dispositions du projet de loi 96, en plus de nous assurer de respecter d'autres aspects déjà existants de la Charte de la langue française. De plus, P&G apprécie les efforts du ministre pour donner aux entreprises le temps de se mettre en conformité, ainsi que la possibilité de travailler en collaboration grâce à ce processus de rétroaction. Néanmoins, nous avons quelques préoccupations résiduelles, telles qu'exprimées ci-dessous et détaillées plus en détail dans les observations de l'Association internationale des marques ("INTA") et Produits alimentaires, de santé et de consommation du Canada ("PASC"). P&G demande respectueusement au ministre de tenir compte de ces préoccupations et recommandations en ce qui concerne le projet de règlement:

1. Veiller à ce que le règlement final omette ou inclue un libellé sur un mécanisme de conformité alternatif pour les modifications proposées à l'alinéa 2(2)(a).

Les modifications proposées à l'article 2(2)(a) du projet de règlement exigent que les fabricants présentent en français toute langue "nécessaire à l'utilisation du produit" qui est gravée, cuite ou incrustée dans le produit, ou rivetée, soudée ou gaufrée sur le produit. Actuellement, le Règlement exige la présentation en français uniquement pour la langue relative à la sécurité, lorsque ces informations sont gravées, cuites ou incrustées dans le produit, ou rivetées, soudées ou gaufrées sur le produit. En tant que tel, cela présente une nouvelle restriction importante à l'exception actuellement prévue. Par conséquent, nous pensons que le Règlement devrait être modifié pour omettre cette nouvelle langue ou, alternativement, préciser que ces inscriptions supplémentaires peuvent être placées sur le produit en français autrement que par gravure, cuisson, incrustation, rivetage, soudage ou gaufrage, à condition qu'il soit apposé de manière permanente sur le produit. Cependant, nous demandons au ministère de prendre note que même cette proposition alternative nécessiterait des changements importants aux processus de fabrication ou aux étiquettes des produits qui ne peuvent tout simplement pas être apportés dans les 15 jours suivant la publication du règlement final. Nous recommandons que ce mécanisme de conformité alternatif, ainsi qu'une période de conformité prolongée, soient inclus dans le règlement final.



2. Clarifier la définition de “générique” et de “descriptif” en ce qui concerne les articles 27.2 et 27.3.

Les modifications proposées aux articles 27.2 et 27.3 exigent que les fabricants traduisent les termes descriptifs et génériques qui sont inclus ou contenus dans une marque enregistrée. D'après les discussions de l'industrie avec l'OQLF, nous comprenons que ce changement vise à garantir que les demandes de marque (ou enregistrements) en attente pour des étiquettes entières comprenant des mots descriptifs et génériques soient présentées en français sur un pied d'égalité. De plus, nous comprenons à partir des exemples fournis par l'OQLF que les marques qui fonctionnent clairement comme identifiants de source, comme les noms de marque, les sous-marques et les slogans, n'ont pas besoin d'être traduites en français, même si elles incluent des éléments génériques ou descriptifs. En effet, l'exemple donné par l'OQLF (voir ci-dessous) ne présente pas le nom de marque “BestSoap” en français – bien que “Best” et “Soap” puissent être interprétés comme étant respectivement des termes descriptifs et génériques. Nous recommandons que le règlement final précise explicitement que les marques qui fonctionnent clairement comme identifiants de source n'entrent pas dans le champ d'application de la définition de “générique” ou de “descriptif” telle qu'énoncée dans les articles 27.2 et 27.3.



3. Préciser que, pour les entreprises qui s'appuient sur la période de vente proposée, les tribunaux devraient déterminer si une prétendue violation de la Charte donne lieu à une action en justice.

P&G apprécie la période de vente proposée dans le cadre du projet de règlement. Cette période de grâce donnera aux entreprises le temps de surmonter tout problème de mise en œuvre tout en continuant à fournir aux consommateurs un approvisionnement adéquat en produits. Cependant, pendant cette période de vente, les particuliers peuvent toujours choisir de demander réparation devant les tribunaux en vertu du droit d'action privé. Nous demandons que cette divergence soit corrigée par un libellé supplémentaire dans le règlement final qui exclut, ou décourage fortement, un droit d'action privé dans ce contexte. Si cela n'est pas possible, nous demandons qu'un document d'orientation supplémentaire soit publié pour remédier à cette divergence. Un tel document devrait interroger les tribunaux pour déterminer si la prétendue violation de la Charte donne lieu à une action en justice dans ces circonstances.



4. Préciser que, pour les entreprises qui s'appuient sur l'inclusion des "marques de commerce en attente" dans la définition de "marques déposées" en ce qui concerne l'article 51.1 de la Charte de la langue française, les tribunaux devraient examiner s'il y a une prétendue violation de la Charte à cet égard est exploitable.

P&G apprécie que le projet de règlement inclue un libellé qui identifie explicitement les "marques en attente" comme étant incluses dans la définition des marques "déposées". Cela précise que les marques en instance sont exemptées de l'exigence relative à la langue française, sauf dans la mesure où elles comportent des éléments "génériques" et "descriptifs" (comme indiqué dans les articles 27.2 et 27.3 du projet de règlement). Cependant, comme indiqué ci-dessus, cette définition élargie des marques "enregistrées" est en contradiction avec le langage simple de la Loi et présente donc le risque que des individus puissent toujours choisir d'engager une action privée en dommages-intérêts devant les tribunaux. Nous demandons que cette divergence soit corrigée par un libellé supplémentaire dans le règlement final qui exclut, ou décourage fortement, un droit d'action privé dans ce contexte. Si cela n'est pas possible, nous demandons qu'un document d'orientation supplémentaire soit publié pour remédier à cette divergence. Un tel document devrait interroger les tribunaux pour déterminer si la prétendue violation de la Charte donne lieu à une action en justice dans ces circonstances.

5. S'assurer que les marques de common law soient incluses dans l'exemption prévue à l'article 51.1 de la Charte de la langue française.

L'exemption prévue à l'article 51.1 de la Charte de la langue française n'inclut pas les marques de commerce de common law. Les marques de droit commun permettent aux entreprises de toutes tailles de créer des marques précieuses permettant d'identifier leur source, sans nécessiter d'enregistrement en vertu de la Loi sur les marques. De nombreux petits fabricants sur le marché s'appuient sur les marques de droit commun. Il serait plus équitable d'étendre le libellé de l'article 51.1 pour inclure les marques de common law, qui sont reconnues par le droit des marques en vigueur au Canada. Nous demandons que le projet final de règlement inclue les marques de common law dans la définition de "enregistrée", ainsi que les marques "en attente".

P&G apprécie grandement l'opportunité de formuler ses commentaires sur le projet de règlement. Nous sommes heureux de participer à de nouvelles discussions sur cette question et vous invitons à adresser vos questions et préoccupations à notre avocate générale et directrice principale des relations gouvernementales, [REDACTED]


(original signé)

Ottawa, le 23 février 2024

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

Objet : Commentaires sur le projet de règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires

Monsieur le Ministre,

Dans le cadre de la période de consultation publique relative au projet de *Règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires* (ci-après « projet de règlement »), publié dans la Gazette officielle du Québec le 10 janvier dernier, je vous écris au nom de l'Association canadienne de produits de consommation spécialisés (ACPCS) pour vous faire part de notre position et de nos recommandations.

L'ACPCS une association commerciale nationale représentant le secteur des produits spécialisés destinés aux consommateurs, à l'industrie et aux institutions. De nombreuses entreprises québécoises figurent parmi nos membres, telles que Lavo Inc. et ses marques bien connues comme La Parisienne, Hertel, Springtime, Old Dutch, Arctic Power, ABC et Comet.

Les membres de l'ACPCS sont soucieux du respect de la *Charte de la langue française* telle que modifiée par le projet de loi 96. Nous soulignons cependant les préoccupations suivantes qui pourraient faire obstacle à leurs efforts de conformité, soit:

- La suppression de l'exemption octroyée à une marque de commerce reconnue au sens de la Loi sur les marques de commerce d'être rédigées uniquement dans une autre langue que le français (article 3 du projet de règlement, qui modifie le 4^e paragraphe du *Règlement sur la langue du commerce et des affaires*) ;
- Les délais nécessaires à la mise en œuvre des changements d'étiquetage des produits par les fabricants (article 10 du projet de règlement) ;
- Une communication et des directives claires concernant l'interprétation réglementaire des nouvelles dispositions introduites.

À la lecture du projet de règlement, nous accueillons favorablement les efforts du gouvernement pour accorder une flexibilité concernant l'utilisation des marques de commerce dans leur langue originale accompagnées d'une description en français. Cette flexibilité renforce la présence du français, tout en facilitant pour nos membres la gestion de leurs marques dans un contexte multilingue.

Toutefois, la suppression du 4^e paragraphe de l'article 7 du Règlement sur la langue du commerce et des affaires crée une incertitude sur les noms de marque des produits. Le projet de règlement ne précise pas explicitement le droit des entreprises à choisir librement les termes de leur dénomination sociale, notamment pour les noms de marque ou sous-marques de produits, qui peuvent inclure des termes génériques ou descriptifs. Les marques et sous-

marques de produits représentent une propriété intellectuelle hautement valorisée, permettant d'identifier un produit sans pour autant le décrire ou le caractériser de manière explicite. L'ACPCS propose donc que le projet de règlement soit modifié pour exempter explicitement les marques et sous-marques de produits des exigences linguistiques, leur permettant ainsi d'apparaître uniquement dans une autre langue que le français.

Nous saluons également votre ouverture quant à l'entrée en vigueur de certaines dispositions. Ces délais, utiles et nécessaires pour tenir compte des réalités du commerce de détail, pourraient toutefois être allongés pour les produits d'usages exceptionnels et institutionnels. Ces produits, souvent stockés sur les tablettes ou dans les entrepôts pendant de longues périodes, présentent des défis uniques en termes de rotation des stocks et de conformité réglementaire – d'autant plus que le processus de réétiquetage des produits prend généralement entre 12 et 24 mois au niveau de la fabrication.

Ainsi, la conformité d'ici juin 2025 serait difficile, voire impossible à atteindre, en plus d'imposer un fardeau économique disproportionné pour nos membres. L'ACPCS suggère donc d'envisager un délai supplémentaire et propose que le libellé de l'article 10 du projet de règlement soit modifié pour exiger la conformité au niveau de la fabrication 24 mois après la publication du règlement final, et 12 mois plus tard au niveau de la vente au détail.

Enfin, nous tenons à vous rappeler l'importance de la cohérence entre la mise en œuvre de ce règlement et les autres lois et règlements fédéraux, notamment en matière de droits d'auteur et de protection des marques de commerce. Une approche harmonisée est cruciale pour assurer que les membres de l'ACPCS puissent continuer à opérer efficacement dans le respect des divers cadres réglementaires. Les fabricants auront besoin des guides d'interprétation détaillés, agrémentés d'exemples concrets, démontrant les pratiques à adopter ou à éviter selon les nouvelles dispositions réglementaires. Ceci s'inscrit dans le besoin d'une communication claire et de directives précises sur l'interprétation des règles introduites.

Nous sommes disposés à travailler en étroite collaboration avec votre ministère pour trouver des solutions qui répondent aux besoins des entreprises tout en promouvant l'usage du français dans le secteur commercial. Nous vous remercions de prendre en compte ces points et restons à votre disposition pour toute discussion ou clarification supplémentaire.

Veillez recevoir, Monsieur le Ministre, l'expression de ma haute considération.

Shannon Coombs

Présidente

Association canadienne de produits de consommation spécialisés

serving makers of formulated products for home and commercial use since 1958

130 Albert Street, Suite 800, Ottawa, Ontario, K1P 5G4 Tel. (613) 232-6616

<http://www.ccsba.org>; <http://www.healthycleaning101.org>

PAR COURRIEL

Le 23 février 2024

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

Objet : Commentaires de l'AEM sur le projet de règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires

Monsieur le Ministre

Je vous écris au nom de l'Association des manufacturiers d'équipement (Association of Equipment Manufacturers or AEM) pour vous faire part de nos commentaires dans le cadre de la période de consultation publique relative au projet de Règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires, publié dans la Gazette officielle du Québec le 10 janvier dernier.

AEM est l'association commerciale internationale pour l'Amérique du Nord qui représente les fabricants et les fournisseurs d'équipements hors route. Elle regroupe plus de 1 000 entreprises et plus de 200 lignes de produits provenant des secteurs de l'agriculture, de l'exploitation minière, de la foresterie et de la construction du monde entier. L'industrie canadienne de la fabrication d'équipements emploie plus de 152 000 personnes et injecte environ 41 milliards de dollars par année dans l'économie canadienne.

Nous avons examiné avec attention le projet de règlement publié dans la Gazette officielle du Québec, visant à modifier principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires. Un point en particulier retient notre attention : la modification des exemptions linguistiques pour les inscriptions sur les produits prévues à l'article 3 du Règlement sur la langue du commerce et des affaires. La réduction de l'exemption permettant des inscriptions gravées, embossées ou autrement marquées de manière permanente dans une langue autre que le français suscite une grande inquiétude parmi nos membres.

Cette modification aura des répercussions considérables sur une vaste gamme de produits. Elle affectera non seulement la production et la commercialisation de ces produits au Québec, mais également leur conception et leur conformité réglementaire. Les industries que nous représentons sont déjà soumises à des normes strictes en matière de sécurité et de performance, et cette nouvelle contrainte linguistique pourrait imposer des coûts supplémentaires significatifs.

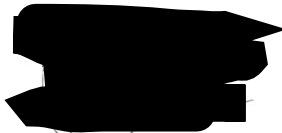
Nous comprenons et soutenons l'importance de promouvoir la langue française au Québec. Toutefois, nous croyons qu'il est essentiel de trouver un équilibre entre la protection de la langue et la viabilité économique des entreprises qui opèrent dans un marché globalisé. La spécificité de certains produits, notamment ceux destinés à des usages professionnels ou industriels, rend l'application uniforme de cette règle particulièrement problématique.

Ainsi, nous vous demandons de reconsidérer les modalités de cette modification réglementaire. Nous proposons que des exemptions spécifiques soient maintenues pour les catégories de produits où les inscriptions autres qu'en français sont justifiées par des impératifs de sécurité, de conformité internationale ou lorsque le remplacement ou la modification de ces inscriptions représenterait un fardeau économique disproportionné pour les fabricants.

Nous souhaitons engager un dialogue constructif avec votre ministère afin d'explorer des solutions qui respectent à la fois la promotion de la langue française et les réalités opérationnelles de nos industries. Nous sommes convaincus qu'une approche collaborative permettra de trouver des compromis satisfaisants pour toutes les parties concernées.

Nous vous remercions pour l'attention qui sera portée à cette lettre et restons à votre entière disposition pour toute discussion ou échange supplémentaire sur ce sujet.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Ministre, l'expression de mes salutations distinguées,



Curt Blades
Vice-président principal, Industries et leadership produit
Association des manufacturiers d'équipement
(Association of Equipment Manufacturers ou AEM)

23 février 2024

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

**Objet: Commentaires de l'AHAM concernant le règlement modifiant le Règlement sur
la langue du commerce et des affaires
Lettre datée le 23 février 2024**

Monsieur le Ministre,

MC Commercial Inc. présente cette lettre de concert avec une lettre à ce sujet que l'Association of Home Appliance Manufacturers (« l'AHAM ») a envoyée à votre bureau.

Au Canada, MC Commercial est le distributeur exclusif des gros appareils électroménagers GE. Tous les produits vendus par MC Commercial au Canada sont fabriqués ou obtenus de:

- Controladora Mabe SA de CV (« Mabe ») avec des usines qui fournissent les produits à GE Appliances aux États-Unis,
- GE Appliances, une compagnie du groupe Haier avec des usines aux États-Unis et en Asie,
- fournisseurs tierce partie qui fabriquent des produits pour l'Amérique du Nord.

MC Commercial comprend et reconnaît l'intention de la Charte de la langue française qui vise à préserver la langue française au Québec et nous respectons toutes les lois et tous les règlements applicables au Québec. Cependant, les règlements proposés dans la section 3 nous préoccupent grandement. En ce qui concerne nos préoccupations, MC Commercial appuie pleinement les commentaires et la rétroaction qui ont été partagés avec votre bureau dans la lettre de l'AHAM à ce sujet.

MC Commercial demande avec instance à Monsieur le Ministre d'étudier l'information et les recommandations fournies par l'AHAM et ses entreprises membres, car le projet réglementaire dans sa forme actuelle n'est pas réaliste ou dans l'intérêt des consommateurs québécois.

Nous vous remercions de l'attention que vous porterez à nos préoccupations.

Sincèrement, (original signé)

 Caldwell (Feb 23, 2024 16:59 EST)

Jennifer Caldwell
Vice-présidente, Canada

mabe
5420, rue north service
bureau 300 / c.p. 5345
burlington, on **canada** L7R 5B6



Montréal, le 23 février 2024

PAR COURRIEL

M. Jean-François Roberge
Ministre de la Langue française
Ministère de la Langue française
800, rue d'Youville, 13^e étage
Québec (Québec) G1R 3P4
ministre@mlf.gouv.qc.ca

Objet : Commentaires de l'ACCAP concernant le projet de règlement sur la langue du commerce et des affaires

Monsieur le Ministre,

L'Association canadienne des compagnies d'assurances de personnes (ACCAP) apprécie l'occasion qui lui est donnée de présenter ses commentaires dans le cadre de la consultation sur le projet de règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires (ci-après, « Règlement ») publié dans la Gazette officielle le 10 janvier 2024.

Dès le départ, nous tenons à réitérer que les membres de l'ACCAP appuient la volonté du gouvernement de promouvoir et protéger le français. À ce sujet, les assureurs de personnes sont fortement enracinés au Québec et offrent tous leurs services en français tout au long de la relation avec le client.

Commentaires généraux

Les commentaires de notre association se limiteront à l'article 27.6. du Règlement qui porte sur les contrats d'adhésion.

Comme nous l'avons expliqué dans de précédentes communications, les nouvelles obligations relatives aux contrats d'adhésion de l'article 55 posent d'importants défis d'application en assurance de personnes en raison des règles spécifiques qui régissent la formation du contrat dans notre secteur. En effet, le processus de formation d'un contrat d'assurance de personnes est particulier dans la mesure où celui-ci doit légalement se conclure en trois étapes, c'est-à-

dire 1) la proposition d'assurance par le client, 2) l'acceptation par l'assureur de la proposition (avec ou sans modification) et 3) la délivrance de la police d'assurance. Le cumul de ces trois étapes constitue le processus de conclusion du contrat d'assurance. De plus, nous soulignons qu'en assurance-vie, le contrat a généralement déjà pris effet lorsque la police est livrée au client.

Une interprétation possible des nouvelles obligations de l'article 55 de la Charte est que les assureurs de personnes doivent remettre à chaque étape du processus de formation d'un contrat d'assurance des documents en français aux clients ayant clairement exprimé le désir de contracter en anglais. Cela pourrait créer de la confusion et de l'insatisfaction chez le client qui recevra une trop grande quantité de documents qu'il ne consultera pas et qu'il aura obtenus malgré son souhait.

Nous saluons donc la volonté du gouvernement d'apporter des précisions pour l'application de l'article 55 de la Charte de la langue française. Ces précisions pourraient contribuer à atténuer les impacts indésirables découlant de cet article pour les consommateurs qui concluent un contrat d'assurance de personnes.

Cela dit, des difficultés d'interprétation persistent. En ce sens, nous proposons **deux recommandations** permettant de préciser davantage l'application de l'article 55 et d'atténuer les impacts indésirables qui en découlent.

Commentaires concernant l'application de l'article 55 (article 27.6. du Règlement)

La notion d'attestation de l'existence du contrat

Au paragraphe 1 a) de l'article 27.6., on vient préciser la notion de « document se rattachant » à un contrat d'adhésion par un document « **a) attestant de l'existence du contrat, tel un certificat d'assurance** ». Nous trouvons cette approche utile, mais nous recommandons d'ajouter à l'exemple du certificat d'assurance celui de la **police d'assurance**. Cette expression est plus appropriée au contexte de l'assurance de personnes, car en vertu du Code civil du Québec, la police d'assurance constate l'existence du contrat (article 2399 C.c.Q.).

Cette précision confirmerait que le règlement répond à l'une des demandes clés faites par l'industrie depuis la présentation du projet de loi 96 (Loi 14).

En effet, elle confirmerait que l'assureur peut livrer la police d'assurance dans la langue de préférence du client, à l'instar des autres documents se rattachant au contrat, dans la mesure où il y a eu remise de la proposition en français, conformément à l'article 55, ou dans la mesure où l'adhérent a eu l'opportunité de consulter les clauses types de la proposition en français

préalablement à la conclusion du contrat (dans les situations prévues aux paragraphes 2 a) et 3 de l'art. 27.6. du Règlement).

En clair, cette précision permettrait aux assureurs de personnes d'appliquer de manière plus efficace l'obligation de l'article 55 dans le contexte particulier des contrats d'assurance de personnes qui se forment en trois étapes.

Nous estimons également que cette mention permettrait d'atteindre l'objectif de l'article 55 de la Charte selon lequel **la version française de la documentation nécessaire pour contracter doit être remise à l'adhérent avant la conclusion du contrat**. Cette confirmation aurait aussi l'avantage de réduire la quantité de documents remis aux adhérents qui, après avoir eu l'opportunité de contracter en français de manière conforme à l'article 55, exprimeraient leur volonté expresse de conclure le contrat dans une autre langue que le français.

Recommandation 1 :

Comme la police d'assurance constate l'existence du contrat en vertu du Code civil du Québec, nous recommandons d'inclure « police d'assurance » au paragraphe 1 a) de l'article 27.6. Ainsi, nous proposons :

27.6. Pour l'application de l'article 55 de la Charte de la langue française (chapitre C-11) :

1° un document se rattachant à un contrat d'adhésion vise notamment un document :

a) *Attestant l'existence du contrat, tel un certificat d'assurance ou une police d'assurance ;*

Obligation de remise lorsque la conclusion du contrat se fait par téléphone ou par l'entremise d'un moyen technologique (articles 2 et 3 du Règlement)

En plus de la recommandation 1 qui est au cœur de nos préoccupations, nous proposons également des amendements à l'égard du paragraphe 3 de l'article 27.6. du Règlement.

Tout comme il a été jugé pertinent d'inclure la notion d'« opportunité de consulter par moyen technologique les clauses types » lorsque la conclusion se fait par téléphone, **nous pensons que cette notion d'« opportunité » devrait être étendue au paragraphe 3 de l'article 27.6**. En effet, nous estimons que cette notion devrait aussi s'appliquer lorsque la conclusion du contrat se fait par l'entremise de moyens technologiques.

Cette précision permettrait aux assureurs de personnes d'offrir l'opportunité à l'adhérent de consulter par moyen technologique les clauses types en français préalablement à la conclusion du contrat plutôt que de devoir remettre des clauses types à un client qui navigue sur une plateforme en ligne.

En offrant cette opportunité à l'adhérent, nous estimons que cela répondrait aux objectifs de l'article 55 de mettre à la disposition de l'adhérent la version française de la documentation nécessaire pour contracter avant la conclusion du contrat et ainsi de faire un choix éclairé sur sa langue de commerce avant la conclusion du contrat. Nous croyons qu'il s'agirait d'une approche à privilégier pour encadrer l'usage de moyens technologiques de manière assez souple pour être pérenne.

Avec ces mêmes objectifs en tête, nous recommandons également d'ajouter au paragraphe 3 que l'obligation de remettre une version française du contrat d'adhésion, dont la conclusion se fait par l'entremise d'un moyen technologique, est satisfaite lorsque celui-ci offre la possibilité à l'adhérent de choisir le français comme langue de navigation. Pensons par exemple à un site web où l'ensemble du processus transactionnel, allant de la cueillette d'information à la signature du contrat, peut être réalisé en français.

Une telle approche permettrait de faciliter l'expérience de l'adhérent tout en offrant la garantie que le processus est accessible en français pour tous les Québécois.

Recommandation 2 :

Au paragraphe 3 de l'article 27.6. du Règlement, nous recommandons d'inclure les notions d'« **opportunité de consulter les clauses types** » et de **choix de la langue du moyen technologique** permettant de conclure le contrat en français ou dans une autre langue. Ainsi, nous proposons :

*Article 27.6. Pour l'application de l'article 55 de la Charte de la langue française (chapitre C-11) :
[...]*

*3° l'obligation de remettre une version française d'un contrat d'adhésion dont la conclusion se fait par l'entremise d'un moyen technologique est satisfaite **si l'adhérent a eu l'opportunité de consulter les clauses types applicables, en langue française, à l'adhérent ou de choisir la langue du moyen technologique lui permettant de conclure le contrat en français ou dans une langue autre que le français.***

En conclusion, nous vous remercions de l'attention que vous portez à nos commentaires et demeurons disponibles pour en discuter davantage. N'hésitez pas à communiquer avec moi à l'adresse [REDACTED]

Je vous prie de recevoir, Monsieur le Ministre, mes salutations respectueuses.

(original signé)

Lyne Duhaime
Présidente, ACCAP-Québec

c. c. : Hubert Laprise
Cabinet du ministre de la Langue française

Nicolas Benoit-Guay
Cabinet du ministre des Finances

23 février 2024

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

Monsieur le Ministre,

Produits alimentaires, de santé et de consommation du Canada (PASC) apprécie avoir l'opportunité de commenter le projet de *Règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires* publié le 10 janvier dernier dans la *Gazette officielle du Québec*.

PASC représente des entreprises qui fabriquent et distribuent la vaste majorité des produits essentiels à la vie quotidienne des ménages du Québec. Notre secteur d'activité emploie plus de 69 000 personnes dans plus de 1 700 établissements, dont plus de 85 % sont des PME. Nos membres travaillent avec les agriculteurs et transforment les richesses agricoles de notre pays en produits finis à valeur ajoutée qui nourrissent les familles d'ici et du monde entier. Nos membres fabriquent des médicaments en vente libre et des produits de santé naturels sûrs qui permettent aux Québécois de prendre soin d'eux-mêmes tout en allégeant la pression sur le système de santé. Les consommateurs font confiance aux marques des membres du PASC depuis plus d'un siècle.

Les membres de PASC sont désireux de se conformer à la *Charte de la langue française* telle qu'amendée par le projet de loi n° 96. À cette fin, nous soulevons les questions et préoccupations suivantes qui constituent des barrières à leurs efforts de conformité :

1) Modification à l'article 7 du Règlement sur la langue du commerce et des affaires

La suppression du paragraphe 4 crée de l'incertitude quant aux marques de commerce des produits. Alors que le paragraphe 7(1) reconnaît la prérogative d'une entreprise d'établir une marque d'entreprise en utilisant les mots de son choix, le règlement proposé ne reconnaît pas clairement cette même prérogative en ce qui concerne les marques de produits ou les sous-marques qui peuvent être composées de termes génériques ou descriptifs.

Les marques de commerce et les sous-marques sont des propriétés intellectuelles de grande valeur qui identifient un produit sans nécessairement le décrire ou le caractériser de manière explicite. Par exemple, le Ford Edge® est un véhicule utilitaire sport. Le règlement, tel qu'actuellement rédigé, reconnaît que « Ford », bien qu'il s'agisse d'un mot anglais générique, peut néanmoins être inscrit sur ce véhicule en tant que marque de l'entreprise. Le règlement n'indique pas clairement que la marque de commerce associée au produit, « Edge », serait également acceptable. De

même, dans le cas du Ford F-150 Raptor®, le nom de la sous-marque « Raptor » devrait également être acceptable, bien qu'il s'agisse d'un mot anglais générique.

PASC propose que le projet de règlement soit modifié afin d'exempter explicitement les marques de commerce et sous-marques de produits des exigences de la *Charte de la langue française*.

2) Modifications aux articles 25 (4) et 7 (4) du Règlement sur la langue du commerce et des affaires

Nous souhaitons souligner que la suppression de l'exception relative aux marques reconnues dans les articles 25(4) et 7(4) crée une incertitude pour les propriétaires de marques d'une manière qui n'a probablement pas été envisagée par ces changements législatifs et réglementaires.

De nombreux propriétaires de marques auront utilisé des marques pendant de nombreuses années, voire des décennies, parce qu'ils n'ont pas la possibilité d'enregistrer la marque en question en raison de considérations législatives. Par exemple, l'article 9 de la *Loi sur les marques de commerces* donne aux autorités publiques la possibilité d'obtenir une protection pour les marques officielles. Une fois que l'avis public d'adoption et d'utilisation d'une marque officielle a été publié dans le *Journal des marques de commerce*, les propriétaires de marques recevraient des objections aux demandes d'enregistrement de leurs marques même s'ils sont autorisés à les utiliser en tant qu'"utilisateur principal" de la marque (c'est-à-dire avant l'adoption et l'utilisation de la marque officielle par l'autorité publique).

Au final, cela signifie que même les propriétaires de marques bien intentionnés qui souhaitent enregistrer leurs marques ne seront pas en mesure de le faire et seront contraints de traduire leurs marques. Une telle traduction pourrait bien, à son tour, être contraire aux droits de l'autorité publique susmentionnée qui pourrait alors, à la suite des modifications apportées aux articles 25(4) et 7(4), obtenir des droits supérieurs à ceux du propriétaire de la marque.

Un tel résultat modifierait, par essence, les droits relatifs dont jouissent le propriétaire de la marque et l'autorité publique et pourrait entraîner pour le propriétaire de la marque des responsabilités commerciales et juridiques importantes.

PASC propose que, dans de telles circonstances, les droits de common law du propriétaire de la marque soient reconnus et que l'enregistrement des marques de langue anglaise de longue date ne soit pas exigé.

3) Marques déposées en vertu de la Loi sur les marques de commerce

Par souci de cohérence, la disposition de l'article 27.4 reconnaissant les marques pour lesquelles une demande d'enregistrement en vertu de la *Loi sur les marques de*

commerce a été déposée devrait également appliquer aux dispositions de l'article 58.1 de la Charte de la langue française.

4) L'article 10 du projet de règlement et les dates de mise en conformité

PASC apprécie que le projet de règlement reconnaisse le temps nécessaire pour que les fabricants, les distributeurs et les détaillants procèdent aux modifications de l'étiquetage des produits. Toutefois, ce processus ne peut commencer qu'une fois que le règlement a été publié dans sa version finale, éliminant ainsi toute incertitude quant aux exigences.

Comme l'avait précisé PASC en mars 2023, le processus de ré-étiquetage des produits prend généralement 12 à 24 mois au seul niveau de la fabrication. Ainsi, même si le réglementation était publiée sous sa forme définitive aujourd'hui, il serait impossible de s'y conformer d'ici juin 2025, pour de nombreux produits.

Afin d'éliminer l'incertitude liée aux délais de la publication du règlement final, **PASC propose que la formulation de cet article soit modifiée pour exiger la conformité au niveau de la fabrication 24 mois après la publication du règlement final, en plus d'ajouter un délai de 12 mois au niveau de la vente au détail.**

Une application des nouvelles dispositions de la *Charte de la langue française* et une mise en conformité des produits qui soient réussies nécessiteront également des lignes directrices et une communication très claires de la part du gouvernement avec les entreprises qui fournissent des produits et des services à la population du Québec. Nous tenons à réitérer que les fabricants auront besoin de documents de référence clairs contenant des exemples d'approches conformes et non conformes à chacune des dispositions nouvelles ou modifiées de la Charte le plus tôt possible. PASC est impatient de travailler avec vous et votre équipe à cette fin.

Veuillez agréer, Monsieur le Ministre, mes sincères salutations.



Michael Graydon
Président-directeur général

Nos membres

CONSUMER PRODUCTS
OF CANADA

DE SANTÉ ET DE CONSOMMATION
DU CANADA

FHCP PASC

3M

8TH AVENUE
FOOD & PROVISIONS



A.Vogel

 **Abbott**

ACOSTA

 **ADVANTAGE**
SOLUTIONS


AGROPUR
Coopérative laitière
Dairy Cooperative

AIDAN'S
Quality Gluten Free

aurium



 **B.K. Sethi**
Marketing Ltd.

Baby
Gourmet

BALZAC'S
COFFEE
ROASTERS

Barilla
The Italian Food Company. Since 1871.

BAUSCH+LOMB
See better. Live better.



Beiersdorf



Blistex

BURNBRAE'S
FARMS - FERMS

 **CB Powell**

Campbell's


Cascades
GREEN BY NATURE™


Cavendish



CLOVER
LEAF

CLUB
COFFEE
EST. 1981

 **Coca-Cola**
Canada
Bottling
Limited

Coca-Cola Ltd.


Colgate

COMBE


CONAGRA
- BRANDS -

CONCORD
NATIONAL
We Build Great Brands

Crosby's

CROSSMARK
Smarter Way. Faster Growth.

 **cyba stevens**



Dare

DIRECT
NutriSciences



DORMER LABORATORIES INC.
TORONTO MONTREAL

Dr.Oetker

 **DSM**
SMOOTH SCIENCE. BRIGHTER LIVING.


we dig plants
EARTH'S
OWN

 **Edgewell**
PERSONAL CARE

 **essity**

FERRERO

FIERA
FOODS
COMPANY


Furlani


GANONG
EST. 1873

Gay Lea

 **General**
Mills
Making Food
People Love



HALEON
For Health. With Humanity.


HAPPY
PLANET
fast good food and more


Henkel

HERSHEY'S

 **HIGH LINER FOODS**


Hormel
Foods




IRVING
CONSUMER PRODUCTS


ITALPASTA

JACK LINKS

 **JAMIESON**
wellness inc.

 **JAN K. OVERWEEL**
LIMITED/LIMITÉE



Kao

Kellogg's

 **kenvue**

 **Keurig**
Dr Pepper

 **Kimberly-Clark**


KIND

KraftHeinz

 **Kruger**
Products

Nos membres

CONSUMER PRODUCTS
OF CANADA

DE SANTÉ ET DE CONSOMMATION
DU CANADA

FHCP PASC

L'ORÉAL
CANADA

LACTALIS
CANADA

LALLEMAND
LALLEMAND HEALTH SOLUTIONS

Lassonde

Lindt
MAÎTRE CHOCOLATIER SUISSE
DEPUIS 1843

MARS WRIGLEY
Confectionery

McCain

McCORMICK

MCP
McCaughy Consumer Products Inc.
Experience, Results, Success

MeadJohnson
Nutrition

Melitta
Coffee Indulgences

Mondelēz
International



nature's
touch



Good food. Good life

Nestlé PURINA

NORWELL
CONSUMER HEALTHCARE



ORGANIKA™

ozery
FAMILY BAKERY
HOLLANDSME FAMILIALE

PEPSICO
BEVERAGES, SNACKS
Tropicana G
Coke

PEPSICO
FOODS, ALIMENTS
frito lay
QUIN

PERFETTI
MILK

Perrigo
Nutritionals

Peter Igel
Food Products Ltd.



PURDUE

reckitt



Reynolds
Consumer Products

Ricola

Riviana
STYVANA POWERS CANADA
ALMOND RIVIANA CANADA

SCJohnson
A family company
at work for a better world™

Sabra

sanofi

Seaford
Pharmaceuticals

SimplyProtein

THE J.M. SMUCKER Co
Canada



STORCK
Part of Your World®

SunRype

SUNSTAR
G.U.M.

The Clorox Company

JORDAN'S
dorset cereals
RYVITA

TLS



TreeHouse

TWININGS
LONDON

Unico
Bringing Real Taste Home.

Unilever

UNFI
CANADA
Better food. Better future.
Nutrition. Always. Better ones.

Upfield

UPPER
CRUST

IVC VITA
HEALTH



Hawkins
CHEEZIES

windsor



**Electronics Product
Stewardship Canada**
www.epsc.ca

**Recyclage des produits
électroniques Canada**
www.rpec.ca

Le 24 février 2024

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

Objet : Commentaires sur le projet de règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires

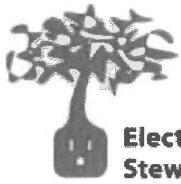
Monsieur le ministre,

Recyclage de produits électroniques Canada (RPEC) est une association industrielle à but non lucratif représentant les principaux fabricants de technologies de l'information et d'électronique grand public au Canada.

RPEC représente les fabricants suivants : Apple Canada inc. ; Asus ; BenQ America Corp ; Brother International Corporation (Canada) Ltd ; Canon Canada inc. ; CIARA Technologies ; Dell Canada inc. ; Epson of America Inc ; Fujitsu Canada inc. ; Hewlett-Packard (Canada) Co ; Hewlett Packard Enterprise ; IBM Canada Ltd ; LG Electronics Canada inc. ; Lenovo Canada inc. ; Lexmark Canada inc. ; Microsoft Corporation ; Northern Micro Inc ; Oracle America inc. ; Panasonic Canada inc. ; Ricoh Canada Inc. LG Electronics Canada Inc., Lenovo Canada inc., Lexmark Canada Inc., Microsoft Corporation, Northern Micro Inc., Oracle America inc., Panasonic Canada inc., Ricoh Canada inc., Samsung Electronics Canada inc., Sony of Canada Ltd. et TCL North America.

Les membres de RPEC veulent s'assurer que l'emballage et l'étiquetage de leurs produits, ainsi que l'information qui les accompagne, seront conformes à la nouvelle réglementation proposée sur la langue du commerce et des affaires en vertu de la Charte de la langue française, telle que publiée pour commentaires le 10 janvier 2024.

Compte tenu de l'impact que les règlements proposés auront sur les fabricants d'appareils électroniques et les résidents du Québec, nous demandons des directives plus spécifiques et un délai plus long pour la mise en conformité. Nous craignons que, si le projet de règlement était adopté dans sa forme actuelle, il soit presque impossible pour les entreprises de se conformer aux nouvelles exigences, ce qui entraînerait des mesures d'application coûteuses et une utilisation importante des ressources de l'Office québécois de la langue française ("OQLF").



Les points suivants constituent des exemples où la capacité de l'industrie des produits électroniques à pouvoir assurer la conformité nous inquiète et où nous demandons votre assistance pour clarifier et modifier les amendements proposés.

1. Informations nécessaires à l'utilisation du produit

Le nouveau règlement prévoit qu'une inscription gravée, cuite ou incrustée dans le produit lui-même, rivetée ou soudée à celui-ci ou embossée sur celui-ci, d'une manière permanente **"nécessaire à l'utilisation [d'un] produit"** doit désormais figurer sur le produit en français.

Afin de se conformer à ce changement, tel qu'il se lit actuellement sans interprétation différente, de nombreux produits devront être modifiés pour ajouter le français aux boutons de commande, aux bornes de connexion, etc. En outre, de nombreux produits ne disposent pas de l'espace nécessaire pour ajouter un équivalent français à ces inscriptions, ce qui nécessitera la création d'un modèle spécifique pour le Québec. Cela n'est pas réaliste.

Une autre option consiste à supprimer le texte en le remplaçant par des icônes/symboles. Cela peut toutefois rendre le produit plus difficile à comprendre pour les utilisateurs.

En outre, des autocollants qui pourraient fournir des descripteurs en français ne constituent pas une solution viable pour assurer la conformité. Nos membres s'inquiètent du fait que si l'autocollant doit être placé sur l'appareil au sein de l'usine même, cette solution ne sera tout simplement pas possible pour un seul et unique marché.

D'ailleurs, aucun autre marché francophone n'exige ce niveau de traduction.

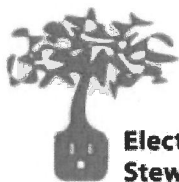
Les membres de RPEC disposent de manuels d'instruction et de systèmes d'exploitation en français pour communiquer dans la langue de leurs clients et de leur marché. Les descripteurs sur les produits ne sont souvent pas traduits et ne sont souvent pas nécessaires à leur utilisation.

Ainsi, nous préférons que les modifications proposées à l'article 3, paragraphe 6, soient supprimées.

Vous trouverez ci-dessous quelques exemples spécifiques et les recommandations correspondantes :

- a) **Les télécommandes utilisent souvent, mais pas toujours, des pictogrammes plutôt que des mots.**





**Electronics Product
Stewardship Canada**

www.epsc.ca

**Recyclage des produits
électroniques Canada**

www.rpec.ca

internationales pour être distribués dans le monde entier. Nombre de ces étiquettes sont très encombrées et devraient être exemptées des nouvelles exigences locales.

De même, les composants internes tels que les cartes vidéo qui ne fournissent pas d'informations au consommateur devraient être exemptés, à moins que leurs étiquettes ne contiennent des instructions d'utilisation ou des informations de sécurité.



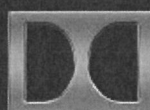
- c) **Les composants à l'intérieur d'un produit, tels que les cartes vidéo,** sont utilisés comme composants internes et doivent être exemptés s'ils ne contiennent pas d'instructions d'utilisation ou d'informations sur la sécurité.
- d) **Les labels de certification de sécurité** sont souvent des labels internationaux et devraient donc être exemptés.
- e) **Les descripteurs de marques, en particulier ceux provenant de tiers, tels que "Dolby sound system", "Intel powered by CORE",** ne doivent pas être traduits, car ils ne relèvent pas de la responsabilité de l'OEM/du fabricant du produit final.

intel.

CORE™

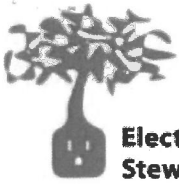
LIMITED EDITION

IN THIS HOME THEATRE



**DOLBY
ATMOS™**

ENHANCED SOUND



f) **Serveurs.** Si un serveur informatique n'est pas destiné à la vente au détail, mais uniquement aux techniciens, il est souhaitable d'utiliser une inscription en anglais uniquement, utilisée dans le monde entier, afin d'éviter d'inventer des termes techniques qui n'existent pas à l'heure actuelle. Les clients professionnels du monde entier ont accepté cet usage de l'anglais comme universel. Une dérogation apporterait de la clarté.

2. Inscriptions utilisant un logiciel intégré

Le projet de règlement élargit la notion d'"inscription sur le produit" pour y inclure les inscriptions affichées à l'utilisateur à l'aide d'un logiciel intégré.

Nous recommandons que le système d'exploitation et les dialogues de démarrage des serveurs et des dispositifs de stockage, qui sont généralement en anglais pour un marché mondial, et qui ne sont pas vendus au détail et ne sont pas utilisés à grande échelle, soient exemptés de cette exigence.

3. Questions générales de conformité pour l'étiquetage en matière de santé et de sécurité.

Les amendements proposés ne devraient pas être en conflit avec la législation fédérale.

4. Calendrier de mise en conformité

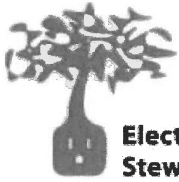
Étant donné que les produits électroniques sont souvent fabriqués à l'étranger pour le marché nord-américain, toute modification des informations incorporées dans un produit doit faire l'objet d'un préavis important.

Les produits fabriqués avant la date d'entrée en vigueur du règlement devraient être exemptés, qu'ils soient fabriqués dans le pays ou à l'étranger, afin qu'ils puissent être distribués, loués ou mis en vente.

Nous apprécierions une plus grande clarté à cet égard, en particulier en ce qui concerne la date de mise en conformité de 15 jours.

5. Conclusion

Alors que les membres de RPEC étudient de plus près les règlements proposés, nous anticipons d'autres considérations qui n'ont pas encore été soulevées. Nous espérons que votre ministère sera ouvert au dialogue sur les questions pratiques au fur et à mesure qu'elles se présenteront



**Electronics Product
Stewardship Canada**

www.epsc.ca

**Recyclage des produits
électroniques Canada**

www.rpec.ca

et que nos membres s'efforceront de se conformer aux nouvelles exigences linguistiques du Québec. N'hésitez pas à nous contacter pour toute question ou commentaire.

RPEC serait heureux de vous rencontrer pour discuter de nos préoccupations.

Sincèrement,

(original signé)

**Shelagh Kerr
Présidente et cheffe des opérations
Recyclage des produits électroniques Canada**

Boisbriand, le 23 février 2024

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

Envoi par courriel : ministre@mlf.gouv.qc.ca

Objet : Projet de règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires — Inquiétudes quant aux impacts sur l'approvisionnement du réseau de la santé

Monsieur le ministre,

Le Conseil des entreprises privées en santé et mieux-être (CEPSEM) apprécie l'opportunité qui lui est donnée de commenter le projet de règlement modifiant principalement le *Règlement sur la langue du commerce et des affaires*.

Tout d'abord, nous tenons à souligner qu'au cours des derniers mois, le CEPSEM a échangé avec le ministère de la Santé et des Services sociaux (MSSS) afin de clarifier l'application de ce règlement au secteur des technologies médicales.

Dans ce contexte, nous apprécions l'occasion de partager nos inquiétudes, en particulier en ce qui concerne l'impact potentiel sur l'approvisionnement du réseau de la santé, en particulier dans le domaine des technologies médicales. Bien que nous partagions les objectifs louables du gouvernement en matière de valorisation et protection de la langue française, nous croyons qu'une interprétation prudente du règlement devrait exclure les approvisionnements de fournitures médicales de sa portée, compte tenu de la nature particulière de ces relations.

Notre interprétation s'appuie sur la spécificité des relations dans le secteur des technologies médicales. Ces relations ne sont pas de nature commerciale conventionnelle, mais plutôt ancrées dans une mission vitale de soutien au réseau de la santé. En effet, ce secteur opère dans un contexte où la rapidité, la qualité et l'efficacité des approvisionnements sont impératives pour assurer des soins de santé de haut niveau.

Nous comprenons l'importance de la promotion du français, mais nous souhaitons ouvrir un dialogue constructif avec votre ministère pour trouver des solutions qui garantissent la valorisation de la langue tout en préservant l'intégrité de la chaîne d'approvisionnement du secteur des technologies médicales.

Nos efforts avaient déjà permis de sensibiliser Luc Desbiens, sous-ministre adjoint à la Direction générale des infrastructures, de la logistique, des équipements et de l'approvisionnement (DGILEA) du ministère de la Santé et des Services sociaux, sur le fait que l'application stricte des critères linguistiques représente un risque important pour la chaîne d'approvisionnement des technologies médicales au Québec.

Nous sommes conscients de l'importance de protéger et de promouvoir la langue française, et c'est dans cet esprit que nous souhaitons ouvrir un dialogue avec votre ministère. Nous cherchons à collaborer étroitement pour déterminer les meilleures approches qui assurent la valorisation de la langue sans entraver la chaîne d'approvisionnement cruciale du secteur des technologies médicales.

En effet, la chaîne d'approvisionnement en technologies médicales est vitale pour garantir un accès rapide et fiable aux équipements nécessaires en chirurgie. Les retards ou les ruptures de stock peuvent entraîner le report ou même l'annulation d'interventions chirurgicales, allongeant ainsi les listes d'attente et compromettant les soins des patients. Une gestion efficace de la chaîne d'approvisionnement est essentielle pour maintenir des services de santé efficaces et accessibles.

Subsidiairement, si le législateur envisage d'appliquer ce règlement aux fournitures et technologies médicales, nous tenons à souligner l'importance cruciale de prendre en compte les deux recommandations suivantes. Ces propositions émanent de notre compréhension des défis complexes auxquels le secteur est confronté, alliant impératifs linguistiques et nécessité vitale d'assurer un approvisionnement ininterrompu en technologies médicales. Nous sommes fermement convaincus qu'une collaboration étroite entre notre organisation et votre ministère peut contribuer à élaborer des solutions équilibrées et efficaces.

Proposition 1

Nous proposons d'ajouter l'alinéa en bleu à l'article 6 du règlement, comme illustré ci-dessous :

6. Une inscription sur un produit provenant de l'extérieur du Québec et devant être utilisé à des fins médicales, pharmaceutiques ou scientifiques, ou une inscription sur son contenant peuvent être rédigées uniquement dans une autre langue que le français, à la condition que la version française de cette inscription figure sur l'emballage du produit ou sur un document qui l'accompagne et que l'une ou l'autre des conditions suivantes soit réalisée :

1° que le produit ne soit pas offert au Québec dans le commerce de détail et qu'il n'existe pas de produit de remplacement équivalent présenté en français au Québec ;

2° que le produit ait un poids de 100 gr ou moins, ou que son contenant ait une capacité de 10 cm³ ou moins, ou de 10 ml ou moins.

Une inscription ou une étiquette désignée pour un instrument médical peut être rédigée selon les conditions prescrites par Le règlement sur les instruments médicaux (DORS/98-282).

La modification proposée s'inspire de l'article 8.1 du même règlement qui fait référence au règlement fédéral sur les cosmétiques ¹ afin d'introduire une exception à la règle générale concernant l'étiquetage des produits cosmétiques. Le Règlement sur les instruments médicaux prévoit notamment, à l'article 23, que :

« Sous réserve du paragraphe (3), les renseignements visés au paragraphe 21 (1) doivent figurer au moins en français ou en anglais.

(2) Sous réserve du paragraphe (3), si, au moment de la vente, le mode d'emploi ne figure que dans l'une des langues officielles, le fabricant doit, à la demande de l'acheteur, le mettre à sa disposition dans les plus brefs délais dans l'autre langue officielle. »

Le Règlement sur les cosmétiques, tout comme le Règlement sur les instruments médicaux ², est un règlement qui émane de la Loi sur les aliments et drogues, de juridiction fédérale. Par conséquent, il est légitime de plaider que les instruments médicaux, essentiels et névralgiques au fonctionnement du réseau de la santé, puissent bénéficier d'une même exception et que les conditions prescrites en matière d'emballage et d'étiquetage puissent être celles prévues par le Règlement sur les instruments médicaux, et ce, tout en reconnaissant pleinement les compétences provinciales en la matière. Cette proposition prend en considération le rôle de Santé Canada en tant qu'autorité réglementaire compétente en matière d'importation commerciale d'instruments médicaux.

Proposition 2

Nous proposons que le premier paragraphe de l'article 6 du règlement soit modifié par l'ajout de la section soulignée et le retrait de l'extrait surligné, comme illustré ci-dessous :

6. Une inscription sur un produit ~~provenant de l'extérieur du Québec~~ et destiné à être utilisé à des fins médicales, pharmaceutiques ou scientifiques ou une inscription sur le contenant d'un tel produit peut être rédigée exclusivement dans une langue autre que le français, à condition que la version française de l'inscription figure sur l'emballage du produit ou sur un document fourni avec le produit ou rendu disponible au moyen d'un

document technologique et que l'une ou l'autre des conditions suivantes soit remplie :

En outre, nous mentionnons que l'article 6 du règlement prévoit que les informations en français peuvent être fournies sur l'emballage du produit ou sur un document qui accompagne le produit. Les changements à venir au Règlement sont l'occasion de préciser que la version française peut également être rendue disponible par des moyens électroniques ou technologiques, au même titre qu'une inscription sur l'emballage ou un document fourni avec le produit. Cette précision serait conforme à la position du Québec telle que décrite dans la *Loi concernant le cadre juridique des technologies de l'information*³ (LCCJTI) qui précise ce qui suit :

5. La valeur juridique d'un document, notamment sa capacité à produire des effets juridiques et son admissibilité en tant que preuve, n'est ni augmentée ni diminuée du seul fait du support ou de la technologie choisis.

Un document dont l'intégrité est assurée a la même valeur juridique, qu'il s'agisse d'un document papier ou d'un document sur tout autre support, dans la mesure où, dans le cas d'un document technologique, il respecte par ailleurs les règles juridiques applicables aux documents papier.

Un document sur un support ou basé sur une technologie qui ne permet pas de confirmer ou d'infirmer son intégrité peut, selon les circonstances, être admis comme preuve testimoniale ou réelle et servir de commencement de preuve, comme le prévoit l'article 2865 du Code civil.

Lorsque la loi exige l'utilisation d'un document, l'exigence peut être satisfaite par un document technologique dont l'intégrité est assurée.

Cette proposition serait une solution viable qui permettrait de stabiliser la chaîne d'approvisionnement mondiale dans le secteur des dispositifs médicaux, en éliminant la nécessité d'inclure sur l'emballage ou le conteneur lui-même toutes les informations qui ont été incluses dans une langue autre que le français. Il s'agit d'une solution qui permet de gagner de l'espace et qui faciliterait les modifications à apporter à l'avenir, puisqu'elle ne nécessiterait pas de modifier le contenu de l'étiquette elle-même, ce qui réduit considérablement le risque de perturber la chaîne d'approvisionnement. De plus, cette approche contribuerait à préserver la qualité des soins aux patients et des services cliniques en évitant les éventuels impacts négatifs sur l'accessibilité aux dispositifs médicaux, assurant ainsi une meilleure continuité des soins.

Rappelons que les grands acteurs internationaux, qui sont aussi partenaires du réseau de santé québécois, doivent faire preuve de souplesse et d'agilité pour répondre aux besoins quotidiens de plusieurs pays. Par conséquent, il serait difficile

pour de nombreux acteurs de l'industrie de réserver une partie de leur stock de technologies médicales à des pays ou régions spécifiques, comme le Québec, pour assurer la distribution d'un autre type d'emballage dans le reste du monde. C'est pourtant ce qu'impliquent les exigences québécoises en matière d'emballage, en imposant des emballages individuels précis et spécifiques au Québec. Au surplus, en l'absence de contrats, les entreprises ne peuvent garantir l'approvisionnement en cas de rupture d'approvisionnement auprès d'un autre fournisseur. À ce titre, il est crucial de reconnaître que des situations de bris d'approvisionnement se sont déjà produites dans la province, mettant en évidence la nécessité d'une approche plus flexible pour assurer la continuité des soins de santé.

De plus, retirer de la législation la mention « provenant de l'extérieur du Québec » afin de ne pas laisser les produits fabriqués au Québec en dehors du champ d'application de ces exceptions.

Nous sommes disponibles pour discuter de ces questions de manière plus approfondie et sommes ouverts à toute opportunité de collaboration et d'échange d'informations.

Nous vous remercions de prendre en compte nos préoccupations dans le processus d'élaboration du règlement.

Veuillez agréer, Monsieur le ministre, l'expression de nos meilleurs sentiments.



Luc LePage
Président-directeur général
Conseil des entreprises en santé et mieux-être (CEPSEM)

cc. Luc Desbiens, sous-ministre adjoint à la Direction générale des infrastructures, de la logistique, des équipements et de l'approvisionnement (DGILEA) du ministère de la Santé et des Services sociaux

À propos du CEPSEM

Le *Conseil des entreprises privées en santé et mieux-être (CEPSEM)* regroupe des chefs d'entreprise de services de santé privés et d'OSBL de types différents, mais tous préoccupés par les finances publiques et l'avenir du système de santé du Québec

Le CEPSEM est le forum et la voix officielle par excellence des acteurs clés des organisations privées du secteur de la santé et du mieux-être au Québec. Il vise à créer un rassemblement très large et diversifié d'entreprises et de leaders qui croient dans le rôle positif des entreprises privées dans le bon fonctionnement

d'un système de santé juste, accessible, performant et équitable. Il favorise l'émergence d'un dialogue constructif et de bonne volonté sur la place légitime du secteur privé en santé et mieux-être. Et, il œuvre à établir la complémentarité du privé en santé et en mieux-être avec le système public.

Constitué à partir d'une réflexion lancée en 2011, initiée par plusieurs chefs d'entreprises, le CEPSEM regroupe aujourd'hui une trentaine d'entreprises largement diversifiées, de toutes tailles et de multiples secteurs d'activité. On y retrouve notamment des cliniques médicales, des centres d'hébergement et de soins de longue durée, des ressources intermédiaires, des cliniques chirurgicales, radiologiques, dentaires, de physiothérapie, d'ergothérapie, des établissements privés de réadaptation, des agences de soins à domicile, des laboratoires d'analyse, des résidences pour personnes âgées autonomes ou semi-autonomes.

Mémoire de l'ABC - Projet de règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires

2024-02-23

PAR COURRIEL
ministre@mlf.gouv.qc.ca

À L'ATTENTION DE
Monsieur Jean-François Roberge
Ministre de la Langue française du Québec

Introduction

L'Association des banquiers canadiens (ABC)¹ est heureuse de pouvoir présenter son point de vue sur le projet de Règlement (le « projet de Règlement ») modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires.

L'ABC et ses membres saluent les efforts déployés par le gouvernement en prévoyant des dispositions visant à faciliter la mise en œuvre de la *Charte de la langue française* (la Charte) au moyen du présent projet de Règlement. Sans aucun doute, les dispositions du projet de Règlement constituent une avancée dans la résolution des enjeux pratiques, dont plusieurs sont de taille, que suscite la mise en œuvre de la Charte. Cependant, l'ABC et ses membres sont d'avis que certaines difficultés persistent quant à l'interprétation des dispositions de la Charte, telle que modifiée par la Loi 14. En ce qui concerne le secteur bancaire, nous formulons ici des suggestions qui, si prises en considération, aideraient à clarifier la portée de ces dispositions et, du même coup, à apporter une meilleure prévisibilité contractuelle et une fluidité accrue des services bancaires. La clarification de la portée des dispositions de la Charte permettrait aussi d'éviter des recours inutiles devant les tribunaux, et l'engorgement de ceux-ci.

Article 27.4 – Inscription relative à un produit et aux documents afférents

« 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 marques de commerce (L.R.C. 1985, c. T-13). »

Nous suggérons que la clarification apportée à cet article soit également applicable à toute disposition pertinente de la Charte propre aux marques de commerce, notamment l'article 58.1 de la Charte relatif à l'affichage public et la publicité commerciale qui entrera en vigueur le 1^{er} juin 2025.

¹ L'ABC est la voix de plus de 60 banques canadiennes et étrangères exerçant des activités au Canada qui contribuent à l'essor et à la prospérité économiques du pays. L'ABC préconise l'adoption de politiques publiques favorisant le maintien d'un système bancaire solide et dynamique, capable d'aider les Canadiens à atteindre leurs objectifs financiers.

Notre compréhension du texte actuel du projet de Règlement est que les marques de commerce en cours d'enregistrement seront assimilées à des marques de commerce déposées uniquement pour les inscriptions sur des produits à partir de juin 2025. À notre avis, cette présomption devrait s'appliquer également à l'affichage public et à la publicité commerciale en raison des délais pour obtenir l'enregistrement d'une marque de commerce auprès de l'Office de la propriété intellectuelle du Canada. En effet, les délais d'enregistrement sont très longs (de 18 mois à 5 ans dans la majorité des cas), de sorte qu'il sera pratiquement impossible de se prévaloir de l'exception édictée à l'article 58.1 de la Charte si une marque de commerce en cours d'enregistrement n'est pas assimilée à une marque de commerce déposée aux termes de cette même disposition.

Articles 27.7 et 27.9 – Affichage public

Telles que rédigées, ces nouvelles dispositions du projet de Règlement relativement à la nette prédominance du français semblent uniquement s'appliquer à l'affichage public, à l'exclusion de la publicité commerciale. Pourtant, la règle générale édictée à l'article 58 de la Charte demeure, soit que *l'affichage public et la publicité commerciale* peuvent se faire en français et dans une autre langue, pourvu que le français y figure de *façon nettement prédominante*. Le *Règlement précisant la portée de l'expression « de façon nettement prédominante » pour l'application de la Charte*, qui sera abrogé, portait sur l'affichage public et la publicité commerciale. Or, les nouvelles dispositions relatives à la nette prédominance du français apportent un éclairage uniquement en ce qui concerne l'affichage public, entraînant ainsi un vide juridique relativement à la publicité commerciale. Nous avons également noté que le projet de Règlement ne reprend pas le concept de « deux fois plus d'affiches en français » contenu dans les dispositions existantes sur la « nette prédominance » aux termes du *Règlement précisant la portée de l'expression « de façon nettement prédominante » pour l'application de la Charte de la langue française*. Il y aurait donc lieu de clarifier le concept de nette prédominance de la publicité commerciale (tel qu'édicté par l'article 58 de la Charte) dans le projet de Règlement.

Compte tenu de ce qui précède, nous vous posons accessoirement les questions suivantes :

- Est-ce que la notion d'affichage public dans le Projet de Règlement inclura dorénavant la notion de publicité commerciale? Si oui, nous soumettons que la définition de « nette prédominance » qui existe dans le *Règlement précisant la portée de l'expression « de façon nettement prédominante » pour l'application de la Charte de la langue française* soit reprise car la nouvelle définition de « nette prédominance » ne reprend pas le concept de « deux fois plus d'affiches en français que dans une autre langue. »

- Si la notion d’affichage public n’inclut pas dans le Projet de Règlement la notion de publicité commerciale, veuillez confirmer que la notion d’affichage public concerne uniquement l’affichage que nous voyons de la voie publique.
- Comment appliquer le nouveau concept de visibilité permanente à l’affichage public sur un écran d’affichage dynamique (espace limité)?

Article 27.6, premier alinéa, paragraphe c – contrats d’adhésion

« Pour l’application de l’article 55 de la Charte de la langue française (Chapitre C-11)

1° un document se rattachant à un contrat d’adhésion vise notamment un document :

c) qui en constitue autrement l’accessoire. »

Il serait à notre avis important de clarifier davantage la notion de document se rattachant à un contrat d’adhésion, plus précisément la notion de document qui en constitue l’accessoire. Cette disposition fait présentement l’objet d’interprétations divergentes au sein de l’industrie (qui peine à mettre en pratique les nouvelles dispositions de la Charte à cet égard, considérant la complexité de l’environnement contractuel lié à ces opérations), notamment à savoir si la notion de document accessoire comprend des contrats accessoires. L’incertitude risque de mener à une mise en œuvre inadaptée par les entreprises qui concluent des contrats d’adhésion devant faire l’objet de remise en français ainsi qu’à des différends et litiges entre les parties à de tels contrats/documents.

Dans l’industrie des services financiers, il est fréquent qu’un même client doive signer une multitude de documents (y compris plusieurs contrats d’adhésion) lors d’une interaction avec une institution financière. Par exemple, il arrive qu’une ou plusieurs conventions d’ouverture de compte, conventions de fiducie, conventions de garde de valeurs, ententes de prélèvements préautorisés, ou autres contrats y afférents soient conclus subséquentement au contrat initial et lors d’une même opération.

Partant du fait qu’il serait logique que l’intention du législateur soit qu’un contrat d’adhésion (ou certains types de contrats d’adhésion) qui constitue l’accessoire d’un contrat d’adhésion principal suive le sort du contrat principal (que l’adhérent aurait choisi de conclure dans une langue autre que le français), il y aurait lieu, à notre avis, de l’indiquer expressément.

De ce fait, nous proposons l’insertion du texte qui suit à la fin du paragraphe c :

... y compris un autre contrat.

Article 27.6, troisième alinéa – Remise de contrat d'adhésion

3° « l'obligation de remettre une version française d'un contrat d'adhésion dont la conclusion se fait par l'entremise d'un moyen technologique est satisfaite par la remise des clauses types applicables, en langue française, à l'adhérent. »

Considérant que le deuxième alinéa de l'article 27.6 porte sur la conclusion d'un contrat d'adhésion par téléphone, nous proposons d'étendre l'application du troisième alinéa à un contrat d'adhésion dont la conclusion se fait autrement que par téléphone. Dans une situation où le client a exprimé sa volonté expresse de signer le contrat en anglais, que le contrat soit conclu par l'entremise d'un moyen technologique ou non, il reçoit les clauses types, en langue française, à titre de remise de la version française du contrat. L'application actuelle du troisième alinéa peut entraîner de la confusion et de la frustration parmi les clients de nos membres. À notre avis, la remise des clauses types, en langue française, respecte l'objectif de l'article 55 de la Charte. La remise des clauses types plutôt qu'une version complétée du contrat n'a pas d'incidence sur le choix de l'adhérent de contracter dans une autre langue que le français, d'autant plus que l'essence d'un contrat d'adhésion réside dans les clauses types et non pas dans les renseignements individuels propres à l'adhérent. Nous vous soumettons que l'objectif du législateur est atteint dès lors que la version française du contrat d'adhésion est disponible et que l'adhérent peut conclure le contrat en français s'il le souhaite.

Selon notre raisonnement, le nouvel alinéa se lirait comme suit :

3° « l'obligation de remettre une version française d'un contrat d'adhésion dont la conclusion se fait autrement que par téléphone est satisfaite par la remise des clauses types applicables, en langue française, à l'adhérent. »

Conclusion

La mise en application des dispositions modifiées de la Charte, sans les changements suggérés plus haut, maintiendra les enjeux pratiques réels importants et le risque de porter atteinte à la stabilité des rapports juridiques. Ceci risque d'entraîner des litiges coûteux non seulement en argent, mais aussi en ressources judiciaires, alors que ce problème serait entièrement évité en ajustant soigneusement les dispositions réglementaires de la manière suggérée plus haut.

L'ABC et ses membres remercient le ministre et son ministère de leur avoir donné l'occasion de contribuer à la consultation sur le projet de Règlement. Comme nous l'avons mentionné dans le présent mémoire, le projet de Règlement représente un pas dans la bonne direction. En outre, la clarification des dispositions évoquées dans notre mémoire serait positive non seulement pour les consommateurs, mais aussi pour la

stabilité et la prévisibilité des opérations commerciales au Québec.

N'hésitez pas à communiquer avec l'ABC, et particulièrement avec Eric Prud'homme, le directeur général de notre direction du Québec, à [REDACTED] pour discuter davantage de notre mémoire.

23 février 2024

Jean-François Roberge

Ministre de la Langue française
Député de Chambly
Ministère de la Langue française
800, rue D'Youville, 13e étage
Québec (Québec) G1R 3P4

Objet: Commentaires et recommandations de l'Association des fabricants d'appareils électroménagers sur le projet de règlement visant à modifier le Règlement sur la langue du commerce et des affaires

Monsieur le Ministre,

L'Association des fabricants d'appareils électroménagers (AHAM) apprécie l'opportunité de partager ses commentaires sur projet de règlement qui vise à amender le Règlement sur la langue du commerce et des affaires.

L'AHAM est une organisation nord-américaine qui représente plus de 160 fabricants de gros appareils ménagers, d'appareils portatifs et d'équipement d'entretien des sols, ainsi que des fournisseurs de l'industrie au Canada et aux États-Unis. Nos membres fabriquent 90 % des appareils expédiés pour la vente au Canada. L'industrie de l'électroménager se caractérise par une concurrence intense, ce qui conduit les fabricants à établir des chaînes d'approvisionnement mondiales afin d'assurer une production rentable et une distribution plus large à travers l'Amérique du Nord. L'industrie de l'électroménager a un impact économique total de près d'un milliard de dollars au Québec et soutient près de 5 000 emplois directs et 3 000 emplois indirects.

L'AHAM reconnaît et respecte le principe de la Charte de la langue française de veiller à préserver la langue française au Québec. Les fabricants que nous représentons se conforment et souhaitent continuer à se conformer à toutes les lois et à tous les règlements applicables au Québec. L'industrie des appareils électroménagers fait preuve d'un engagement et d'un respect profond à l'égard de la langue française et incorpore le français dans les sites internet des produits, les manuels, les étiquettes de sécurité, les certificats de garantie, ainsi que dans la formation et la documentation destinées aux détaillants et aux fournisseurs de services après-vente. Les consommateurs québécois peuvent faire leurs achats en français chez les détaillants agréés, recevoir des pièces détachées et des services en français de la part d'agents de service et de distributeurs indépendants agréés. Il est également possible pour eux de recevoir des informations, de la documentation, des avertissements de sécurité, lire des manuels d'utilisation et d'entretien en français, et accéder au service et au soutien à la clientèle en français.

L'AHAM est extrêmement préoccupée par le projet de règlement, en particulier par la possibilité de (i) réviser l'exemption existante de l'article 3(6) du règlement afin de rendre le français obligatoire pour toutes les inscriptions gravées, cuites ou incrustées dans un produit, et (ii) d'ajouter l'article 27.1 afin d'obliger l'affichage numérique en français sur un produit. Si elle est adoptée, cette proposition réglementaire aura un impact significatif sur les consommateurs québécois pour les motifs évoqués dans la présente lettre. De surcroît, nous sommes d'avis que les mesures proposées, si elles sont appliquées, entraîneront probablement des mesures coercitives, des amendes, des pénalités et des poursuites judiciaires injustifiées et coûteuses pour notre secteur.

En 2012, le gouvernement du Québec a présenté une proposition similaire et une étude approfondie menée par KPMG a révélé que celle-ci limiterait la disponibilité des modèles d'électroménagers au Québec, avec 80 à 90 % des modèles cessant d'être disponibles pour les consommateurs de la province. À l'époque, certaines entreprises ont également indiqué qu'elles cesseraient probablement toute vente de produits. Ces conclusions sont tout aussi vraies aujourd'hui, peut-être même plus qu'en 2012.

En effet, aujourd'hui, plus que jamais, les appareils sont fabriqués pour le marché nord-américain, et le Canada dépend presque entièrement des importations d'appareils électroménagers. Les appareils sont conçus pour respecter un certain nombre de réglementations canadiennes et américaines, notamment en matière d'efficacité énergétique, qui sont établies et harmonisées par Ressources naturelles Canada et le *Department of Energy* des États-Unis. Nos produits doivent également répondre aux normes de sécurité établies par les organismes de standardisation et les agences gouvernementales, telles que la *Consumer Product Safety Commission* américaine, ainsi que Santé Canada.

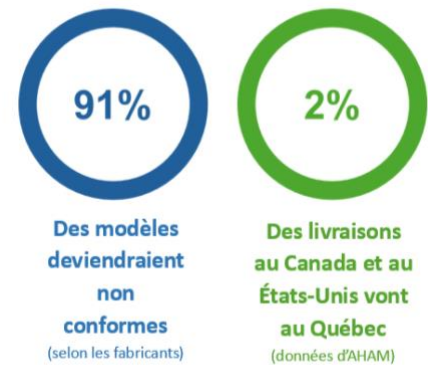
Les mêmes appareils vendus au Québec le sont donc aussi aux États-Unis et dans le reste du Canada. Les consommateurs québécois bénéficient considérablement de la participation de la province à ce marché des appareils électroménagers plus large. Il en résulte d'importantes économies d'échelle qui permettent aux fabricants d'offrir aux consommateurs québécois un vaste choix de produits à des prix compétitifs. Le Québec ne représente en effet que 2 % du marché nord-américain d'environ 52 millions d'unités vendues par année, selon les données sur les expéditions de l'AHAM pour 2023.

Nouvelles données d'AHAM pour 2024

En réponse au projet de règlement exigeant le français sur tous les produits de consommation vendus dans la province, l'AHAM a sondé ses membres afin d'évaluer l'impact immédiat sur leurs offres de produits. Les données ont été reçues, anonymisées et agrégées. Selon les répondants, en moyenne, plus de 90 % des modèles deviendraient non conformes si le projet de règlement entre en vigueur.

À la question du « pire scénario commercial » si le projet de règlement entrerait en vigueur tel que proposé (sans aucune exemption et selon le même échéancier), une majorité écrasante de répondants ont indiqué qu'ils seraient forcés de cesser la vente de leurs produits au Québec. Pour beaucoup d'entre eux, cette décision serait permanente.

La principale raison invoquée par les répondants pour justifier ce « pire scénario commercial » est l'impossibilité de réorganiser les lignes de produits pour y intégrer les inscriptions requises, étant donné que leurs modèles sont produits pour le Canada (ainsi que pour le marché américain dans de nombreux cas) dans son ensemble. Modifier les lignes de production pour 2 % du marché n'est pas faisable.



Bien que le Québec ne représente que 2 % du marché, l'emploi de nombreuses personnes dépendant de notre industrie serait considérablement compromis si un tel nombre de produits étaient retirés ou limités. Il est donc essentiel de reconnaître l'importance de l'industrie de l'électroménager au Québec ainsi que d'en faire une priorité, afin de préserver les emplois des employés du secteur.

Autocollants

Les membres de l'AHAM ont indiqué que l'utilisation d'autocollants n'était pas une option viable, puisque l'étiquetage des appareils est compliqué et, dans de nombreux cas, pourrait impliquer une modification complète de l'affichage électronique et du placement sur l'appareil lui-même. Bien que cette solution semble simple, les autocollants nécessitent une approbation technique et de sécurité, chaque ensemble d'autocollants étant composé de pièces uniques et appliqué à toutes les unités. De plus, cette solution pourrait entraîner des difficultés pour les raisons suivantes :

- Espace restreint pour les autocollants sur de nombreux modèles. Pour les produits plus petits, les étiquettes réglementaires devraient être dupliquées sur un produit aux dimensions limitées ;
- Perte de réactivité tactile, capacitive et électronique si l'autocollant est superposé à un bouton existant (voir annexe A) ;
- Les autocollants risquent de tomber sur des produits utilisant de l'eau tels que les distributeurs, les réservoirs et les agitateurs ; et
- Risque de fonte et de brûlure en cas de chaleur élevée pour les fours et les cuisinières ;
- Problèmes de propreté, puisque des aliments sont souvent préparés sur nos produits, ce qui entraîne la présence de résidus sur l'autocollant.

L'application d'autocollants directement sur les appareils serait une tâche fastidieuse pour les fabricants. Comme les produits sont fabriqués pour le marché nord-américain, ils devraient être

inclus dans chaque boîte, ce qui rendrait le coût davantage prohibitif en plus d'être peu écologique, car les autocollants ne sont pas recyclables.

Affichage électronique

Les inscriptions sur un produit affichées par un écran numérique au moyen d'un logiciel embarqué doivent être traduites en français (exigence de l'article 51 de la Charte de la langue française). Par conséquent, les écrans électroniques devront être modifiés pour proposer des options et des réponses en français. La modification des interfaces électroniques pourrait nécessiter des changements importants dans les systèmes d'exploitation qui n'ont pas été conçus à l'origine pour être multilingues.

La plupart des panneaux électroniques n'ont pas assez de mémoire pour ajouter une deuxième langue. Il est si complexe de revoir la configuration des produits, et notamment d'ajouter un support multilingue aux logiciels des appareils, qu'en Europe, certaines entreprises ne proposent que des écrans électroniques en anglais. Il serait irréaliste de demander aux fabricants de concevoir des logiciels pour le seul marché québécois.

Préavis de 15 jours

Les fabricants d'appareils électroménagers n'ont pas été consultés avant la publication de la proposition réglementaire. Nous avons été très surpris d'apprendre que les appareils ne portant pas d'inscription en français deviendraient non conformes quinze jours après la publication de la version finale du règlement. Quinze jours, n'est pas un délai raisonnable pour que les commerçants et les fabricants produisent des appareils entièrement inédits pour le marché québécois seulement ainsi que pour qu'ils retirent du marché les appareils qui ne sont pas conformes.

Comme indiqué ci-dessus, si le projet de règlement entrerait en vigueur tel que proposé, une écrasante majorité des répondants ont indiqué qu'ils seraient contraints de cesser de vendre leurs produits au Québec, car ceux-ci deviendraient instantanément non conformes. Le projet de règlement proposé implique pour l'industrie le développement de nouveaux produits, y compris de nouveaux logiciels, la séparation des modèles en français dans les entrepôts, le remplacement des stocks chez les détaillants et la création de nouveaux produits de marketing, ce qui représente des coûts opérationnels importants et imprévus qui se répercuteraient sur les consommateurs québécois.

Marque de commerce

Les modifications proposées exigeront que les étiquettes et les emballages de produits affichant des mots non français soient traduits ceux sont considérés comme des « génériques » ou « descriptifs » d'une marque de commerce, et ce, même si celles-ci sont enregistrées au niveau

fédéral. Le projet de règlement du Québec modifie considérablement la législation en matière de marque de commerce et créera des barrières commerciales pour les entreprises non québécoises, notamment en compromettant potentiellement les droits de propriété intellectuelle.

En plus de bouleverser le régime de marque de commerce au Canada, nous craignons que les changements proposés soient incompatibles avec les obligations du Canada en vertu de l'Accord Canada-États-Unis-Mexique (ACEUM) et de l'Organisation mondiale du commerce (OMC), notamment :

- En vertu de l'article 20.5 de l'ACEUM, « chacune des Parties prévoit des moyens visant à assurer, sur son territoire, une protection et un respect adéquats et efficaces des droits de propriété intellectuelle aux ressortissants d'une autre Partie, tout en veillant à ce que les mesures visant à faire respecter ces droits ne deviennent pas elles-mêmes des obstacles au commerce légitime ». Les mesures relatives à l'inscription et à l'affichage des produits au Québec interdiraient l'utilisation dans la province de marques non enregistrées dans une langue autre que le français. Par conséquent, le Canada n'offrirait pas une protection adéquate aux marques de commerce.
- Selon l'article 15, paragraphe 1, de l'accord de l'OMC sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce (ADPIC), les membres de l'OMC peuvent choisir de protéger les marques non enregistrées et le Canada a choisi de le faire au niveau fédéral. La protection des marques non enregistrées dépend généralement de l'usage qui en est fait. Si l'utilisation de certaines marques non enregistrées (celles autres qu'en français) est expressément interdite dans une province (et a des répercussions pratiques sur l'ensemble du pays), cela équivaut à une limitation de facto de l'étendue de l'objet protégeable au Canada et, en tant que tel, constituerait une violation de l'article 15, paragraphe 1, de l'accord sur les ADPIC.

Recommandations

En résumé, l'AHAM recommande :

- 1) Qu'aucune modification ne soit apportée à l'article 3 du règlement existant, de sorte qu'une inscription sur un produit puisse être exclusivement rédigée dans une langue autre que le français;
- 2) Que l'article 27.1 proposé (inscription concernant un produit et les documents relatifs au produit) soit retiré;
- 3) Que les sections 27.2 (termes génériques), 27.3 (caractéristiques d'un produit) et 27.4 (utilisation d'une marque déposée) ne soient adoptées que si elles sont conformes à la législation fédérale sur les marques de commerce, aux accords commerciaux internationaux et aux traités sur les droits de propriété intellectuelle;

- 4) Que le ministère mène des consultations plus approfondies avec l'industrie et ses partenaires commerciaux internationaux et interprovinciaux en ce qui concerne les impacts négatifs potentiels sur les affaires et le commerce;
- 5) Que des mesures soient prises pour rassurer les fabricants, faute de quoi l'incertitude associée à la réglementation finale accélérera les conséquences indésirables décrites ci-dessus des changements proposés. En d'autres termes, les détaillants commenceront à limiter les stocks et la disponibilité des produits par crainte que ces derniers ne soient plus conformes à la vente selon la réglementation en vigueur 15 jours seulement après la publication du règlement final.

Conclusion

Au nom de l'AHAM et de ses membres, je tiens à vous remercier de l'attention que vous porterez à nos commentaires et à nos recommandations. Nous espérons avoir l'occasion de continuer les discussions avec le gouvernement sur la manière de résoudre ces questions de manière à satisfaire les objectifs du gouvernement tout en respectant les intérêts des consommateurs, la réalité des fabricants et les réalités du marché nord-américain.

Je vous prie de recevoir, Monsieur le Ministre, l'expression de mes sentiments les plus distingués.

(original signé)

Meagan Hatch

Vice-présidente & directrice générale, AHAM Canada

CC :

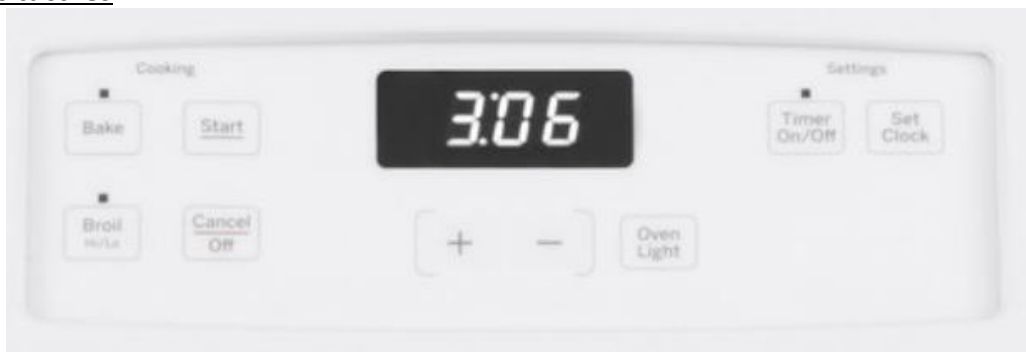
Hubert Laprise, Directeur de cabinet adjoint du ministre de la Langue française

Ginette Galarneau, Présidente-directrice générale de l'Office québécoise de la langue française

Josée Saindon, Directrice générale des relations avec les entreprises et l'Administration

Annexe A

Boutons tactiles



L'affichage tactile est lié à la membrane du bouton/à l'activation mécanique. Il est utilisé pour les lignes de produits de moyenne et basse gamme. Les autocollants ne fonctionneront pas sur ces surfaces.

Éléments tactiles capacitifs



Éléments tactiles capacitifs (verre tactile) : avec une disposition prédéfinie. Des autocollants de n'importe quel matériau sur la surface du verre désactiveront la réponse tactile capacitive.



RENSEIGNEMENTS COMMERCIAUX CONFIDENTIELS - TRAITEMENT CONFIDENTIEL REQUIS

Le 21 février 2024

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

ministre@mlf.gouv.qc.ca
josee.saindon@oqlf.gouv.qc.ca

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

Monsieur le Ministre Roberge,

Nous sommes l'un des principaux distributeurs d'appareils de comptoirs, d'électroménagers domestiques, de systèmes de lessive industriels, commerciaux, institutionnels et nous employons des salariés au Québec. Nous vous présentons donc par la présente nos commentaires et notre perspective éclairée quant aux modifications apportées par le *Projet de règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires*, publié le 10 janvier 2024 dans la *Gazette officielle du Québec*.

CONTEXTE

Whirlpool offre le plus grand portefeuille d'électroménagers, le plus grand volume de ventes et de services de réparation au Canada, avec une estimation de plus de 5 millions d'unités en service au Québec. Statistique Canada indique que le produit intérieur brut (PIB) annuel de l'industrie des électroménagers au Québec est de plus de 8 milliards de dollars¹, avec 1082 magasins de vente au détail d'électroménagers et produits électroniques² et environ 1768 salariés recevant un salaire moyen de 36,16 \$ par heure³. Le Québec dépend exclusivement de l'importation d'électroménagers fabriqués hors du Québec (et pratiquement exclusivement sur des électroménagers fabriqués en dehors du Canada), et donc les modifications proposées à l'article 3 du *Règlement* concernant les inscriptions sur les produits, limitera fortement l'offre de produits électroménagers en vente au Québec, isolera la province de la chaîne d'approvisionnement mondiale d'électroménagers et pourrait même porter atteinte à différents accords commerciaux internationaux et de droits de propriété intellectuelle.

La proposition de règlement restreint encore plus l'utilisation d'une langue autre que le français sur les produits, les emballages, les documents, les logiciels, les affiches, les publicités et les marques de commerce. Nous comprenons et respectons la politique visant à promouvoir d'utilisation du français à l'intérieur de la province de Québec, cependant, sauf modifications apportées à la proposition, Whirlpool se verra dans l'obligation de retirer de la vente aux consommateurs, détaillants et distributeurs de pièces du Québec, son portefeuille de produits nord-américains (notamment les pièces qui comprennent des

¹Tableau de données StatCan : 36-10-0225-01 (anciennement CANSIM 384-0041)

²Tableau de données StatCan : 33-10-0717-01

³Tableau : 36-10-0489-01 (anciennement CANSIM 383-0031) salaires, Tableau : 33-10-0040-01 salariés

inscriptions). Les modifications proposées entraîneraient une séparation incontournable du Québec de nos affaires nord-américaines et canadiennes et auraient de sévères conséquences sur notre capacité à poursuivre nos activités au Québec.

LE RÈGLEMENT PROPOSÉ CONSISTANT À LIMITER LES EXCEPTIONS AUX INSCRIPTIONS SUR UN PRODUIT AURAIT UN EFFET NÉGATIF IMPORTANT SUR LA VENTE D'ÉLECTROMÉNAGERS AU QUÉBEC

Whirlpool s'engage à répondre aux besoins de ses consommateurs au Québec depuis de longues années. Cependant, nous craignons que les modifications proposées à l'article 3, c'est-à-dire les dérogations concernant les inscriptions sur les produits ne soient pas réalistes et pourraient amener Whirlpool à retirer son portefeuille de produits disponibles à la vente en Amérique du Nord, à ses consommateurs, détaillants et distributeurs québécois. Les pièces de service contenant des inscriptions seraient également concernées. Les livraisons de nouveaux produits ou de pièces de service partout ailleurs en Amérique du Nord et en dehors du Québec ne seraient pas concernées. Cela désavantagerait nos clients, nos marchands autorisés et nos distributeurs québécois qui seraient privés de l'accès à notre portefeuille complet de produits.

Selon le règlement proposé, la dérogation concernant une « inscription gravée, cuite ou incrustée dans le produit lui-même, y étant rivetée ou soudée, ou encore y figurant en relief, de façon permanente » est restreinte d'une telle façon qu'elle provoque de grandes inquiétudes pour Whirlpool. Actuellement, ces inscriptions - à l'exception des inscriptions concernant la sécurité des produits - « peuvent être rédigées uniquement dans une autre langue que le français ». Ce projet de règlement obligerait les fabricants à traduire en français ces inscriptions qui sont également considérées nécessaires à l'utilisation du produit. Nous vous invitons à consulter les modifications réglementaires ci-dessous :

Modifications proposées à l'article 3 (en bleu) :

Paragraphe 1 de l'article 3 : le produit est destiné uniquement à un marché extérieur au Québec;

Paragraphe 6 de l'article 3 : le produit provient de l'extérieur du Québec et l'inscription, sauf si elle concerne la sécurité ou, est nécessaire à l'utilisation du produit, est gravée, cuite ou incrustée dans le produit lui-même, y est rivetée ou soudée, ou encore y figure en relief, de façon permanente. Cependant, les inscriptions concernant la sécurité doivent être rédigées en français et apparaître sur le produit ou l'accompagner de façon permanente.

Les marques Whirlpool en Amérique du Nord, notamment Jennair, KitchenAid, Whirlpool, Maytag, Amana, Inglis, Gladiator et InSinkErator sont fabriquées en dehors du Québec et agréées pour la vente en Amérique du Nord. Il ne reste en fait plus aucun fabricant d'électroménagers dans la province de Québec. La dernière usine de fabrication d'électroménagers ayant fermé en 2014 était l'usine de sècheuses *Controladora Mabe S.A. de C.V.* dans le quartier Est de Montréal.

Whirlpool produit plus de **[21 millions d'unités]** d'électroménagers en Amérique du Nord pour tous ses clients nord-américains, y compris au Québec. Le Québec représente moins de **[1,5 %]** de ses ventes totales en Amérique du Nord. Afin de fournir à nos détaillants et nos clients dans toute l'Amérique du Nord la plus grande variété et le plus grand choix de produits, les inscriptions gravées, cuites ou incrustées dans le produit lui-même, y étant rivetées ou soudées, ou encore y figurant en relief, de façon permanente sur tous les produits Whirlpool, répondent à des dispositions d'utilisation communes de l'industrie et des consommateurs en place depuis longtemps. Notre assortiment actuel de produits comprend les quantités suivantes de modèles ou d'unités individuelles :

1. Plus de [1100] modèles d'électroménagers résidentiels (laveuses, sècheuses, réfrigérateurs, lave-vaisselle, appareils de cuisson)
2. Plus de [450] modèles d'appareils de comptoir (batteurs sur socle, robots culinaires, machines à café et à boissons, friteuses à air, etc.)
3. [225] modèles InSinkErator (broyeurs de déchets, distributeurs instantanés d'eau chaude etc.)
4. [Plus de 60] modèles d'électroménagers de lessive commerciaux (gros appareils de lessive pour les établissements médicaux, hospitaliers, d'aide à la vie autonome, etc.),
5. Entre [50 000 et 68 000] pièces de service et de remplacement, une certaine portion inclurait une inscription commune

Nous sommes convaincus qu'il s'agit du plus grand portefeuille de marques d'électroménagers et de produits offerts par un seul distributeur dans cette industrie au Canada. Malheureusement, tous les produits mentionnés ci-dessus devraient être retirés de la vente au Québec dans les 15 jours suivant la publication du Règlement. Les consommateurs et les détaillants du reste du Canada ne seraient pas touchés.

Nous aimerions préciser au Ministère que les inscriptions relatives à l'**UTILISATION** du produit sont déjà prises en considération à l'article 1 du Règlement (ci-dessous). Les instructions d'utilisation doivent déjà être fournies en français à nos consommateurs québécois dans les guides et les manuels d'instructions ou autres documents accompagnant les produits. L'Office québécois de la langue française (OQLF) devrait déjà poursuivre activement les coupables qui contreviennent à ces dispositions du règlement actuel.

1. Pour l'application de la présente section et à moins que le contexte n'indique un sens différent, une disposition applicable à une inscription sur un produit s'applique également, compte tenu des adaptations nécessaires, à une inscription sur son contenant ou sur son emballage, sur un document ou un objet qui l'accompagne **y compris le mode d'emploi** et les certificats de garantie.

Whirlpool est entièrement au service de ses clients et de ses détaillants en Amérique du Nord dans de nombreuses langues, notamment le français. En 2023, nous avons eu plus de [1,4 million] de visites et presque [4000] commandes pour un total de [750 000 \$] uniquement sur nos sites web « .ca » en français. Nous avons eu plus de [6000] demandes en français uniquement représentant approximativement [15 %] du volume total de notre centre de service à la clientèle en 2023, par téléphone, clavardage ou message texte (SMS). En 2023, nos détaillants québécois ont été admissibles à recevoir plus de [50 M\$] de fonds d'investissement commerciaux pour soutenir leurs entreprises.

Veuillez noter que nous prenons déjà les mesures nécessaires pour informer les consommateurs et les détaillants sur la **SÉCURITÉ** et le **MODE D'EMPLOI** de nos produits dans de nombreuses langues, dont le français, en conformité avec l'article 51 de la *Charte de la langue française* et le *Règlement actuel sur la langue du commerce et des affaires*, notamment :

1. Toutes les inscriptions sur les produits sont permanentes
2. Tous les avertissements de sécurité sont en anglais (E), français (F) et espagnol (S) en conformité avec les normes de sécurité des produits applicables en Amérique du Nord
3. Tous les logiciels électroniques, notamment les applications (APP), sont offerts au moins avec des options en anglais et en français, et avec des options de système métrique
4. Les modes d'emploi sont en anglais, français et espagnol
5. Les instructions d'installation et les consignes de sécurité sont en anglais, français et espagnol
6. Les guides de démarrage rapide sont en anglais, français et espagnol
7. Les guides de renseignements sur les cycles sont en anglais, français et espagnol
8. Tous nos sites Web « .ca » sont en anglais et en français
9. Le service à la clientèle et le Centre de l'expérience (CXC) sont en anglais et en français (téléphone)

et clavardage)

10. Le soutien pour les pièces Whirlpool et les services à domicile sont en anglais et en français

11. La formation et la certification Whirlpool sont offertes en anglais et en français

Fabriquer des produits ayant des inscriptions autres que des termes communs ou recourir au collage d'étiquettes exclusivement pour le Québec sont des alternatives qui ne sont pas pratiques ni envisageables d'un point de vue commercial, à la fois au niveau de la fabrication comme au niveau de la qualité et de la sécurité⁴. Cela entraînerait de grosses complications et une augmentation du coût des produits sur l'ensemble de notre chaîne d'approvisionnement en Amérique du Nord, ainsi qu'une augmentation du coût des matériaux d'emballage pour le producteur et une augmentation des matériaux d'emballage non recyclables. Par ailleurs, cela ne procure pas d'avantage purement fonctionnel, car les consommateurs se réfèrent aux modes d'emploi détaillés que nous fournissons pour consulter ce que signifie le texte ou les icônes sur les produits afin de comprendre comment les utiliser, tel qu'indiqué ci-dessus et en conformité avec l'article 1 du règlement. Enfin, les clients peuvent aussi contacter leur détaillant directement.

Vraisemblablement, il n'est pas concevable pour Whirlpool (tout comme pour les autres fabricants) de reconcevoir et modifier son portefeuille ou de créer un nouvel assortiment de produits et de pièces et des services de réparation de cette envergure uniquement pour répondre au marché du Québec. La ségrégation des unités de gestion de stock (UGS) ne contribuera qu'à limiter la disponibilité et le choix des produits au Québec, compliquera les processus et entraînera une hausse du coût de fabrication, d'entreposage et de chaîne d'approvisionnement. De plus, même si Whirlpool pouvait offrir un assortiment séparé uniquement pour le marché québécois, cela ne serait pas une solution viable à long terme pour Whirlpool ou ses marchands autorisés et fournisseurs de service agréés, particulièrement les petites et moyennes entreprises (PME) qui répondent principalement aux besoins des petites localités, car Whirlpool serait incapable de fournir les modèles requis d'une manière viable sur le plan commercial.

Vous trouverez ci-dessous des exemples sur la façon dont nous informons nos consommateurs des inscriptions utilisées sur le produit. Nous orientons le consommateur vers les renseignements supplémentaires lui permettant de comprendre la signification des inscriptions en question.

« **ACTIVATION À DISTANCE** » (veuillez noter que l'application est offerte en français et en anglais)

Appuyez à chaque fois que vous souhaitez contrôler votre électroménager à distance à l'aide de l'application Whirlpool®. Pour de plus amples informations, suivez les instructions dans la section ci-dessous « OBTENEZ L'APPLICATION WHIRLPOOL® ET RESTEZ CONNECTÉ ». Ouvrir le couvercle annule « l'activation à distance ».

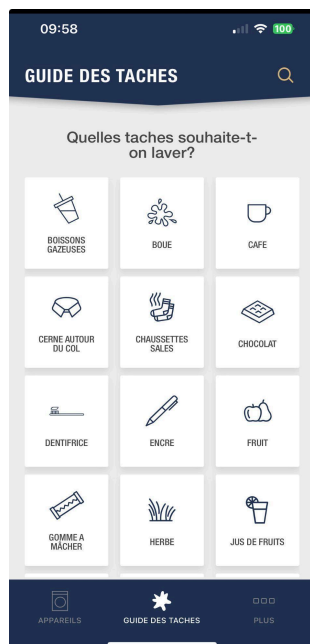


Indique que le niveau de détergent est bas



Prendre un rendez-vous de service

⁴Coller des étiquettes sur des commandes tactiles sur ou à côté de surfaces de cuisson et des brûleurs, des compartiments d'eau et de détergent nécessitent une certification et des essais. Chaque UGS et application serait unique et exigerait des numéros de pièce et instructions d'installation séparées.



L'application mobile Maytag en français (capture d'écran) offre des choix de cycles et des solutions complètes de lutte contre les taches.

En outre, Whirlpool s'inquiète du fait que son incapacité à se conformer aux modifications proposées au règlement provoquera des pertes d'emploi au Québec, étant donné que Whirlpool se verra dans l'obligation de retirer un nombre important de produits du marché québécois, tel qu'indiqué plus haut. Les pertes d'emploi concernent non seulement Whirlpool, mais aussi notre réseau complet de partenaires commerciaux, notamment les établissements de vente au détail, les contrats de constructeurs et d'entrepreneurs, ainsi que nos partenaires de chaîne d'approvisionnement, de livraison et d'installation.

De plus, 32 %⁵ des achats d'électroménagers ont lieu en ligne. Par conséquent, les modifications proposées inciteront à coup sûr les consommateurs québécois à acheter des produits de leur côté, en dehors du Québec, ce qui aura des effets négatifs sur le PIB du Québec, sur les PME et ira indirectement à l'encontre des objectifs même du nouveau règlement.

Le règlement proposé cause de fortes incertitudes pour les commerces de toutes sortes. En fait, leur capacité à vendre leurs produits et répondre aux demandes de livraison futures sera durablement touchée par les modifications proposées, qui entreront en vigueur dans les 15 jours suivant la publication du règlement. En particulier, les livraisons du quatrième trimestre des appareils de comptoir⁶ et des pièces de réparation sont maintenant sérieusement remises en cause.

Enfin, nous soulignons que selon l'article 177 de la Charte, une injonction pour défaut de se conformer à l'article 51 (et aux règlements correspondants, notamment les modifications proposées) peut être émise contre toute partie de la chaîne d'approvisionnement, non seulement le fabricant d'équipement d'origine (FEO) mais aussi quiconque distribue, vend au détail, offre à la vente ou commercialise de quelque façon que ce soit un produit non conforme. En outre, nous remarquons que le projet de règlement ne prévoit aucun délai de grâce pour écouler les stocks non conformes, ce qui soumet nos détaillants québécois à des risques de responsabilité vis-à-vis de l'OQLF. Toute commande de marchandise dont la livraison est prévue dans les 15 jours suivant la publication officielle du règlement serait également annulée. Cela entraînera des perturbations significatives pour les consommateurs et les entreprises⁷.

LES MODIFICATIONS PROPOSÉES CONCERNANT L'UTILISATION DES MARQUES DE COMMERCE ET DES TERMES GÉNÉRIQUES SONT PROBLÉMATIQUES ET NE SONT PAS PRATIQUES.

En plus de ce qui est mentionné plus haut, les modifications proposées au *Règlement sur la langue du commerce et des affaires* en ce qui a trait à la protection et l'utilisation des marques de commerce préoccupe beaucoup Whirlpool. L'INTA a fait remarquer que « le projet de règlement du Québec bouleverse la loi sur les marques de commerce et crée des obstacles au commerce pour les entreprises non québécoises. Même si le Québec fournit des lignes directrices, on peut s'interroger de savoir si le règlement

⁵ Circana/Service de suivi des consommateurs

⁶ 75 % des appareils de comptoir au Canada ont lieu au quatrième trimestre.

⁷ À la suite de ces nouvelles propositions de règlement, Whirlpool passera en revue les commentaires soumis à l'Office de la protection du consommateur concernant la Consultation sur les pouvoirs réglementaires octroyés au gouvernement au sujet de la LOI PROTÉGEANT LES CONSOMMATEURS CONTRE L'OBSOLESCENCE PROGRAMMÉE ET FAVORISANT LA DURABILITÉ, LA RÉPARABILITÉ ET L'ENTRETIEN DES BIENS (2023, CHAPITRE 21) afin d'inclure des dérogations à l'exigence de disponibilité des pièces contenant des inscriptions dans des langues autres que le français sur les panneaux de contrôle, etc.

survivrait aux contrôles judiciaires, ce qui causerait encore plus d'incertitudes pour les entreprises qui répondent aux besoins du marché québécois. »

La loi fédérale sur les marques de commerce est bien établie et correspond en grande partie aux autres lois sur la protection du consommateur, au niveau national et international. Cependant, certains des changements proposés à la *Charte de la langue française* et au *Règlement sur la langue du commerce et des affaires* vont à l'encontre des principes fédéraux et internationaux établis sur les marques de commerce. Plus spécifiquement, l'article 51.1 exige que les inscriptions, les étiquettes et les emballages du produit contenant des mots non français dans une marque enregistrée soient traduits en français, si les mots non français sont considérés génériques ou descriptifs, et ce même si la marque de commerce est enregistrée au niveau fédéral.

Cette question est liée à ce qui précède concernant une « inscription gravée, cuite ou incrustée dans le produit lui-même, y étant rivetée ou soudée, ou encore y figurant en relief, de façon permanente ». En tant que propriétaires de marques, nous utilisons les marques de commerce de telle façon qu'elles sont souvent gravées, cuites ou incrustées dans le produit lui-même, y étant rivetées ou soudées, ou encore y figurant en relief, de façon permanente; afin de commercialiser leurs fonctions uniques et exclusives à nos clients. Nous avons certaines réserves quant à l'érosion de nos droits de propriété intellectuelle, notamment :

1. Il n'y a pas de dérogation complète pour les marques de commerce enregistrées : certaines marques de commerce aux noms composés devront être fragmentées et devront être traduites. Par ailleurs, il n'est pas aisé de déterminer quelles parties de la marque sont considérées génériques ou descriptives et si elles doivent être traduites, ce qui pourrait entraîner de sévères conséquences dues à une exécution forcée ou un travail coûteux de remaniement du nom. Les procès et des recommandations actualisées viendront peu à peu clarifier les directives.
2. Les marques de commerce de Common Law (c'est-à-dire les marques de commerce non enregistrées) devront être entièrement traduites.
3. Nous avons certaines réserves quant à notre utilisation des termes « génériques » et « descriptifs » de l'OQLF qui pourraient être utilisés par des tierces parties dans des procédures de révocation ou dans des requêtes de radiation auprès de l'Office de la propriété intellectuelle du Canada.
4. Nous sommes d'accord avec l'INTA que le projet de règlement contrevient aux dispositions de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) et risque de provoquer des entraves techniques aux échanges et des restrictions au commerce extérieur et pourrait même contrevenir aux *Obligations de la nation la plus favorisée* (NPF) et à l'*Accord sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce* (ADPIC).

AUTRES UTILISATIONS

Whirlpool ne voit aucune objection aux modifications proposées à l'article 27.1 qui stipule que « l'inscription sur un produit comprend l'inscription qui s'y affiche pour l'utilisateur au moyen d'un logiciel embarqué ». Whirlpool fournit déjà des options multilingues y compris le français sur tous les produits qui fonctionnent à l'aide d'interfaces utilisateur électroniques graphiques et d'applications connectées (applis). Cependant, les marchands autorisés ou les détaillants de Whirlpool entre autres, pourraient être dans l'incapacité de se conformer à cette disposition dans les délais requis, car d'autres fabricants d'équipement d'origine (FEO) n'ont peut-être pas de logiciels bilingues intégrés.

CONCLUSION

Chaque jour, nos salariés du Québec et dans l'ensemble de l'organisation Whirlpool visent à améliorer la vie à la maison. Nous offrons un des meilleurs services à la clientèle et aux ventes dans de nombreuses langues, y compris le français. Ce niveau d'engagement va de pair avec les exigences bien équilibrées des dispositions actuelles de la *Charte de la langue française - Règlement de la Langue du commerce et des affaires*.

Afin que Whirlpool puisse continuer à proposer une gamme extensive de produits et à maintenir son niveau d'engagement à servir nos clients et nos partenaires au Québec, nous souhaitons mettre l'accent sur les recommandations suivantes :

1. Nous demandons expressément au Ministre de retirer le nouvel article 51.1 du règlement et proposons qu'aucune modification ne soit apportée pour le moment, étant donné que les dispositions actuelles constituent un équilibre approprié.
2. Au minimum, nous recommandons qu'aucune modification ne soit apportée à l'article 3 du règlement, à savoir qu'une « inscription sur un produit peut être rédigée uniquement dans une autre langue que le français... »
3. Les changements aux sections 27.2 (termes génériques), 27.3 (caractéristiques d'un produit) et 27.4 (utilisation d'une marque de commerce) ne devraient avoir lieu uniquement après la confirmation que ces modifications proposées sont conformes aux lois fédérales sur les marques de commerce, aux accords commerciaux internationaux et aux traités sur les droits de propriété intellectuelle.
4. Nous sommes inquiets des charges supplémentaires potentielles pour nos détaillants et nos fournisseurs de service, particulièrement nos PME, qui devront se conformer aux dispositions des articles 27.7 à 27.10 du Règlement concernant l'affichage public extérieur ou les enseignes. Nous demandons au Ministre de proposer des ressources et de l'aide au besoin afin de ne pas surcharger indûment ces entreprises qui commencent à peine à se remettre des conséquences de la pandémie de Covid-19.
5. Nous recommandons au Ministre d'effectuer une analyse économique et juridique extensive afin de confirmer que le Québec se conforme aux lois fédérales et aux obligations commerciales internationales et interprovinciales du Canada.
6. Nous demandons au Ministre de mener des consultations approfondies avec ses partenaires internationaux et interprovinciaux sur les possibles conséquences négatives sur le commerce.
7. Nous recommandons également au Ministre de répondre à ces recommandations dans un délai convenable, car nous craignons que les incertitudes liées au règlement final ne fassent qu'accélérer les conséquences des changements proposés et mettre en jeu un nombre important d'entreprises et d'emplois.

Whirlpool est membre du Conseil du patronat du Québec (CPQ), de la Chambre de Commerce du Canada (CCC), de l'Association Canadienne des Importateurs et Exportateurs (IE Canada), de l'*Association of Home Appliance Manufacturers* (AHAM), de la *National Association of Manufacturers* (NAM) et de l'*International Trademark Association* (INTA). Whirlpool soutient les commentaires concernant les modifications au Règlement présentés séparément par ces associations.

Nous nous ferons un plaisir de répondre à toute question que vous pourrez avoir sur nos commentaires.

Veuillez agréer nos salutations distinguées,



Gary Power
Vice-président, Directeur général
Whirlpool Canada LP

Cc
Monsieur François Legault
Premier ministre du Québec

Monsieur Pierre Fitzgibbon
Ministre de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie
Ministre responsable du Développement économique régional
Ministre responsable de la Métropole et de la région de Montréal

Madame Kateri Champagne Jourdain
Ministre de l'Emploi
Ministre responsable de la région de la Côte-Nord

Monsieur Jean Boulet
Ministre du Travail
Ministre responsable de la région de la Mauricie, de la région de l'Abitibi-Témiscamingue et de la région du Nord-du-Québec

À propos de Whirlpool Canada

L'histoire de Whirlpool au Canada date de 1859. Whirlpool est le chef de file canadien avec plus d'un milliard de dollars de revenus annuels. Nous avons environ 230 employés au Canada et notre siège social se trouve à Mississauga, en Ontario. Nous gérons un entrepôt de 750 000 pieds carrés à Milton en Ontario et un entrepôt de 425 000 pieds carrés à Calgary, en Alberta. Nous fournissons des marchandises à environ 1100 détaillants dans plus de 3500 emplacements dans tout le Canada. Nous avons 1000 techniciens autorisés et 450 entreprises de service effectuant plus de 230 000 réparations par an. Whirlpool a été reconnu parmi les meilleurs lieux de travail en 2023, et aussi comme l'un des meilleurs lieux de travail pour les femmes.

www.whirlpoolcorp.com

<https://whirlpoolcorp.com/canada/>





Intellectual Property Institute of Canada
Institut de la propriété intellectuelle du Canada

Institut de la propriété intellectuelle du Canada (IPIC) Mémoire sur la Charte de la langue française/projet de règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires

M. Jean-François Roberge

Ministre de la Langue française

800, rue D'Youville, 13e étage,

Québec (Québec) G1R 3P4

23 février 2024

SOMMAIRE DES RECOMMANDATIONS

Recommandation 1 : Nous recommandons que le gouvernement harmonise les nouvelles règles relatives aux marques de commerce afin d'éviter trois régimes différents pour (1) les produits, (2) les publications commerciales, y compris les sites Web et (3) l'affichage public et la publicité commerciale.

Recommandation 2 : Nous recommandons des modifications au projet de règlement afin de reporter l'entrée en vigueur des nouvelles règles relatives à l'affichage public visible à l'extérieur d'un local au 1^{er} juin 2027, tel que prévu pour les produits.

Recommandation 3 : Nous recommandons que des modifications soient apportées au projet de règlement afin de préciser que l'article 51.1 de la Charte ne vise pas les termes génériques et descriptifs inclus dans une marque de commerce qui agit comme indicateur de source. Nous recommandons de plus de clarifier davantage les exigences de traduction à cet égard.

Recommandation 4 : Nous recommandons que le gouvernement mène une consultation formelle avant d'adopter la nouvelle obligation prévue à l'article 2 du projet de règlement (qui modifie l'alinéa 3 [6] du règlement actuel) et qui vise à traduire en permanence les inscriptions **nécessaires à l'utilisation** d'un produit (de l'extérieur du Québec) lorsque l'inscription est gravée, cuite ou incrustée dans le produit lui-même, rivetée ou soudée sur celui-ci ou en relief sur celui-ci.

INTRODUCTION

L'Institut de la propriété intellectuelle du Canada (IPIC) est l'association professionnelle des agents de brevets, des agents de marques et des avocats exerçant dans tous les domaines du droit de la propriété intellectuelle. Nous comptons plus de 1 800 membres, dont des praticiens travaillant dans des cabinets d'avocats et des agences de toutes tailles, des praticiens individuels, des professionnels de la propriété intellectuelle au sein d'entreprise, des fonctionnaires et des universitaires. Les clients de nos membres comprennent pratiquement toutes les entreprises, universités et autres institutions canadiennes qui ont un intérêt dans la propriété intellectuelle (p. ex., brevets, marques de commerce, droits d'auteur et dessins industriels) au Canada ou ailleurs, ainsi que les sociétés étrangères qui détiennent des droits de propriété intellectuelle au Canada.

L'IPIC est heureux de soumettre des commentaires à l'égard du projet de règlement modifiant le *Règlement sur la langue du commerce et des affaires* (projet de règlement).

L'IPIC est très impliqué depuis la publication du projet de loi 96 (maintenant loi 14). L'IPIC a eu de nombreuses occasions de discuter avec des représentants de l'Office québécois de la langue française (OQLF) et du ministère de la Langue française (ministère) pour leur faire part de leurs préoccupations juridiques et pragmatiques concernant le projet de loi 96 et le projet de règlement.

Nous sommes reconnaissants que notre voix ait été entendue dans une certaine mesure et nous souhaitons continuer le dialogue pour nous assurer que les objectifs du gouvernement en matière de langue française soient atteints et que les moyens d'atteindre ces objectifs soient en harmonie avec le droit des marques de commerce en vigueur au Canada. L'IPIC souhaite également s'assurer que les nouvelles règles n'ont pas d'incidence négative sur les activités commerciales dans la province de Québec. La clé est de trouver le juste milieu. Nous espérons que les propositions de l'IPIC aideront le gouvernement à trouver cet équilibre.

En résumé, l'IPIC se réjouit des clarifications apportées par le projet de règlement, mais est fermement convaincu que d'autres clarifications et amendements sont nécessaires pour éviter les débats juridiques sur l'interprétation des nouvelles règles et pour garantir un niveau élevé de conformité. La clarté est essentielle et avantageuse pour tous les intervenants : entreprises, consommateurs, OQLF, tribunaux et conseillers juridiques.

Avant de passer à nos observations détaillées, nous tenons à souligner que l'intention de l'OQLF d'adopter une approche raisonnable pour l'application des nouvelles règles est grandement appréciée. L'IPIC reste cependant très préoccupé par les implications du nouveau droit d'action civile, qui permet à toute personne d'intenter une action en justice si elle estime que son droit de vivre en français est violé, même si l'entreprise respecte pleinement les directives de l'OQLF.

En d'autres termes, l'approche raisonnable et souple de l'OQLF n'élimine aucunement le risque que des entreprises soient poursuivies. Pour ces raisons, l'IPIC demande plus de clarté à certains égards et demande de reporter l'entrée en vigueur de l'article 58.1 de la Charte au 1^{er} juin 2027.

Les recommandations de l'IPIC ont été préparées par le comité des pratiques en marques de commerce et ont été révisées, éditées et approuvées par le conseil d'administration de l'IPIC.

ENJEU 1

Exception relative aux marques de commerce

Les articles 51.1 et 58.1 de la Charte prévoient qu'une marque de commerce, dans une langue autre que le français, peut être employée (sans traduction française) si elle est enregistrée et si aucune version correspondante en français n'est inscrite au registre des marques de commerce.

Tel que mentionné à plusieurs reprises au cours des deux dernières années, cette nouvelle règle est problématique car elle n'est pas adaptée à la procédure d'enregistrement de marque au Canada.

En effet, selon les délais actuels de l'Office de la Propriété Intellectuelle du Canada (OPIC). Il faut minimalement calculer 2 à 4 ans entre le moment du dépôt d'une demande d'enregistrement et l'enregistrement d'une marque. Bref, les marques de commerce ne peuvent être enregistrées du jour au lendemain. Même le propriétaire d'une marque le plus diligent doit faire face à un long processus pour obtenir l'enregistrement, ce qui rend impossible la conformité aux nouvelles règles proposées.

Le projet de règlement ne répond que partiellement à cet enjeu et l'IPIC demeure hautement préoccupé par la question. En effet, le projet de règlement ne règle que la question des produits.

Résultat : trois régimes distincts s'appliqueraient aux marques de commerce, si le projet de règlement est adopté tel quel, à savoir :

- **Produits** : l'exception vise les marques déposées au sens de la Loi sur les Marques de Commerce (soit les marques enregistrées), y compris les demandes d'enregistrement de marques (nouvel article 27.4 proposé au projet de règlement)
- **Publications commerciales (y compris les sites Web)** : l'exception vise les marques de commerce reconnues (soit les marques de commerce enregistrées et les marques de commerce de common law) en vertu de l'article 13 [4] du règlement actuel, non modifié par le projet de règlement
- **Enseignes publiques, affiches et publicité commerciale** : l'exception vise seulement les marques déposées au sens de la Loi sur les Marques de Commerce (soit les marques enregistrées) en vertu de l'article 58.1 de la Charte

L'idée de mettre en place trois régimes distincts pour les marques de commerce n'est pas souhaitable et risque de compliquer davantage l'application des nouvelles règles, au détriment de toutes les parties prenantes.

L'IPIC demande donc au gouvernement d'harmoniser les régimes sur tous les fronts pour plus de cohérence.

En bref, nous soumettons que l'exception relative aux marques de commerce devrait couvrir les marques de commerce faisant l'objet d'une demande d'enregistrement ou d'un enregistrement ainsi que les marques de common law, et ce peu importe que l'article en question soit un produit, une publication commerciale, une enseigne, une affiche ou un affichage commercial.

Subsidiairement, nous soumettons que l'exception relative aux marques de commerce devrait, dans tous les cas, s'appliquer de façon minimale aux enregistrements et aux demandes de marques de commerce pour les raisons ci-haut mentionnées et comme le propose l'article 27.4 du projet de règlement pour les produits.

ENJEU 2

Entrée en vigueur des nouvelles règles

L'IPIC accueille favorablement le report de l'entrée en vigueur des nouvelles règles relatives aux produits (article 10 du projet de règlement). Nous proposons que la même extension s'applique dans tous les cas et notamment pour l'affichage public à l'extérieur d'un local (article 58.1 de la Charte) pour les raisons suivantes.

Les entreprises attendent le projet de règlement depuis près de deux ans. Jusqu'au 10 janvier 2024, personne ne pouvait prédire comment le gouvernement définirait l'expression « nettement prédominante ».

Le 1^{er} juin 2025 approche à grands pas et ne laisse pas suffisamment de temps aux entreprises, même les plus proactives, pour se conformer aux changements requis. Outre le temps nécessaire pour revoir la conception des enseignes et de l'affichage public, les entreprises doivent s'assurer qu'elles ont les permis et les autorisations pour effectuer ces changements.

Bien que l'IPIC apprécie la souplesse de l'OQLF et son aide pour aider les entreprises dans cette transition, le risque de poursuites demeure. Nous soumettons que les entreprises ne devraient pas subir ce fardeau, en plus des efforts qu'elles doivent déployer pour se conformer aux nouvelles règles.

L'IPIC demande donc que l'entrée en vigueur de l'article 58.1 de la Charte soit reportée au 1^{er} juin 2027.

ENJEU 3

Article 51.1 de la Charte et exigence de traduire les termes génériques et descriptifs inclus dans une marque de commerce déposée

Le gouvernement a publié divers exemples, dont le suivant, pour illustrer ce qui sera considéré comme acceptable ou non en vertu des nouvelles règles



Suite à des discussions avec l'OQLF, nous comprenons que les termes « Best » et « Soap », en tant que marque de commerce déposée, n'auraient pas à être traduits dans l'exemple ci-haut en vertu de l'article 51.1 de la Charte. La même conclusion s'appliquerait si la marque BestSoap est présentée en deux mots ou en avec un trait d'union (Best Soap ou Best-Soap).

L'IPIC est d'accord avec cette position, mais juge essentiel que le gouvernement précise expressément dans le projet de règlement que l'article 51.1 de la Charte ne vise pas les termes génériques et descriptifs inclus dans une marque de commerce qui agit comme indicateur de source, afin d'éviter toutes ambiguïtés sur cette question et écarter les risques de poursuites. Nous soumettons que la rédaction actuelle de l'article 51.1 prête à interprétation et que des précisions sont nécessaires.

Il convient également de préciser dans quelle mesure la traduction est nécessaire pour les expressions de nature fantaisistes d'informations en partie génériques ou descriptives. Dans l'exemple de l'étiquette BestSoap, le descripteur de l'odeur est « Pear and Lavender » et la nécessité de traduire « Pear and Lavender » est évidente. Toutefois, lorsque le descripteur de la

senteur devient plus fantaisiste, comme « Plush and Lush Pear and Lavender », il n'est pas clair si la phrase entière, ou seulement « Pear and Lavender », doit être traduit.

Enfin, l'IPIC demande des indications sur ce qui sera accepté comme traduction lorsque la traduction littérale perd le sens voulu. Par exemple, « CLEAN » doit-il être traduit par « PROPRE » ou pourrait-il être traduit par « PUR » ?

ENJEU 4

Nouvelle obligation de traduire les inscriptions gravées, cuites, incrustées, rivetées, soudées ou en relief

Bien que cela ne soit pas lié à l'exception relative aux marques de commerce, les membres de l'IPIC ont également exprimé leur inquiétude et leur surprise concernant la nouvelle obligation introduite à l'article 2 du projet de règlement (qui modifie l'article 3 [6] du règlement actuel) de traduire en permanence les inscriptions **nécessaires à l'utilisation** d'un produit (de l'extérieur du Québec) lorsque l'inscription est gravée, cuite ou incrustée dans le produit lui-même, rivetée ou soudée sur celui-ci ou en relief sur celui-ci.

Cette nouvelle obligation ne faisait pas partie du projet de loi 96 et aucune consultation approfondie n'a eu lieu sur cette nouvelle exigence. L'IPC soumet qu'une telle consultation est nécessaire afin de bien saisir et évaluer les préoccupations des consommateurs, les alternatives à considérer pour répondre à ces préoccupations et l'incidence financière pour les entreprises à l'extérieur du Québec.

L'IPIC encourage le gouvernement du Québec à mener une consultation sur cette nouvelle exigence afin de donner aux consommateurs et aux entreprises une véritable occasion de faire part de leurs commentaires sur les préoccupations qui ont donné lieu à la nouvelle obligation proposée, ainsi que sur les implications, l'impact et les difficultés éventuelles liées au respect de cette obligation. Par exemple, les parties prenantes ont noté que des modifications considérables et coûteuses devaient être apportées aux moules et aux processus industriels, qui sont souvent utilisés pour la production mondiale, et que les étiquettes/emballages devaient être modifiés en fonction des besoins pour assurer la conformité locale.

CONCLUSION

L'IPIC est heureux de soumettre des commentaires sur le projet de règlement modifiant le Règlement sur la langue du commerce et des affaires. Nous serons heureux d'examiner ces

points plus en détail avec le ministre et nous attendons avec intérêt les discussions futures sur cette initiative.

Si nous pouvons fournir une aide supplémentaire, n'hésitez pas à communiquer avec notre chef de la direction, Adam Kingsley par courriel à akingsley@ipic.ca, ou par téléphone au 613-234-0516, x25.



**L'Association
des brasseurs
du Québec**

Commentaires et recommandations

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

Février 2024

Par la présente, l'Association des brasseurs du Québec souhaite exprimer ses commentaires et ses préoccupations en lien avec le projet de *Règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires*.

Préambule

Le projet de règlement à l'étude propose des modifications au Règlement sur la langue du commerce et des affaires en lien avec la Charte de la langue française au Québec. Il prévoit notamment les règles applicables en matière d'affichage public des marques de commerce et des noms d'entreprise. Il précise aussi certains cas dans lesquels une inscription sur un produit peut être rédigée uniquement dans une autre langue que le français. De plus, il précise la mise en œuvre de la Charte de la langue française, notamment concernant les contrats d'adhésion et les inscriptions sur les produits. Enfin, le projet de règlement prévoit la portée de l'exigence de la nette prédominance du français dans l'affichage public.

Rappelons que les membres de l'Association des brasseurs du Québec, les brasseries Labatt, Molson Coors et Sleeman, possèdent une cinquantaine d'installations au Québec, dont sept brasseries. Ils emploient 3000 personnes et engendrent près de 43 000 emplois directs et indirects. Ensemble, ces entreprises génèrent pour le Québec des retombées économiques annuelles de près de 3 milliards de dollars.

Rappelons-le également, nos brasseurs membres de l'ABQ ont toujours été extrêmement soucieux du respect du fait français québécois et des lois linguistiques visant à en assurer la préservation et l'épanouissement.

Le Projet de règlement sous étude découle de la *Charte de la langue française* (« **Charte** ») et s'inscrit dans la foulée des modifications législatives de la Charte suivant l'adoption de la *Loi sur la langue officielle et commune du Québec, le français*³ (la « **Loi 96** »).

L'analyse du projet de règlement suscitent chez nos membres des questionnements et des préoccupations importantes en lien avec les trois thèmes suivants :

- (1) Le respect des marques de commerce (article 27.1 à 27.5)
- (2) L'affichage public et la publicité commerciale. (articles 27.7 et suivant)
- (3) Le respect des ententes de commerces internationales

1- Le respect des marques de commerces

L'article 51 de la Charte prévoit le principe général selon lequel toute inscription sur un produit, sur son contenant ou sur son emballage doit être rédigée en français :

51. Toute inscription sur un produit, sur son contenant ou sur son emballage, sur un document ou objet accompagnant ce produit, y compris le mode d'emploi et les certificats de garantie, doit être rédigée en français. Cette règle s'applique également aux menus et aux cartes des vins.

Le texte français peut être assorti d'une ou plusieurs traductions, mais aucune inscription rédigée dans une autre langue ne doit l'emporter sur celle qui est rédigée en français ou être accessible dans des conditions plus favorables.

Il y a toutefois une exception à ce principe quant aux marques de commerce reconnues. En effet, le quatrième paragraphe du premier alinéa de l'article 7 du Règlement prévoit que les inscriptions sur un produit qui constituent une marque de commerce enregistrée en vertu de la *Loi sur les marques de commerce* peuvent figurer uniquement en anglais :

À compter du 1^{er} juin 2025, cet état du droit sera modifié. D'abord, l'article 51.1 du Projet de règlement entrera en vigueur. Cet article prévoit que le générique ou que le descriptif d'un produit compris dans cette marque de commerce enregistrée au sens de la LMC doit figurer en français sur le produit :

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.

L'article 27.2 du Projet de règlement ajoute une précision selon laquelle le générique ou le descriptif d'un produit rédigé dans une autre langue que le français ne pourra pas l'emporter sur l'équivalent français, ou être accessible dans des conditions plus favorables :

27.2. 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):

[...]

2° aucun générique ou descriptif d'un produit compris dans une marque de commerce rédigé dans une autre langue ne doit l'emporter sur celui rédigé en français ou être accessible dans des conditions plus favorables.

Quant à l'article 27.3 du Projet de règlement, il définit les notions de « générique » et de « descriptif » de la manière suivante :

27.3. 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.

Après analyse, nous croyons que les définitions de « descriptif » et de « générique » dans le règlement bénéficieraient d'être précisées. Dans leur état actuel, elles n'offrent pas la prévisibilité souhaitée aux entreprises.

Alors que l'article 51.1 de la Charte ne prescrit pas comment la version française des termes génériques ou de la description doit apparaître sur le produit, le règlement à l'étude prévoit plutôt qu'aucun terme générique ou description d'un produit inclu dans une marque de commerce dans une autre langue ne peut être mis en évidence de façon plus importante que la version française, ni être offert à des conditions plus favorables.

Bien que nous attendions toujours la publication de directives officielles de l'OQLF à la suite de la publication du projet de règlement, le gouvernement du Québec a publié l'exemple « Best Soap » pour aider les entreprises à la compréhension de ses attentes. Dans l'exemple, même si la description en anglais « Pear and Lavender » a été incluse dans la marque déposée, les nouvelles règles exigeraient néanmoins qu'elle soit traduite en français. Nous remarquons que dans cet exemple particulier, la marque « BestSoap » elle-même n'est pas traduite en français, même si « Best » pourrait être considéré comme un terme générique, et « soap » comme une description du produit.

Il reste donc à voir comment l'OQLF appliquera cette nouvelle règle pour l'industrie brassicole en lien avec nos marques de commerce enregistrées telles que Bud Light, Coors Light ou Sleeman Clear. À ce sujet, plusieurs interprétations peuvent en être faites et des entreprises ont rapporté que l'interprétation de cette notion pouvait différer d'un interlocuteur à l'autre à l'Office québécoise de la langue française (« OQLF »). Tantôt des représentants de l'OQLF se font rassurants quant au fait qu'une entreprise n'aura pas à modifier l'étiquetage de ses produits afin de franciser des composantes pouvant être interprétées comme des mots « descriptifs » ou « génériques » de sa marque de commerce déposée et d'autres en revanche, affirment le contraire. Qui dit vrai?

Considérant les sommes importantes qui risquent de devoir être investies afin de se conformer aux normes d'identification des produits, l'ABQ recommande d'apporter des précisions à ces notions afin d'offrir le maximum de prévisibilité et de minimiser les investissements des entreprises. À la lumière de l'exemple de « Best Soap », nous croyons également que la réglementation devrait préciser comment la version française des termes génériques ou de la description doit apparaître sur le produit. En effet, il existe un réel décalage entre l'exemple de « Best Soap » et la réglementation publiée.

Vu ce qui précède, il nous apparaît que le projet de règlement pourrait mettre en cause certaines marques de commerce qui ont intégré des descriptifs et des génériques dans leur nom officiel. Pensons notamment aux bières bien connues au Québec, avec leurs noms courts mais descriptif, tel que Bud Light, Sleeman Clear et Coors Light.

Par conséquent, nous demandons respectueusement que l'article 27 du projet de règlement soit clarifié et modifié afin de préserver les termes descriptifs et génériques faisant déjà partie intégrante de marques de commerce reconnues.

Nous demandons également que des précisions soient apportées aux définitions des termes descriptifs et génériques.

2. L'affichage public et la publicité commerciale

L'article 58 de la Charte prévoit la règle générale concernant l'affichage et la publicité commerciale ; ils doivent se faire en français. L'affichage public et la publicité peuvent toutefois se faire à la fois en français et dans une autre langue, pourvu que le français y figure de façon nettement prédominante

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.

Actuellement, le quatrième paragraphe du premier alinéa de l'article 25 du règlement prévoit une exception à ce principe ; une marque de commerce enregistrée en vertu de la LMC peut être affichée uniquement en anglais et y figurer uniquement dans cette langue dans la publicité commerciale :

À compter du 1^{er} juin 2025, cet état du droit sera modifié. D'abord, l'article 58.1 du Projet de règlement entrera en vigueur. Ce nouvel article 58.1 prévoit que l'affichage public et la publicité commerciale peuvent être effectuées uniquement dans une autre langue que le français lorsqu'il s'agit d'une marque de commerce:

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.

Toutefois, ce même article indique que l'**affichage public** d'une marque de commerce visible depuis l'extérieur d'un local doit figurer en français de manière nettement prédominante :

58.1 [...] Toutefois, dans l'affichage public visible depuis l'extérieur d'un local, le français doit figurer de façon nettement prédominante, lorsqu'une telle marque y figure dans une telle autre langue.

Ensuite, les articles 27.7, 27.8, 27.9 et 27.10 du Projet de règlement entreront en vigueur.

L'article 27.8 du Projet de règlement indique les circonstances dans lesquelles l'affichage public est considéré « visible depuis l'extérieur d'un local » :

27.8. Pour l'application du deuxième alinéa de l'article 58.1 et de l'article 68.1 de la Charte de la langue française (chapitre C-11), tels que respectivement édictés par les articles 48 et 49 de la Loi sur la langue officielle et commune du Québec, le français (2022, chapitre 14), et du paragraphe 2° du troisième alinéa de l'article 27.7, l'affichage public est visible depuis l'extérieur d'un local lorsqu'il peut être vu:

1° de l'extérieur d'un espace, fermé ou non, y compris sur un immeuble, un ensemble d'immeubles ou à l'intérieur d'un centre commercial;

2° sur une borne ou une autre structure indépendante, y compris celle de type enseigne pylône sauf, dans ce dernier cas, lorsque plus de deux marques de commerce ou noms d'entreprise figurent dans l'affichage public.

L'article 27.10 du Projet de règlement précise de quelle manière la « nette prédominance du français » peut être assurée dans le cas de l'affichage public d'une marque de commerce; elle le sera lorsqu'un générique, ou un descriptif du produit ou qu'un slogan accompagnera la marque de commerce :

27.10. Pour l'application du deuxième alinéa de l'article 58.1 et de l'article 68.1 de la Charte de la langue française (chapitre C-11), tels que respectivement édictés par les articles 48 et 49 de la Loi sur la langue officielle et commune du Québec, le français (2022, chapitre 14), pour assurer la nette prédominance du français, l'affichage public visible depuis l'extérieur d'un local d'une marque de commerce ou d'un nom d'entreprise doit être accompagné de termes en français tels qu'un générique ou un descriptif des produits ou des services visés ou, encore, d'un slogan.

Pour l'application du premier alinéa, « générique » et « descriptif » ont le sens que leur donne l'article 27.3, et ce, tant pour les produits que les services.

L'article 27.7 du Projet de règlement ajoute que ce générique, descriptif ou slogan devra avoir un impact visuel plus important que la marque de commerce en anglais:

27.7. Dans l’affichage public fait à la fois en français et dans une autre langue, 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 une autre langue.

L’article 27.9 du Projet de règlement énonce les conditions qui doivent être respectées pour que l’impact visuel soit considéré comme plus important.

En résumé, nous comprenons que la publicité commerciale pourra être effectuée uniquement dans une autre langue que le français lorsqu’il s’agit d’une marque de commerce. Cependant, l’affichage public visible depuis l’extérieur d’un local de la marque de commerce en anglais devra être accompagné d’un générique, d’un descriptif ou d’un slogan en français et ce générique, descriptif ou slogan devra avoir un impact visuel plus important que la marque de commerce en anglais.

Par exemple, à compter du 1^{er} juin 2025, le français devra figurer de façon nettement prédominante sur l’affichage extérieur d’une brasserie qui inclurait une enseigne présentant une marque de commerce comme « Coors Light ».

La définition « d’affichage public visible depuis l’extérieur d’un local » de l’article 27.8 du Projet de règlement est ambiguë. Par exemple, tel qu’actuellement libellée, il n’est pas possible de savoir si l’affichage fait sur un camion de transport est régi par les dispositions concernant l’affichage public visible depuis l’extérieur d’un local.

Par ailleurs, il serait profitable pour tous que le législateur puisse préciser ce qu’est de l’affichage public. Cette notion peut être interprétée de différentes manières et une clarification serait nécessaire pour assurer une application uniforme de la réglementation. En effet, l’article 27.8 du projet de règlement édicte :

27.8. Pour l’application du deuxième alinéa de l’article 58.1 et de l’article 68.1 de la Charte de la langue française (chapitre C-11), tels que respectivement édictés par les articles 48 et 49 de la Loi sur la langue officielle et commune du Québec, le français (2022, chapitre 14), et du paragraphe 2° du troisième alinéa de l’article 27.7, l’affichage public est visible depuis l’extérieur d’un local lorsqu’il peut être vu :

1° de l’extérieur d’un espace, fermé ou non, y compris sur un immeuble, un ensemble d’immeubles ou à l’intérieur d’un centre commercial;

2° sur une borne ou une autre structure indépendante, y compris celle de type enseigne pylône sauf, dans ce dernier cas, lorsque plus de deux marques de commerce ou noms d’entreprise figurent dans l’affichage public.

Nous demandons d'obtenir des éclaircissements sur ces points afin de faciliter une mise en œuvre efficace et cohérente des nouvelles règles en matière d'affichage public et de publicité commerciale.

Nous estimons que les définitions proposées, notamment celle d'espace public, manquent de clarté. Par exemple, les camions de transport sont-ils considérés comme étant un espace public visible depuis l'extérieur d'un local ? Nous recommandons que la notion d'espace public visible soit mieux précisée.

3- Ententes de commerces internationales

Les premières analyses juridiques du projet de règlement sous étude laissent croire que celui-ci pourrait aller à l'encontre d'ententes de commerces nationales et internationales liant le Québec. Nous pensons notamment aux ententes suivantes :

- Article 2.2 de « L'Accord sur les obstacles techniques au commerce (OTC) » : « Les Membres feront en sorte que l'élaboration, l'adoption ou l'application des règlements techniques n'aient ni pour objet ni pour effet de créer des obstacles non nécessaires au commerce international. » Les modifications apportées par le Projet de loi 96 sont une mesure "restrictive pour le commerce", car elles restreignent les exportations vers le Canada.
- Article 15(1) de « Accord sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce (ADPIC) ». Les membres de l'OMC, dont le Canada, peuvent protéger les marques non enregistrées au niveau fédéral. Si l'utilisation de certaines de ces marques est interdite dans une province, cela limite la portée de la protection au Canada, en violation de l'Accord sur les ADPIC.
- Article 20.5 de l'Accord Canada – États-Unis – Mexique (ACEUM), « Chacune des Parties prévoit des moyens visant à assurer, sur son territoire, une protection et un respect adéquats et efficaces des droits de propriété intellectuelle aux ressortissants d'une autre Partie, tout en veillant à ce que les mesures visant à faire respecter ces droits ne deviennent pas elles-mêmes des obstacles au commerce légitime. » Les mesures québécoises interdisent les marques non enregistrées si non françaises, compromettant la protection des marques par la Charte française modifiée par le Projet de loi 96.

Par conséquent, nous soumettons respectueusement que le projet de règlement à l'étude pourrait aller à l'encontre d'ententes commerciales internationales, ce qui pourrait générer de coûteuses et longues poursuites légales. Nous demandons l'assurance que des analyses juridiques ont été faites à ce sujet.

Conclusion

Nous remercions le gouvernement de nous avoir permis de commenter le projet de règlement. Tel que décrit dans ce document, l'industrie brassicole du Québec a un bon nombre de préoccupations et nous proposons respectueusement des recommandations.

Nous réitérons le désir de nos membres brasseurs de voir le fait français non seulement perdurer au Québec, mais qu'il puisse continuer à s'épanouir.

Nous sommes néanmoins d'avis que les initiatives et les actions nécessaires à sa protection et à son épanouissement ne peuvent aller à l'encontre de règles légales déjà en place et d'ententes commerciales dont le Québec est signataire.

DE : Association Québécoise de l'Industrie de l'Enseigne (AQIE)

LE : 20 février 2024

TITRE : Projet de règlement. Charte de la langue française (chapitre C-11 - Affichage public - articles 27.7 à 27.10)

1. QUI SOMMES-NOUS ?

Fondée en 1983, l'Association Québécoise de l'Industrie de l'Enseigne (AQIE) est un regroupement représentatif de plus de 70 professionnels actifs dans le domaine de la communication visuelle. Nos membres, présents dans toutes les régions administratives du Québec, couvrent un large éventail de secteurs d'activité, notamment les fabricants d'enseignes, les imprimeurs grand format, les spécialistes de l'habillage de véhicules, les installateurs, ainsi que les conseillers en signalétique et en affichage de tous genres. L'AQIE agit en tant que porte-parole de l'industrie, avec un conseil d'administration élu par ses pairs. Notre mission consiste à promouvoir, à améliorer et à valoriser le professionnalisme de l'industrie québécoise de l'enseigne, incluant le domaine de la publicité par affichage sous toutes ses formes.

2. CONTEXTE ET RAISON D'ÊTRE DE L'INTERVENTION

Le présent mémoire vise à informer le Ministère de la langue française sur les enjeux et les défis du projet de règlement de la Loi 96, tel qu'il est formulé à ce jour. Bien que nous comprenions les raisons qui motivent les modifications proposées pour rendre conforme l'affichage public pour les commerces arborant des marques de commerce en anglais, nous estimons qu'il est de notre devoir d'attirer l'attention du Ministère sur les préjudices et les défis majeurs d'application que ce projet de règlement pourrait entraîner pour les places d'affaires concernées.

3. ENJEUX ET DÉFIS IMPORTANTS POUR RENDRE CONFORME L'AFFICHAGE PUBLIC

L'article 27.9 du projet de Loi stipule que, pour être conforme, un texte rédigé en français doit avoir un impact visuel **au moins deux fois plus important que celui rédigé dans une autre langue**, tout en maintenant une lisibilité et une visibilité équivalentes. Cette disposition soulève plusieurs défis pour les entreprises et commerces au Québec. Premièrement, il est crucial de reconnaître la valeur économique* d'une enseigne qui affiche une marque de commerce, comme en attestent de nombreuses études. Ainsi, il est primordial que l'application de la Loi **ne conduise pas à la réduction de la superficie**

d'une enseigne affichant une marque de commerce qui constitue l'ADN d'une entreprise, au profit d'un slogan ou d'un générique en français. De ce fait, abroger l'article 27.9 avec l'exigence d'ajouter un slogan ou un générique en français afin de respecter la norme de la *nette prédominance du français* (soit 2x plus grand) présente plusieurs défis d'application.

En effet :

- **La limitation de la superficie d'affichage permise par les permis municipaux** pour l'ajout du slogan ou du générique peut entraver la visibilité et l'impact publicitaire de l'enseigne ainsi que la marque de commerce de l'entreprise.
- **Les contraintes liées aux droits acquis** ou aux tolérances municipales peuvent empêcher la modification de l'affichage existant pour se conformer aux nouvelles exigences.
- **Plusieurs municipalités limitent ou interdisent le lettrage des vitrines**, compliquant ainsi l'ajout de texte en français sur les façades des commerces.
- **L'espace limité disponible sur les devantures de magasins** peut rendre difficile l'ajout du générique ou slogan en français sans compromettre l'impact nécessaire d'une marque de commerce ou un nom d'entreprise.
- **Exigence des propriétaires des lieux** en regard avec l'affichage sur leur bâtiment.
- De plus, les choix stratégiques des commerçants en matière de design visuel, motivés par des considérations de sécurité ou d'efficacité publicitaire, peuvent être entravés par l'exigence de texte en français, notamment si l'image est privilégiée pour valoriser les produits et services d'une place d'affaires.

Ces défis soulignent la nécessité de trouver un équilibre entre les objectifs linguistiques du projet de Loi et les réalités opérationnelles des commerces, tout en préservant l'efficacité de la communication visuelle et l'impact économique des enseignes affichant une marque de commerce.

4. L'ENJEU DES AMBIGUÏTÉS À CONSIDÉRER

Nos dernières discussions avec l'OQLF nous laissent croire que la nette prédominance du français pour l'affichage **soulève de nombreuses ambiguïtés et cas difficiles d'application** comme démontré en annexes 1 et 2 de ce document.

De plus, il semble évident que pour déterminer un champ visuel avec une nette prédominance du français **les critères d'évaluation de l'OQLF seront dans certains cas très subjectifs et sujets à de nombreuses interprétations.** (Voir annexe3)

Compte tenu de l'absence de critères clairs et des normes difficilement mesurables comme un champs visuel avec nette dominance du français, cette situation va susciter des

comparaisons entre les marques de commerces visées par ce projet de règlement. Ceci risque de causer des préjudices discriminatoires entre deux commerces qui offrent le même service et un nombre important de conflits à gérer par l'OQLF (voir annexe 3).

5. PROPOSITIONS ET RECOMMANDATIONS

Nos recommandations visent à concilier les objectifs linguistiques du projet de Loi avec les réalités opérationnelles et économiques des commerces tout en préservant l'efficacité de la communication visuelle et en évitant les situations de préjudices discriminatoires.

En tant qu'experts en identité visuelle au lieu de vente, nous souhaitons formuler les recommandations suivantes pour atténuer les conséquences négatives lors du déploiement des nouvelles normes de francisation pour l'affichage public :

- Pour les cas d'affichage existants non conformes, nous recommandons d'exiger des municipalités d'adapter leurs réglementations sur l'affichage afin de permettre l'ajout du français, même si cela excède la superficie d'affichage selon le règlement d'urbanisme (affichage) en vigueur;
- Nous proposons également de permettre à tous les commerces d'utiliser leurs vitrines pour afficher en français sans restrictions liées aux exigences municipales ou des propriétaires des lieux, afin d'afficher un visage français sans être obligés de modifier leur enseigne principale;
- Dans le cas d'une image sur une vitrine, sur un mur de bâtiment ou tout autre support permanent dans un même champ visuel qui arbore un texte en français, tel qu'un slogan ou un générique. La superficie totale de l'image devrait être prise en compte dans le calcul de la nette prédominance du français si le générique et/ou le slogan occupe au moins 20% de l'image.
- En ce qui concerne l'affichage intérieur dans un espace privé, des considérations particulières doivent être adoptées pour assurer une application cohérente avec les objectifs de francisation, sans pour autant exiger la nette prédominance du français dans un même champs visuel.

Solution proposée : L'AQIE offre son expertise pour collaborer avec l'OQLF à la rédaction du prochain guide d'affichage des marques de commerce. Cette collaboration permettra de produire un document exhaustif prenant en compte les réalités et les contraintes spécifiques de notre industrie, ainsi que les exigences linguistiques du projet de Loi. En travaillant de concert, nous pourrions élaborer des lignes directrices plus précises et pratiques, favorisant une meilleure compréhension et une application plus harmonieuse des normes de francisation dans le domaine de l'affichage public.

6. PRÉOCCUPATIONS ET DEMANDES DE L'AQIE

Le projet de règlement suscite de nombreuses questions quant à son application pratique, notamment en ce qui concerne les contraintes techniques, physiques et réglementaires existantes en matière d'affichage. À ce jour, notre compréhension du projet met en lumière diverses

ambiguïtés qui pourraient engendrer des problèmes d'interprétation ainsi que des difficultés opérationnelles pour les entreprises concernées et notre industrie.

Afin d'éviter un éventuel chaos et retard important de projets ainsi que pour résoudre les ambiguïtés qui entourent l'application de ce règlement; l'Association Québécoise de l'Industrie de l'Enseigne (AQIE) préconise une simplification et un assouplissement des normes de francisation pour l'affichage public. Il est essentiel que ces normes soient adaptées aux réalités des commerces en plus des contraintes rencontrées sur le terrain; telles que les limitations d'espace, les exigences municipales en matière d'affichage. Il faudrait également que les Villes contribuent au succès de l'application de ce projet.

CONCLUSION

En conclusion, l'Association Québécoise de l'Industrie de l'Enseigne (AQIE) exprime sa préoccupation quant aux conséquences potentiellement néfastes du projet de règlement sur l'affichage public. Bien que la promotion du français soit cruciale, les défis pour une application équitable et les interprétations subjectives des critères de francisation posent, dans certains cas, des obstacles importants pour se conformer au projet de Loi. Nos recommandations visent à atténuer ces impacts tout en favorisant la promotion du français. **Nous proposons une collaboration avec l'OQLF pour élaborer un guide d'affichage des marques de commerce plus complet et adapté à la diversité des situations.**

Nous espérons que nos recommandations aideront le Ministère de la langue française, pour créer un environnement propice au développement économique tout en valorisant la langue française au Québec.

Dans l'attente de votre invitation, nous restons disponibles pour toute clarification ou discussion supplémentaire.

(original signé)

Pierre Lachapelle, Directeur général

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE L'INDUSTRIE DE L'ENSEIGNE (AQIE)

Cc : Conseil d'administration de l'AQIE

- Selon une étude menée par FedEx Office, 76% des consommateurs ont décidé d'entrer dans un magasin en raison de son enseigne ou de son affichage extérieur.
- Une enquête de l'International Sign Association a révélé que les affichages extérieurs peuvent augmenter les ventes de 5 à 10%.
- Selon une enquête menée par Perception Research Services International, les affichages extérieurs peuvent augmenter la reconnaissance de la marque de 46%.

PROJET DE LOI 96

ANNEXES



Association Québécoise de l'Industrie de l'Enseignement

Annexe 1



- Cet exemple démontre deux champs visuels distincts. Toutefois sur l'élévation principale le mot HÔTEL devrait être 2 fois plus grand que le nom TIMES. Ce qui représente un énorme défi en raison de l'espace disponible et les restrictions d'affichage exigées par la Ville.

Annexe2

En raison des contraintes municipales et exigences du propriétaire du centre commercial, il est très difficile d'ajouter 2x plus de français sans réduire de façon très significative la marque Winners.



Est-ce que les noms Vinfast et Shack Attakk sont des mots composés permis par le projet de loi ou des marques de commerces anglaises ? Le générique « Bar à burgers.... » Comment l'OQLF va traiter ce cas?



Annexe2a

CHICO ...Est-ce un mot espagnol, un mot composé ou un logo ?



SNOWDON...Est-ce considéré que comme une enseigne de type patronyme ou toponyme même si le mot « theatre » est présenté sans accent ?



Espace bureau / intérieur :
Pour un même champ visuel, l'ajout d'un générique français 2x plus grand que le nom GARDAWORLD, présente un énorme défi, si l'on souhaite conserver l'aspect épuré du décor.

Annexe 2b



Trois noms de marques de commerce américaines. Notre compréhension, AVIS ET BUDGET présente un affichage acceptable selon le projet de règlement ? Toutefois le nom ENTERPRISE nécessiterait, dans le cas illustré (photo de droite) une modification majeure ?

EXISTANT



EXEMPLE HOME DEPOT ACTUEL 15M2 MAXIMUM

PROPOSITION

EXEMPLE HOME DEPOT ACTUEL 15M2 MAXIMUM
AVEC PRÉDOMINANCE DU FRANÇAIS 2/3

Dans le cas où une enseigne existante occuperait la superficie maximum d'affichage permise par la Ville, cet exemple illustre la modification majeure requise au détriment de la marque de l'entreprise. D'autre part, est-ce que l'ajout des accents au mot **DÉPÔT** modifierait l'interprétation du règlement ?

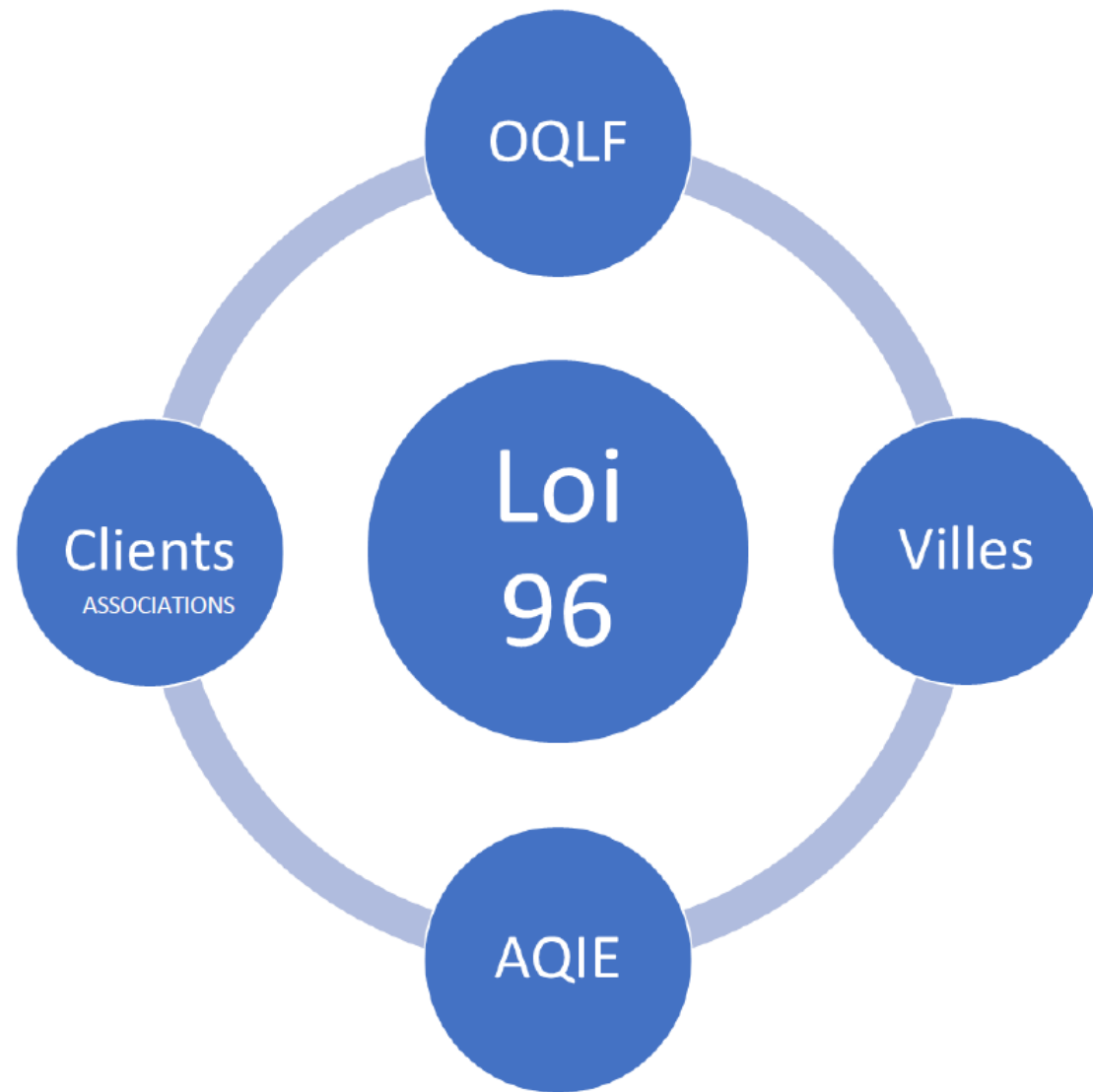
Annexe 3



Selon notre compréhension, la marque de commerce PAPA JOHN'S est conforme au projet de loi si on retire l'apostrophe. Toutefois pour respecter la superficie maximale selon la réglementation municipale, SUBWAY pourrait être dans l'obligation de réduire la dimension de son enseigne (marque de commerce) afin d'ajouter un générique français sur sa façade, 2 fois plus grand que le nom SUBWAY.

Solution proposée.

Création d'un comité d'accompagnement permettant aux parties prenantes d'échanger afin de rendre le projet viable et applicable pour tous les participants.





Fédération des chambres
de commerce du Québec

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

*8 recommandations afin d'appuyer
les entreprises dans la valorisation et
la protection du français*

Février 2024

Table des matières

Introduction	2
1) La question de l’affichage et des marques de commerce	3
Un élargissement restreint pour la définition de la marque déposée.....	3
L’incertitude entourant la publicité commerciale	3
L’impact visuel et la prédominance du français.....	5
2) Une harmonisation entre les exigences du gouvernement fédéral et du gouvernement du Québec sur la question de l’étiquetage des produits	6
3) Document disponible au public dans une autre langue que le français	7
4) Une plus grande flexibilité pour les contrats d’adhésion	8
5) L’accès aux fournitures médicales, un impact qui fragilise notre chaîne d’approvisionnement	9
Conclusion	10
Liste des recommandations	11

Introduction

La Fédération des chambres de commerce du Québec (FCCQ) a pour mission d'appuyer le développement des entreprises de l'ensemble des secteurs économiques du Québec et des régions. Grâce à son vaste réseau de près de 120 chambres de commerce et plus de 1 000 membres corporatifs, la Fédération des chambres de commerce du Québec (FCCQ) représente plus de 45 000 entreprises exerçant leurs activités dans tous les secteurs de l'économie et sur l'ensemble du territoire québécois. Plus important réseau de gens d'affaires et d'entreprises du Québec, la FCCQ est à la fois une fédération de chambres de commerce et une chambre de commerce provinciale. Ses membres, qu'ils soient chambres ou entreprises, poursuivent tous le même but : favoriser un environnement d'affaires innovant et concurrentiel.

Le *projet de Règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires*, présente des précisions, notamment sur la question de l'affichage, des inscriptions sur les produits, ainsi que des marques de commerce. À cet effet, le projet de règlement permet une harmonisation entre le *Règlement sur la langue du commerce et des affaires* et la *Charte de la langue française*. Depuis l'adoption en 2022 de la Loi 14, *Loi sur la langue officielle et commune du Québec, le Français*, de nombreuses entreprises et organismes se sont engagés à promouvoir ainsi qu'à défendre le fait français. C'est d'ailleurs le cas de la FCCQ ainsi que du réseau des chambres de commerce. Nous avons été des acteurs affluents pour la valorisation de la langue française et nous continuons de supporter les efforts du gouvernement afin de moderniser la *Charte de la langue française*.

Pour le milieu économique du Québec, ce projet de règlement a été longtemps attendu. Celui-ci présente de nombreuses explications essentielles pour assurer leur conformité aux nouvelles obligations en matière de protection du français. Bien que plusieurs éléments inclus dans le projet de règlement soient salués par la FCCQ, certaines propositions de modifications soulèvent quelques questionnements.

Alors que les propositions de modifications du règlement n'exigent pas qu'une marque de commerce soit en français ou en anglais pour être enregistrable, de nombreuses entreprises se soucient de l'impact des changements proposés aux articles 13 et 25 du *Règlement sur la langue du commerce et des affaires*. Il en est de même pour les propositions de modifications portant sur l'inscription relative à un produit et aux documents afférents, telles que les contrats d'adhésion, qui sont ajoutés à la Section IV.1. du Règlement.

Par conséquent, les propositions de recommandations de la FCCQ porteront principalement sur des pistes d'éclaircissements afin d'assurer une bonne compréhension des modifications proposées. D'autres recommandations porteront sur l'affichage ainsi que les inscriptions sur les produits et auront pour objectif d'alléger le fardeau administratif des entreprises opérant au Québec, ainsi que de concilier le projet de règlement avec les cadres légaux existants au gouvernement fédéral.

Sur la question des contrats d'adhésion, certaines propositions seront présentées afin d'assurer une pratique uniforme au sein des entreprises opérant au Québec. Le dernier élément présenté dans ce mémoire portera sur l'obligation de la présence du français dans les appels d'offres du ministère de la Santé et des Services sociaux (MSSS). Bien que le projet de règlement ne porte pas sur les fournitures médicales, il nous apparaît important de souligner les inquiétudes des entreprises opérant dans l'industrie de la santé et de l'impact quant à la décision du MSSS de modifier leurs critères d'appel d'offres, afin d'inclure une exigence linguistique.

1) La question de l’affichage et des marques de commerce

Dès le 1^{er} juin 2025, les entreprises devront s’assurer que l’affichage public, ce qui inclut la publicité commerciale, devra comporter une nette prédominance du français et que son impact visuel soit beaucoup plus important que les autres langues visibles. Cet échéancier est d’ailleurs le même pour l’obligation d’utiliser la langue française sur les inscriptions des produits, qu’il s’agisse d’un descriptif ou d’un générique.¹ Bien que le projet de règlement présente certains assouplissements, d’autres mesures prévues par la Charte ne bénéficient pas du même avantage.

Un élargissement restreint pour la définition de la marque déposée

La Loi 14, *Loi sur la langue officielle et commune du Québec, le Français*, restreignait considérablement l’exception permettant d’utiliser une marque de commerce dans une autre langue que le français. Selon la Charte, seulement les marques de commerce déposées au sens de la *Loi sur les marques de commerce* (LMC), soit les marques de commerce enregistrées, bénéficiaient de l’exception et pouvaient utiliser une langue autre que le français. Le projet de règlement présenté en janvier dernier vient apporter des précisions et prévoit une nouvelle flexibilité.

Selon les propositions de modifications présentées par le projet de règlement, l’ajout de l’article 27.4 vient confirmer que les marques de commerce déposées ainsi que celles en cours d’enregistrement, et ce, à compter de la date de demande d’enregistrement auprès de l’Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC), seront conformes à la Charte.

Considérant les longs délais pour l’enregistrement d’une marque auprès de l’OPIC, cette nouvelle flexibilité qui permet de reconnaître les marques de commerce en cours d’enregistrement est largement saluée par la FCCQ.

En revanche, l’élargissement de la définition sur les marques de commerce déposées est restreint à notre avis, et ne s’applique ni à l’affichage public ni à la publicité commerciale. Pourtant, il serait pertinent d’offrir cette même souplesse dans ces deux catégories afin d’éviter que la marque soit obligatoirement enregistrée. Considérant que le processus d’enregistrement d’une marque de commerce est fastidieux et que les délais peuvent être longs, il nous apparaît essentiel d’inclure les marques de commerce en cours d’enregistrement pour l’affichage public et la publicité commerciale. Selon une analyse du cabinet Fasken :

« En matière d’affichage public et de publicité commerciale, la définition de “marque déposée” demeure celle prévue à la LMC, c’est-à-dire une marque enregistrée. Ainsi, pour qu’une marque de commerce dans une langue autre que le français puisse apparaître sur l’affichage public et dans de la publicité commerciale sans traduction française, la marque devra être enregistrée. »²

Cette absence de flexibilité pour les marques de commerce sur l’affichage public et les publicités commerciales soulève plusieurs questionnements pour les entreprises.

L’incertitude entourant la publicité commerciale

La notion de publicité commerciale a été largement épargnée par la loi 14. Les pratiques d’interprétation et d’application, selon lesquelles le contenu présenté doit être en français, sont déjà largement acceptées par la

¹ *Loi sur la langue officielle et commune du Québec, le français*, art. 51.1 et 58., LQ 2022, c 14

² Fasken, *Charte de la langue française : nouveau projet de règlement sur la langue du commerce et des affaires*, publié le 18 janvier 2024 (en ligne) : [https://www.fasken.com/fr/knowledge/2024/01/charter-of-the-french-language-new-draft-regulation-respecting-the-language-of-commerce-and-business?utm_source=Concep%20Send&utm_medium=email&utm_campaign=\[Bulletin\]+Charte+de+la+langue+fran%C3%A7aise+:+nouveau+projet+de+r%C3%A8glement+sur+la+langue+du+commerce+et+des+affaires_01/18/2024](https://www.fasken.com/fr/knowledge/2024/01/charter-of-the-french-language-new-draft-regulation-respecting-the-language-of-commerce-and-business?utm_source=Concep%20Send&utm_medium=email&utm_campaign=[Bulletin]+Charte+de+la+langue+fran%C3%A7aise+:+nouveau+projet+de+r%C3%A8glement+sur+la+langue+du+commerce+et+des+affaires_01/18/2024)

communauté d'affaires.³ Cependant, le concept de publicité commerciale n'est abordé qu'une seule fois dans le projet de règlement. Il s'agit de l'article 25 du *Règlement sur la langue du commerce et des affaires*. Celui-ci est modifié par l'article 7 du projet de règlement.

L'article 25 du *Règlement sur la langue du commerce et des affaires* stipule que :

Article 25. *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.⁴*

Le projet de règlement propose le retrait du paragraphe 4° qui porte sur la marque de commerce déposée. À cet effet, la FCCQ estime que l'exception accordée pour les marques de commerce à l'article 25 se doit d'être maintenue et que les marques de commerce en cours d'enregistrement devraient également être éligibles à cette dérogation.

Recommandation 1 : Maintenir le paragraphe 4° de l'article 25 du *Règlement sur la langue du commerce et des affaires* et ajouter que l'exception s'applique également aux marques de commerce en cours d'enregistrement.

De plus, la FCCQ estime que des modifications seront nécessaires afin de prendre en considération l'article 58.1 de la *Charte de la langue française*. L'article 58.1 stipule que :

Article 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.*

Toutefois, dans l'affichage public visible depuis l'extérieur d'un local, le français doit figurer de façon nettement prédominante, lorsqu'une telle marque y figure dans une telle autre langue.⁵

À notre avis, la portée de l'article 58.1 ne peut s'appliquer lorsque l'article 59 de la Charte est déjà en application. Par conséquent, les marques de commerce pourraient être rédigées dans une autre langue que le français, notamment dans les publicités ciblées à l'article 59. À cet effet, la FCCQ recommande l'ajout d'un paragraphe à l'article 25 du *Règlement sur la langue du commerce et des affaires*, afin d'affirmer que la publicité commerciale n'est pas visée par l'article 59. Par conséquent, une marque de commerce déposée en français n'oblige pas automatiquement son utilisation en français dans une publicité commerciale, si celle-ci est présentée dans une langue autre que le français.

³ McCarthy Tétrault, *Le règlement tant attendu clarifiant le projet de loi 96... certaines réponses, mais encore des questions — Partie 2 : Affichage public et publicité commerciale*, publié le 15 janvier 2022 (en ligne) : <https://www.mccarthy.ca/fr/references/blogues/consumer-markets-perspectives/le-reglement-tant-attendu-clarifiant-le-projet-de-loi-96-certaines-reponses-mais-encore-des-questions-partie-2-affichage-public-et-publicite-commerciale>

⁴ *Règlement sur la langue du commerce et des affaires*, art. 25.D 1756-96, a.

⁵ *Charte de la langue française*, art. 58.1. 2022, c. 14, a. 48.

Recommandation 2 : Ajouter à la suite du paragraphe 4° de l'article 25 du *Règlement sur la langue du commerce et des affaires*, ce qui suit : 5° si la publicité commerciale n'est pas visée par l'article 59, soit une marque de commerce reconnue au sens de la Loi sur les marques de commerce, sauf si une version française en a été déposée.

L'impact visuel et la prédominance du français

Le projet de règlement apporte des précisions sur l'affichage, notamment en exigeant la prédominance marquée du français. En premier lieu, la FCCQ tient à rappeler son appui aux efforts visant à raffermir la présence du français au Québec. D'ailleurs, 70 % de son réseau qui ont été sondés dans l'Observatoire FCCQ en 2021 soutenaient les orientations gouvernementales visant entre autres à moderniser notre Charte de la langue française.⁶ Sur ce fort appui, la FCCQ a basé son positionnement favorable, tout en amenant des propositions de modifications dans les dernières années, afin d'en assurer le bon fonctionnement des opérations courantes chez les entreprises québécoises.

Sur le plan administratif, il est important de souligner que les modifications proposées à l'actuel projet de règlement amènent certaines préoccupations chez les entreprises. Alors que celles-ci avaient de nombreuses attentes de clarification pour l'affichage, plusieurs interrogations demeurent en suspens quant à l'exigence d'un impact visuel en français beaucoup plus important.

Tel que proposé par le projet de règlement à l'article 27.7, il est indiqué que « *dans l'affichage public fait à la fois en français et dans une autre langue, 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 une autre langue.* »⁷ Pour les entreprises, la notion de l'impact visuel d'un établissement soulève plusieurs enjeux, notamment sous une perspective financière et également sur le délai établi pour se conformer.

Selon l'analyse d'impact réglementaire portant sur le projet de règlement modifiant principalement le règlement sur la langue du commerce et des affaires, il est estimé que le montant total de l'impact des changements nécessaires pour être conformes à la Charte sera de 7 à 15 M\$, et ce, pour l'ensemble des entreprises opérant au Québec.⁸ Or, selon une analyse du cabinet Fasken, les coûts pourraient être beaucoup plus importants. À titre d'exemple, la mise à jour d'une enseigne afin d'assurer le respect de la nette prédominance du français engendrerait des coûts beaucoup plus significatifs que ce qui a été projeté par l'analyse d'impact réglementaire. Plus précisément, le coût associé pour une nouvelle enseigne pourrait varier entre 50 000 \$ jusqu'à 100 000 \$.⁹ Une entreprise qui comporte une dizaine de franchisées dont les enseignes devront être modifiées pourrait représenter une facture globale d'un million de dollars. Pour certaines compagnies, il s'agit d'un engagement financier important et qui nécessite une planification budgétaire afin d'amortir ces coûts.

En plus de l'impact financier d'un tel changement, il est important de souligner que le remplacement ou la modification d'une structure d'enseigne nécessite généralement un permis de la ville où l'entreprise est localisée.¹⁰ À cela, il faut prévoir un délai additionnel pour que les villes puissent accorder un permis autorisant le remplacement ou la modification de l'enseigne d'un commerçant. Certaines villes, dont celle de Gatineau,

⁶ Observatoire FCCQ, *Résultats du sondage sur le projet de loi n° 96*, 2021 (en ligne) : <https://www1.fccq.ca/wp-content/uploads/2021/05/Resultats-Projet-de-loi-96.pdf>

⁷ Projet de règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires, § III. Affichage public, art. 27.7, 2024.

⁸ Ministère de la Langue française, *Analyse d'impact réglementaire, Projet de règlement modifiant le règlement sur la langue du commerce et des affaires*, publié le 28 novembre 2023.

⁹ Stéphane Rolland, *Affichage commercial en français, le gouvernement Biden partage ses préoccupations*, La Presse, publié le 26 janvier 2024 (en ligne) : <https://www.lapresse.ca/affaires/economie/2024-01-26/affichage-commercial-en-francais/le-gouvernement-biden-partage-ses-preoccupations.php>

¹⁰ Les villes importantes du Québec, comme Montréal, la ville de Québec, Sherbrooke, Trois-Rivières ou encore Gatineau, exige un permis pour modifier les enseignes des commerces situés sur leurs territoires.

affichent des délais de traitement beaucoup plus long et qui vont au-delà des 30 jours ouvrables.¹¹ Considérant que le règlement doit être édicté par le gouvernement et que les entreprises doivent attendre de connaître les règles applicables définitives avant d'entamer le processus de modification d'une enseigne, le temps devient une source de préoccupation importante.

Autant sur la question financière que sur les règlements municipaux portant sur l'affichage, le délai accordé pour se conformer à la *Charte de la langue française* et au projet de règlement est court. Depuis l'adoption de la Loi 14, les entreprises attendaient des précisions quant aux nouvelles obligations linguistiques pour leurs affichages. Or, certaines entreprises devront effectuer des validations avec l'Office québécois de la langue française (OQLF) pour assurer leurs conformités et par la suite, devront entamer les processus de permis auprès de leurs localités. Cela est sans oublier que ces mêmes compagnies devront déboursier des sommes importantes pour modifier ou remplacer leurs enseignes.

Pour la FCCQ, afin d'aider les entreprises québécoises d'être en mesure de respecter les modifications réglementaires, il est essentiel d'assurer une période de transition raisonnable pour s'assurer que l'impact visuel des entreprises respecte les nouvelles obligations qui viendront de ce règlement. Par conséquent, nous recommandons au gouvernement d'inclure, à l'article 10 du projet de règlement, que les entreprises qui devront modifier leurs enseignes auront jusqu'au 1^{er} juin 2027 pour être conforme à la *Charte de la langue française*. Il s'agit d'une période de transition afin de permettre aux entreprises de faire les vérifications nécessaires auprès de l'OQLF et de leurs municipalités.

Recommandation 3 : Inclure, à l'article 10 du *projet de Règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires*, que les entreprises qui devront modifier leurs enseignes auront jusqu'au 1^{er} juin 2027 pour être conforme à la *Charte de la langue française*.

2) Une harmonisation entre les exigences du gouvernement fédéral et du gouvernement du Québec sur la question de l'étiquetage des produits

Pour plusieurs entreprises opérant dans l'industrie agroalimentaire, les nouvelles exigences portant sur l'étiquetage et la prédominance du français sur leurs produits sont source de préoccupation. Il y a quelques années, le gouvernement fédéral a procédé à une analyse afin de revoir l'étiquetage des produits agroalimentaires. Santé Canada ainsi que l'Agence canadienne d'inspection des aliments ont élaboré une politique de coordination de l'étiquetage des denrées alimentaires en 2021. Il a été déterminé que les entreprises dans l'industrie agroalimentaire auront jusqu'au 1^{er} janvier 2026 afin d'être conformes aux nouvelles exigences d'étiquetage sur leurs produits.¹²

En revanche, la loi 14 fait fi des exigences du gouvernement du Canada. D'ailleurs, l'exigence de l'usage du français, notamment pour un générique ou un descriptif apparaissant sur l'étiquette d'un produit, tel que décrit à l'article 51.1. de la *Charte de la langue française*, entrera en vigueur le 1^{er} juin 2025.¹³

¹¹ Ville de Gatineau, *Installation d'une enseigne*, (en ligne) : https://www.gatineau.ca/portail/default.aspx?p=quichet_municipal/permis_certificats_autorisation_urbanisme/certificats_autorisation/instauration_enseigne

¹² Gouvernement du Canada, *Coordination de l'étiquetage des aliments : Énoncé de politique conjoint*, publié le 5 août 2021 (en ligne) : <https://www.canada.ca/fr/sante-canada/services/aliments-nutrition/legislation-lignes-directrices/politiques/coordination-etiquetage-aliments/enonce-politique-conjoint.html>

¹³ *Charte de la langue française*, art. 51. 2022, c 14, a. 43.

Afin d'alléger le fardeau administratif des entreprises et pour harmoniser les exigences demandées en matière d'étiquetage, autant d'un point de vue du gouvernement fédéral que du gouvernement du Québec, la FCCQ recommande au gouvernement de modifier le délai prévu à l'article 51.1. afin de l'harmoniser au délai de conformité du gouvernement fédéral.

Recommandation 3 : De modifier la date d'entrée en vigueur de l'article 51.1. de la *Charte de la langue française* pour le 1^{er} janvier 2026 afin d'assurer une harmonisation avec les demandes de modifications aux étiquettes du gouvernement fédéral.

3) Document disponible au public dans une autre langue que le français

La proposition de modification à l'article 13 du *Règlement sur la langue du commerce et des affaires* établit un lien avec l'article 52 de la *Charte de la langue française*. Alors que l'article 13 porte sur les dérogations à l'article 52 de la Charte, ce dernier vient affirmer l'exigence du français dans la présentation de document :

Article 52. *Quel qu'en soit le support, les catalogues, les brochures, les dépliants, les annuaires commerciaux, les bons de commande et tout autre document de même nature qui sont disponibles au public doivent être rédigés en français.*

*Nul ne peut rendre un tel document disponible au public dans une autre langue que le français lorsque sa version française n'est pas accessible dans des conditions au moins aussi favorables.*¹⁴

Afin d'assurer la cohérence des propositions de changements suggérés, la FCCQ propose une nouvelle modification à l'article 13 du *Règlement sur la langue du commerce et des affaires* en intégrant un référencement à l'article 10 dudit règlement. L'article 10 du règlement présente des dérogations à l'article 52 de la Charte et identifie certaines exceptions pour la présentation de document dans une langue autre que le français. Par conséquent, nous recommandons l'ajout de la phrase suivante après « français » : « , *sauf si la version du document est rédigée uniquement dans une autre langue comme prévu à l'article 10 dudit règlement.* » Cette modification viendrait confirmer qu'une marque de commerce pourrait également être utilisée dans une autre langue que le français si celle-ci est rédigée dans un document qui est conforme aux exceptions prévues à l'article 10 du règlement.

Par conséquent, l'article 13 du *Règlement sur la langue du commerce et des affaires* se lirait comme suit :

Article 13. *Dans les documents visés à l'article 52 de la Charte de la langue française (chapitre C-11), peuvent être rédigés uniquement dans une autre langue que le français, sauf si la version du document est rédigée uniquement dans une autre langue comme prévu à l'article 10 dudit règlement :*

- 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 officialisée 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.*

Recommandation 5 : De modifier l'article 13 du *Règlement sur la langue du commerce et des affaires* comme suit : Dans les documents visés à l'article 52 de la *Charte de la langue française*, peuvent être rédigés

¹⁴ *Charte de la langue française*, art. 52. 2022, c 14, a. 44.

uniquement dans une autre langue que le français, *sauf si la version du document est rédigée uniquement dans une autre langue comme prévu à l'article 10 dudit règlement.*

4) Une plus grande flexibilité pour les contrats d'adhésion

La loi 14 a modifié et renforcé certaines dispositions qui sont relatives à l'utilisation du français dans les pratiques commerciales des entreprises. À l'intérieur de ce document législatif, il est mentionné que « l'usage du français à titre de langue du commerce et des affaires, particulièrement pour l'affichage et la rédaction de certains documents, tel que les contrats relatifs à certaines ventes immobilières » sont plus vigoureux.¹⁵

Les changements qui ont été apportés à l'article 55 de la *Charte de la langue française*, ont soulevé plusieurs préoccupations auprès de la communauté d'affaires. Par ailleurs, la FCCQ avait souligné plusieurs inquiétudes quant aux changements proposés lors des consultations portant sur la *Loi sur la langue officielle et commune du Québec*.

Le projet de règlement propose une certaine flexibilité, mais limitée avec l'ajout de la section IV.1 au *Règlement sur la langue du commerce et des affaires*. L'article 27.6.2 stipule que :

Article 27.6.2° *l'obligation de remettre une version française d'un contrat d'adhésion dont la conclusion se fait par téléphone est satisfaite dès lors que l'adhérent a exprimé sa volonté expresse de conclure le contrat dans une autre langue que le français, et ce, dans les cas suivants :*

a) l'adhérent a préalablement eu l'opportunité de consulter par moyen technologique les clauses types applicables rédigées en français ;

*b) le contrat doit prendre effet immédiatement et l'adhérent ne dispose pas des outils technologiques lui permettant d'avoir accès aux clauses types applicables de ce contrat.*¹⁶

L'article précise que le contrat d'adhésion peut être présenté dans une autre langue que le français, une fois que l'adhérent en a exprimé sa volonté, mais seulement par téléphone. Pour la FCCQ, il est surprenant que cet assouplissement ne soit pas offert aux adhérents qui se déplacent dans une entreprise. Par exemple, on peut penser aux institutions financières qui offrent des rencontres en personnes ou virtuelles avec leurs conseillers.

Par conséquent, la FCCQ recommande au gouvernement d'élargir l'assouplissement pour les adhérents qui font leur demande de contrat d'adhésion en personne ou en utilisant un support technologique. La FCCQ propose d'inclure ces notions à l'article 27.6.2°.

L'article, suivant les propositions de modification, se lirait comme suit :

Article 27.6.2° *L'obligation de remettre une version française d'un contrat d'adhésion dont la conclusion se fait par téléphone, par l'utilisation de moyens technologiques ou en personne, est satisfaite dès lors que l'adhérent a exprimé sa volonté expresse de conclure le contrat dans une autre langue que le français, et ce, dans les cas suivants :*

a) l'adhérent a préalablement eu l'opportunité de consulter par moyen technologique les clauses types applicables rédigées en français ;

b) le contrat doit prendre effet immédiatement et l'adhérent ne dispose pas des outils technologiques lui permettant d'avoir accès aux clauses types applicables de ce contrat.

Recommandation 6 : La FCCQ recommande au gouvernement de remplacer l'article 27.6.2° par la proposition suivante : 27.6.2° L'obligation de remettre une version française d'un contrat d'adhésion dont la

¹⁵ Assemblée nationale du Québec, *Projet de loi n° 96, Loi sur la langue officielle et commune du Québec*, le français, dans les notes explicatives.

¹⁶ *Projet de règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires*, art. 27.6.2.

conclusion se fait par téléphone, par l'utilisation de moyens technologiques ou en personne, est satisfaite dès lors que l'adhérent a exprimé sa volonté expresse de conclure le contrat dans une autre langue que le français, et ce, dans les cas suivants : a) l'adhérent a préalablement eu l'opportunité de consulter par moyen technologique les clauses types applicables rédigées en français ; b) le contrat doit prendre effet immédiatement et l'adhérent ne dispose pas des outils technologiques lui permettant d'avoir accès aux clauses types applicables de ce contrat.

En ce sens, la FCCQ propose également de modifier l'article 27.6.3° afin de remplacer l'obligation de la remise des clauses types par celle de l'opportunité de les consulter avec un support technologique. Cette modification serait en conformité avec la proposition de recommandation de la FCCQ présentée à l'article 27.6.2°.

Par conséquent, la FCCQ recommande de changer l'article 27.6.3° avec les modifications suivantes :

Article 27.6.3° *l'obligation de remettre une version française d'un contrat d'adhésion dont la conclusion se fait par l'entremise d'un moyen technologique est satisfaite si l'adhérent a eu l'opportunité de consulter les par la remise des clauses types applicables, en langue française, à ~~l'adhérent~~ avec un support technologique lui permettant de conclure le contrat en français ou dans une langue autre que le français.*

Recommandation 7 : De remplacer l'article 27.6.3° par la proposition suivante : 27.6.3° l'obligation de remettre une version française d'un contrat d'adhésion dont la conclusion se fait par l'entremise d'un moyen technologique est satisfaite si l'adhérent a eu l'opportunité de consulter les clauses types applicables, en langue française, avec un support technologique lui permettant de conclure le contrat en français ou dans une langue autre que le français.

5) L'accès aux fournitures médicales, un impact qui fragilise notre chaîne d'approvisionnement

Bien que le projet de règlement n'aborde pas la question des appels d'offres du MSSS, de nombreux membres de la FCCQ ont démontré une grande inquiétude quant à l'obligation de l'affichage en français ainsi que de la traduction attendue pour leurs marques de commerce.

Considérant la grande importance de l'industrie de la santé et de son impact sur le bien-être des Québécois, la FCCQ s'inquiète des conséquences de ces changements. Il ne faut pas oublier que le Québec a été confronté récemment à une rupture importante de la chaîne d'approvisionnement pour les fournitures médicales. Les conséquences de la pandémie sur l'industrie de la santé ont été nombreuses, mais une leçon a été retenue, soit celle d'assurer un accès rapide et simple aux fournitures médicales afin d'assurer que les services médicaux du Québec soient efficaces.

Pour la FCCQ, les fournitures médicales sont des biens essentiels et toute modification importante ne doit pas occasionner des bris ou de retard dans la chaîne d'approvisionnement médical. Par conséquent, nous invitons le MSSS et le ministère de la Langue française, de revoir leurs approches concernant l'obligation de l'affichage en français sur les fournitures médicales et de déterminer ensemble les meilleurs moyens pour assurer la valorisation et la défense du français dans cette industrie cruciale du Québec.

Recommandation 8 : De consulter le ministère de la Santé et des Services sociaux, en impliquant les entreprises du secteur de la santé, afin de déterminer ensemble les meilleurs moyens pour assurer la valorisation et la défense du français, sans pour autant porter atteinte à la chaîne d'approvisionnement des fournitures médicales.

Conclusion

En conclusion, la FCCQ tient à souligner son appui au gouvernement afin de valoriser et de protéger le français. Pour les membres de la FCCQ, le *projet de Règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires*, représente une opportunité d'éclaircir certaines zones d'ombres ainsi que de revoir certaines pratiques afin d'alléger, en partie, le fardeau sur les entreprises.

Certaines des propositions présentées dans le projet de règlement ont répondu aux demandes des entreprises. En revanche, d'autres éléments tels que l'affichage, les étiquettes, les documents publics ainsi que les contrats d'adhésion, nécessitent certaines modifications. En ce qui concerne l'impact visuel, il s'agit d'accorder la même période de transition prévue pour les produits qui ont été fabriqués avant le 1^{er} juin 2025, aux entreprises qui devront entamer des démarches pour modifier ou remplacer leurs enseignes. Dans certains cas, il s'agit d'étendre les allègements présentés dans le projet de règlement afin d'assurer une harmonisation dans les différentes pratiques. Pour un autre cas, soit celui portant sur l'étiquetage, il s'agit d'éviter un dédoublement des modifications demandées par le gouvernement fédéral et le gouvernement du Québec.

En ce qui concerne les appels d'offres du MSSS, la FCCQ s'inquiète des conséquences de l'exigence linguistique sur notre chaîne d'approvisionnement. Bien que cette décision ait été prise par le MSSS et non par le ministère de la Langue française, nous incitons le gouvernement à revoir les pratiques entourant les appels d'offres dans l'industrie de la santé afin d'éviter une rupture des stocks des fournitures médicales.

Pour terminer, la FCCQ continuera à défendre et à valoriser le fait français au Québec. Il s'agit d'un élément essentiel de notre culture et de notre environnement d'affaires.

Liste des recommandations

Recommandation 1 : Maintenir le paragraphe 4° de l'article 25 du *Règlement sur la langue du commerce et des affaires* et ajouter que l'exception s'applique également aux marques de commerce en cours d'enregistrement.

Recommandation 2 : Ajouter à la suite du paragraphe 4° de l'article 25 du *Règlement sur la langue du commerce et des affaires*, ce qui suit : 5° si la publicité commerciale n'est pas visée par l'article 59, soit une marque de commerce reconnue au sens de la Loi sur les marques de commerce, sauf si une version française en a été déposée.

Recommandation 3 : Inclure, à l'article 10 du projet de *Règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires*, que les entreprises qui devront modifier leurs enseignes auront jusqu'au 1er juin 2027 pour être conforme à la *Charte de la langue française*.

Recommandation 4 : De modifier la date d'entrée en vigueur de l'article 51.1. de la *Charte de la langue française* pour le 1^{er} janvier 2026 afin d'assurer une harmonisation avec les demandes de modifications aux étiquettes du gouvernement fédéral.

Recommandation 5 : De modifier l'article 13 du *Règlement sur la langue du commerce et des affaires* comme suit : Dans les documents visés à l'article 52 de la *Charte de la langue française*, peuvent être rédigés uniquement dans une autre langue que le français, sauf si la version du document est rédigée uniquement dans une autre langue comme prévu à l'article 10 dudit règlement.

Recommandation 6 : La FCCQ recommande au gouvernement de remplacer l'article 27.6.2° par la proposition suivante : 27.6.2° L'obligation de remettre une version française d'un contrat d'adhésion dont la conclusion se fait par téléphone, par l'utilisation de moyens technologiques ou en personne, est satisfaite dès lors que l'adhérent a exprimé sa volonté expresse de conclure le contrat dans une autre langue que le français, et ce, dans les cas suivants : a) l'adhérent a préalablement eu l'opportunité de consulter par moyen technologique les clauses types applicables rédigées en français ; b) le contrat doit prendre effet immédiatement et l'adhérent ne dispose pas des outils technologiques lui permettant d'avoir accès aux clauses types applicables de ce contrat.

Recommandation 7 : De remplacer l'article 27.6.3° par la proposition suivante : 27.6.3° l'obligation de remettre une version française d'un contrat d'adhésion dont la conclusion se fait par l'entremise d'un moyen technologique est satisfaite si l'adhérent a eu l'opportunité de consulter les clauses types applicables, en langue française, avec un support technologique lui permettant de conclure le contrat en français ou dans une langue autre que le français.

Recommandation 8 : De consulter le ministère de la Santé et des Services sociaux, en impliquant les entreprises du secteur de la santé, afin de déterminer ensemble les meilleurs moyens pour assurer la valorisation et la défense du français, sans pour autant porter atteinte à la chaîne d'approvisionnement des fournitures médicales.

23 février 2024

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

Objet : Projet de règlement relatif à la Charte de la langue française : Demande de commentaires

Monsieur le Ministre,

Nous sommes heureux de soumettre nos commentaires concernant le projet de règlement (le « Projet de règlement ») publié par le gouvernement du Québec (le « Gouvernement »).

À PROPOS DE L'INTA

L'International Trademark Association (INTA) est une association mondiale de propriétaires de marques de commerce et de professionnels qui a pour mission de soutenir les marques de commerce et la propriété intellectuelle ancillaire (PI) pour gagner la confiance des consommateurs et favoriser la croissance économique et l'innovation, et qui s'engage à bâtir une meilleure société par le biais des marques de commerce. Elle regroupe près de 6 400 organisations, représentant plus de 36 000 personnes (propriétaires de marques de commerce, professionnels et universitaires) de 180 pays, dont le Canada, qui bénéficient des ressources mondiales de l'INTA relativement aux marques de commerce, à l'élaboration de politiques, à l'éducation, à la formation et au réseautage international. Pour en savoir davantage, veuillez consulter [inta.org](https://www.inta.org).

Bon nombre des produits et services offerts aux consommateurs et aux entreprises du Québec, qu'ils soient essentiels, quotidiens, professionnels ou liés aux loisirs, sont les biens et services des membres de l'INTA. Les marques de commerce des membres de l'INTA font partie de leurs actifs les plus précieux, qui sont gérés et protégés avec soin pour faire en sorte qu'ils soient sûrs, fiables et de qualité afin de satisfaire aux attentes de leurs précieux consommateurs au Canada, incluant ceux dans la province de Québec.

Les membres de l'INTA respectent l'intention des amendements apportés à la Charte de la langue française par le projet de Loi 96 (Amendements du Projet de Loi 96) et entendent se conformer aux obligations législatives et réglementaires qu'il stipule tout en préservant leurs droits de propriété intellectuelle. Comme nous l'indiquons ci-dessous, il existe une certaine ambiguïté dans certains articles du Projet de règlement que les propriétaires de marques de commerce souhaitent voir clarifier afin de pouvoir les respecter. Il existe d'importantes obligations réglementaires connexes relativement à certains types de produits pour lesquels l'étiquetage ne peut pas être modifié sans des approbations supplémentaires du gouvernement fédéral. Ces obligations ne peuvent pas être respectées dans les délais prévus par le Projet de règlement. Une nouvelle obligation est créée concernant les inscriptions relatives au fonctionnement et à

l'utilisation de tout produit fabriqué qui doivent maintenant être traduites en français. Les obligations générales en matière de produits et d'emballage énoncées dans le Projet de règlement entraînent déjà une modification importante des emballages et un investissement correspondant considérable pour tous les fabricants, mais la nouvelle obligation de traduire les inscriptions qui sont directement intégrées au produit présente en soi un problème considérable et, dans certains cas insoluble, rendant son respect impossible dans les délais prévus, voire absolument impossible. Dans d'autres cas, la conformité sera tout simplement impossible. Cette mesure aura pour effet de faire disparaître du marché québécois des produits populaires et importants. Nous cherchons ici à mettre en évidence les problèmes d'ambiguïté et de conformité, et à proposer des solutions.

Nous sommes heureux de l'opportunité de vous faire part de nos commentaires et espérons que vous serez à même de donner un écho favorable aux problèmes et préoccupations graves que nous soulevons ci-dessous.

Problème n° 1 : Harmoniser les exceptions en matière de « demande » et de « période de non-conformité de deux ans » pour tous les types d'utilisation de marques de commerce

Les propriétaires de marques de commerce apprécient les deux exceptions relatives aux marques de commerce prévues par le Projet de règlement, en particulier :

1. le fait qu'une demande d'enregistrement de marque de commerce, semblable à l'enregistrement d'une marque de commerce, représentera une exception aux obligations de traduction (à l'exception des termes descriptifs et génériques qui y figurent); et
2. le fait qu'il y aura une période de grâce de deux ans pour la vente d'un produit non conforme à condition qu'il ait été fabriqué avant le 1er juin 2025.

Vous avez clairement entendu les préoccupations de nos membres concernant les délais actuels pour l'enregistrement de marques de commerce au Canada et leurs diverses remarques concernant le calendrier de mise en conformité avec les Amendements du Projet de Loi 96. Bien que ces deux exceptions soient extrêmement bénéfiques, le texte du Projet de règlement les limite à la seule utilisation des marques de commerce en liaison avec des produits. Nous vous demandons donc d'étendre ces exceptions à toute utilisation de marques de commerce sur les panneaux, dans la publicité, sur les sites Web et dans les autres publications commerciales.

Actuellement, le Projet de règlement crée trois catégories distinctes auxquelles s'applique l'exception en matière de marque de commerce qui sont traitées différemment :

- inscriptions sur les produits : marques déposées, demandes d'enregistrement en instance;
- publications commerciales : marques de commerce déposées et d'usage; et
- publicité : marques de commerce enregistrées.

Recommandation de l'INTA : Nous vous demandons d'étendre les exceptions relatives aux marques de commerce prévues par la Charte pour les marques de commerce employées en liaison avec les produits, les emballages, les publications commerciales et dans la publicité aux marques de commerce déposées, aux demandes en instance et aux marques de commerce d'usage.

Problème n° 2 : Traduction des termes descriptifs et génériques figurant dans les marques déposées

L'INTA souhaiterait une clarification des articles 27.2 et 27.3 du Projet de règlement qui sont reproduits ci-dessous :

«27.2. 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 produit inclut son contenant ou son emballage ainsi que tout document ou objet qui l'accompagne;

2° aucun générique ou descriptif d'un produit compris dans une marque de commerce rédigé dans une autre langue ne doit l'emporter sur celui rédigé en français ou être accessible dans des conditions plus favorables.

«27.3. 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.

Pour respecter ces articles, les propriétaires de marques souhaitent obtenir des clarifications quant à l'obligation de traduire les termes descriptifs et génériques inclus dans une marque de commerce déposée.

Dans les diapositives du Gouvernement sur le *projet de Règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires*, vous incluez l'exemple suivant pour illustrer comment les marques de commerce devraient apparaître sur les produits :



Dans cet exemple, les mots « poire et lavande » et les affirmations concernant l'efficacité du produit (« Tue 99,9 % des bactéries et hydrate en profondeur ») doivent être traduits en français. En revanche, la marque BestSoap, que nous présumons être une marque de commerce déposée dans cet exemple, n'a pas à être traduite, même si elle contient le terme générique « SOAP ».

Bien que l'INTA soit d'accord avec la position du Gouvernement selon laquelle aucune traduction de la marque déposée BestSoap n'est requise dans cet exemple, le Projet de règlement pourrait être interprété comme exigeant au minimum la traduction de SOAP voire de la marque en entier. Selon une interprétation littérale de l'article 27.3 du Projet de règlement, i) le mot « best » (dans la marque de commerce déposée BestSoap) est une description (car il signifie meilleur et décrit une caractéristique du produit) et ii) le mot « soap » (dans la marque de commerce déposée BestSoap) est générique (car il signifie savon et décrit la nature du produit).

Cependant, nous comprenons, à la suite de nos discussions avec l'OQLF, que l'article 51.1 de la Charte et ces articles du Projet de règlement visent uniquement des mots descriptifs et génériques comme les saveurs, les parfums, le nom des produits, les renseignements sur le contenant ainsi que les suggestions d'utilisation du produit contenus dans des enregistrements de marques de commerce et demandes de marques de commerce en instance pour des étiquettes entières ou des parties de celles-ci. Comme l'illustre l'exemple BestSoap, il semble que l'objectif ne soit pas de traduire des marques de commerce (comme BestSoap) contenues dans de tels enregistrements ou demandes en instance qui, bien que communiquant aux consommateurs un message significatif au sujet du produit, agissent comme indicateurs de source (en distinguant les produits de ceux des autres commerçants) et sont perçues comme une garantie de qualité.

Bien qu'avec les articles 27.2 et 27.3 du Projet de règlement et l'article 51.1 de la Charte, l'intention du Gouvernement n'ait pas été d'exiger la traduction de BestSoap ou de « soap » (savon), qu'il soit écrit en un mot, deux mots, avec tiret ou autrement, le texte du Projet de règlement n'est pas clair à cet égard.

Recommandation de l'INTA : L'INTA recommande un amendement aux paragraphes (1) et (2) de l'article 27.3 afin de préciser que les termes descriptifs (1) et génériques (2) visés par le Projet de règlement et l'article 51.1 de la Charte ne sont pas ceux contenus dans une marque de commerce qui fonctionne comme identificateur de source (tels que BESTSOAP [savon à main],

SOFTSOAP [savon à main], COLD FRESH [détergent à lessive], etc.), mais plutôt les autres inscriptions contenues dans l'enregistrement de marque de commerce ou dans une demande en instance qui fournissent des informations sur les caractéristiques du produit, telles que, par exemple, les arômes (menthe verte) ou les parfums (poire et lavande), les propriétés spécifiques du produit (savon à main hydratant, blanchit les dents/prévient les taches), les allégations relatives au produit (tue 99 % des bactéries et hydrate en profondeur ou 33 % de couches en plus) ou les allégations relatives à l'emballage ou au contenant (fabriqué à partir de plastique recyclé, réutilisable, etc.).

Cette clarification permettrait de s'assurer que :

- a. les entreprises ont une meilleure compréhension de ce qu'elles doivent faire pour se conformer;
- b. le risque que des consommateurs prennent action contre des entreprises qui respectent par ailleurs l'esprit de l'article 51.1 et du Projet de règlement soit considérablement réduit; et
- c. les consommateurs du Québec aient accès à plus de produits que si le Projet de règlement ne clarifiait pas l'application de l'article 51.1 de la Charte.

Problème n° 3 : Clarification du positionnement requis pour la traduction des termes descriptifs et génériques contenus dans une marque déposée

Les articles 51 et 51.1 de la Charte de la langue française stipulent ce qui suit :

51. Toute inscription sur un produit, sur son contenant ou sur son emballage, sur un document ou objet accompagnant ce produit, y compris le mode d'emploi et les certificats de garantie, doit être rédigée en français. Cette règle s'applique également aux menus et aux cartes des vins.

Le texte français peut être assorti d'une ou plusieurs traductions, mais aucune inscription rédigée dans une autre langue ne doit l'emporter sur celle qui est rédigée en français ou être accessible dans des conditions plus favorables.

1977, c. 5, a. 51; 2022, c. 14, a. 42.

En vig.: 2025-06-01

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.

2022, c. 14, a. 43.

Nous souhaitons que le Projet de règlement clarifie l'emplacement de la traduction française des termes descriptifs et génériques, ainsi que la notion de « conditions plus favorables ».

Nous sommes conscients que cet article de la Charte reconnaît que les propriétaires de marques ne sont pas tenus d'inclure la traduction de mots descriptifs et génériques dans leurs marques de commerce déposées mêmes, mais cet article ne précise pas clairement où la traduction peut apparaître par rapport à la marque de commerce déposée. Par exemple, les termes traduits pourraient-ils apparaître sous la marque, sur le panneau latéral du produit ou sur une autre face du produit? La mention « être accessible dans des conditions plus favorables » signifie-t-elle que la taille et la police de la traduction doivent être les mêmes que le terme descriptif/générique non français, mais qu'elles peuvent figurer ailleurs sur le produit?

Nous utiliserons votre propre exemple tirées des diapositives sur le *projet de règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires* pour illustrer ces aspects. Nous partons du principe que l'ensemble de l'étiquette présentée ci-dessous fait l'objet d'un enregistrement de marque de commerce :



Nous comprenons que les mots descriptifs « pear and lavender » (poire et lavande) devraient être traduits tout comme « moisturizing hand soap » (savon à mains hydratant) et « kills 99.9% of bacteria » (tue 99,9 % des bactéries), et que les termes anglais ne peuvent pas être mis davantage en évidence que les termes français correspondants ou être disponibles dans des conditions plus favorables (conformément à l'article 51 de la Charte). Dans cet exemple, étant donné que l'étiquette entière fait l'objet d'un enregistrement de marque de commerce, les traductions devraient apparaître sur une face différente (panneau latéral/panneau arrière) du produit.

Recommandation de l'INTA : L'INTA recommande de préciser que pour les termes descriptifs ou génériques contenus dans une marque de commerce déposée (tel que ce terme est défini à l'article 27.4 du Projet de règlement), les termes descriptifs ou génériques traduits ne doivent pas nécessairement être affichés d'une manière qui modifie l'apparence de la marque de commerce déposée et qu'ils peuvent apparaître ailleurs sur un produit, son contenant, son emballage, y compris sur un panneau séparé, sur des étiquettes ou sur un support attaché au produit, tel que défini à l'article 27.2(1) du Projet de règlement, de la même manière ou d'une manière équivalente à la marque de commerce déposée, qu'elle soit collée, qu'elle fasse partie d'une pellicule rétractable ou d'un manchon rétractable, à condition que i) les termes français correspondant aux termes descriptifs ou génériques figurant dans une langue autre que le français apparaissent d'une manière au moins aussi évidente par rapport aux termes non français; et ii) l'expression « aussi favorable » signifie que la taille, la police et la couleur des termes traduits en français, bien qu'elles ne doivent pas nécessairement être les mêmes que celles des termes non français, doivent au moins ressortir d'une manière équivalente.

Problème n° 4 : Lorsque la traduction du terme générique/descriptif apparaît déjà ailleurs sur la même face du produit, doit-elle toujours être traduite en termes non moins favorables?

Dans certains cas, l'enregistrement de marque de commerce contiendra le nom générique des marchandises, c.-à-d., boisson énergisante, savon pour les mains, détergent. S'il existe déjà une traduction de ces mots sur la même face ou le même panneau du produit, comme l'exige la *Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation*, doit-on s'attendre à ce qu'une autre traduction plus visible du terme générique soit à nouveau fournie ou la référence traduite séparément sur le panneau sera-t-elle suffisante?

Recommandation de l'INTA : Nous recommandons que le Projet de règlement soit modifié afin de préciser que lorsque les termes génériques ou descriptifs sont déjà traduits et apparaissent ailleurs sur la même face ou le même panneau du produit, aucune autre traduction en français n'est requise.

Problème n° 5 : La nouvelle obligation de traduire les inscriptions relatives au fonctionnement ou à l'utilisation qui sont gravées, cuites, rivetées, soudées ou y figurent en relief de façon permanente.

Nos membres sont très préoccupés par le paragraphe 2(2)(a) du Projet de règlement, qui modifie l'article 3 du Règlement sur la langue du commerce et des affaires. S'il était modifié, l'article 3 du Règlement sur la langue du commerce et des affaires stipulerait ce qui suit :

3. Une inscription sur un produit peut être rédigée uniquement dans une autre langue que le français dans les cas suivants :

...

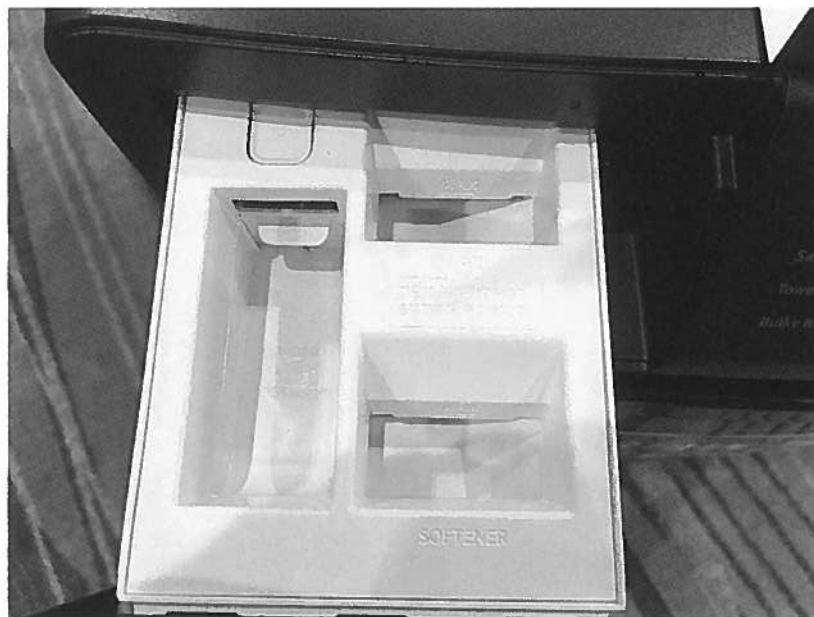
- (6) le produit provient de l'extérieur du Québec et l'inscription, sauf si elle concerne la sécurité ou est nécessaire à l'utilisation du produit, est gravée, cuite ou incrustée dans le produit lui-même, y est rivetée ou soudée, ou encore y figure en relief, de façon permanente.

Cet article, s'il était mis en œuvre, modifierait le paragraphe 3(6) du règlement existant en vertu de la Charte afin de prévoir qu'une inscription sur un produit provenant de l'extérieur du Québec qui est gravée, cuite ou incrustée dans le produit lui-même, y est rivetée ou soudée, ou encore y figure en relief, de façon permanente, ne serait plus autorisée à être exclusivement dans une langue autre que le français dans la mesure où l'inscription est nécessaire à l'utilisation du produit.

Vous avez entendu nos préoccupations concernant le temps nécessaire aux propriétaires de marques pour satisfaire aux exigences de conformité relatives à l'utilisation des produits et des emballages. Bien que coûteuses et nécessitant un délai de mise en œuvre suffisant, ces modifications de produits et d'emballages sont sans commune mesure avec l'importance de l'impact qu'aura sur les fabricants le respect de cette nouvelle exigence. Plus particulièrement, pour satisfaire à cette exigence proposée, les fabricants devraient changer leurs moules de fabrication, ce qui entraînerait des frais considérables pour leur entreprise, pour des lignes de produits qui sont actuellement fabriqués et vendus de manière uniforme dans le monde entier, y compris depuis des dizaines d'années aux consommateurs québécois. L'ampleur de l'impact sur les entreprises pour répondre à cette nouvelle exigence dépasse littéralement la capacité de certains fabricants à se conformer pour les ventes dans la province de Québec. Bien que les propriétaires de marques souhaitent continuer à offrir aux consommateurs québécois la qualité et la variété de produits qu'ils apprécient actuellement, nombre d'entre eux ne seront pas en mesure d'effectuer les investissements considérables requis pour un tel changement de fabrication. Pour ceux qui sont prêts à effectuer un tel investissement, il existe un risque important

que les changements structurels aux produits exigés par cet amendement ne se produisent pas dans les 15 jours suivant la publication du règlement final.

Pour illustrer la gravité de ce problème, nous vous soumettons l'exemple ci-dessous. Voici une photo du tiroir intérieur d'une laveuse. Le Projet de règlement exigerait que les moules de fabrication soient modifiés :



Recommandation de l'INTA : Nous vous demandons de reconsidérer cette nouvelle exigence afin que les acheteurs de la province de Québec puissent continuer à profiter de la gamme complète de produits de première qualité auxquels ils ont présentement accès.

Nous vous demandons :

1. d'abroger cette nouvelle exigence en supprimant les termes « ou est nécessaire à l'utilisation du produit » dans le Projet de règlement; ou,
2. compte tenu de l'ampleur des changements apportés aux moules de fabrication et à l'outillage qui seraient requis en vertu du Projet de règlement, d'ouvrir une nouvelle période de consultation afin :
 - a. que le Ministère puisse expliquer les raisons du Projet de règlement et présenter des justifications suffisantes pour le changement proposé;
 - b. que les parties prenantes aient l'occasion de présenter des renseignements et des données au Ministère afin d'évaluer l'impact du changement sur les

- fabricants, les canaux de distribution, les détaillants, les consommateurs du Québec, ainsi que les conséquences sur l'économie québécoise;
- c. de proposer des alternatives pour atteindre les objectifs du Ministère sans nécessiter de changements aux moules de fabrication (p. ex., la fourniture de superpositions ou d'autocollants adhésifs présentant les inscriptions en français, ou l'inclusion d'inscriptions en français sur l'emballage, les notices d'accompagnement ou les codes QR qui accompagnent le produit);
 - d. si de nouveaux règlements sont proposés, de prévoir une période de transition raisonnable pour la conformité, car un délai de 15 jours est tout à fait impossible.

Problème n° 6 : Enseignes publiques, affiches et publicité commerciale

De nombreux membres de l'INTA sont très préoccupés par le temps et les coûts associés à la modification de leurs enseignes d'ici le 1er juin 2025 afin de se conformer aux changements introduits par l'article 58.1 de la Charte et le Projet de règlement.

Les articles 58 et 58.1 de la Charte sont reproduits ci-dessous. L'article 58.1 doit entrer en vigueur le 1er juin 2025.

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.

1977, c. 5, a. 58; 1983, c. 56, a. 12; 1988, c. 54, a. 1; 1993, c. 40, a. 18.

En vig.: 2025-06-01

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.

Toutefois, dans l'affichage public visible depuis l'extérieur d'un local, le français doit figurer de façon nettement prédominante, lorsqu'une telle marque y figure dans une telle autre langue.

1988, c. 54, a. 1; 1993, c. 40, a. 18; 2022, c. 14, a. 48.

Le champ d'application de l'exigence « de façon nettement prédominante » est abordé dans plusieurs articles du Projet de règlement, y compris l'article 27.9 :

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

- (1) il 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.

Est présumé satisfaire à ces exigences de lisibilité et de visibilité, l'affichage public dont les composants rédigés en français sont permanents et qui, par rapport à ceux dans une autre langue, sont conçus, éclairés et situés de manière à permettre de les lire en tout temps, facilement et de manière simultanée.

Un « même champ visuel » réfère à une vue d'ensemble où tous les composants de l'affichage public sont visibles et lisibles en même temps sans qu'il soit nécessaire de se déplacer.

De nombreuses entreprises ont déjà engagé des coûts importants pour changer leur signalisation afin de se conformer à l'exigence de « présence suffisante du français » introduite en 2016, notamment dans le Règlement sur la langue du commerce et des affaires adopté en vertu de la Charte. Le Projet de règlement exigera désormais que les entreprises apportent des changements supplémentaires et significatifs à leurs enseignes, affiches et publicités commerciales afin de se conformer à la nouvelle exigence d'affichage « de façon nettement prédominante ».

Nous apprécions l'assurance de l'OQLF qu'il sera raisonnable avec les entreprises qui ne pourront pas se conformer avant le 1er juin 2025, pour autant qu'elles aient pris des mesures pour se conformer et qu'elles soient confrontées à des obstacles logistiques ou administratifs indépendants de leur volonté. Nous apprécions également la confirmation de l'OQLF qu'il validera, s'il lui est demandé, la disposition proposée par l'entreprise de ses enseignes publiques et affiches afin de se conformer à l'article 58.1 de la Charte.

Malgré ces assurances, nous craignons que, même si l'OQLF est prête à faire preuve de souplesse à l'égard d'une entreprise qui a du mal à respecter l'échéance du 1er juin 2025, une personne puisse néanmoins choisir de prendre recours (comme des dommages-intérêts, des dommages-intérêts punitifs et/ou une injonction) en vertu du droit privé d'action introduit par le projet de Loi 96. L'assurance de l'OQLF qu'elle sera raisonnable dans l'application de la nouvelle réglementation sur l'affichage n'apporte pas une réponse complète aux préoccupations des membres de l'INTA.

Selon nous, la seule façon de répondre aux préoccupations des membres de l'INTA concernant l'obligation onéreuse de préparer et d'installer de nouvelles enseignes et affiches conformes aux changements apportés à la Charte et aux règlements associés est d'introduire dans le Projet de règlement un délai de grâce pour les enseignes, similaire à celui qui a été proposé pour les produits.

Recommandation de l'INTA : L'INTA recommande que le délai de grâce du 1er juin 2027 prévu à l'article 10 du Projet de règlement s'applique également aux enseignes, aux affiches et à la publicité commerciale.

Problème n° 7 : Le traitement des traductions pour les marchandises d'occasion

L'INTA est préoccupée par l'impact que la Charte et le Projet de règlement auront sur la vente de marchandises d'occasion. Plus particulièrement, la Charte et le Projet de règlement, tels qu'ils sont rédigés, ne tiennent pas compte du fait qu'un produit mis sur le marché avant l'entrée en vigueur de la nouvelle réglementation puisse être revendu ultérieurement en tant que marchandise d'occasion.

Prenons l'exemple d'une montre vendue pour la première fois avant l'entrée en vigueur de la nouvelle réglementation et qui était parfaitement conforme à la Charte et aux règlements d'application de la Charte à l'époque. Bien que le fabricant se soit conformé aux lois linguistiques du Québec lors de la vente initiale, si cette montre est revendue ultérieurement en tant que marchandise d'occasion, elle peut enfreindre la nouvelle réglementation si le vendeur ne modifie pas le cadran de la montre pour traduire les mots non français en français et/ou ne traduit pas les documents qui accompagnent la montre, tels que le manuel d'utilisation d'origine.

Compte tenu de ce qui précède, l'INTA craint que les nouveaux règlements imposent un fardeau disproportionné aux entreprises qui vendent des marchandises d'occasion.

Recommandation de l'INTA : L'INTA recommande que des dispositions soient prises dans le Projet de règlement pour permettre la vente de marchandises d'occasion. Plus particulièrement, si un produit particulier est vendu pour la première fois avant le 1er juin 2025, une personne qui revend le produit à une date ultérieure ne devrait pas être tenue de traduire tout le texte non français qui apparaît sur le produit, son contenant ou son emballage ou tout document ou objet fourni avec celui-ci.

Problème n° 8 : Délai de conformité aux changements apportés à la Charte par le projet de Loi 96 en ce qui concerne les produits soumis à d'autres approbations et exigences réglementaires

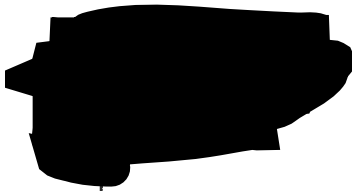
Il existe un certain nombre de produits au Canada qui sont assujettis à d'autres exigences réglementaires qui permettent leur vente, y compris plusieurs qui nécessitent l'approbation du gouvernement fédéral pour tout changement aux étiquettes, par exemple les produits pharmaceutiques et les produits de santé. Les produits pharmaceutiques et les produits de santé ne sont que deux exemples d'un nombre important de produits réglementés qui sont soumis aux exigences des changements apportés à la Charte par le projet Loi 96, mais qui doivent obtenir des approbations réglementaires supplémentaires pour apporter des changements, le calendrier de ces approbations étant indépendant de leur volonté.

Recommandation de l'INTA : Modifier le Projet de règlement pour inclure une disposition selon laquelle les produits nécessitant une approbation réglementaire supplémentaire pour les changements apportés aux étiquettes afin de se conformer à la Charte et aux Règlements associés devraient être exemptés de pénalité s'ils peuvent prouver leurs efforts pour se conformer. Ces types de produits réglementés par le gouvernement fédéral devraient avoir droit à un délai de grâce plus long pour se conformer.

CONCLUSION

L'INTA apprécie l'opportunité de commenter le Projet de règlement. Nous serions heureux d'en discuter davantage. Veuillez communiquer avec [REDACTED], directrice des relations gouvernementales de l'INTA, à l'adresse [REDACTED] g, pour obtenir de plus amples renseignements.

Veuillez agréer, Monsieur le Ministre, nos respectueuses salutations.



Etienne Sanz de Acedo



Canadian Vehicle
Manufacturers' Association
Association canadienne
des constructeurs de véhicules

116 Albert Street
Suite 300
Ottawa, ON K1P 5G3

Tel: 416-364-9333
info@cvma.ca
www.cvma.ca

Le 23 février 2024

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

ministre@mlf.gouv.qc.ca

**Objet : Gazette officielle du Québec, 10 janvier 2024, volume 156, numéro 2
Charte de la langue française (chapitre C-11) Projet de règlement**

Monsieur le Ministre Roberge,

Les membres de l'Association canadienne des constructeurs de véhicules (ACCV), dont Ford du Canada Limitée, Compagnie General Motors du Canada et Stellantis (FCA Canada Inc.), sont reconnaissants d'avoir l'occasion de présenter leurs commentaires à l'égard du projet de règlement relatif à la Charte de la langue française (chapitre C-11).

Le Québec bénéficie de nouveaux investissements dans la chaîne d'approvisionnement émergente des véhicules électriques (VE). Selon Benchmark Mineral Intelligence, 28 % de la production nord-américaine de cathodes, essentielle à la production des batteries pour les véhicules électriques, proviendront de Bécancour d'ici 2030. La reprise des investissements dans le secteur automobile au Québec est une bonne nouvelle pour les constructeurs, l'économie et la population québécoise. Le succès de l'industrie exige l'établissement de politiques et de programmes garantissant le soutien de la concurrence, de l'innovation et des investissements. Cela est plus essentiel que jamais, en ce moment d'importante transformation technologique vers les véhicules électriques, autonomes et connectés.

Il est crucial que le gouvernement québécois intensifie ses échanges avec l'ACCV et l'industrie automobile dans son ensemble afin de s'assurer que l'élaboration des politiques s'inscrit dans un cadre mettant à profit les investissements et la contribution économique du secteur automobile. Plusieurs des règlements et politiques envisagés par le gouvernement québécois pourraient freiner l'élan de l'industrie. C'est le cas notamment des modifications proposées à la réglementation sur les véhicules zéro émission (VZE) et de l'établissement d'un cadre unique de protection de la vie privée, d'un règlement sur les batteries de VE, d'un cadre législatif anticitron et en matière de réparations, et de modifications à la réglementation d'application de la Charte de la langue française.

En l'absence d'amélioration à ces règlements et politiques, le Québec comptera parmi les juridictions d'Amérique du Nord où il est le plus difficile de vendre des véhicules.

L'ACCV souhaite fortement collaborer avec vos représentants afin de veiller à ce que les modifications proposées à la réglementation de la Charte de la langue française atteignent leurs objectifs tout en atténuant la complexité accrue et le fardeau des coûts liés au marché québécois.

Afin de situer l'industrie automobile dans son contexte, nous vous soumettons les éléments suivants :

1. Le secteur automobile est fortement intégré

Les véhicules sont conçus et construits pour le marché nord-américain. L'harmonisation réglementaire est essentielle pour garantir le lancement et l'élargissement des nouvelles technologies automobiles à toutes les juridictions de façon équivalente. L'Accord Canada-États-

Unis-Mexique (ACEUM) définit les règles commerciales auxquelles nos sociétés sont tenues de se conformer. Tout règlement adopté par une juridiction donnée engendre des coûts et de la complexité pour ce secteur d'envergure continentale, sa chaîne d'approvisionnement et, en fin de compte, les consommateurs.

2. Le cycle de production des véhicules est un processus pluriannuel

La conception des véhicules, l'approvisionnement en pièces, la fabrication des pièces et des composantes ainsi que le montage final font partie d'un processus qui se déroule en plusieurs étapes et sur plusieurs années. Les véhicules sont l'un des produits de consommation les plus complexes qui soient, et toute modification doit être intégrée au processus des années à l'avance.

L'ACCV a examiné les modifications proposées à la réglementation de la Charte de la langue française et énoncées dans la *Gazette officielle du Québec* du 10 janvier 2024. Des questions importantes au sujet d'aspects particuliers sont ressorties de cet examen, comme suit :

1. Nécessaire à l'utilisation

La modification proposée à l'article 3, « *Une inscription sur un produit peut être rédigée uniquement dans une autre langue que le français dans les cas suivants :* » exigerait que l'information « *nécessaire à l'utilisation du produit* » soit rédigée en français, c'est-à-dire, à l'article 3, paragraphe 6 : « *a) par l'insertion, après « l'inscription », de « , sauf si elle concerne la sécurité ou est nécessaire à l'utilisation du produit » ;*

L'industrie automobile travaille étroitement avec l'OQLF depuis de nombreuses années, et les sociétés membres de l'ACCV mettent tout en œuvre pour représenter la langue française de façon appropriée dans nos véhicules. Les véhicules destinés au marché québécois sont toujours accompagnés d'un manuel du propriétaire en français, comportant toutes les informations détaillées et les instructions nécessaires à l'utilisation du véhicule.

- Nous aimerions donc obtenir plus de précisions sur ce qui est envisagé par l'ajout de « *nécessaire à l'utilisation du produit* » en ce qui a trait aux véhicules.

2. Logiciel embarqué

La disposition proposée à l'article 27.1 exigerait que l'affichage du logiciel embarqué soit en français, c'est-à-dire :

« *27.1 Pour l'application de l'article 51 de la Charte de la langue française (chapitre C-11) et du présent règlement, l'inscription sur un produit comprend l'inscription qui s'y affiche pour l'utilisateur au moyen d'un logiciel embarqué. »*

- Il serait utile de comprendre ce que l'on entend par « logiciel intégré », en donnant des exemples.

3. Marques de commerce

- Nous aimerions obtenir des précisions et des exemples au sujet de la modification 27.2.2°, « *aucun générique ou descriptif d'un produit compris dans une marque de commerce rédigé dans une autre langue ne doit l'emporter sur celui rédigé en français ou être accessible dans des conditions plus favorables. »*
- Il serait utile de recevoir des explications supplémentaires sur ce que l'on entend par « *générique* » et « *descriptif d'un produit* ».

4. Contrats d'adhésion

- Il serait utile d'obtenir des précisions au sujet du processus. Est-il envisagé que l'adhérent ait l'option d'exprimer sa préférence linguistique au début du processus, que ce soit en français ou dans une autre langue?

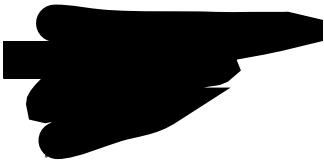
5. Entrée en vigueur

L'entrée en vigueur proposée du règlement est la suivante selon l'article 12 : « *Le présent règlement entre en vigueur le 1^{er} juin 2025, à l'exception des dispositions des articles 1, 2, 4 et 5 ainsi que celles de l'article 9, en ce qu'elles édictent les articles 27.1 et 27.5 de même que la sous-section II de la section IV.1, qui entrent en vigueur le quinzième jour qui suit la date de sa publication à la Gazette officielle du Québec.* » Or, cette date ne tient pas compte des délais de conception et de construction des véhicules automobiles.

Comme mentionné précédemment, la conception des véhicules, l'approvisionnement en pièces, la fabrication des pièces et des composantes ainsi que le montage final font partie d'un processus qui se déroule en plusieurs étapes et sur plusieurs années. Les composantes de véhicules de l'année de fabrication 2025 sont déjà en production et le montage est déjà programmé. Si des exigences stipulées aux articles 3 et 27.1 s'appliquent aux véhicules, il serait impératif que le gouvernement du Québec convienne avec l'ACCV d'un calendrier approprié.

Nous sommes impatients de lire votre réponse, et serions heureux de vous rencontrer dès que cela vous sera possible afin de discuter de ces questions. Entre-temps, n'hésitez pas à communiquer avec la soussignée pour toute question, [REDACTED]

Veuillez agréer, Monsieur le Ministre, l'expression de ma considération respectueuse.



Brian Kingston
Président et chef de la direction

C.c. Josée Saindon, Direction générale
Office québécois de la langue française
josee.saindon@oqlf.gouv.qc.ca

Alexandre Ramacieri, chef de cabinet du
Ministre Pierre Fitzgibbon
alexandre.ramacieri@economie.gouv.qc.ca

Sherbrooke, le 23 février 2024

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

Objet : Commentaires sur le Projet de Règlement n° 82179

**Re : Règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du
commerce et des affaires (Charte de la langue française)**

Monsieur le Ministre,

Comme vous le savez, l'organisme Droits collectifs Québec (« DCQ ») est un organisme à but non-lucratif de la société civile reconnu par le gouvernement du Québec et ayant pour mission de se consacrer à l'étude et à la défense intellectuelle, politique et juridique des droits collectifs de la société québécoise. À cette fin, nous vous transmettons nos commentaires concernant le Projet de Règlement n° 82179 publié le 10 janvier 2024 à la Gazette Officielle du Québec, intitulé « Règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires » et proposant plusieurs modifications au *Règlement sur la langue du commerce et des affaires* (R.L.R.Q., c. C-11, r.9) adopté conformément à la *Charte de la langue française* (R.L.R.Q., c. C-11) (ci-après, le « Projet de Règlement ») dans le cadre du processus de consultation publique préalable à son adoption.

D'emblée, DCQ tient à généralement saluer le Projet de Règlement, que nous estimons tout à fait bienvenu et nécessaire pour assurer une meilleure cohérence entre la *Charte de la langue française* (*Charte*) et ses règlements d'application ainsi que pour faire suite aux importantes évolutions de la *Charte* depuis sa nécessaire réforme de 2022. Nous tenons également à saluer vos efforts et ceux des membres de votre équipe dans sa confection, en ce que nous sommes tout à fait conscients des enjeux et difficultés liés à toute entreprise de régulation linguistique en matière d'affichage commercial et de droit de la consommation dans le domaine des affaires au Québec. Il s'agit d'un domaine particulièrement important, névralgique, au tissu social québécois, mobilisant rien de moins que la normalisation collective de la langue de nos activités économiques et commerciales dans le regard du public et des consommateurs, avec toute la charge d'influence ciblée qui l'accompagne dans le sentiment d'intégration linguistique de

l'individu et du public. De dire que la défense de la langue française fait face à des défis dans le contexte économique et commercial nord-américain relèverait de l'euphémisme et nous ne pouvons qu'approuver le fait pour le gouvernement d'aller dans cette direction et de chercher à protéger la langue officielle et commune du Québec dans ce domaine de haute importance.

Nous souhaitons par ailleurs formuler quelques observations et vous faire part de certaines préoccupations sur certains éléments du Projet de règlement, accompagnées de nos recommandations.

Après deux premiers commentaires de détails concernant l'article 4 (1°) du Projet de Règlement qui propose de modifier l'article 10 du Règlement actuel, nous attirerons ensuite particulièrement votre attention sur notre troisième observation, concernant les contrats d'adhésion et le projet de nouvel article 27.6.

1. Art 4 (1°) – « Accessible dans des conditions au moins aussi favorables »

Le Projet de Règlement propose, à son article 4 (1°), de modifier l'article 10 du Règlement actuel posant une dérogation à l'exigence de publication en français des catalogues, brochures, dépliants, annuaires commerciaux, bons de commandes et autres documents analogues destinés au public (art. 52 de la *Charte de la langue française*) en permettant que de tels documents soient publiés dans deux versions, l'une en français, l'autre dans une autre langue, dans la mesure où la version française « est accessible dans des conditions au moins aussi favorables », selon la nouvelle terminologie proposée par le projet de règlement.

Il serait à notre avis pertinent de définir au règlement ce que signifie précisément « accessible dans des conditions au moins aussi favorables ». Tout particulièrement, nous soulevons la question : l'accessibilité numérique et physique de tels documents est-elle jugée équivalente? Un commerçant pourrait-il prétendre, par exemple, s'acquitter de son obligation de conformité réglementaire en ayant un document imprimé en anglais en succursale et en invitant ses clients à consulter la version française disponible sur son site web (ou vice-versa)?

Nous vous recommandons de clarifier la situation en modifiant la formulation proposée par « est accessible sur le même support matériel ou informatique dans des conditions au moins aussi favorables ». Toute précision additionnelle pour préciser spécifiquement ce qu'il doit être entendu par le concept d'« accessibilité » serait également utile et pertinente pour une plus grande prévisibilité et stabilité juridique (et ainsi diminuer les contestations judiciaires) dans l'application effective de ces dispositions réglementaires.

2. Art 4(1°) – « Qualité »

Nous sommes par ailleurs déçus de voir disparaître l'exigence de « qualité » de la version française dans le Projet de Règlement par la modification que son article 4 (1°) propose à l'article 10 du Règlement actuel (qui ne parlerait plus alors que d'« accessibilité »).

Nous craignons d'y voir une certaine voie de facilité ouverte à la prolifération de documents de qualité discutable issus de traductions bon marché par intelligence artificielle ou applications automatisées pour se conformer expéditivement à la lettre du Règlement, ce qui ne nous apparaît pas un résultat souhaitable¹.

Nous vous recommandons donc de réintroduire l'exigence de « qualité » pour fermer la porte à une telle possibilité.

3.) Art 9 (27.6) – Contrats d'adhésion

DCQ soulève des inquiétudes face à l'encadrement proposé par le nouvel article 27.6 (spécifiquement ses paragraphes (2°) et (3°), mais aussi généralement) que propose d'ajouter le Projet de Règlement (art. 9) au Règlement, concernant les exceptions à l'exigence de rédaction des contrats d'adhésion en français au Québec.

a – Le contexte particulier des contrats d'adhésion

Les contrats d'adhésion se définissent comme des contrats-types dont le contenu est unilatéralement déterminé d'avance par l'une des parties, sans offrir de faculté de négociation significative à l'autre, en mode « à prendre ou à laisser »². Il s'agit de l'instrument contractuel de prédilection par lequel des grandes entreprises se lient contractuellement dans leurs rapports de fournitures de biens et services envers des milliers de consommateurs à la fois, avec encore avec d'autres entreprises sous-traitantes. Et dans un tel rapport, l'adhérent -l'individu qui contracte pour sa personne devant le commerçant qui traite par milliers et plus à la fois-, ou encore la petite entreprise sous-contractante, se retrouvent largement dans un rapport de force et de besoin fortement asymétrique à leur désavantage, à plus forte raison lorsqu'une entreprise donnée est la seule à pouvoir leur fournir utilement un bien ou service dont l'adhérent a besoin, ou encore accès à un marché ou des contrats pour la petite entreprise.

Dans ce domaine particulier, où le rapport de force est aussi inégal que la pression à conclure peut être grande, le respect des droits linguistiques devient lié à celui de l'autonomie contractuelle des Québécois et des Québécoises pour garantir à tous que personne au Québec ne saurait être contraint de devoir s'engager par contrat dans une autre langue que le français – à plus forte raison auprès d'un grand fournisseur commercial – à moins de le souhaiter et d'y avoir spécifiquement consenti. Il y a quelque chose de significativement malaisant tant

¹ Pour plus de détails à ce sujet, voir ROUSSEAU Guillaume et al (2017) « *Le droit linguistique au Québec* », Montréal : Lexis Nexis Canada, paragraphe 8-10, note 1421, pages 418-419

² V. Art. 1379 C.c.Q.

politiquement qu'au regard même de la théorie du consentement libre et éclairé d'opposer à un justiciable québécois³ ou une entreprise un « Sorry, no French version is available » face à la volonté de à savoir à quoi l'on s'apprête à s'engager contractuellement avant de signer un contrat d'adhésion.

Il s'agit d'une facette importante du respect des droits linguistiques collectifs des Québécois et des Québécoises à la rencontre de la langue nationale et du pouvoir contractuel et économique individuel.

À ce titre, on comprend aisément que le législateur a voulu créer un régime d'exception très encadré à l'article 55 de la *Charte de la langue française*, en limitant les dérogations permises aux seuls domaines des contrats de travail, de certains contrats conclus avec l'administration et des contrats utilisés dans les relations avec l'extérieur du Québec. DCQ est préoccupée par le fait que le Projet de Règlement semble vouloir élargir la portée de ce régime d'exception et de l'appliquer aux contrats d'adhésion.

b – 27.6 (2°); Contrats d'adhésion conclus par téléphone

Sur la forme, nous nous inquiétons de la porte ouverte par le Projet de Règlement au paragraphe (2°) de son article 27.6. Concernant les contrats d'adhésion conclus par téléphone, l'adoption du paragraphe (2°) de l'article 27.6 du Projet de Règlement aurait comme conséquence de permettre, par simple renonciation verbale pendant un appel téléphonique, la dispense de fournir à un individu ou une entreprise une version française d'un contrat d'adhésion lorsqu'une version française du contrat est déjà disponible (i.e. : sur un site web)⁴ et qu'il faut conclure immédiatement, sans pouvoir consulter technologiquement ou matériellement la version française.

Nous comprenons la logique fonctionnelle de l'idée dans une perspective de rapidité commerciale, mais nous ne pouvons ici que noter un potentiel de glissement. Dans le contexte de la conclusion d'une opération dans l'immédiat au téléphone, combien résisteront à la pression de dire « non, c'est beau, je n'ai pas besoin de la version française » simplement pour accélérer les choses?

³ Qui ne parle pas forcément une autre langue que le français – rappelons que la moitié de la population du Québec est unilingue francophone. Et pour le justiciable bilingue qui comprend l'autre langue, c'est un énième passage à l'anglais en contexte commercial, avec toute la charge symbolique du français comme « accessoire, si ça ne dérange pas » au Québec qui l'accompagne.

⁴ Le paragraphe 2 a) parle d'un contrat dans une autre langue que le français que « l'adhérent a eu l'opportunité de consulter » dans sa version française (et limitativement les clauses-types, qui plus est). Il est tout à fait possible d'interpréter que l'adhérent a « l'opportunité de consulter » un document du simple fait qu'il soit disponible et existant sur le site web de la société avec qui il s'apprête à conclure, surtout lorsque l'appel origine de l'adhérent (ne pourrait-on pas présumer qu'il aurait dû aller faire ses recherches et lire les termes et conditions disponibles sur le site web avant d'appeler?)

c – 27.6 (3°); Contrats d'adhésion conclus par moyen technologique

Nous sommes d'avis que le paragraphe (3°) de l'article 27.6 aura pour conséquence d'édulcorer l'obligation de remettre une version intégrale du contrat d'adhésion à l'adhérent qui contracte par moyen technologique pour seulement lui en transmettre les clauses-types applicables. Non seulement nous y voyons un certain glissement symbolique (les clauses-types remises à l'adhérent ne sont en quelque sorte qu'une « traduction » du « vrai contrat » dans une autre langue qui le lie), que nous nous inquiétons d'une possible vulnérabilité juridique.

Dans la mesure où la seule remise des clauses-types ne constitue pas le contrat lui-même, elles deviennent une « clause externe » au sens de l'article 1435 du *Code civil du Québec*. Or, alors que 27.6 (3) du Projet de règlement parle de « remise » de la version française, l'article 1435 (2) C.c.Q. exige que, pour être valable, une clause externe soit « expressément portée à la connaissance » de l'adhérent, ce qui implique de diriger son attention sur son existence et sur son contenu, une obligation plus large que celle prévue à 27.6 (3°). Ceci pourrait affecter la validité contractuelle du contrat d'adhésion ainsi conclu qui ne respecterait que l'obligation de 27.6 (3°) par « remise » mais qui n'irait pas plus loin en matière d'information expresse comme le requiert le Code civil.

Si cette disposition devait être maintenue, nous recommandons de modifier la conclusion du paragraphe 27.6 (3°) par « (...) est satisfaite lorsque ces clauses-types applicables en français ont été remises et expressément portées à la connaissance de l'adhérent. »

d – 27.6; Une extension d'un régime d'exception; source de vulnérabilités

L'une de nos principales préoccupations de Droits collectifs Québec est celle de l'enjeu de la stabilité juridique de l'article 27.6 prévu par le Projet de Règlement dans son ensemble.

D'emblée, l'article 55 de la *Charte de la langue française* met en place un régime d'*exception* au principe général de l'exigence de rédaction des contrats d'adhésion en français au Québec sauf volonté contraire des parties. En dérogeant au régime de l'article 55 pour créer *d'autres exceptions*, on fragilise l'importance et l'effectivité de la règle générale, ce qui n'est pas sans portée – tant symbolique qu'interprétative – et qui contribue à affaiblir la force de la langue française dans le monde des affaires. Nous comprenons que certains impératifs peuvent sembler le réclamer avec insistance, mais le résultat final demeure : voilà encore *une dérogation* additionnelle au principe du français langue officielle et commune du Québec...

Nous nous interrogeons d'ailleurs sur la conformité même de l'article 27.6 par rapport à la *Charte de la langue française*. En effet, l'article 55 de la *Charte* (ni, plus largement, le *Chapitre VII : Langue du commerce et des affaires* auquel il appartient) ne semble pas conférer au gouvernement le pouvoir de créer de telles dérogations par voie réglementaire – ce qui ouvre la porte à une remise en question de leur validité même sous l'angle du droit administratif. Dans la

mesure où l'article 27.6 du Projet de Règlement vient clairement créer des exceptions supplémentaires pour permettre des dérogations additionnelles dépassant le contenu de l'article 55 de la *Charte*, nous sommes d'avis que cet article ne peut se justifier au nom du pouvoir général de réglementation prévu à l'article 93 de la *Charte de la langue française* qui se limite à « en faciliter la mise en œuvre, y compris pour définir les termes et expressions qui y sont utilisés ou en préciser la portée ». Si l'article 27.6 devait être invalidé après décision d'un tribunal, cela entraînera nécessairement un affaiblissement de l'article 55 de la *Charte de la langue française* et du principe de rédaction des contrats d'adhésion en français au Québec en créant une brèche d'incertitude juridique qui risque d'être traitée par les tribunaux comme une exception à colmater.

e – Recommandation : retrait du projet d'article 27.6

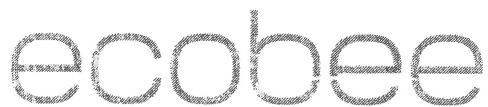
Nous recommandons donc de retirer le projet d'article 27.6 du Projet de Règlement. Outre sa symbolique et le potentiel de recul, de contournement et d'incertitude qu'il comporte, nous considérons que son adoption pose un problème de conformité avec sa propre loi habilitante, la *Charte de la langue française*. La possibilité d'une contestation de l'article 27.6, pour ce motif qui plus est – qui amènerait la *Charte* à se retourner contre son propre règlement pour permettre qu'on puisse mieux y déroger – ne serait pas sans un effet négatif appréciable, sur l'ensemble de l'édifice, ainsi que son article 55 plus précisément.

* * *

En conclusion, DCQ approuve et salue largement le Projet de Règlement. Nos observations s'inscrivent dans un désir de solidification de son contenu et d'amélioration de son effectivité face à ce que nous avons relevé comme de possibles fragilités.

En demeurant à votre entière disposition si vous avez des questions ainsi que pour toute discussion ou complément d'information concernant les présents commentaires concernant le Projet de Règlement, nous vous prions d'agréer, monsieur le Ministre, nos salutations distinguées.

Me François Côté, LL.D.
Etienne-Alexis Boucher, directeur général
Daniel Turp, président,
DROITS COLLECTIFS QUÉBEC
218-187, rue Laurier, Sherbrooke (Québec) J1H 4Z4
info@droitscollectifs.quebec



206 Queens Quay, Suite 600
Toronto, ON M5G 1A7

20 février 2024

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

À l'attention de : l'Honorable Jean-François Roberge

RE : Commentaire sur le *Règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires*

Ecobee est une entreprise de technologie fièrement canadienne et spécialisée en domotique. Elle manufacture notamment des thermostats, capteurs, sonnettes et autres produits intelligents similaires.

Nous vous écrivons relativement au projet de *Règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires* (le « **Règlement** ») et plus particulièrement l'ajout proposé de l'article 27.1 audit Règlement. Nous vous soumettons humblement que son inclusion devrait être repensée, puisque ce libellé (i) contredit directement les dispositions de la *Charte de la langue française* (la « **Charte** ») régissant les logiciels, et (ii) réduira l'accès des consommateurs et des entreprises du Québec à une panoplie de produits novateurs.

L'article 27.1 du Règlement exigerait que les « logiciels embarqués » installés sur des produits affichent leur contenu en français, car ledit contenu est assimilé à une « inscription sur un produit » en vertu de l'article 51 de la Charte. Pourtant, l'utilisation du français dans un contexte logiciel est déjà régie par l'article 52.1 de la Charte :

52.1. Tout logiciel, y compris tout logiciel ou système d'exploitation, qu'il soit installé ou non, doit être disponible en français, à moins qu'il n'en existe aucune version française. [...]

Nous vous soumettons que les termes « tout logiciel » comprennent assurément les « logiciels embarqués », d'autant plus que la disposition susmentionnée vise expressément les logiciels déjà installés ou les systèmes d'exploitation, sans lesquels de nos jours, les ordinateurs, les tablettes, les téléphones et, semble-t-il parfois, la plupart des produits de consommation ou d'entreprises se transformeraient en presse-papiers coûteux et inutiles.

L'Assemblée nationale a édicté, au moyen de l'article 52.1 de la Charte, l'exigence d'offrir un logiciel en français lorsqu'une telle version existe. Ce faisant, elle reconnaissait toutefois également la présence de logiciels spécialisés dans de nombreux domaines et industries qui n'existent pas en français. Le Législateur semble avoir déjà décidé que la disponibilité du logiciel, ou de produits dont ils assurent le fonctionnement, dans une autre langue (lorsqu'une version française n'existe pas) est préférable à ce qu'un tel logiciel ou produit ne soit pas offert au Québec du tout.

Les effets d'un règlement se doivent d'être harmonisés avec sa législation habilitante et en favoriser la mise en œuvre. Ils ne peuvent créer d'obligations ou entraîner des répercussions qui la contredisent directement. Le préambule du Règlement lui-même mentionne que son contenu vise à « faciliter la mise en œuvre de la Charte ». Il est difficile de concilier l'article 27.1 du Règlement avec un tel objectif et avec la

Charte elle-même. Si l'intention du législateur était de modifier les exigences applicables aux logiciels, il a eu amplement l'occasion de le faire dans la Charte dans le contexte de l'adoption récente du projet de loi 96. Toutefois, cela n'a pas été fait.

De plus, d'un point de vue pratique, le monde des produits fonctionnant à l'aide de logiciels embarqués (en d'autres mots, des produits « intelligents ») repose sur l'innovation et l'évolution rapide de ces produits et de leurs logiciels. En général, seules quelques années, ou même quelques mois, suffisent pour qu'un produit succède à un autre et le remplace. À n'en pas douter, l'ensemble des fabricants souhaiterait avoir suffisamment de succès à travers le monde pour justifier l'investissement de ressources dans l'élaboration d'une option pour les logiciels de leurs produits en français ou dans d'autres langues majeures, en temps réel. Toutefois, cela serait particulièrement difficile en ce qui concerne les produits intelligents en raison de la rapidité des développements dans l'industrie décrite ci-dessus. Cet écosystème repose tout particulièrement sur des petites entreprises et des entreprises en démarrage où les idées fourmillent, mais dont les ressources sont souvent limitées.

À notre avis, l'adoption de l'article 27.1 dans sa forme actuelle ferait en sorte que le choix du public québécois serait limité aux produits suivants : (i) ceux fabriqués par des multinationales déjà dominantes qui ont les ressources nécessaires pour s'assurer qu'une version française du logiciel embarqué de leurs produits est disponible dès le jour de leur lancement, dans la mesure où elles offrent mêmes ce type de produits plus spécialisés, plutôt que des produits destinés au marché de masse, ou (ii) des produits non conformes vendus en ligne par des entreprises établies à l'étranger qui ne connaissent pas la législation québécoise sur la langue française et ont encore moins à cœur de la respecter. Il est peu probable que cette dernière catégorie de produits comporte un emballage, de la documentation ou des instructions en français.

Se on toute vraisemblance, les entreprises innovantes concernées par cet article du Règlement, ou leurs distributeurs, retarderaient l'arrivée de leurs produits sur le marché québécois, ou les en retireraient même tout simplement.

Dans le cas d'Ecobee, ces produits incluent surtout des thermostats intelligents qui offrent des réductions à deux chiffres de la consommation d'énergie, et des économies proportionnelles, à de nombreux ménages québécois. Nous comprenons pourtant que le gouvernement du Québec considère ces objectifs, soit l'économie d'énergie, la lutte contre le changement climatique et la lutte contre l'augmentation du coût de la vie, comme des priorités.



Kevin Bauder

Directeur général du marketing



Arno Ricci
Gordon R Williams Corporation
3755 Laird Rd. Unit 5
Mississauga, Ontario
L5L 0B3

February 22, 2024

Minister of the French Language
800, rue D'Youville 13e étage
Quebec (Quebec) G1R 3P4

To: The Honorable Jean-François Roberge, Minister of the French Language

Re: Gazette Officielle Du Québec, Jan. 10, 2024, Vol. 156, No. 2: Draft Regulation, Charter of the French Language (Chapter C-11), Regulation to Amend The Regulation Respecting the Language of Commerce and Business

Dear Minister Roberge:

Gordon R Williams Corporation writes regarding the Gazette officielle du Québec publication on the Draft Regulation: Charter of the French Language (Chapter C-11), Regulation to Amend Mainly the Regulation respecting the language of commerce and business, published in Vol. 156, No. 2 on Jan. 10, 2024.

[Our company is a distributor of HVAC equipment selling into the hospitality, senior living, multi-residential markets among other markets across Canada including into Quebec. Although we are head quartered in Ontario our footprint into Quebec based on our customer base is also represented within the Quebec market. We carry a staff of about 20 people, of which 3 or 4 people work with Quebec customers. Our average sales levels in Quebec over the last number of years is about \$750k/yr.

Gordon R Williams Corporation appreciates and respects the intent of the Charter of the French Language to preserve the French language in Quebec. But we are extremely concerned with the proposed amendment under Section 3 of the Regulation respecting the language of commerce and business, which will require, for the first time, using French for any usage instructions or controls labels that are permanently affixed to a product. If implemented, this proposal will significantly impact consumers in the province of Quebec, as well as our business and employees.

Today, more than ever, the products we sell are made for the North American marketplace as a whole, not the Canadian market. Our business is almost entirely reliant on imports of heating and cooling products from outside of Canada. Consumers in Quebec benefit significantly from Canada's participation in this larger market because it creates significant economies of scale, which allow manufacturers to provide our company (and thus Quebec consumers) with an

extensive selection of products at competitive prices. To put this in perspective, Quebec represents only about 2% of the larger Canadian–United States market of heating and cooling equipment.

Even if our suppliers are willing to make some Canada or Quebec specific models, we do not believe they will do so for their full model lines. Moreover, the Canada or Quebec specific models that are available will likely be available on a build-to-order basis. Build-to-order product requires longer lead times and high inventory carrying loads for Canadian companies, placing a significant financial burden on Canadian businesses such as ours. Moreover, it creates significant risks for Canadian consumers and the Canadian economy more broadly if we were to experience a supply chain disruption like we have seen in recent past. During times of such disruption, build-to-order or special-order products become deprioritized for manufacturing. This risks putting Canadian consumers and businesses like ours at a significant disadvantage in obtaining products.

Separate and apart from our concerns regarding the substantive requirements of the proposed regulation, we are very concerned about the proposed 15-day effective date. It is literally impossible for our suppliers to redesign, retool, and manufacture new product that conforms with the proposed regulation in 15 days. Given that the proposed regulation bans the sale of non-conforming products, consumers in Quebec would be without any compliant heating and cooling products likely for months. And we believe reliable market availability would not occur for 18 – 24 months given the supply shock that would occur. Even then, only a reduced variety of products would be available at a higher cost. In addition to the pain for Canadian consumers, our business and our employees would be seriously damaged. Our Quebec employees would have no work to complete without any product to sell or install. And the major building projects we support would be incapable of being finished indefinitely. It would be a disaster for the Quebec economy.

If Quebec moves forward with the proposed regulation, at a minimum, the compliance date should be based on the manufacture date of the product, not its sale date. And any restriction on manufacture date should not come into place until 24 months after the final regulation is issued.

Please do not hesitate to contact me at the above address regarding this matter.

Sincerely,

(original signé)

Arno Ricci



Le 25 février 2024

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

Lettre envoyée par la poste

Monsieur le Ministre,

Objet : Projet de règlement – Charte de la langue française – modification du Règlement sur la langue du commerce et des affaires

Au nom de l'Association canadienne du jouet et de la U.S. Toy Association, nous vous écrivons en réponse au projet de modification du *Règlement sur la langue du commerce et des affaires* (chapitre C-11, règlement 9), publié le 10 janvier 2024. Nous sommes heureux d'avoir l'occasion de commenter les efforts déployés par le gouvernement du Québec pour promouvoir davantage l'usage du français dans l'ensemble de la nation québécoise. Depuis que la Loi 96 a été promulguée, nos entreprises membres ont cherché à obtenir des précisions pour comprendre ses répercussions en vue d'assurer la conformité des produits et des détaillants à celle-ci. La publication du projet de règlement par l'Office québécois de la langue française (OQLF) a permis d'apporter certaines précisions à ce sujet, mais elle a aussi confirmé plusieurs préoccupations importantes et en a soulevé plusieurs nouvelles qui auront des répercussions négatives sur l'offre de jouets à l'échelle du Québec.

À titre d'information contextuelle, l'Association canadienne du jouet (ACJ) compte plus de 100 membres, soit des fabricants, des importateurs et des distributeurs, qui génèrent plus de 2 milliards de dollars en ventes de jouets au Canada. La plupart des membres de l'ACJ sont de petites et moyennes entreprises qui exercent leurs activités partout au Canada; 20 d'entre elles exercent leurs activités au Québec. L'ACJ travaille également en étroite collaboration avec la U.S. Toy Association, soit une association commerciale sans but lucratif pour les producteurs et les importateurs de jouets et de produits de divertissement destinés aux jeunes qui sont vendus en Amérique du Nord. Elle représente plus de 900 entreprises – dont des concepteurs, des inventeurs, des fabricants, des importateurs, des détaillants et des laboratoires d'essai de jouets – qui exploitent et vendent des jouets à l'échelle internationale. Le secteur du jouet est une industrie mondiale de plus de 90 milliards de dollars américains par an, et les ventes de nos membres représentent plus de la moitié de ce montant.

Nous reconnaissons et respectons l'objectif du gouvernement du Québec d'accroître l'usage du français au Québec. Toutefois, le projet de règlement soulève plusieurs préoccupations juridiques et administratives et posera plusieurs défis sur les plans de la fabrication et de la chaîne d'approvisionnement. Si le projet de règlement devait être adopté tel qu'il est rédigé en ce moment, il aurait d'importantes répercussions économiques dont l'OQLF n'est peut-être pas pleinement conscient. En plus des répercussions coûteuses pour les fabricants de produits, précisons que la date de conformité proposée ne tient pas pleinement compte du processus et du calendrier de production des jouets. Étant donné l'ampleur des défis que poseraient ces mesures réglementaires, nous prévoyons que de nombreuses entreprises de jouets devront se retirer à contrecœur du marché québécois en raison de l'accroissement de leurs coûts ainsi que de leur incertitude persistante au sujet des critères de la *Charte de la langue française* à respecter. Inévitablement, cela entraînerait directement une réduction de l'offre

de jouets au Québec et forcera très probablement les consommateurs québécois à s'approvisionner de façon indépendante sur les marchés en ligne de l'extérieur du Québec, ce qui minera l'objectif global du projet de règlement de l'OQLF. Par ailleurs, nous croyons que plusieurs des mesures réglementaires proposées minent également les efforts du ministère de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie du Québec visant à réduire les obstacles réglementaires pour favoriser la croissance de l'économie et du commerce international pour les entreprises qui contribuent à l'économie québécoise.

Depuis le début des travaux de consultation de l'OLFQ, l'Association canadienne du jouet et la U.S. Toy Association travaillent avec d'autres organismes aux vues similaires, y compris l'International Trademark Association (INTA). L'INTA est une association mondiale de propriétaires de marques de commerce et de professionnels qui se consacrent au soutien des marques de commerce et de la propriété intellectuelle connexe et qui s'intéressent activement à la Loi 96 depuis sa promulgation initiale. Avec l'appui d'un conseiller juridique du Québec et d'organismes canadiens, l'INTA a préparé une évaluation détaillée du projet de règlement et a cerné plusieurs défis importants pour les entreprises qui exercent leurs activités au Québec. L'industrie du jouet a les mêmes inquiétudes que l'INTA et appuie entièrement la position de cette dernière exposée à l'OQLF en réponse aux démarches de consultation de l'Office.

En plus du mémoire de l'INTA, nous tenons à préciser ci-dessous plusieurs observations et préoccupations pressantes pour notre industrie :

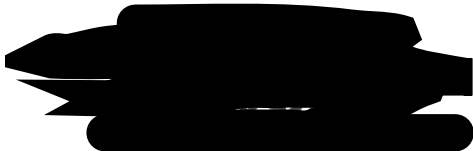
- **Manque de clarté de la terminologie :** La Loi 96 exige que les étiquettes des produits et l'emballage des marques de commerce contenant des mots non français soient traduits en français si les mots non français sont considérés comme des éléments « génériques » ou « descriptifs » de la marque de commerce, même si les marques de commerce sont déposées auprès du gouvernement fédéral. L'une des principales préoccupations de nos entreprises membres réside dans le fait que le règlement ne décrit pas les concepts liés aux termes « descriptif » et « générique » dans une marque de commerce déposée. De nombreuses marques de commerce sont composées de mots qui pourraient être interprétés comme étant génériques ou descriptifs (ou les deux). Il est essentiel d'assurer une compréhension claire de l'interprétation de l'OQLF au sujet de ces termes afin d'assurer la conformité des entreprises à cet égard. Malheureusement, le projet de règlement ne tient pas compte de ces éléments. L'incertitude réglementaire persistante nuira à l'approvisionnement en jouets sur le marché québécois, car les entreprises membres ne voudront tout simplement pas spéculer sur leur conformité, et se retireront donc du marché.
- **Marquage permanent sur le produit et portée de la conformité :** Selon notre compréhension, il est proposé dans le projet de règlement que tous les renseignements mis en relief, incrustés ou gravés sur un produit qui se rapporte à son utilisation soient traduits. Cette exigence nécessite un changement important du processus de fabrication, et nous ne croyons pas que l'OQLF soit pleinement conscient de l'ampleur des répercussions de cette disposition. Il y a de nombreux produits de consommation importés sur le marché québécois qui comprennent des instructions comme « ON/OFF » ou « twist to open » sous forme de moulures qu'il faudrait recréer en français. Les coûts associés à cet exercice augmentent très rapidement lorsque vous devez remplacer des moules ou modifier la chaîne de fabrication. De plus, il n'est pas clair non plus si l'OQLF propose que toute gravure d'une marque de commerce sur un produit doive également être traduite. Certains fabricants de produits verront leur marque de commerce estampée dans leurs produits au cours du processus de fabrication à l'aide de moules. Les changements nécessaires occasionneraient d'importants coûts et défis de fabrication. De nombreuses entreprises de jouets seront tout simplement obligées de renoncer à approvisionner le marché québécois. Nous recommandons fortement que l'OQLF modifie le projet de règlement afin

d'exclure les exigences de traduction pour les produits importés qui ont des gravures en relief et de clarifier ce qui est ou n'est pas considéré comme des instructions.

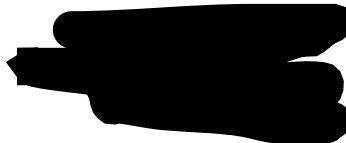
- **Documentation commerciale et portée de la conformité :** Dans le cadre du projet de règlement, l'OQLF propose que la documentation commerciale comprenne les médias sociaux et les sites Web; toutefois, cette interprétation ne figure pas dans la définition de « documentation commerciale » selon la Charte de la langue française. Nous sommes très préoccupés par cette nouvelle interprétation proposée, car elle repousse considérablement les attentes en matière de conformité au-delà des frontières du Québec. Selon la proposition de l'OQLF, toutes les entreprises internationales qui fournissent des produits au marché québécois devront dorénavant faire traduire en français tous leurs médias sociaux et leurs sites Web. Il s'agit d'une proposition très préoccupante pour nos entreprises membres, car cela exigerait, en fait, une refonte globale de leur cadre de médias sociaux, et le coût pour assurer leur conformité à cet égard serait prohibitif, même si cela était techniquement faisable. Il est important de comprendre que nos membres fournissent déjà en français des instructions détaillées sur l'utilisation de leurs jouets et d'autres documents supplémentaires, comme le soutien aux ventes et aux services, conformément à la Charte. Toutefois, si l'intention de l'OQLF est de n'appliquer ces dispositions qu'aux sites de médias sociaux situés au Québec, cela doit être expressément indiqué. Nos entreprises membres travaillent déjà à faire en sorte que les documents visés soient traduits pour le marché québécois.
- **Échéancier proposé pour la conformité :** Nous sommes préoccupés par le fait que l'OQLF pourrait ne pas comprendre pleinement l'ampleur des répercussions commerciales que ce projet de règlement aura pour un fabricant de produits et du temps nécessaire pour apporter des changements à un processus de fabrication. Même pour un changement mineur de l'étiquetage, le processus est long et coûteux. Il nécessite un travail de la part des équipes de création et de marketing ainsi que des conseillers juridiques, suivis des étapes de production et d'impression, auxquelles s'ajoute la coordination logistique des stocks aux installations de fabrication. Les changements apportés au processus de gaufrage d'un produit sont lourds et compliqués, et même l'application du marquage peut nécessiter beaucoup de temps avant d'être mis en œuvre, voire même avant que l'on envisage le cheminement du produit dans la chaîne d'approvisionnement. Habituellement, la pleine mise en œuvre d'une modification de l'étiquetage sur un produit peut nécessiter de 8 à 12 mois à une entreprise, même lorsqu'un seul changement est apporté. Cette mise en œuvre s'accompagne également de délais potentiellement plus longs en cas de modifications plus complexes, surtout lorsqu'il y a des limites de processus, d'espace ou de placement à respecter. La mise en œuvre de ces changements représente un coût direct important pour une entreprise, et il est tout simplement irréaliste de l'exiger avant juin 2025. En fait, les marchandises des membres qui sont actuellement en production ou qui seront en transit vers le Québec pourraient déjà présenter des non-conformités par rapport au projet de règlement de l'OQLF.
- **Organisation mondiale du commerce (OMC) – obligation de notification réglementaire :** S'il est mis en œuvre tel qu'il est rédigé, le projet de règlement de l'OQLF sera considéré comme un irritant commercial et entrera donc en conflit avec les obligations du Canada en vertu de l'Accord commercial de l'OMC. Nous encourageons fortement le gouvernement du Québec à aviser l'OMC des modifications réglementaires qu'il propose, conformément aux obligations du Canada en vertu de l'Accord sur les obstacles techniques au commerce de l'OMC. L'industrie du jouet fait partie d'un réseau mondial bien établi d'approvisionnement et de fabrication, et il est primordial que la communauté internationale soit mise au courant des modifications réglementaires proposées par l'OQLF.

Nous vous remercions à l'avance de l'intérêt que vous porterez à nos observations. Alors que l'OQLF examine les commentaires portant sur son projet de règlement, n'hésitez pas à communiquer avec nous si vous avez des questions au sujet de nos remarques.

Veuillez agréer, Monsieur le Ministre, l'expression de nos sentiments les plus distingués.



Serge Micheli
Directeur général
Association canadienne du jouet
20, rue Carlton, pièce 123
Toronto, ON M5B 2H5
Courriel : 



Jos Huxley
Vice-président principal, affaires techniques
The Toy Association
1200 G Street NW – Suite 200
Washington, DC 20005
Courriel : 

C.C. : Josée Saindon, directrice générale des relations avec les entreprises et l'Administration, Office québécois de la langue française; courriel : josee.saindon@oqlf.gouv.qc.ca

Osler, Hoskin & Harcourt S.E.N.C.R.L./s.r.l.
1000, rue De La Gauchetière Ouest
bureau 2100
Montréal, (Québec), Canada H3B 4W5
514.904.8100 TÉLÉPHONE
514.904.8101 TÉLÉCOPIEUR

OSLER

Montréal

Montréal, le 26 février 2024

Alexandre Fallon

Ligne directe

Toronto

Notre dossier : 1246126

Calgary

PAR HUISSIER

Ottawa

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

Vancouver

New York

Objet: Commentaires du *Consortium for Common Food Names* au sujet du *Projet de Règlement modifiant principalement le règlement sur la langue du commerce et des affaires*

Monsieur le Ministre,

Conformément à la Gazette officielle du Québec du 10 janvier 2024 (156^e année, n°2), nous vous transmettons à la demande de notre cliente, *Consortium for Common Food Names*, les commentaires au Projet de règlement modifiant le règlement sur la langue du commerce et des affaires que vous trouverez en annexe à la présente lettre.

Si vous avez des questions ou commentaires quant à ce qui précède, veuillez communiquer avec le soussigné.

Veuillez agréer, Monsieur le Ministre, nos salutations distinguées.

Osler, Hoskin & Harcourt S.E.N.C.R.L./s.r.l.



Alexandre Fallon
Associé

AF/sg

p. j. (2)

COMMENTAIRES DU CONSORTIUM FOR COMMON FOOD NAMES
AU SUJET DU PROJET DE *RÈGLEMENT MODIFIANT PRINCIPALEMENT LE*
RÈGLEMENT SUR LA LANGUE DU COMMERCE ET DES AFFAIRES

PRÉSENTÉS À JEAN-FRANÇOIS ROBERGE,
MINISTRE DE LA LANGUE FRANÇAISE

Consortium for Common Food Names
Shawna Morris (smorris@nmpf.org)
Tony Rice (trice@nmpf.org)
2107 boulevard Wilson, bureau 600
Arlington, Virginie 22201

PRÉSENTATION DU CONSORTIUM FOR COMMON FOOD NAMES

Le Consortium for Common Food Names (CCFN) est une alliance internationale et indépendante qui représente les intérêts des consommateurs, des agriculteurs, des producteurs de produits alimentaires et des commerçants à l'échelle mondiale. Le but du CCFN est de travailler avec les chefs de file dans les domaines de l'agriculture, du commerce extérieur et de la protection des droits de propriété intellectuelle afin de favoriser l'adoption de lignes directrices modèles en matière d'indications géographiques à l'échelle mondiale, tout en protégeant le droit d'utiliser des noms d'aliments et de breuvages communs qui font partie du domaine public, y compris les termes comme le parmesan, le feta, le fontina, le gorgonzola, le brie, le munster, le havarti, le mozzarella, le cheddar, le prosciutto, le bologne, le salami, de même que des qualificatifs de breuvages comme noble, rubis ou supérieur.

COMMENTAIRES DU CCFN SUR LE PROJET DE RÈGLEMENT

CCFN est reconnaissant de l'opportunité qui lui est accordée de formuler des commentaires au sujet du projet de règlement et comprend l'importance d'adopter des mesures robustes afin de protéger le français dans le contexte particulier auquel le Québec fait face.

CCFN est d'accord avec la décision de Québec de ne pas abolir l'exception prévue aux articles 7(2), 13(2) et 25(2) du *Règlement sur la langue du commerce et des affaires*, laquelle exempte « une appellation d'origine, la dénomination d'un produit exotique ou d'une spécialité étrangère » d'exigences de traduction. Par contre, le CCFN croit que ces exceptions pourraient être plus claires, et que le projet de règlement est une occasion toute désignée pour adopter de telles clarifications.

En effet, si l'on considère l'étendue de l'exception selon son libellé actuel, ce n'est pas clair si un producteur canadien d'un produit alimentaire, comme le prosciutto, pourrait utiliser le terme « prosciutto » sur un emballage ou une publicité. « Prosciutto » est un terme reconnu à l'échelle mondiale pour désigner un certain type de jambon. Ce type de jambon peut être produit au Québec par des producteurs locaux, de sorte qu'il pourrait ne pas se qualifier sous l'exception telle que formulée présentement, car ce n'est pas une spécialité « étrangère » lorsque c'est produit au Québec.

Afin de remédier à cette ambiguïté, le CCFN encourage le ministre de considérer le remplacement de la formulation « une appellation d'origine, la dénomination d'un produit exotique ou d'une spécialité étrangère » des articles 7(2), 13(2) et 25(2) du règlement avec une formulation plus claire et inclusive qui permet l'utilisation de termes communs et génériques pour décrire des aliments et des boissons par tous les producteurs de tels aliments, sans égard à leur localisation géographique, tel que « une appellation d'origine, la dénomination commune d'un produit ou d'une spécialité ».

Dans la même veine, le CCFN prend note de la flexibilité offerte par l'article 92 de la *Charte de la langue française* d'utiliser une langue autre que le français « lorsque les usages internationaux l'exigent ». Plusieurs noms d'aliments et de breuvages communs et génériques, comme ceux énumérés ci-dessus, sont utilisés à l'échelle mondiale pour désigner des types d'aliments et de breuvages, sans égard au lieu de fabrication, de sorte qu'ils ont acquis le statut de termes utilisés selon des usages internationaux par les consommateurs de ces produits à l'échelle mondiale.

Par contre, l'article 92 de la Charte ne définit pas ce que constitue un « usage international », et le projet de règlement est une opportunité de clarifier la portée de ce terme dans ce contexte. Une disposition pourrait être insérée au projet de règlement précisant que « aux fins de l'article 92 de la *Charte de la langue française*, les usages internationaux comprennent les noms communs et génériques des aliments et des breuvages qui sont utilisés comme dénomination d'un type d'aliment ou de breuvage, sans égard au lieu de fabrication, y compris dans des normes internationales comme le Codex Alimentarius. » Il y a certainement d'autres ajouts pertinents à une liste éventuelle de ce qui doit être compris dans la notion d'« usage international », mais le CCFN laisse le soin à d'autres organisations de suggérer celles-ci.

COMMENTS OF THE CONSORTIUM FOR COMMON FOOD NAMES
ON THE DRAFT *REGULATION TO AMEND MAINLY THE REGULATION*
RESPECTING THE LANGUAGE OF COMMERCE AND BUSINESS

PRESENTED TO JEAN-FRANÇOIS ROBERGE,
MINISTER OF THE FRENCH LANGUAGE

Consortium for Common Food Names
Shawna Morris (smorris@nmpf.org)
Tony Rice (trice@nmpf.org).
2107 Wilson Boulevard, Suite 600
Arlington, Virginia 22201

PRESENTATION OF THE CONSORTIUM FOR COMMON FOOD NAMES

The Consortium for Common Food Names (CCFN) is an independent, international alliance that represents the interest of consumers, farmers, food producers, and retailers worldwide. The goal of CCFN is to work with leaders in agriculture, trade and intellectual property rights to foster the adoption of model geographical indication guidelines throughout the world, all while protecting the right to use common food and beverage names that have become part of the public domain, including terms such as parmesan, feta, fontina, gorgonzola, brie, munster, havarti, mozzarella, cheddar, prosciutto, bologna, salami as well as noble, ruby and superior.

CCFN COMMENTS ON THE DRAFT REGULATION

CCFN welcomes the opportunity to comment on the draft regulation and understands the importance of adopting robust measures to protect French in the particular context faced by Québec.

CCFN agrees with Québec's decision not to abolish the exemption provided in sections 7(2), 13(2) and 25(2) of the *Regulation respecting the language of commerce and business*, which exempt "a name of origin, the denomination of an exotic product or foreign specialty" from translation requirements. However, CCFN believes that these exemptions could be clearer, and believes that the draft regulation is an appropriate opportunity to bring such clarification.

Indeed, if one considers the scope of the exemption as currently drafted, it is unclear if a Canadian producer of a food product, such as prosciutto, could use the common term "prosciutto" on packaging and advertising in that form. Indeed, "prosciutto" is a term that is recognized internationally to designate a certain type of ham. As this type of ham can be produced in Québec by local producers, it may not qualify under the exemption as currently drafted as it is not a "foreign" specialty when produced in Québec.

To remedy this ambiguity, CCFN encourages the Minister to consider replacing the formulation "a name of origin, the denomination of an exotic product or foreign specialty" in sections 7(2), 13(2) and 25(2) of the Regulation with a more inclusive and clearer formulation which allows the use of common or generic food and beverage names by any producer of such food or beverage regardless of their geographical location, such as: "a name of origin, a commonly used denomination of a product or specialty".

Similarly, CCFN notes the flexibility provided for in section 92 of the *Charter of the French Language* to use a language other than French "where international usage requires it". Many common or generic food and beverage names, such as those listed above, are used internationally to designate types of food and beverages, irrespective of location of manufacture, such that they have acquired the status of terms used pursuant to international usage by consumers of such products worldwide.

However, section 92 of the Charter is silent on what constitutes an "international usage", and the draft regulation is an opportunity to clarify the meaning of this term in this context. A provision could be inserted in the draft regulation specifying that "for the purpose of section 92 of the *Charter of the French Language*, international usage includes common or generic food and beverage names that are used to designate a type of food or beverage product, irrespective of the location of manufacture of such product, including in international standards such as the Codex

Alimentarius.” There are certainly other worthwhile additions that could be made to the list of what is included in the notion of “international usage”, but CCFN will leave it to other organizations to put these forward.



Le 21 février 2024

PAR MESSAGEUR

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

Objet : Commentaires sur le projet de *Règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires*
Publié dans la Gazette officielle du Québec, 10 janvier 2024, 156^e année, no 2

Monsieur le Ministre,

Nous vous remercions de l'opportunité de présenter nos commentaires suivant la publication du projet de *Règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires* (le « **projet de règlement** »).

Après étude du projet de règlement¹, nous vous soumettons les commentaires suivants :

1. Articles 2 et 12 : Modification du paragraphe 3(6) du *Règlement sur la langue du commerce et des affaires* (le « **règlement actuel** »), notamment par l'ajout de « ou est nécessaire à l'utilisation du produit » et suppression de la dernière phrase. Cette modification exige l'ajout d'une traduction en français de l'inscription gravée, cuite ou incrustée dans le produit, rivetée ou soudée sur celui-ci, ou y figure en relief, de façon permanente. Cette modification doit entrer en vigueur 15 jours suivant la publication du règlement final.

Selon l'Analyse d'impact, les coûts pour respecter cette nouvelle exigence sont inconnus et difficiles à mesurer. Or, après discussions avec des entreprises impactées par cette modification, les coûts seront non seulement extrêmement élevés, mais la façon de s'y conformer sera longue et complexe. En effet, la modification implique, à titre d'exemple pour le texte en relief, de

¹ Nous notons que le préambule du projet de règlement reprend les conclusions de l'Analyse d'impact réglementaire du 28 novembre 2023 (« **Analyse d'impact** »). Cette analyse affirme, entre autres, que les dispositions proposées n'introduisent pas de nouvelles formalités administratives et évalue à 10 nouvelles marques de commerce annuellement (au total, pour toutes les entreprises touchées). Or, comme les marques dans une autre langue que le français devront être enregistrées (art. 58.1 CLF) ou faire l'objet d'une demande d'enregistrement (art. 51.1 CLF et 27.4 du projet de règlement), ces dispositions imposent justement des nouvelles formalités administratives. De plus, le nombre de 10 marques de commerce annuellement pour l'ensemble des entreprises visées est clairement sous-estimé. Depuis l'adoption de la Loi 14, notre cabinet a déjà produit plus d'une centaine de demandes d'enregistrement de marques de commerce canadiennes pour nos clientes (québécoise, canadiennes ou internationales) afin qu'elles se conforment aux nouvelles exigences.

reconstruire les moules nécessaires pour les produits/emballages sur lesquels le texte apparaît en relief. Les emballages visés peuvent par ailleurs être fabriqués par des fournisseurs d'emballages qui ne font pas affaire au Québec et qui ne voudront pas changer leurs moules, forçant ainsi les entreprises visées à chercher un nouveau fournisseur, à coût égal. Par surcroît, la date d'entrée en vigueur de cette modification est irréaliste.

La solution du règlement actuel, nommément que « les inscriptions concernant la sécurité doivent être rédigées en français et apparaître sur le produit ou l'accompagner de façon permanente », nous paraissent un bon compromis. Plus précisément, tant les inscriptions concernant la sécurité que celles nécessaires à l'utilisation du produit pourraient apparaître autrement que gravées, cuites, incrustées dans le produit, rivetées ou soudées sur celui-ci, ou en relief. Elles pourraient plutôt apparaître sur le produit ou l'accompagner de façon permanente. Nous suggérons également de modifier la date d'entrée en vigueur afin de donner davantage de temps aux entreprises à se conformer à cette nouvelle exigence.

Modifications suggérées : remplacer le para. 2 de l'article 2 et modifier l'article 12 du projet de règlement de la façon suivante :

2. L'article 3 de ce règlement est modifié :

[...]

2° dans le paragraphe 6°, a) par l'insertion, après « sécurité », de « ou qui sont nécessaires à l'utilisation du produit, ».

b) par la suppression de la dernière phrase.

12. Le présent règlement entre en vigueur le 1er juin 2025, à l'exception des dispositions des articles 1, ~~2~~, 4 et 5 ainsi que celles de l'article 9, en ce qu'elles édictent les articles 27.1 et 27.5 de même que la sous-section II de la section IV.1, qui entrent en vigueur le quinzième jour qui suit la date de sa publication à la Gazette officielle du Québec.

2. Article 9 : nouvel article 27.1 « logiciel embarqué ». La signification de logiciel « embarqué » n'est pas claire. Même la Vitrine linguistique de l'OQLF n'offre pas de définition.

Modifications suggérées : définir le « logiciel embarqué ».

3. Article 9 : nouveaux articles 27.2, 2° et 27.3, 1°. Le second paragraphe du nouvel article 27.2 prévoit qu'aucun générique ou descriptif d'un produit compris dans une marque de commerce dans une autre langue que le français, en vertu de l'article 51.1 de la Charte de la langue française, ne doit l'emporter sur celui rédigé en français ou être accessible dans des conditions plus favorables. Le premier paragraphe de l'article 27.3 offre une définition de « descriptif ».

Au soutien de cette modification, vous avez publié l'exemple ci-dessous :

Marques de commerce sur les produits

Exemple de changements

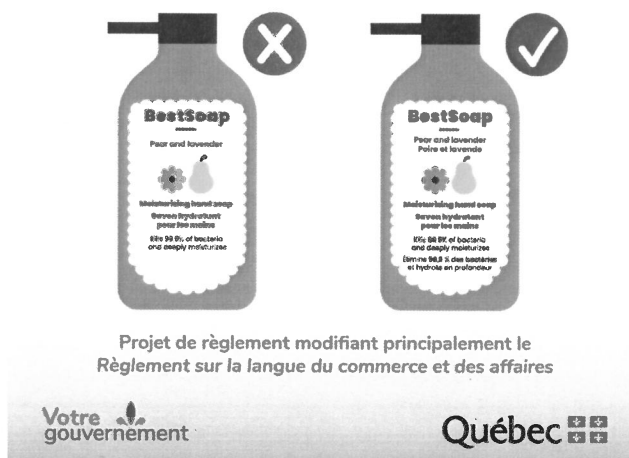


Figure 1

Cet exemple est cependant trompeur. En effet, il soutient davantage la règle actuelle de l'article 51 de la Charte de la langue française et de l'exception de marque de commerce du para. 7(4) du règlement actuel plutôt que les nouvelles exigences de l'article 51.1. La règle actuelle en vertu des articles 51 et 7(4) énonce que tout texte doit être en français, sous réserve de l'exception de la marque de commerce reconnue. L'étiquette à droite représente bien cette règle.

Lors du l'étude du projet de Loi 96, le ministre de la Justice a justifié l'ajout de l'article 51.1 pour contrer la pratique d'entreprises d'enregistrer des étiquettes au complet comme marque de commerce afin de de soustraire aux exigences de l'article 51. Il s'exprime ainsi, dans un échange avec la députée Hélène David :

M. Jolin-Barrette : [...] Mais, de plus en plus, il y a des produits qui sont vendus où il n'y a pas juste le nom de la marque de commerce qui est couvert, il y a également le descriptif, O.K. Donc, la marque de commerce, quand qu'il l'enregistre, il enregistre le nom de la marque de commerce mais tout avec le descriptif.

Je donne un exemple, du savon, du savon pour la main, là, vous allez à la pharmacie où vous allez acheter du savon, du savon pour les mains, là, du savon liquide pour les mains : « Softsoap Brand, Lavender and Shea Butter, washes away bacteria, deeply moisturize to hydrate skin, refill 50 ounces, 1.56 QT, 1.47 liters, refill over 673 ounces, use 48 less plastic per ounces, 7.5 ounces pumps. »

[...] Dans le fond, la marque de commerce, elle est enregistrée. Tu sais, le nom du savon, c'est Softsoap Brand, O.K., le nom, là, c'est ça, là, comme vous voyez ici. Mais, par contre, tout le reste qui est sur la bouteille a été inséré dans la marque de commerce. Donc... Puis, dans le fond, ça, c'est du descriptif. Le nom, là, l'identification du nom, c'est Softsoap. Mais, par contre,

ce qui arrive maintenant avec la Loi sur les marques de commerce, c'est qu'ils viennent, oui, enregistrer le nom, mais ils viennent également enregistrer tout le descriptif. Donc, le consommateur québécois, quand qu'il se retrouve à acheter, sur les tablettes, ça, bien, la marque de commerce prévoit ça. L'article 51.1, qu'on vient insérer, on dit : Écoutez, c'est correct, vous avez enregistré votre marque de commerce avec tout ça, sauf qu'on veut qu'il y ait un descriptif en français aussi. Et là, actuellement, ça faisait en sorte qu'il n'y avait pas de descriptif en français...

Mme David : ...autre côté de la bouteille en français?

M. Jolin-Barrette : Bien, c'est ce qu'on vient rajouter pour imposer...

Mme David : Mais, en ce moment, il n'y en a pas?

M. Jolin-Barrette : Mais pas nécessairement parce que ça rentre dans la marque de commerce.

Mme David : Mais ça, ils disent quoi, les compagnies que vous avez consultées, là, ou les... Je ne sais pas. C'est une révolution dans le monde des marques de commerce?

M. Jolin-Barrette : Non, mais c'est parce que les entreprises font ça pour contourner les règles d'étiquetage...

Mme David : Donc, la marque de commerce, ce n'est plus juste Walmart, Costco, mais il peut y avoir un paragraphe complet en dessous inclus dans la marque.

M. Jolin-Barrette : Exactement. Et ça, ça fait en sorte de contourner l'esprit de la loi, et c'est ça qu'on vient corriger. On vient dire : Bien, écoutez, si vous mettez le descriptif dans la marque de commerce en anglais d'une façon générique, sachez que, malgré le fait que vous l'avez enregistré en vertu de la marque de commerce, là, le descriptif en anglais avec la marque de commerce, n'oubliez pas que vous allez devoir mettre un descriptif en français aussi.

Journal des débats de la Commission de la culture et de l'éducation, Le jeudi 17 février 2022 - Vol. 46 N° 16. Étude détaillée du projet de loi n° 96, Loi sur la langue officielle et commune du Québec, le français

L'étiquette à laquelle référait le Ministre semble être la suivante – laquelle est en effet une marque déposée, No. d'enregistrement LMC1148023 :



Figure 2

Or, si dans l'exemple à la Figure 1 ci-dessus l'étiquette de gauche au complet est une marque de commerce, alors la modification proposée à droite serait vraisemblablement *ultra vires* des pouvoirs du Québec, car elle viendrait interférer avec le droit des marques de commerce, de compétence fédérale. En effet, on voit clairement que la marque de commerce de gauche est altérée dans l'étiquette de droite

Par ailleurs, telles que rédigées, les dispositions des paragraphes 27.2, 2^e et 27.3 1^e sont beaucoup trop englobantes. En fait, même l'exemple à la Figure 1 ne résisterait pas à la lecture de ces dispositions, plus particulièrement le para. 27.3 1^e car BEST pourrait être considéré comme étant un descriptif du produit et SOAP en est le générique. Comme votre exemple le fait constater, il est commun que des marques de commerce contiennent des mots descriptifs ou générique du produit. Il est donc impératif que les dispositions des articles 27.2 et 27.3 soient modifiées pour préserver l'esprit de la modification proposée par le ministre de la Justice. Plus précisément, il faudrait modifier le libellé du Projet de règlement pour ne viser que les marques de commerce qui consistent essentiellement en des étiquettes au complet.

Modifications suggérées : modifier l'article 27.3 inséré par l'article 9 du projet de règlement afin qu'il vise explicitement et exclusivement les marques de commerce qui consistent en des étiquettes, par exemple en ajoutant une précision à cet effet :

27.3. 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° la marque de commerce comprenant un générique ou un descriptif du produit est une marque de commerce déposée ou en cours d'enregistrement qui consiste essentiellement à la représentation en deux dimensions d'une étiquette apposée sur un produit.

4. Article 9 et nouvel article 27.7. Cet article importe dans le projet de règlement le principe de la nette prédominance du français dans l'affichage public du *Règlement précisant la portée de l'expression « de façon nettement prédominante » pour l'application de la Charte de la langue française.*

Or, nous notons l'omission de « publicité commerciale » dans le titre de la section III du projet de règlement et dans le libellé de l'article 27.7. Cette omission rend incertaine l'application du principe de la nette prédominance du français à la publicité commerciale.

Modifications suggérées : ajouter « et la publicité commerciale » au titre de la Section III et dans le premier alinéa de l'article 27.7.

5. Article 9 et nouvel article 27.9. L'article 27.9 énonce le critère à respecter pour respecter l'exigence de l'impact visuel beaucoup plus important.

L'Analyse d'impact réfère à « la souplesse du nouveau règlement ». Or, cet article semble plutôt

moins souple que les dispositions actuelles du *Règlement précisant la portée de l'expression « de façon nettement prédominante » pour l'application de la Charte de la langue française*. Ce dernier prévoit divers scénarios à ses articles 2 à 4, lesquels énoncent des présomptions du respect de l'exigence d'impact visuel beaucoup plus important. Ces scénarios ne sont pas exhaustifs, laissant la souplesse de trouver d'autres situations acceptables. Or, le nouvel article 27.9 n'énonce plus de présomption, mais plutôt une exigence définitive : le français doit être au moins deux fois plus grand et sa lisibilité et visibilité permanente doivent être au moins équivalentes à celles dans l'autre langue que le français.

Cela dit, l'affichage public et la publicité commerciale se fait de différente façon, dont certaines ne semblent pas avoir été prises en compte par le projet de règlement. Par exemple, il existe un type d'affichage dit dynamique, où, sur un écran, le français et l'autre langue peuvent alterner. La durée d'affichage du français pourrait être deux fois plus longue que celle dans l'autre langue afin d'être nettement prédominante. Ce type d'affichage ne semble plus possible en vertu de l'article 27.9.

Nous croyons que les nouvelles dispositions énonçant le critère de la nette prédominance du français devraient être revues afin de prévoir plus de flexibilité, par exemple, en indiquant que le critère énoncé n'est pas exhaustif et qu'il s'agit d'une présomption et non d'une exigence.

Modifications suggérées : modifier l'article 27.9 de la façon suivante :

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

1° il 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.

Le critère énoncé au premier paragraphe n'est pas exhaustif et doit s'adapter selon la technologie d'affichage public et de publicité commerciale utilisée.

6. Dispositions manquantes du projet de règlement.

Nous notons l'article 27.4 du projet de règlement offre la flexibilité d'assimiler à une marque de commerce déposée sur un produit une marque qui est en cours d'enregistrement. De même, l'article 10 du projet de règlement prévoit une période additionnelle de 2 ans pour écouler des produits non conformes au 1^{er} juin 2025.

Or, le projet de règlement d'offre pas une telle flexibilité aux marques de commerce dans l'affichage public et la publicité commerciale. Nous croyons qu'il serait logique d'offrir cette flexibilité. En effet, obtenir une marque de commerce déposée au Canada prend plusieurs années. On peut devoir attendre jusqu'à près de cinq années avant qu'une demande ne soit examinée par le Bureau des marques de commerce du Canada (qui relève d'un autre ordre de gouvernement). Les entreprises ne pourraient donc employer leurs marques de commerce exclusivement dans une autre langue que le français dans toute publicité commerciale au Québec tant qu'elles n'auront pas encore franchis toutes les étapes du processus administratif

d'enregistrement.

Par exemple, obliger les entreprises à détenir une marque déposée pour l'employer exclusivement dans une autre langue que le français sur une affiche, même en magasin, alors que cette marque peut être employée exclusivement dans une autre langue sur le produit, des lors qu'elle fait l'objet d'une demande d'enregistrement, pourrait mener à des situations intenable car l'entreprise pourra vendre son produit en liaison avec sa marque chez un détaillant, mais ne pourra le publiciser sur une affiche chez le même détaillant.

De plus, tout comme les entreprises bénéficiaient d'un délai de grâce de trois années (jusqu'en 2019) pour leur permettre de modifier leur affichage visible depuis l'extérieur pour y ajouter une présence suffisante du français, leur accorder une période additionnelle serait juste. La version finale du règlement n'est pas encore connue, et les modifications exigées sont complexes et coûteuses. Accorder une période additionnelle aux affiches existantes pour permettre aux entreprises de s'y adapter serait juste.

Modifications suggérées : ajout d'un nouvel article 27.11 et modification de l'article 12 pour prévoir une date d'entrée en vigueur plus tardive pour l'affichage public visible depuis l'extérieur d'un commerce existant, inspiré du *Règlement modifiant le Règlement sur la langue du commerce et des affaires* publié dans la Gazette officielle du Québec, 9 novembre 2016, 148^e année, no 45, par exemple :

27.11. Pour l'application de l'article 58.1 de la Charte de la langue française (chapitre C-11), tel qu'édicte par l'article 48 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).

12. Le présent règlement entre en vigueur le 1^{er} juin 2025, à l'exception des dispositions des articles 1, ~~2~~, 4 et 5 ainsi que celles de l'article 9, en ce qu'elles édictent les articles 27.1 et 27.5 de même que la sous-section II de la section IV.1, qui entrent en vigueur le quinzième jour qui suit la date de sa publication à la Gazette officielle du Québec.

Tout affichage public visible depuis l'extérieur d'un local existant à la date d'entrée en vigueur des article 27.7 à 27.11 du règlement doit, au plus tard trois ans après cette date, être rendu conforme à ses dispositions.

Le délai de trois ans prévu au second alinéa trouve aussi application dans les situations suivantes, dont la démonstration incombe à la personne qui souhaite en tirer avantage :

1° la même marque de commerce fait déjà l'objet d'un affichage ailleurs au Québec, dans le cadre d'un système de franchise ou autrement;

2° la nouvelle installation ou le remplacement de l'affichage visé a fait l'objet, dans les six mois précédant la date de la publication du règlement à la Gazette officielle du Québec, de la délivrance ou d'une demande d'un permis municipal ou d'une

autre forme d'autorisation gouvernementale.

Bien que nous comprenions que l'OQLF pourrait être souple dans son approche pour faire respecter les nouvelles dispositions prévues au projet de règlement, nous désirons rappeler qu'il existe maintenant dans la Charte de la langue française des dispositions permettant des recours personnels. C'est pourquoi il est important de clarifier et/ou d'alléger les dispositions du projet de règlement plutôt que de se fier sur une possible souplesse de l'OQLF.

Nous espérons que vous tiendrez compte de ces suggestions et vous invitons à communiquer avec le soussigné pour toute question.

Dans l'attente, nous vous prions d'agréer, Monsieur le Ministre, l'expression de nos salutations distinguées.

BERESKIN & PARR LLP/S.E.N.C.R.L., s.r.l.



François Larose



Pour mieux réussir
son marketing

Patrick Hotte, vice-président, Québec
Association canadienne des annonceurs
438.407.2896, photte@acaweb.ca

21 février 2024

PAR MESSAGEUR

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

**Objet : Commentaires sur le projet de Règlement modifiant principalement le
Règlement sur la langue du commerce et des affaires
Publié dans la Gazette officielle du Québec, 10 janvier 2024, 156^e année, no 2**

Monsieur le Ministre,

L'Association canadienne des annonceurs (« ACA ») apprécie l'opportunité de présenter nos commentaires suivant la publication du projet de *Règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires* (le « **projet de règlement** »).

À propos de l'ACA

L'ACA, fondée en 1914, est le seul organisme au pays exclusivement voué à la défense des intérêts des entreprises qui font la publicité des biens, produits et services qu'ils commercialisent et vendent au Canada (« **Annonces** »). Les membres de l'ACA comptent plus de 300 entreprises et filiales au Canada, dont près du tiers ont leur siège social au Québec et dont plusieurs font partie des fleurons québécois. La très grande majorité des membres de l'ACA font des investissements publicitaires au Québec. Pour l'ensemble, le consommateur est au centre de toutes préoccupations et il va de soi que sa culture et ses valeurs soient respectées dans nos communications.

Nous reconnaissons la responsabilité du gouvernement du Québec de protéger le statut de la langue française au Québec. L'ACA respecte et soutient les efforts législatifs déployés depuis plusieurs décennies au Québec, notamment l'adoption et l'amélioration de la Charte de la langue française. Grâce à ses dispositions sur la langue du commerce et des affaires, la Charte de la langue française encourage la promotion et la protection de la langue française au Québec sur la place publique, notamment grâce à ses dispositions sur l'affichage public et la publicité commerciale de son article 58 qui doivent se faire d'une manière qui assure la prédominance du français. Cette disposition sert à assurer que la réalité de la société québécoise se reflète dans son visage linguistique, comme les tribunaux l'ont déjà reconnu.

Nous avons étudié le projet de règlement et nous vous soumettons nos commentaires dans l'intérêt du commerce et des consommateurs au Québec.

Commentaires et préoccupations de l'ACA à la suite de l'étude du projet de règlement :

1. Analyse d'impact :

Le préambule du projet de règlement reprend les conclusions de l'Analyse d'impact réglementaire du 28 novembre 2023 (« **Analyse d'impact** »), notamment en affirmant que les dispositions proposées (i) n'introduisent pas de nouvelles formalités administratives et (ii) estime des coûts directs pour se conformer aux nouvelles dispositions à entre 7 et 15 millions de dollars. L'Analyse d'impact évalue aussi à 10 nouvelles marques de commerce annuellement au coût unitaire de 100 000 \$ (au total, pour toutes les entreprises touchées). En outre, (iii) l'Analyse d'impact indique que des entreprises non québécoises pourraient décider de se retirer du marché québécois, lequel retrait pourrait être compensé par des entreprises québécoises.

Respectueusement, nous croyons que les conclusions de l'analyse d'impact réglementaire du 28 novembre 2023 repris dans le préambule du projet de règlement sont incomplètes et erronées.

Par exemples :

(i) Formalités administratives et une partie des coûts qui y sont directement attribués: en vertu de la Loi 14, afin de pouvoir employer une marque de commerce dans une autre langue que le français sur des produits (art. 51.1) et dans l'affichage public visible depuis l'extérieur d'un local (art. 58.1), la marque devra être « déposée au sens de la *Loi sur les marques de commerce* (L.R.C. 1985, c. T-13) ». Cette exigence est modifiée par l'article 9 du projet de règlement, insérant l'article 27.4 dans lequel on assimile à une marque déposée la marque en cours d'enregistrement. Que l'exigence soit que la marque soit enregistrée ou en cours d'enregistrement, elle implique que l'entreprise doive faire une demande d'enregistrement de marque de commerce auprès du Bureau des marques de commerce de l'Office de la propriété intellectuelle du Canada. Cette demande est essentiellement une formalité administrative, même si cela ne devrait pas être le cas. Ce type de formalité, engendre des coûts externes, frais d'agences et d'avocats pour l'annonceur en plus de solliciter plusieurs ressources internes. Bien que l'ACA compte parmi ses membres les plus grands annonceurs au pays, il ne s'agit tout de même que d'un échantillon. Le nombre de marques de commerces faisant face à ces coûts additionnels est d'autant plus élevés parmi les petites et moyennes entreprises. Or, le nombre de 10 marques de commerce annuellement pour l'ensemble des entreprises visées est clairement sous-estimé.

De plus, une demande d'enregistrement de marque de commerce coûte au minimum 458\$ (frais du Bureau des marques de commerce), pour une demande ne visant qu'une seule classe de produits ou services. Chaque classe supplémentaire coûte 139\$ de plus. À ces frais, il faut ajouter les honoraires de l'agent de marques de commerce qui représente l'entreprise, puisque l'essentiel des entreprises sont représentées par un agent. Ces honoraires peuvent s'élever à plusieurs centaines, voire quelques milliers de dollars, et ce, par marque. De plus, comme le nouvel article

58.1 de la Charte de la langue française exige que les marques soient déposées, il faut ajouter les honoraires des agents de marque pour répondre à toute objection émise par le Bureau des marques de commerce ou toute opposition de tiers, lesquelles peuvent coûter des milliers, voire des dizaines de milliers de dollars. Le chiffre de 100 000 \$ par marque avancé dans l'Analyse d'impact, pour la « traduction, impression, conception des étiquettes », semble en plus des frais de dépôt des demandes. Ne pas avoir tenu compte des frais de dépôt des marques constitue une lacune sérieuse de l'Analyse d'impact.

(ii) *Coûts liés à la période de transition non pris en compte dans l'Analyse d'impact.* **Un facteur important dans le coût de mise en œuvre des changements réglementaires pour une entreprise est le coût de la période de transition.** Plus la **période de transition** est longue, plus elle **permet aux entreprises d'inclure ce type de changements dans le développement de produits** ainsi que d'apporter les modifications nécessaires en matière de contenu publicitaire et de matériel social. Or, la période allouée actuellement dans le projet de règlement n'engendrerait non seulement des coûts supplémentaires excessifs mais cette pression additionnelle pourrait tout simplement éliminer un bon nombre de marques du marché du Québec ou engendrer des pertes et un gaspillage inutile.

En 2016, Santé Canada a mené une analyse coûts-avantages qui a révélé qu'une **période de transition de cinq ans (60 mois)** était une **durée appropriée** pour permettre aux entreprises de mettre en conformité les étiquettes des aliments de manière rentable et de réduire le gaspillage alimentaire. En conséquence, Santé Canada et l'ACIA ont coordonné les changements concernant l'étiquetage des aliments supplémentés, le devant de l'emballage et le tableau de la valeur nutritive et ont confirmé qu'ils accorderaient à l'industrie une période de transition de 3,5 ans pour permettre aux entreprises d'apporter toutes les modifications requises à l'étiquette des produits liées à la réglementation pour une date de conformité synchronisée du **1er janvier 2026**.

(iii) *Remplacement des entreprises non québécoises par des entreprises québécoises :* Nous voulons souligner une crainte que cette affirmation vienne hanter le gouvernement du Québec lors d'une éventuelle plainte contre le Canada en vertu des ententes de libre-échange et de commerce international. Cela dit, d'un point de vue commerciale, nous sommes d'avis que le départ d'entreprises « non québécoises », n'est pas plus souhaitable que le remplacement de ces entreprises par des entreprises québécoises n'est réaliste à si court terme. On ne sait pas si des entreprises d'ici sont prêtes pour prendre le relai ou si les entreprises qui quitteront détiennent des droits de propriété intellectuelle empêchant des tiers de commercialiser des produits de remplacement. Et si elles y sont prêtes, des investissements importants doivent être faits pour que l'entreprise prenne cette place.

Cette affirmation ne tient malheureusement pas compte de la partie la plus importante dans cette démarche c'est-à-dire, le consommateur québécois. Une réglementation trop sévère et/ou trop floue peut effectivement avoir comme effet que des entreprises non québécoises quittent notre marché ou du moins qu'elles y retirent certains produits et fort possiblement, qu'elles n'y introduisent pas leurs nouveaux produits. Ceci aura rapidement comme effet de réduire le choix du consommateur, de réduire la concurrence, le volume et par le fait même d'augmenter le prix à payer. Ce qui est d'autant plus malheureux dans le contexte économique actuel. Il ne faut pas non plus sous-estimer les emplois créés par ces marques.

Modification suggérée : Nous invitons le Ministère à continuer de développer son analyse d'impact du règlement afin d'avoir un portrait réel des répercussions et surtout, d'allouer un temps raisonnable pour apporter les changements exigés ainsi qu'une clarté dans la réglementation.

2. Articles 2 et 12 :

Modification du paragraphe 3(6) du *Règlement sur la langue du commerce et des affaires* (le « règlement actuel »), notamment par l'ajout de « ou est nécessaire à l'utilisation du produit » et suppression de la dernière phrase. Cette modification exige l'ajout d'une traduction en français de l'inscription gravée, cuite ou incrustée dans le produit, rivetée ou soudée sur celui-ci, ou y figure en relief, de façon permanente. Cette modification doit entrer en vigueur 15 jours suivant la publication du règlement final.

Selon l'Analyse d'impact, les coûts pour respecter cette nouvelle exigence sont inconnus et difficiles à mesurer. Or, selon des entreprises impactées par cette modification, les coûts seront non seulement extrêmement élevés, mais la façon de s'y conformer sera longue et complexe. À titre d'exemple, la modification de texte en relief pour les produits/emballages exige la reconstruction des moules nécessaires pour les produits/emballages sur lesquels le texte apparaît en relief. Ces moules peuvent parfois servir pour divers clients et être fabriqués pour la distribution de produits distribués dans le monde entier. Les emballages visés peuvent par ailleurs être fabriqués par des fournisseurs ou parfois même un fournisseur unique d'emballages qui ne font pas affaire au Québec et qui ne voudront pas changer leurs moules, forçant ainsi les entreprises visées à chercher un nouveau fournisseur, à coût égal. Ces actions complexes et onéreuses sont également hautement perturbantes et risquées pour la chaîne d'approvisionnement. Ces démarches ne peuvent débuter qu'une fois la réglementation claire et publiée officiellement. Par surcroît, la date d'entrée en vigueur de cette modification est irréaliste.

Pour le moment, le gouvernement du Québec a noté que pour le projet de loi 96, la date actuelle de mise en conformité pour la majorité des exigences réglementaires est le 1er juin 2025. Bien que nous apprécions le délai du gouvernement du Québec, le délai de mise en œuvre de 1 an n'est toujours pas assez longtemps pour un changement aussi important. Apporter ces changements importants aux étiquettes, aux emballages, aux événements, aux sites Web et à la publicité a un impact commercial important et constitue un processus très long pour nos membres. Cela implique un examen approfondi et une clarté des directives gouvernementales finalisées, des travaux de conception d'échantillons et de nombreuses approbations internes, une planification logistique et une production/création de matériaux.

La solution du règlement actuel, nommément que « les inscriptions concernant la sécurité doivent être rédigées en français et apparaître sur le produit ou l'accompagner de façon permanente », nous paraissent un bon compromis. Plus précisément, tant les inscriptions concernant la sécurité que celles nécessaires à l'utilisation du produit pourraient apparaître autrement que gravées, cuites, incrustées dans le produit, rivetées ou soudées sur celui-ci, ou en relief. Elles pourraient plutôt apparaître sur le produit ou l'accompagner de façon permanente. Nous suggérons également de modifier la date d'entrée en vigueur afin de donner davantage de temps aux entreprises à se conformer à cette nouvelle exigence.

Compte tenu des facteurs ci-dessus et des nombreux changements et initiatives réglementaires en cours aux niveaux fédéral et provincial, on craint un dédoublement et des coûts inutiles pour les opérations commerciales.

À ce titre, nous demandons au gouvernement du Québec d'harmoniser son calendrier de conformité et de mise en œuvre avec celui de Coordination de l'étiquetage des aliments de Santé Canada et de l'ACIA : Énoncé de politique conjoint et de l'établir avec le délai de conformité actuel du 1er janvier 2026 afin de réduire les coûts et les travaux supplémentaires redondants pour entreprises qui opèrent au Québec.

Nos membres souhaitent se conformer aux exigences réglementaires du projet de loi 96, mais un délai supplémentaire est nécessaire pour apporter ces changements.

Modifications suggérées : remplacer le para. 2 de l'article 2 et modifier l'article 12 du projet de règlement de la façon suivante :

2. L'article 3 de ce règlement est modifié :

[...]

2° dans le paragraphe 6°, a) par l'insertion, après « sécurité », de « ou qui sont nécessaires à l'utilisation du produit, ».

b) par la suppression de la dernière phrase.

12. Le présent règlement entre en vigueur le 1er janvier 2026, à l'exception des dispositions des articles 1, 2, 4 et 5 ainsi que celles de l'article 9, en ce qu'elles édictent les articles 27.1 et 27.5 de même que la sous-section II de la section IV.1, qui entrent en vigueur le quinzième jour qui suit la date de sa publication à la Gazette officielle du Québec.

3. **Article 9 : nouvel article 27.1 « logiciel embarqué ».** La signification de logiciel « embarqué » n'est pas claire. La Vitrine linguistique de l'OQLF n'offre pas non plus, de définition.

Modifications suggérées : définir le « logiciel embarqué ».

4. **Article 9 : nouveaux articles 27.2, 2° et 27.3, 1°.** Le second paragraphe du nouvel article 27.2 prévoit qu'aucun générique ou descriptif d'un produit compris dans une marque de commerce dans une autre langue que le français, en vertu de l'article 51.1 de la Charte de la langue française, ne doit l'emporter sur celui rédigé en français ou être accessible dans des conditions plus favorables. Le premier paragraphe de l'article 27.3 offre une définition de « descriptif ».

Or, lors du l'étude du projet de Loi 96, le ministre de la Justice a justifié l'ajout de l'article 51.1 pour contrer la pratique d'entreprises d'enregistrer des étiquettes au complet comme marque de commerce afin de de soustraire aux exigences de l'article 51.

Telles que rédigées, les dispositions des paragraphes 27.2, 2^e et 27.3 1^e sont beaucoup trop englobantes. Les dispositions des articles 27.2 et 27.3 devraient être modifiées pour préserver l'esprit de la modification proposée par le ministre de la Justice. Plus précisément, il faudrait modifier le libellé du Projet de règlement pour ne viser que les marques de commerce qui consistent essentiellement en des étiquettes au complet.

Modifications suggérées : modifier l'article 27.3 inséré par l'article 9 du projet de règlement afin qu'il vise explicitement et exclusivement les marques de commerce qui consistent en des étiquettes, par exemple en ajoutant une précision à cet effet :

27.3. 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° la marque de commerce comprenant un générique ou un descriptif du produit est une marque de commerce déposée ou en cours d'enregistrement qui consiste essentiellement à la représentation en deux dimensions d'une étiquette apposée sur un produit.

5. Article 9 et nouvel article 27.7. Cet article importe dans le projet de règlement le principe de la nette prédominance du français dans l'affichage public du *Règlement précisant la portée de l'expression « de façon nettement prédominante » pour l'application de la Charte de la langue française.*

Or, nous notons l'omission de « publicité commerciale » dans le titre de la section III du projet de règlement et dans le libellé de l'article 27.7. Cette omission rend incertaine l'application du principe de la nette prédominance du français à la publicité commerciale.

Modifications suggérées : ajouter « et la publicité commerciale » au titre de la Section III et dans le premier alinéa de l'article 27.7.

6. Article 9 et nouvel article 27.9. L'article 27.9 énonce le critère à respecter pour respecter l'exigence de l'impact visuel beaucoup plus important.

L'Analyse d'impact réfère à « la souplesse du nouveau règlement ». Or, cet article semble plutôt moins souple que les dispositions actuelles du *Règlement précisant la portée de l'expression « de façon nettement prédominante » pour l'application de la Charte de la langue française.* Ce dernier prévoit divers scénarios à ses articles 2 à 4, lesquels énoncent des présomptions du respect de l'exigence d'impact visuel beaucoup plus important. Ces scénarios ne sont pas exhaustifs, laissant la souplesse de trouver d'autres situations acceptables. Or, le nouvel article 27.9 n'énonce plus de présomption, mais plutôt une exigence définitive : le français doit être au moins deux fois plus grand et sa lisibilité et visibilité permanente doivent être au moins équivalentes à celles dans l'autre langue que le français.

La façon dont est disposé visuellement le nom d'une marque, sa proportion par rapport à d'autres éléments, la présence ou l'absence d'autres éléments font partie de la valeur de la marque, de sa personnalité et de son ensemble évoqué. L'exigence définitive d'ajouter des éléments selon des proportions définitives viennent tout simplement changer la marque, sa valeur et son pouvoir de reconnaissance envers les consommateurs. De plus, l'ajout d'éléments sur une façade peuvent également enfreindre à des lois municipales ou tout simplement rendre un environnement trop encombré. Au lieu de participer à l'objectif de célébrer la langue francophone, l'ajout d'éléments et les disproportions pourraient en fait rendre l'expérience négative et avoir l'effet contraire à celui espérer pour l'expérience culturelle.

Nous croyons que les nouvelles dispositions énonçant le critère de la nette prédominance du français devraient être revues afin de prévoir plus de flexibilité, par exemple, en indiquant que le critère énoncé n'est pas exhaustif et qu'il s'agit d'une présomption et non d'une exigence. Prendre exemple sur le processus d'affichage de certaines municipalités qui demandent une certaine conformité tout en respectant la marque en encourageant le dialogue et l'intégration de de principes visuels harmonisés serait une méthode permettant de trouver des solutions plus favorables à l'objectif commun de respecter la langue et la culture québécoise.

Modifications suggérées : modifier l'article 27.9 de la façon suivante :

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

1° il 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.

Le critère énoncé au premier paragraphe n'est pas exhaustif et doit s'adapter selon la technologie d'affichage public et de publicité commerciale utilisée ainsi qu'à son environnement.

7. Dispositions manquantes du projet de règlement.

Nous notons que l'article 27.4 du projet de règlement offre la flexibilité d'assimiler à une marque de commerce déposée sur un produit une marque qui est en cours d'enregistrement. De même, l'article 10 du projet de règlement prévoit une période additionnelle de 2 ans pour écouler des produits non conformes au 1^{er} juin 2025.

Or, le projet de règlement n'offre pas une telle flexibilité aux marques de commerce dans l'affichage public et la publicité commerciale. Nous croyons qu'il serait logique d'offrir cette flexibilité. En effet, obtenir une marque de commerce déposée au Canada prend plusieurs années. On peut devoir attendre jusqu'à près de cinq années avant qu'une demande ne soit examinée par le Bureau des marques de commerce du Canada (qui relève d'un autre ordre de gouvernement). Les entreprises ne pourraient donc employer leurs marques de commerce

exclusivement dans une autre langue que le français dans toute publicité commerciale au Québec tant qu'elles n'auront pas encore franchi toutes les étapes du processus administratif d'enregistrement.

Par exemple, obliger les entreprises à détenir une marque déposée pour l'employer exclusivement dans une autre langue que le français sur une affiche, même en magasin, alors que cette marque peut être employée exclusivement dans une autre langue sur le produit, dès lors qu'elle fait l'objet d'une demande d'enregistrement, pourrait mener à des situations intenable, car l'entreprise pourra vendre son produit en liaison avec sa marque chez un détaillant, mais ne pourra le publiciser sur une affiche chez le même détaillant.

De plus, tout comme les entreprises bénéficiaient d'un délai de grâce de trois années (jusqu'en 2019) pour leur permettre de modifier leur affichage visible depuis l'extérieur pour y ajouter une présence suffisante du français, leur accorder une période additionnelle serait juste. La version finale du règlement n'est pas encore connue, et les modifications exigées sont complexes et coûteuses. Accorder une période additionnelle aux affiches existantes pour permettre aux entreprises de s'y adapter serait juste.

Modifications suggérées : ajout d'un nouvel article 27.11 et modification de l'article 12 pour prévoir une date d'entrée en vigueur plus tardive pour l'affichage public visible depuis l'extérieur d'un commerce existant, inspiré du *Règlement modifiant le Règlement sur la langue du commerce et des affaires* publié dans la Gazette officielle du Québec, 9 novembre 2016, 148e année, no 45, par exemple :

27.11. Pour l'application de l'article 58.1 de la Charte de la langue française (chapitre C-11), tel qu'édicte par l'article 48 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).

12. Le présent règlement entre en vigueur le **1er janvier 2026**, à l'exception des dispositions des articles 1, ~~2~~, 4 et 5 ainsi que celles de l'article 9, en ce qu'elles édictent les articles 27.1 et 27.5 de même que la sous-section II de la section IV.1, qui entrent en vigueur le quinzième jour qui suit la date de sa publication à la Gazette officielle du Québec.

Tout affichage public visible depuis l'extérieur d'un local existant à la date d'entrée en vigueur des article 27.7 à 27.11 du règlement doit, au plus tard trois ans après cette date, être rendu conforme à ses dispositions.

Le délai de trois ans prévu au second alinéa trouve aussi son application dans les situations suivantes, dont la démonstration incombe à la personne qui souhaite en tirer avantage :

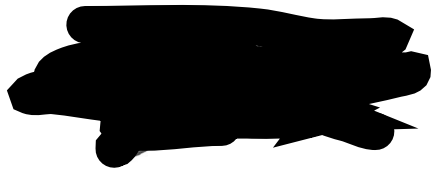
1° la même marque de commerce fait déjà l'objet d'un affichage ailleurs au Québec, dans le cadre d'un système de franchise ou autrement;

2° la nouvelle installation ou le remplacement de l'affichage visé a fait l'objet, dans les six mois précédant la date de la publication du règlement à la Gazette officielle du Québec, de la délivrance ou d'une demande d'un permis municipal ou d'une autre forme d'autorisation gouvernementale.

Nous apprécions que l'OQLF sera souple dans son approche pour faire respecter les nouvelles dispositions prévues au projet de règlement. Cependant, nous devons souligner qu'il existe maintenant dans la Charte de la langue française des dispositions permettant des recours personnels qui pourraient s'avérer très coûteuses, à la fois monétairement et pour la réputation d'une marque. C'est pourquoi il est important de clarifier et/ou d'alléger les dispositions du projet de règlement plutôt que de se fier sur une possible souplesse de l'OQLF.

Encore une fois merci pour l'opportunité de partager nos commentaires. Nous espérons qu'ils sont constructifs et que vous en tiendrez compte. Nous vous invitons à communiquer avec le soussigné pour toute question.

Dans l'attente, nous vous prions d'agréer, Monsieur le Ministre, l'expression de nos salutations distinguées.



Patrick Hotte
Vice-président, Québec
Association canadienne des annonceurs

COMMENTAIRES DU CPQ

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

Février 2024



PROSPÉRER ENSEMBLE

cpq.qc.ca

Table des matières

Introduction.....	3
I- Commentaires généraux.....	4
II- Commentaires spécifiques.....	6
1) Inscriptions sur les produits	6
2) Marques de commerce – identification sur les produits	8
3) Contrats d'adhésion	10
4) Autres considérations	10
Conclusion	14

Introduction

Le Conseil du patronat du Québec (le CPQ) a pour mission de s'assurer que les entreprises disposent au Québec des meilleures conditions possibles afin de prospérer de façon durable dans un contexte de concurrence mondiale.

Point de convergence de la solidarité patronale, il constitue, par son leadership, une référence incontournable dans ses domaines d'intervention et exerce, de manière constructive, une influence considérable visant une société plus prospère au sein de laquelle l'entrepreneuriat, la productivité, la création de richesse et le développement durable sont les conditions nécessaires à l'accroissement du niveau de vie de l'ensemble de la population.

Les entreprises du Québec peuvent compter sur la participation active du CPQ partout où s'élaborent les politiques susceptibles de les affecter, tant au palier municipal, provincial que fédéral. Le CPQ intervient également sur de nombreuses tribunes pour faire entendre la voix des entreprises du Québec et faire reconnaître leur contribution à l'amélioration du niveau et de la qualité de vie des citoyens.

C'est d'ailleurs à titre de représentant des entreprises et des employeurs du Québec que le CPQ désire formuler des commentaires sur le projet de *Règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires* (« le projet de règlement ») qui vise notamment, à *actualiser le libellé de certaines dispositions, préciser certains cas dans lesquels une inscription sur un produit peut être rédigée uniquement dans une autre langue que le français, prévoir les règles applicables en matière d'affichage public des marques de commerce et des noms d'entreprise, et aussi, prévoir des dispositions de mise en œuvre de la Charte de la langue française*¹.

Le CPQ désire par ailleurs, remercier le ministère de l'opportunité qui est offerte d'émettre des commentaires et de la considération qui sera accordée à ceux-ci.

Nous tenons à rassurer le ministère que les commentaires et recommandations du CPQ sont émis dans le contexte où il reconnaît toute l'importance de promouvoir et de renforcer l'usage du français comme langue du commerce et des affaires tout en s'assurant cependant, que les moyens pour ce faire, soutiendront la compétitivité et la prospérité des entreprises du Québec sur le marché tant local qu'international.

¹ Le projet de règlement a été publié dans la Gazette officielle du Québec, le 10 janvier 2024.

I- Commentaires généraux

D'entrée de jeu, le CPQ salue les efforts du ministère de la Langue française dans l'élaboration de ce projet de règlement. En effet, le CPQ reconnaît un certain travail de clarification et de simplification de dispositions et d'obligations découlant de la *Charte de langue française* (« la Charte ») et de son règlement d'application. La mise en œuvre de la Charte suscite plusieurs défis pour les entreprises et le règlement à venir est un outil précieux pour assurer la conformité des entreprises à leurs obligations.

Toutefois, afin d'assurer la compétitivité et la prospérité de l'économie québécoise, le CPQ a certaines préoccupations en regard du projet de règlement tel qu'il a été publié. Certaines dispositions risquent de créer un déséquilibre entre l'objectif de la législation et réglementation visant à renforcer le français au Québec et la prospérité et la compétitivité des entreprises qui font affaires au Québec, dans un contexte d'internationalisation des marchés. Nous ne le répéterons jamais assez suffisamment, le fardeau réglementaire et administratif ne cesse de s'alourdir pour les entreprises, si on songe à toutes les nouvelles obligations que les entreprises se sont vus récemment imposer, notamment avec l'entrée en vigueur de la *Loi protégeant les consommateurs contre l'obsolescence programmée et favorisant la durabilité, la réparabilité et l'entretien des biens*², de la *Loi sur la langue officielle et commune du Québec, le français*³, de la *Loi modernisant des dispositions législatives en matière de protection des renseignements personnels*⁴ et de la *Loi modernisant le régime de santé et de sécurité du travail*⁵, pour ne donner que quelques exemples. En ajouter davantage a pour conséquence que des entreprises songent actuellement sérieusement à se retirer du marché québécois.

Par ailleurs, le CPQ estime que l'effort de précision, de clarification du projet de règlement n'est pas suffisant pour assurer une prévisibilité raisonnable dans l'application du règlement. De plus, les délais de mise en œuvre paraissent inappropriés considérant l'ampleur des modifications que les entreprises devront apporter à leurs pratiques et processus d'affaires.

Aussi, le CPQ soumet que le projet de règlement doit s'harmoniser avec les obligations imposées à l'identification/étiquetage des produits par d'autres juridictions. À titre d'exemple, dans le secteur de l'agro-alimentaire, les entreprises doivent se conformer

² LQ 2023, c. 21.

³ LQ 2022, c. 14.

⁴ LQ 2021, c. 25.

⁵ LQ 2021, c. 27.

aux exigences d'étiquetage de Santé Canada et de l'Agence canadienne d'inspection des aliments. Un énoncé de politique de ces deux entités a été élaboré⁶ pour coordonner la mise en œuvre de modifications apportées quant à l'étiquetage alimentaire. La mise en œuvre du projet de règlement sur la langue du commerce et des affaires aurait avantage à s'harmoniser avec le prochain délai de conformité fédéral fixé au 1^{er} janvier 2026, et ce, pour réduire la charge de travail et les investissements des entreprises afin d'assurer leur conformité aux différentes normes d'étiquetage des produits.

⁶ Énoncé de politique conjoint sur la Coordination de l'étiquetage des aliments de Santé Canada et de l'Agence canadienne d'inspection des aliments : <https://www.canada.ca/fr/sante-canada/services/aliments-nutrition/legislation-lignes-directrices/politiques/coordination-etiquetage-aliments/enonce-politique-conjoint.html>

II- Commentaires spécifiques

1) Inscriptions sur les produits

- i. Exemption à l'inscription en français lorsque le produit est *uniquement* destiné à un marché extérieur au Québec
- ii. Exemption à l'inscription en français lorsque le produit provient de l'extérieur, que l'inscription est gravée, cuite ou incrustée dans le produit lui-même, y est rivetée, ou soudée, ou encore y figure en relief, de façon permanente, SAUF si l'inscription concerne la sécurité ou est *nécessaire à l'utilisation du produit*, auquel cas, l'inscription doit être traduite en français

Le projet de règlement présenté, impose des obligations de francisation supplémentaires aux entreprises. Cela n'est pas sans conséquence et la question qui se pose est : *Est-ce qu'il s'agit d'un moyen raisonnable pour renforcer la langue française au Québec ou en assurer sa protection?* Le CPQ estime que non. Une analyse sérieuse d'impact réglementaire (« AIR ») permettrait de constater les impacts importants d'une telle nouvelle obligation dans certains secteurs commerciaux. En effet, dans l'AIR du gouvernement, il est indiqué qu'en regard des *inscriptions gravées, cuites ou incrustées sur le produit*, les *coûts sont inconnus et difficiles à mesurer et que le tout dépend du procédé utilisé*⁷. Le CPQ soumet qu'il ne faille pas sous-estimer l'impact réglementaire en regard de l'identification sur les produits. Force est d'admettre que le nombre de produits en circulation est tellement important si l'on pense par exemple, aux appareils électroménagers, aux petits appareils domestiques, aux pièces de rechange qu'il ne semble pas possible pour le gouvernement dans son AIR d'estimer réalistiquement, les impacts financiers des nouvelles obligations sur différentes entreprises. De nombreux produits fabriqués à l'étranger ne comportent pas d'inscription en français et le CPQ soumet que les coûts de conformité seront alors très élevés.

Déjà, depuis plusieurs années, un bon nombre d'entreprises qui font affaires au Québec, ont investi des sommes importantes afin de se conformer à la Charte. Des guides d'utilisation, des manuels complets d'instruction, des sites internet ont été traduits afin d'adopter le principe de francisation.

⁷ Infra, note 8, p. 8. Aussi, à la page 9, il est indiqué : Inscriptions gravées, cuites ou incrustées sur le produit : 1 à 2 millions (10 à 20 produits par année et coût unitaire de 100 000 \$ pour traduction, conception des inscriptions, modification des équipements servant à inscrire, etc.)

Les entreprises qui ont déployé tant d'efforts et d'investissements se demandent en quoi il devient maintenant nécessaire, en plus, de devoir franciser les inscriptions d'utilisation des produits qu'elles exportent vers le marché québécois pour assurer la pérennité de la langue française. Ce serait trop coûteux dans un contexte d'internationalisation des marchés. Le prix est trop cher payé et certaines entreprises sentent qu'elles devront se retirer du marché québécois pour demeurer compétitives. Dans une telle éventualité, le consommateur québécois pourrait vouloir se tourner davantage vers l'achat en ligne afin de se procurer des produits à l'extérieur du Québec et les entreprises québécoises en subiront nécessairement un préjudice contrairement à ce que prétend le gouvernement dans son AIR.⁸

Le CPQ recommande donc que le statu quo du règlement soit conservé. Ainsi, le CPQ recommande de retirer le terme *uniquement*, dont l'insertion est proposée à l'article 2 du projet de règlement et aussi de retirer l'expression « *ou est nécessaire à l'utilisation du produit* », dont l'insertion est également proposée à l'article 2.

Subsidiairement, si l'intention du législateur est de conserver l'expression « *ou est nécessaire à l'utilisation du produit* », le CPQ recommande de préciser que dans le cas où par exemple, le produit est accompagné de guides ou de manuels d'instructions en français ou que les informations complètes d'utilisation du produit se retrouvent en français sur un site internet, l'inscription d'utilisation du produit sur celui-ci, n'est pas qualifiée de *nécessaire*.

Par ailleurs, le CPQ est préoccupé par le fait que les obligations supplémentaires imposées par l'article 2 du projet de règlement, sont prévues entrer en vigueur, quinze (15) jours, suivant la publication du règlement à la Gazette officielle du Québec. En raison du déploiement d'importance de cette disposition pour les entreprises, un délai aussi court, paraît déraisonnable.

⁸ « Le choix de certaines entreprises non québécoises de ne pas se conformer au règlement et donc de se retirer à terme du marché québécois aurait pour conséquence d'ouvrir un peu plus ce marché aux entreprises québécoises ». Extrait de l'analyse d'impact réglementaire préliminaire sur le projet de règlement modifiant principalement le règlement sur la langue du commerce et des affaires, ministère de la Langue française, 28 novembre 2023 (p. 2)

https://cdn-contenu.quebec.ca/cdn-contenu/gouvernement/MCE/dossiers-soumis-conseil-ministres/2023-0160_air.pdf

À défaut d'offrir un délai raisonnable ou de prévoir des règles transitoires qui permettraient aux entreprises de se conformer de façon harmonieuse et en raison des conséquences pour les entreprises de se retrouver dans une situation de non-conformité, des milliers de produits devront être retirés du marché québécois au moment de l'entrée en vigueur de l'article 2 du projet de règlement.

2) Marques de commerce – identification sur les produits

Le CPQ croit que les définitions de « descriptif » et de « générique » sont imprécises et n'offrent pas la prévisibilité souhaitée aux entreprises. En effet, l'une des modifications importantes apportées à la Charte se trouvant dans le projet de loi 96 (loi 14) est l'obligation, à partir du 1er juin 2025, de faire figurer en français tout terme générique (mots décrivant la nature d'un produit) ou toute description du produit (mots décrivant les caractéristiques d'un produit) inclus dans une marque déposée, sur le produit ou sur un support qui y est attaché de façon permanente.

Alors que l'article 51.1 de la Charte ne prescrit pas comment la version française des termes génériques ou de la description doit apparaître sur le produit, le règlement prévoit également qu'aucun terme générique ou description d'un produit inclus dans une marque de commerce dans une autre langue ne peut être mis en évidence de façon plus importante que la version française, ni être offert à des conditions plus favorables.

Bien que nous attendions toujours la publication de directives officielles de l'OQLF à la suite de la publication du projet de règlement, le gouvernement du Québec a publié l'exemple « Best Soap » pour aider les entreprises à la compréhension de ses attentes. Dans l'exemple, même si la description en anglais « Pear and Lavender » a été incluse dans la marque déposée, les nouvelles règles exigeraient néanmoins qu'elle soit traduite en français. Nous remarquons que dans cet exemple particulier, la marque « Best Soap » elle-même n'est pas traduite en français, même si « Best » pourrait être considéré comme un terme générique, et « soap » comme une description du produit.



Il reste donc à voir comment l'OQLF appliquera cette nouvelle règle. À ce sujet, plusieurs interprétations peuvent en être faites et des entreprises ont rapporté que l'interprétation de cette notion pouvait différer d'un interlocuteur à l'autre à l'Office québécoise de la langue française (« OQLF »). Tantôt des représentants de l'OQLF se font rassurants quant au fait qu'une entreprise n'aura pas à modifier l'étiquetage de ses produits afin de franciser des composantes pouvant être interprétées comme des mots « descriptifs » ou « génériques » de sa marque de commerce déposée et d'autres en revanche, affirment le contraire. Qui dit vrai?

Considérant les sommes importantes qui risquent de devoir être investies afin de se conformer aux normes d'identification des produits, le CPQ recommande de préciser le plus possible ces notions afin d'offrir le maximum de prévisibilité et de minimiser les investissements des entreprises. À la lumière de l'exemple de « Best Soap », le CPQ croit également que le règlement doit préciser comment la version française des termes génériques ou de la description doit apparaître sur le produit. En effet, il existe un réel décalage entre l'exemple de « Best Soap » et le projet de règlement. De plus, les notions devraient être limitées à ce qui est nécessaire de traduire pour assurer la « balance des inconvénients » quant au renforcement du français comme langue du commerce et des affaires au Québec.

3) Contrats d'adhésion

Documents se rattachant à un contrat d'adhésion

La notion de *document constituant un accessoire* à un contrat d'adhésion prévue à l'article 27.6 du projet de règlement est imprécise.

Dans plusieurs secteurs d'activités, par exemple dans l'industrie de l'automobile, dans les secteurs des assurances et bancaire, il est fréquent que plusieurs contrats interviennent lors d'une même interaction d'affaires avec un client. Ces situations doivent être couvertes par l'article 27.6 afin de ne pas alourdir le fardeau administratif des entreprises. La volonté expresse exprimée initialement quant à la langue du contrat doit pouvoir s'appliquer à tout document/contrat y compris, les renouvellements, qui intervient dans une même relation d'affaires.

Le CPQ recommande de préciser à l'article 27.6 du projet de règlement qu'un document constituant un accessoire à un contrat d'adhésion s'interprète notamment, comme tout document ou contrat, y compris son renouvellement, qui intervient dans la relation contractuelle initiale.

4) Autres considérations

Marques de commerce déposée – vs enregistrée

L'article 27.4 du projet de règlement prévoit :

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). (notre souligné)

Le CPQ recommande que cette disposition s'applique partout où la notion de marque déposée est en cause, par exemple, à l'article 58.1 de la Charte quant à l'affichage public et la publicité commerciale. En faire autrement, équivaldrait à traiter différemment les marques de commerces sur les produits, des marques de commerce sur l'affichage public et la publicité commerciale.

Délais de mise en œuvre

Le projet de règlement prévoit deux dates charnières de mise en œuvre, soient le 1^{er} juin 2025 et le 1^{er} juin 2027.

Identification/étiquetage des produits

Il appert que pour les entreprises, la durée de la période de transition vers un nouvel étiquetage soit un facteur déterminant du coût de mise en œuvre de changements réglementaires. Une période de transition plus longue permet aux marques d'intégrer les changements d'étiquettes dans le cycle de vie des produits, de vendre les stocks de produits existants et d'épuiser les anciennes étiquettes, réduisant ainsi les déchets alimentaires et les déchets d'étiquettes.

Le CPQ estime que la période transitoire jusqu'au 1^{er} juin 2027 proposée par le projet de règlement pour écouler sur le marché les produits non conformes n'apparaît pas comme un délai approprié. Dans le secteur de l'agro-alimentaire par exemple, l'impact d'un délai de transition inapproprié entraîne des conséquences majeures en termes de coûts et de gaspillage, en raison du nombre de produits en circulation.

Le CPQ soumet que le ministère de la Langue française devrait s'harmoniser avec *l'Énoncé de politique conjoint sur la Coordination de l'étiquetage des aliments de Santé Canada et de l'Agence canadienne d'inspection des aliments*⁹ en ce qui a trait aux délais de transition appropriés.

⁹ Supra, note 6.

Le CPQ recommande donc que la période transitoire afin d'écouler les produits non conformes aux nouvelles dispositions soit révisée, appropriée et adaptée en fonction des secteurs d'activités par exemple.

Affichage public

En matière d'affichage public, la notion de la nette prédominance du français sera la nouvelle norme et il est illusoire de penser que les entreprises seront conformes le 1^{er} juin 2025. En effet, il faut tenir compte des facteurs extrinsèques à la volonté des entreprises de se conformer aux dates prévues : date de publication de la version finale du projet de règlement concerné, délais de production et de mise en place des fournisseurs, délais d'approbation municipale, ...

Des mesures progressives devraient être envisagées en fonction de l'ampleur des efforts de francisation requis. Les efforts ne seront pas les mêmes pour une entreprise qui possède cinquante (50) places d'affaires vs- une entreprise qui n'en possède qu'une seule.

Le CPQ recommande donc que la période transitoire pour se conformer aux nouvelles dispositions relatives à l'affichage public soit révisée, appropriée et adaptée en fonction de l'ampleur des efforts de francisation requis par exemple.

Processus de gestion et anonymat des plaintes

L'article 165.23 de la Charte prévoit que *l'Office doit prendre toutes les mesures nécessaires afin de s'assurer que l'anonymat de la personne qui a effectué une dénonciation soit préservé.*

Les entreprises voient au processus de plaintes, une opportunité d'amélioration continue des pratiques d'affaires. Le manque de détails fournis et le principe d'anonymat viennent toutefois brimer cette opportunité en ce qu'il ne permet pas d'évaluer certains éléments de crédibilité, de contexte et autres éléments pertinents ou d'obtenir des précisions. Par exemple, dans le cas de plaintes de clients, certaines situations pourraient être facilement réglées par une communication directe entre l'entreprise et le client.

Le CPQ recommande donc que le processus de gestion des plaintes soit davantage encadré afin de faciliter la mise en œuvre de la Charte et permettre aux entreprises de s'améliorer en cas de plainte.

Plus concrètement, en matière de pouvoirs d'enquête et de sanctions de l'OQLF, le CPQ suggère que l'entreprise visée par la plainte puisse être informée, notamment:

- **de la date exacte, de la nature précise de la plainte, incluant son origine et son objet;**
- **des étapes du processus d'enquête incluant la possibilité de révision d'une décision;**
- **de la nature de la sanction potentielle (avis de non-conformité/récidive);**
- **des situations de plainte multiples, le cas échéant afin d'éviter le risque de doubles sanctions.**

En matière de pouvoirs décisionnels et interprétatifs de l'OQLF, le CPQ suggère qu'un écrit faisant état des faits et de l'analyse, puisse accompagner la position de l'OQLF lorsqu'elle interprète la Charte ou son règlement d'application.

Conclusion

En résumé, le CPQ estime qu'il ne faille pas sous-estimer l'impact et les conséquences financières et économiques du projet de *Règlement modifiant le Règlement sur la langue du commerce et des affaires*. Il réitère que d'imposer des obligations supplémentaires ou des délais inappropriés aux entreprises pour assurer le renforcement du français risque plutôt d'impacter la réputation du Québec sur la scène internationale puisque plusieurs entreprises voyant un fardeau disproportionné lié à la mise en œuvre de la Charte, songent sérieusement à se retirer du marché québécois.

L'objectif du projet de règlement étant de faciliter l'application de la Charte quant aux obligations visant à renforcer la langue française comme langue du commerce et des affaires, le gouvernement doit offrir un maximum de prévisibilité et s'assurer de bien accompagner les entreprises vers leur conformité en matière de francisation. Les efforts et les ressources doivent être mis sur les véritables moyens qui nous permettront d'assurer comme société, la pérennité de notre langue commune, le français.

En espérant que ces commentaires et recommandations vous seront utiles, nous vous remercions de l'attention que vous y porterez.

Si des interventions supplémentaires s'avèrent pertinentes, soyez assurés de l'entière disponibilité de l'équipe du CPQ.

(original signé)

Karl Blackburn, président et chef de la direction
Conseil du patronat du Québec

1010, rue Sherbrooke Ouest, bureau 510
Montréal (Québec) H3A 2R7
Téléphone : 514-288-5161
Sans frais au Québec : 1-877-288-5161

Courriel : info@cpq.qc.ca

cpq.qc.ca



PROSPÉRER ENSEMBLE

cpq.qc.ca



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 du 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,

(original signé)

Me Louis Sévéno
Président de l'ABC-Québec

(original signé)

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



(original signé)

(original signé)

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

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

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

24 février 2024

À l'attention de :
M. Jean-François Roberge
Ministre de la Langue française,
800, rue D'Youville, 13e étage, Québec (Québec)
G1R 3P4

Objet : Commentaires concernant le projet de *Règlement* modifiant principalement le *Règlement sur la langue du commerce et des affaires* (relatif à la *Charte de la langue française*).

Monsieur le Ministre,

Une grande partie de la clientèle du cabinet juridique, Gowling WLG (Canada) S.E.N.C.R.L., s.r.l. (ci-après, « **Gowling WLG** »), a démontré un intérêt marqué concernant les récentes modifications à la *Charte de la langue française* en vertu du projet de loi 96, « *Loi sur la langue officielle et commune du Québec, le français* » (ci-après, la « **Charte** ») et du « *projet de règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires* » (ci-après, le « **projet de règlement** »).

Gowling WLG a été mandaté par certains de ses clients, incluant des clients qui vendent des produits destinés aux consommateurs dans une multitude de pays, et dans la province de Québec (ci-après, nos « **Clients** »), pour soumettre leurs commentaires au gouvernement quant au projet de règlement de façon anonyme.

Nos Clients comprennent l'importance de protéger le français au Québec, respectent cet objectif des changements à la Charte et désirent pouvoir se conformer aux obligations qui en découlent. Cependant, ils estiment que certains des changements proposés au cadre actuel des exigences en matière de langue française dans le commerce et les affaires au Québec représentent un défi économique considérable pour plusieurs entreprises et, pour certaines, un obstacle insurmontable à la vente de leurs produits au Québec.

Ils considèrent également que certains des changements législatifs et certaines dispositions du projet de règlement sont ambigus et souhaitent obtenir des clarifications quant à ceux-ci.

Les clarifications et les modifications que nos Clients demandent sont également essentielles au vu du droit d'action privé accordé aux consommateurs en vertu de la Charte modifiée afin d'éviter d'éventuels litiges.

Nos Clients espèrent que leurs préoccupations seront considérées avec attention et que des clarifications et modifications appropriées seront incorporées dans le règlement final. Ils remercient le gouvernement de l'attention qu'il portera à leurs commentaires.

Gowling WLG (Canada) S.E.N.C.R.L., s.r.l.
3700 - 1 Place Ville Marie,
Montréal (Québec) H3B 3P4 Canada

T 514 878-9641
gowlingwlg.com

Gowling WLG (Canada) S.E.N.C.R.L., s.r.l. est membre de Gowling WLG, un cabinet juridique international constitué d'affiliés, chacun d'entre ces derniers constituant une entité autonome et indépendante qui fournit des services à l'échelle mondiale. Pour en savoir davantage sur notre structure, consultez gowlingwlg.com/avisjuridique.

Table des matières

EMBALLAGE ET ÉTIQUETAGE DES PRODUITS:	1
AFFICHAGE PUBLIC :	9
CONTRATS D'ADHÉSION.....	10

Emballage et étiquetage des produits:

27.3. 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.

(notre soulignement)

Commentaires :

Bien que nos Clients accueillent favorablement les définitions des expressions « un descriptif » et « un générique », ils estiment que les définitions fournies par l'article 27.3 du projet de règlement ne suffisent pas pour permettre de clairement comprendre la nature de tous les mots qui pourraient être couverts par ces définitions, ou le réel objectif de l'article 51.1 de la Charte.

Ils notent, qu'afin d'expliquer l'application prévue de l'article 51.1 de la Charte et de l'article 27.3 du projet de règlement, des représentants de l'Office québécois de la langue française (ci-après, l'« OQLF ») ont fourni des commentaires non officiels et le gouvernement a communiqué à la presse l'exemple suivant d'une étiquette de produit BESTSOAP:

Marques de commerce sur les produits

Exemple de changements



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

Votre
gouvernement

Québec

À la suite de ces commentaires et de cet exemple, nos Clients comprennent que l'article 51.1 de la Charte ne vise pas les marques de commerce (identificateurs de source, qu'il s'agisse de marques de commerce principales ou de marques de commerce secondaires, y compris les marques de gammes de produits, les marques de produits, les marques de modèles de produits ou les marques de technologies/caractéristiques de produits, etc.) qui peuvent avoir été enregistrées comme marques de commerce de manière individuelle ou en tant que partie d'étiquettes de produits. Les commentaires de l'OQLF et l'exemple d'étiquette du produit BESTSOAP semblent indiquer que l'article 51.1 de la Charte vise plutôt les situations où des étiquettes entières de produits (ou une partie de celles-ci) - comprenant des marques de commerce principales et/ou secondaires ainsi que d'autres informations qui consistent en des génériques et/ou des descriptifs de produits au sens de l'article 27.3 du projet de règlement - ont été enregistrées en tant que marques de commerce. Ci-dessous se trouve un exemple d'étiquette fictive d'un produit de mousse à raser pour hommes. Dans l'hypothèse où cette étiquette aurait été enregistrée en tant que marque de commerce, nos Clients comprennent que les génériques ou les descriptifs de produits suivants, « shaving gel » dans SHAVING GEL PRINCE (la marque de commerce principale), « foam » dans HYDRA FOAM (marque de commerce secondaire) et « moisturizer » dans SOMOISTURIZER (marque de commerce secondaire) **n'auraient pas besoin** d'être traduits (et il en serait de même si les mots SHAVING GEL PRINCE, HYDRA FOAM et SOMOISTURIZER avaient été enregistrés séparément), mais que les mots « with shea butter », « mint scent » et « men formula », auraient besoin d'être traduits:

SHAVING GEL PRINCE

WITH SHEA BUTTER

HYDRA FOAM

MINT SCENT

SOMOISTURIZER

MEN FORMULA

Bien que les commentaires de l'OQLF et l'exemple de BESTSOAP fourni par le gouvernement soient rassurants pour nos Clients, ces derniers estiment que l'interprétation qu'ils proposent n'est pas soutenue par une lecture simple de l'article 51.1 de la Charte et de l'article 27.3 du projet de règlement, tel qu'ils sont rédigés à l'heure actuelle. Selon nos Clients, une lecture simple de ces articles mène à la conclusion que le mot « soap » dans la marque BESTSOAP nécessiterait une traduction.

Nos Clients estiment qu'il est essentiel que les entreprises comprennent les obligations énoncées à l'article 51.1 de la Charte et à l'article 27.3 du projet de règlement afin de pouvoir se conformer de manière proactive aux nouvelles exigences. La prévisibilité du champ d'application de la Charte et des règlements qui l'accompagnent est essentielle à cette fin. En outre, il est impératif que l'article 51.1 de la Charte et le projet de règlement soient rédigés et interprétés conformément au droit des marques de commerce canadien.

Nos Clients demandent respectueusement que le projet de règlement soit modifié afin de **clarifier le champ d'application de l'article 51.1 de la Charte**.

Plus précisément, ils demandent que le règlement précise que **l'article 51.1 de la Charte** :

- **ne vise pas les termes génériques et/ou les descriptifs de produits dans les marques (identificateurs de source)**, qu'il s'agisse de marques de commerce principales ou de marques de commerce secondaires (telles que les marques de gammes de produits, les marques de produits, les marques de modèles de produits, ou les marques liées à la technologie/aux caractéristiques des produits, aux ingrédients, à la forme, etc.) et que ces marques de commerce soient enregistrées individuellement ou en tant que partie d'une étiquette de produit enregistrée en tant que marque de commerce;
- **vise plutôt des termes génériques et/ou des descriptifs de produits ajoutés aux marques enregistrées en plus des marques de commerce principales et/ou secondaires.**

27.2. 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 produit inclut son contenant ou son emballage ainsi que tout document ou objet qui l'accompagne;

2° aucun générique ou descriptif d'un produit compris dans une marque de commerce rédigé dans une autre langue ne doit l'emporter sur celui rédigé en français ou être accessible dans des conditions plus favorables.

(notre soulignement)

Commentaires :

Nos Clients comprennent que cette disposition du projet de règlement suggère que le générique ou descriptif en français doit bénéficier d'une prééminence au moins égale à celle du générique ou descriptif non-français, mais ils sont d'avis que l'expression « ou être accessible dans des conditions plus favorables » demeure ambiguë.

Cela empêche-t-il de faire figurer la traduction française dans un document fourni avec le produit, ou de faire figurer le texte non français sur une face de l'emballage du produit, et la ou les traductions françaises sur une autre face de cet emballage ? Ou encore, cela empêche-t-il l'ajout d'un collant avec la ou les traductions en français sur l'étiquette de produits (soit la technique du « over labelling »)

provenant de l'extérieur du Québec? Nos Clients estiment que des indications complémentaires et concrètes sur le sens de cette expression seraient nécessaires.

Nos Clients sont également d'avis que :

a) une clarification quant à l'emplacement des traductions requises serait nécessaire, afin de préciser que les traductions des termes génériques ou des descriptifs du produit n'auraient pas besoin d'apparaître à proximité immédiate de la marque non française et pourrait apparaître sur une face différente du produit, de l'emballage ou du contenant; et

b) l'exigence selon laquelle « *aucun générique ou descriptif d'un produit compris dans une marque de commerce rédigé dans une autre langue ne doit l'emporter sur celui rédigé en français* » devrait faire l'objet de certaines exceptions.

À leur avis ces clarifications et exceptions seraient nécessaires étant donné que :

- certains produits, de par leur nature, sont vendus dans de petits emballages (par exemple, les produits pharmaceutiques, certains produits alimentaires tels que les bonbons et les tablettes de chocolat, ou certains produits cosmétiques tels que le rouge à lèvres ou le traceur pour les yeux) qui offrent un espace très limité. Cela signifie que les fabricants/distributeurs peuvent ne pas avoir de choix quant à la taille des traductions requises ou à l'emplacement de ces traductions sur l'emballage. Il est également important de noter que l'utilisation d'un emballage plus grand ou l'ajout d'un support fixé au produit peuvent être des options peu pratiques pour certains produits ou des options qui seront beaucoup plus coûteuses et qui auront des impacts écologiques négatifs) ; et
- le fait de devoir inclure les traductions à proximité immédiate de la marque non française serait contraire à la législation fédérale sur les marques de commerce et pourrait entraîner une différence entre la marque enregistrée et la marque utilisée, ce qui pourrait compromettre la validité/le caractère distinctif de la marque enregistrée en vertu de la législation canadienne sur les marques de commerce.

En ce qui concerne l'article 51.1 de la Charte :

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.

(notre soulignement)

Commentaires :

Nos Clients estiment que des détails additionnels dans le texte du règlement ou des lignes directrices de l'OQLF quant à la signification de « *celui-ci doit figurer en français sur le produit ou sur un support qui s'y rattache de manière permanente* » seraient nécessaires.

Nos Clients précisent qu'en fournissant de telles clarifications ou détails additionnels, il faut tenir compte du fait que certains produits, de par leur nature, sont vendus dans des emballages de petite taille, avec un espace limité pour les inscriptions sur le produit. Il est également important de noter que l'utilisation d'un emballage plus grand ou l'ajout d'un support qui se rattache au produit peuvent être des options peu pratiques pour certains produits ou des options qui seront beaucoup plus coûteuses et qui auront des effets écologiques négatifs.

En ce qui concerne l'article 51 de la Charte :

51. Toute inscription sur un produit, sur son contenant ou sur son emballage, sur un document ou objet accompagnant ce produit, y compris le mode d'emploi et les certificats de garantie, doit être rédigée en français. Cette règle s'applique également aux menus et aux cartes des vins.

Le texte français peut être assorti d'une ou plusieurs traductions, mais aucune inscription rédigée dans une autre langue ne doit l'emporter sur celle qui est rédigée en français ou être accessible dans des conditions plus favorables.

Commentaires :

Étant donné que les modifications à la Charte imposent des conséquences sévères et créent un risque important en cas de non-conformité, nos Clients proposent respectueusement que, outre l'exception relative aux marques de commerce et les autres exceptions déjà prévues dans la Charte, le gouvernement envisage de prévoir dans le règlement une exception à l'obligation de traduction pour certaines autres situations, y compris pour :

- a) certaines inscriptions non françaises figurant sur de petits produits/emballages où l'espace est limité et qui sont reconnues dans la plupart des pays, y compris dans la province Québec (telles que « MADE IN [pays d'origine en anglais] »); et
- b) des inscriptions non françaises qui font partie de logos ou de symboles et dont l'apposition sur le produit et/ou son emballage est exigée par la réglementation en vigueur dans d'autres juridictions, ou des inscriptions non françaises qui sont des marques de certification de tiers qui ne sont pas sous le contrôle de l'entreprise qui vend un produit particulier. En outre, certains de ces logos/symboles peuvent être des marques de commerce enregistrées au Canada, d'autres non.

Les exemples suivants ne sont que des exemples parmi d'autres :



[Il s'agit d'un symbole européen de recyclage qui identifie toutes les résines plastiques qui n'entrent pas dans les autres catégories.]



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).

(notre soulignement)

Commentaires :

Nos Clients accueillent favorablement la clarification apportée par l'article 27.4 du projet de règlement qui précise que l'expression « marque de commerce déposée » dans le contexte de l'utilisation d'une marque sur des produits comprend une marque de commerce qui est en cours d'enregistrement. Ils notent cependant que la portée de la définition de « marque de commerce déposée » n'a pas été élargie

de la même manière en ce qui concerne les marques utilisées sur l'affichage public et dans la publicité commerciale.

Compte tenu des délais d'enregistrement des marques de commerce auprès de l'Office de la propriété intellectuelle du Canada, et dans un souci de cohérence du règlement, nos Clients demandent respectueusement que la définition de « marque de commerce déposée » soit également élargie par le règlement afin d'inclure une marque de commerce qui est en cours d'enregistrement concernant les dispositions de la Charte sur l'affichage public et la publicité commerciale (articles 58.1 de la Charte et articles connexes du projet de règlement).

Nos Clients soutiennent respectueusement que les implications économiques du fait de ne pas étendre la portée de la définition de « marque déposée » par rapport à l'affichage public et la publicité commerciale ne sont pas théoriques. Si un nouveau détaillant ne peut entrer dans le marché québécois parce que sa marque de commerce n'est pas encore enregistrée, la population québécoise et les entreprises qui font ou visent à faire affaire au Québec seront sérieusement désavantagées par rapport au reste du Canada.

Exception pour les emballages de produits « en relief » :

3. Une inscription sur un produit peut être rédigée uniquement dans une autre langue que le français dans les cas suivants:

1° le produit est uniquement destiné à un marché extérieur au Québec;

2° l'inscription figure sur un contenant servant au transport interprovincial ou international de marchandises;

3° le produit provient de l'extérieur du Québec, n'est pas encore commercialisé au Québec et est exposé à l'occasion d'un congrès, d'un colloque, d'une foire ou d'une exposition;

4° le produit provient de l'extérieur du Québec, est destiné à être incorporé à un produit fini ou à être utilisé dans un procédé de fabrication, de transformation ou de réparation et n'est pas offert au Québec dans le commerce de détail;

5° le produit provient de l'extérieur du Québec, son utilisation est peu répandue au Québec et il n'existe pas de produit de remplacement équivalent présenté en français au Québec;

6° le produit provient de l'extérieur du Québec et l'inscription, sauf si elle concerne la sécurité ou est nécessaire à l'utilisation du produit, est gravée, cuite ou incrustée dans le produit lui-même, y est rivetée ou soudée, ou encore y figure en relief, de façon permanente. ~~Cependant, les inscriptions concernant la sécurité doivent être rédigées en français et apparaître sur le produit ou l'accompagner de façon permanente.~~

Commentaires :

Nos Clients estiment que la récente décision du gouvernement du Québec de restreindre l'exception de l'inscription « en relief » pour l'emballage et l'étiquetage des produits aura un impact profond sur les fabricants de produits, en particulier ceux qui opèrent dans les secteurs de l'électroménager, de l'automobile et de l'électronique. En fait, cette modification (qui a été introduite avec peu de préavis, laissant aux entreprises peu de temps pour respecter le délai de mise en conformité) a provoqué une onde de choc chez les fabricants, car contrairement aux changements de produits et d'emballages, qui sont déjà coûteux, ce changement nécessiterait de modifier l'outillage et les moules de fabrication. Pour de nombreuses entreprises, l'obligation de traduire le texte qui est en relief, gravé, cuit ou incrusté dans le produit et qui est considéré comme « nécessaire à l'utilisation du produit » avec la même prééminence représente un défi de taille. Cette exigence implique des modifications importantes et coûteuses des moules de fabrication des produits, des processus de fabrication et d'outillage, qui s'étendent souvent sur plusieurs juridictions. Ces changements peuvent rendre la conformité à la Charte et au projet de règlement non viable pour plusieurs fabricants.

En outre, nos Clients expliquent que l'industrie craint de plus en plus que certaines entreprises choisissent de quitter complètement le marché québécois en réponse à l'article 3(6) du projet de règlement. Nos Clients sont d'avis que cet exode potentiel pourrait entraîner une réduction de la disponibilité des produits, une diminution de la concurrence et un choix limité pour les consommateurs, ce qui pourrait entraîner une hausse des prix pour les consommateurs et les entreprises du Québec. Les dépenses associées au ré-étiquetage seul peuvent s'avérer prohibitives pour de nombreux fabricants, exacerbant ainsi les défis posés par les changements réglementaires. En outre, cette exigence peut également constituer un facteur de dissuasion et une barrière à l'entrée pour les entreprises qui aspirent à pénétrer le marché québécois.

Compte tenu des préoccupations importantes concernant les conséquences de cette disposition, nos Clients proposent au gouvernement du Québec d'abroger la modification proposée et de suggérer à la place une consultation distincte spécifiquement consacrée à cette question afin d'évaluer de manière exhaustive son impact sur les entreprises et les consommateurs du Québec. Nos Clients demandent au gouvernement d'explorer d'autres mesures de conformité permettant d'atteindre le même objectif sans nécessiter de modifications des moules et de l'outillage, afin d'alléger le fardeau des fabricants, mais aussi de préserver le choix des consommateurs et de promouvoir un environnement de marché concurrentiel au Québec.

Affichage public :

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

1° il 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.

Est présumé satisfaire à ces exigences de lisibilité et de visibilité, l'affichage public dont les composants rédigés en français sont permanents et qui, par rapport à ceux dans une autre langue, sont conçus, éclairés et situés de manière à permettre de les lire en tout temps, facilement et de manière simultanée.

Un « même champ visuel » réfère à une vue d'ensemble où tous les composants de l'affichage public sont visibles et lisibles en même temps sans qu'il soit nécessaire de se déplacer.

Pour l'application du premier alinéa, n'est pas considéré assurer une visibilité permanente, l'affichage public de nature précaire, par les matériaux ou les conditions suivant lesquelles il est fixé, notamment l'affichage public susceptible d'être facilement enlevé ou arraché, à moins que le système d'affichage ne fasse l'objet de mesures propres à en garantir la présence ou le remplacement.

27.10. Pour l'application du deuxième alinéa de l'article 58.1 et de l'article 68.1 de la Charte de la langue française (chapitre C-11), tels que respectivement édictés par les articles 48 et 49 de la Loi sur la langue officielle et commune du Québec, le français (2022, chapitre 14), pour assurer la nette prédominance du français, l'affichage public visible depuis l'extérieur d'un local d'une marque de commerce ou d'un nom d'entreprise doit être accompagné de termes en français tels qu'un générique ou un descriptif des produits ou des services visés ou, encore, d'un slogan.

Pour l'application du premier alinéa, « générique » et « descriptif » ont le sens que leur donne l'article 27.3, et ce, tant pour les produits que les services. ».

Commentaires :

Nos Clients comprennent qu'à partir du 1er juin 2025, concernant l'affichage public visible de l'extérieur des locaux qui contient des marques de commerce dans une langue autre que le français, l'exigence actuelle de « présence suffisante de français » sera remplacée par une exigence selon laquelle une marque de commerce non française doit être accompagnée « d'un générique ou d'un descriptif des produits ou des services visés ou, encore, d'un slogan » - qui doit être nettement prédominant en français.

La *Loi sur la langue officielle et commune du Québec*, le français ne définit pas l'expression « nettement prédominant » ; cette définition a été déléguée au projet de règlement, qui prévoit que ce seuil sera atteint « lorsque le texte rédigé en français a un impact visuel beaucoup plus important que le texte rédigé dans une autre langue » - plus précisément, lorsque le texte en français est « au moins deux fois plus grand que celui rédigé dans une autre langue ». Cependant, alors qu'une lecture simple de cette exigence suggère que la taille de la police du texte français soit au moins deux fois plus grande que celle du texte non français, les outils visuels diffusés par le gouvernement sur les médias sociaux suggèrent d'autres interprétations potentielles.

Selon des exemples d'affichages fournis par le gouvernement (reproduits ci-dessous par souci de commodité), il apparaît que le texte français doit occuper globalement deux fois plus d'espace que le texte non français, mais qu'il y a différentes façons d'y parvenir. Plus précisément, il apparaît que ce seuil sera atteint soit : a) lorsque l'affichage comprend une seule occurrence de texte français, et que celle-ci est deux fois plus grande que la marque non française; soit b) lorsque l'affichage comprend plusieurs occurrences de texte français, dont aucune n'est elle-même plus grande que le texte français, mais qui, prises ensemble, occupent deux fois plus d'espace que la marque non française :



Afin d'éviter toute confusion, nos Clients demandent respectueusement que le projet de règlement soit modifié afin de **clarifier** que pour l'affichage public visible de l'extérieur des locaux, l'exigence de la nette prédominance **sera satisfaite dans l'un ou l'autre des deux (2) scénarios suivants**:

- (i) si la surface occupée par le texte français est deux fois plus grande que la surface occupée par la marque de commerce non française; ou
- (ii) si la taille de la police du texte français est au moins deux fois plus grande que la taille de la police de la marque de commerce non française.

Contrats d'adhésion:

27.6. Pour l'application de l'article 55 de la Charte de la langue française (chapitre C-11) :

1° un document se rattachant à un contrat d'adhésion vise notamment un document :

- a) attestant l'existence du contrat, tel un certificat d'assurance;*
- b) dont l'annexion au contrat est requise par la loi, tel un formulaire de résiliation ou de résolution;*
- c) qui en constitue autrement l'accessoire.*

2° l'obligation de remettre une version française d'un contrat d'adhésion dont la conclusion se fait par téléphone est satisfaite dès lors que l'adhérent a exprimé sa volonté expresse de conclure le contrat dans une autre langue que le français, et ce, dans les cas suivants :

- a) l'adhérent a préalablement eu l'opportunité de consulter par moyen technologique les clauses types applicables rédigées en français;*
- b) le contrat doit prendre effet immédiatement et l'adhérent ne dispose pas des outils technologiques lui permettant d'avoir accès aux clauses types applicables de ce contrat.*

3° l'obligation de remettre une version française d'un contrat d'adhésion dont la conclusion se fait par l'entre- mise d'un moyen technologique est satisfaite par la remise des clauses types applicables, en langue française, à l'adhérent.

(notre soulignement)

Commentaires:

Bien que nos Clients accueillent favorablement la clarification sur la manière dont l'exigence de l'article 55 est satisfaite dans le contexte des contrats conclus par des moyens technologiques, ils sont d'avis que ce projet de disposition ne résout pas l'ambiguïté sur ce qu'une entreprise doit spécifiquement faire afin de satisfaire à cette exigence. Par exemple, la formulation actuelle ne précise pas si les « clauses types applicables » peuvent être fournies par courrier électronique en même temps que la version non française du contrat (après la conclusion du contrat) ou si elles doivent être présentées à l'écran avant que l'accord ne soit finalisé.

Par ailleurs, nos Clients notent que l'article 27.6(1) crée une ambiguïté quant à la question de savoir si un « document se rattachant à un contrat d'adhésion » conclu dans une langue autre que le français et qui est lui-même un contrat déclencherait les exigences de l'article 55, ou si un tel contrat pourrait, en tant que « document se rattachant à un contrat d'adhésion », être conclu dans une langue autre que le français. Un examen de la Charte en général ne fournit pas d'indications claires sur la question de savoir si un « document » inclut un contrat - nous notons que certaines dispositions de la Charte semblent considérer les deux comme la même chose, tandis que d'autres dispositions les mentionnent comme s'ils étaient distincts. Nos Clients demandent donc que l'article 27.6(1) soit modifié pour indiquer clairement si un « document se rattachant à un contrat d'adhésion » qui est également un contrat d'adhésion bénéficierait de l'exemption prévue à l'article 55 de la Charte.

Il convient également de noter que si l'article 27.6 traite des contrats d'adhésion conclus par téléphone et par voie électronique, il ne fournit pas d'indications sur la manière dont l'exigence de l'article 55 doit

être respectée lorsqu'un contrat d'adhésion est conclu alors que les parties sont physiquement en présence l'une de l'autre, par exemple dans un magasin de vente au détail physique. Dans ce cas, il n'est pas clair si seules les clauses types du contrat doivent être présentées en français avant que les parties puissent choisir de procéder dans une autre langue, ou si la version française du contrat doit être complétée avant que les parties puissent choisir de procéder dans une autre langue. Nos Clients apprécieraient une clarification à ce sujet.

Enfin, nos Clients apprécieraient aussi des indications supplémentaires sur la portée de l'expression « contrat utilisé dans les relations avec l'extérieur du Québec » dans le nouveau paragraphe 3 de l'alinéa 4 de l'article 55 de la Charte, ainsi que sur les types de contrats qu'il vise à englober, afin de les aider à évaluer quels accords contractuels ils concluent sont soumis aux exigences de l'article 55 et à ses exemptions.

Dans le même ordre d'idées, l'article 55 al. 4(2) de la Charte prévoit une exception aux exigences de l'article 55 de la Charte pour les contrats visés à l'article 21.5 de la Charte, ce qui inclut, à l'article 21.5 al. 2(2), un contrat d'assurance qui soit :

- 1) n'a « pas d'équivalent français au Québec » et « provient de l'extérieur du Québec »; OU
- 2) n'a "pas d'équivalent français au Québec » et son « utilisation est peu répandue au Québec ».

Bien que certains contrats d'assurance répondant aux exigences de l'article 21.5 al. 2(2) de la Charte soient exemptés des exigences applicables aux contrats d'adhésion en vertu de l'article 55, les expressions « pas d'équivalent français au Québec », « provient de l'extérieur du Québec » et « l'utilisation n'est pas répandue au Québec » que l'on retrouve à l'article 21.5 al. 2(2) demeurent ambiguës. Ce manque de clarté rend difficile pour nos Clients oeuvrant dans le secteur de l'assurance de déterminer les cas où ils peuvent bénéficier de ces exceptions.

Compte tenu des coûts élevés qui doivent être engagés pour traduire des documents complexes tels que les polices d'assurance, et de l'impossibilité actuelle d'évaluer, avec certitude, si une police d'assurance particulière peut bénéficier de ces exceptions, nos Clients proposent que des indications supplémentaires soient fournies dans le règlement quant aux critères auxquels une police d'assurance doit répondre pour être considérée comme n'ayant « pas d'équivalent français au Québec », comme « provenant de l'extérieur du Québec », ou comme ayant une utilisation qui est « peu répandue au Québec », au sens de l'article 21.5 al. 2(2).

À titre d'illustration, dans une présentation datée de juin 2022 discutant de ces exceptions (publiée par l'OQLF en réponse à la demande d'information n°AI2223-167), il semble que le gouvernement ait pu adopter la position suivante:¹

Les exceptions qui s'appliquent à certains types de contrats conclus par l'Administration s'appliquent également pour les entreprises (article 21.5) et certains contrats peuvent donc être rédigés uniquement dans une autre langue que le français :

- Contrats avec l'extérieur du Québec

¹ Voir les pages 25 et 26 de la présentation publiée par l'OQLF en réponse à la demande d'information n°AI2223-167, sous le titre « Article 55 en détail ».

[...]

- Une police d'assurance n'ayant pas d'équivalent au Québec et qui soit provient de l'extérieur du Québec ou dont l'utilisation est peu répandue.

- N'a pas d'équivalent au Québec signifierait qu'aucune police d'assurance n'est disponible pour l'objet assuré, le prix ou les conditions de couverture ne sont pas pris en considération. Toutefois, la DAJ serait d'avis **[caviardé]**

- Les polices conclues avec, par exemple, une compagnie d'assurance établie en Angleterre par le biais d'un courtier du Québec pourraient être uniquement dans une autre langue que le français. (si pas d'équivalent au Qc et peu répandue)

- Sinon, le fait que la compagnie d'assurance hors Québec ait un fondé de pouvoir ou que la police d'assurance ait été vendue par un intermédiaire au Québec l'oblige à traduire en français la police d'assurance. La responsabilité de la traduction est conjointe entre la compagnie d'assurance hors Québec et l'intermédiaire au Québec.

- Les conditions d'application de l'article 21.5 alinéa 2 (2°) sont :

- 1) la police d'assurance n'a pas d'équivalent en français au Québec et

- 2) la police d'assurance provient de l'extérieur du Québec ou son utilisation est peu répandue au Québec. De l'avis de la DAJ **[caviardé]**

(notre soulignement)

L'extrait de cette présentation semble interpréter l'expression « pas d'équivalent au Québec » comme étant satisfaite uniquement lorsqu'aucune police d'assurance n'est pas disponible pour l'objet assuré au Québec, sans tenir compte des conditions de prix et de couverture de la police. Toutefois, on pourrait faire valoir que cette interprétation ne tient pas compte du fait que l'article 21.5(2) mentionne spécifiquement « pas d'équivalent français au Québec », ce qui implique que c'est la *langue de la police*, plutôt que la *nature de sa couverture*, qui devrait être le facteur clé pour déterminer l'admissibilité à cette exception. En l'absence de directives claires dans règlement ou de la part de l'OQLF sur son interprétation spécifique, il peut être raisonnable d'interpréter le critère de « pas d'équivalent français au Québec » comme étant rempli lorsqu'une version traduite en français de la police n'est pas facilement disponible au Québec.

Compte tenu du risque que de nombreux contrats d'assurance soient considérés comme des contrats d'adhésion (dont les clauses essentielles sont souvent rédigées unilatéralement par l'assureur), les sanctions importantes prévues par la Charte en cas de non-respect des exigences de traduction de l'article 55, les coûts importants que ces traductions peuvent représenter pour les compagnies d'assurance et la menace croissante d'actions collectives fondées sur la Charte et d'autres règlements, il est essentiel de fournir des éclaircissements supplémentaires concernant les exceptions prévues pour

les contrats d'assurance à l'article 21.5(2). Les compagnies d'assurance, incertaines de leur admissibilité aux exceptions et craignant de subir des coûts inutiles, pourraient décider de ne pas offrir certains produits d'assurance au Québec. Par conséquent, sans clarté supplémentaire à cet égard, les entreprises et les particuliers du Québec pourraient perdre inutilement l'accès à des options d'assurance avantageuses, les laissant sans couverture adéquate ou les forçant à accepter des conditions moins favorables.

Respectueusement,

/Gowling WLG/

Gowling WLG (Canada) S.E.N.C.R.L., s.r.l.

Personnes-ressources :

Sébastien Gardère
Julia Kappler
Justine Simoneau
Giovanna Spataro
Melissa Tehrani



BAC

Bureau d'assurance
du Canada

Mémoire

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

Présenté à

M. Jean-François Roberge
Ministre de la Langue française du Québec

Bureau d'assurance du Canada

Février 2024



Table des matières

INTRODUCTION	3
SOMMAIRE DES RECOMMANDATIONS	4
COMMENTAIRES GÉNÉRAUX	5
LA CONCLUSION DU CONTRAT EN ASSURANCE DE DOMMAGES ET L'ENCADREMENT LÉGISLATIF DE CETTE TRANSACTION	5
DES CONTRAINTES POUR LES ASSUREURS ET DES INCONVÉNIENTS POUR LES ASSURÉS	6
L'INTERPRÉTATION DE L'ARTICLE 21.5 : ACCUEIL FAVORABLE D'UN GUIDE D'INTERPRÉTATION	7
APPLICATION DE L'ARTICLE 55 DE LA CHARTE (ARTICLE 27.6 DU RÈGLEMENT)	8
LA NOTION D'ACCESSOIRE	8
OBLIGATION DE REMISE LORSQUE LA CONCLUSION DU CONTRAT SE FAIT PAR TÉLÉPHONE ET PAR L'ENTREMISE D'UN MOYEN TECHNOLOGIQUE	8
RENOUVELLEMENT	10
CONCLUSION	11
ANNEXES – MÉMOIRES ET LETTRES DU BAC SUR LE PROJET DE LOI N ^o 96	12

Le Bureau d'assurance du Canada (BAC) est l'association nationale qui représente 90 % des sociétés privées d'assurance habitation, automobile et entreprise au Canada. L'industrie de l'assurance de dommages joue un rôle de premier plan dans l'économie québécoise en permettant à la population de se prémunir contre des sinistres pouvant avoir un impact important sur sa sécurité financière en protégeant son patrimoine.

Le BAC au Québec œuvre auprès des consommateurs, des entreprises, des médias, des groupes d'intérêt et des gouvernements dans le but de les informer et de les sensibiliser sur divers sujets et enjeux qui les touchent de près.



Introduction

Le Bureau d'assurance du Canada (BAC) expose ci-après les commentaires de ses membres, à l'occasion de la publication, par le ministre de la Langue française, du projet de *Règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires* (Règlement). Le BAC remercie le ministère et l'Office québécois de la langue française (OQLF) de l'attention qu'ils accorderont à ses commentaires.

Le présent mémoire porte principalement sur l'article 27.6 du projet de Règlement qui a pour objectif de préciser l'application de l'article 55 de la Charte de la langue française (Charte). Il contient des propositions de modifications qui permettraient d'assurer une meilleure cohérence entre les dispositions du présent Règlement et l'encadrement législatif auquel sont déjà soumis les assureurs et les représentants en assurance de dommages pour l'offre de produits d'assurance.

Le BAC a fait de nombreuses représentations auprès du gouvernement depuis la publication, pour consultation, du projet de loi n° 96 (PL96) afin d'expliquer les particularités de l'assurance de dommages, les difficultés réelles qu'engendre l'obligation de remise prévue à l'article 55 de la Charte et les mesures déjà en place pour s'assurer du respect du choix des assurés quant à la langue du contrat. À titre informatif, nous joignons en annexe différentes communications du BAC à l'attention du gouvernement, transmises dans le cadre de l'adoption du PL96.

Johanne Lamanque
Vice-présidente, Québec
Bureau d'assurance du Canada



Sommaire des recommandations

1. Modifier l'article 27.6 (1) a) comme suit : « attestant l'existence du contrat, **tels qu'une police d'assurance** et un certificat d'assurance ».
2. ^{a.} Jumeler les paragraphes 2 et 3 de l'article 27.6 en un seul article qui se lirait comme suit :
« L'obligation de remettre une version française d'un contrat d'adhésion dont la conclusion se fait via **un moyen technologique (y compris le téléphone)** est satisfaite dès que l'adhérent **est informé de manière explicite que la police et tous les documents s'y rattachant sont disponibles sur demande en français et que celui-ci exprime sa volonté expresse de conclure le contrat dans une autre langue que le français.** »

(Nos soulignés)
3. Préciser dans le Règlement que l'obligation de remise prévue à l'article 55 de la Charte ne s'applique pas au renouvellement et aux modifications en cours de termes des polices d'assurance.



Commentaires généraux

La conclusion du contrat en assurance de dommages et l'encadrement législatif de cette transaction

Le BAC comprend l'importance de favoriser l'utilisation du français au Québec et appui l'intention du gouvernement de permettre aux consommateurs de faire affaire dans la langue de leur choix. Il croit cependant que pour l'application de l'article 55 de la Charte, il faut considérer les règles relatives à la formation du contrat d'assurance, prévues aux articles 2398 et suivants du Code civil du Québec (C.c.Q.). Il faut également tenir compte de l'imposant encadrement législatif auquel sont soumis les assureurs de dommages et les représentants en assurance qui sont chargés de l'offre d'assurance au Québec.

Le contrat d'assurance est fort différent des autres contrats de service. D'une part, parce qu'il est basé sur la plus haute bonne foi des parties et d'autre part parce que les représentants certifiés sont les seules personnes physiques autorisées à offrir de l'assurance au Québec.

Les étapes de la formation du contrat d'assurance ne sont pas les mêmes que pour un contrat de service standard. L'article 2398 C.c.Q. prévoit que le contrat d'assurance est « formé dès que l'assureur accepte la proposition du preneur ». La proposition est l'offre de l'assuré, adressée à l'assureur en vue de la conclusion du contrat. Aucune formalité n'est requise, elle peut être verbale, ce qui est très souvent le cas en assurance de dommages, ou écrite. Dans les faits, le client n'est pas laissé à lui-même pour faire cette proposition. Il est accompagné du représentant en assurance de dommages, courtier ou agent, qui a les obligations suivantes en vertu de la *Loi sur la distribution des produits et services financiers* (LDPSF)¹ :

27. *Un représentant en assurance doit s'enquérir de la situation de son client afin d'identifier ses besoins.*

Il doit s'assurer de conseiller adéquatement son client, dans les matières relevant des disciplines dans lesquelles il est autorisé à agir; s'il lui est possible de le faire, il offre à son client un produit qui convient à ses besoins.

28. *Un représentant en assurance doit avant la conclusion du contrat d'assurance, décrire le produit proposé au client en relation avec les besoins identifiés et lui préciser la nature de la garantie offerte.*

Il doit, de plus, indiquer clairement au client les exclusions de garantie particulières compte tenu des besoins identifiés, s'il en est, et lui fournir les explications requises sur ces exclusions.

De cet échange s'ensuivra la proposition faite à l'assureur, qui acceptera ou non de couvrir le risque aux conditions requises et fixera la prime associée à ce risque. Lorsque l'assureur accepte le risque, le représentant, verbalement ou par écrit, confirme à l'assuré qu'il est couvert en cas de sinistre. Notons que les courtiers ont l'obligation d'obtenir des soumissions d'au moins trois assureurs (article 38 de la LDPSF), ce qui signifie que l'assuré aura fait trois propositions d'assurance. Dans ce dernier cas, l'assuré choisira la soumission la plus avantageuse. La police ne sera transmise à l'assuré que plus tard, pour constater l'existence du contrat (article 2399 C.c.Q) et, dans l'intervalle, c'est la proposition qui fait foi du contrat. En

¹ RLRO c D-9.2



cas de divergence, c'est la proposition qui aura préséance sur le contrat à moins que l'assureur n'ait indiqué dans un document séparé l'objet de cette divergence (article 2400 C.c.Q.).

De plus, la ligne directrice de l'Autorité des marchés financiers sur les saines pratiques commerciales impose aux assureurs de communiquer avec leurs clients avant, pendant et après l'offre d'un produit, une information précise, claire et adéquate, leur permettant de prendre une décision éclairée.

Dans le cadre énoncé précédemment, il est évident que le choix de la langue de communication doit se faire bien avant la transmission de la police d'assurance. Dès les premiers échanges entre le représentant et l'assuré, ce dernier fera un choix qui sera le même tout au long de la transaction à moins qu'il modifie ce choix en cours de terme. Pour certains contrats commerciaux, la proposition est incluse dans la police d'assurance, le choix de la langue doit donc être fait au moment de la préparation de la proposition. Dans tous les cas, les polices d'assurance habitation et automobile seront disponibles en français et en anglais.

Quant aux polices commerciales, elles sont disponibles en français dans la très grande majorité des cas. Comme expliqué plus amplement dans nos communications précédentes au gouvernement, notamment en matière d'assurance spécialisée, certaines polices d'assurance ne sont pas disponibles en français. Aussi, lorsque la transaction nécessite l'implication de plusieurs assureurs, dont certains de l'extérieur du Québec (tour d'assurance, police en participation), la langue de communication doit être la même pour toute la documentation sur la couverture d'assurance.

Conséquemment, le BAC avait recommandé de préciser dans le règlement qu'en matière d'assurance, l'offre formelle à l'assuré de faire affaire en français est réputée satisfaire à l'obligation de remise du premier alinéa de l'article 55. Par exemple, en ligne, il pourrait s'agir du choix d'utiliser un formulaire de proposition en français ou, lorsque la proposition est faite au téléphone ou en personne, l'offre au consommateur par le représentant certifié de faire cette proposition en français.

Des contraintes pour les assureurs et des inconvénients pour les assurés

L'obligation de remise prévue à l'article 55 comporte des difficultés d'exécution qui pourraient avoir un impact significatif sur les consommateurs et qui bouleversent les pratiques des assureurs. Malheureusement, les précisions apportées par l'article 27.6 du Règlement ne permettent pas aux assureurs d'offrir leurs produits conformément à leurs pratiques, dans le respect des dispositions légales qui leur sont applicables et d'une manière conviviale et cohérente répondant aux attentes des consommateurs. Ces contraintes ne sont pas justifiées en ce qui concerne l'offre d'assurance puisque les processus en place permettent déjà de respecter l'objectif du gouvernement à l'effet qu'une personne qui souhaite contracter en français puisse le faire.

À titre d'exemple, on peut penser à l'ajout d'une protection au contrat en cours de terme ou au renouvellement de la police. Si l'assuré a déjà fait part de son souhait de contracter en anglais lors de la souscription initiale, les formalités de l'article 55 ne devraient pas avoir à être respectées à nouveau. L'envoi de la documentation en français lors du renouvellement ou d'une modification en cours de terme, alors que le système de l'assureur est programmé pour traiter avec un client anglophone, est susceptible de ralentir la transaction. De plus, le consommateur sera confus et possiblement irrité de recevoir de la documentation en français



alors qu'il a déjà choisi de transiger avec son assureur dans une autre langue, parfois même depuis de nombreuses années.

Finalement, plusieurs assurés préfèrent encore recevoir une copie papier de leur police. Avec la formulation actuelle de l'article 55, ces assurés devraient toutefois attendre de recevoir par la poste la version française de la police d'assurance avant de pouvoir indiquer à l'assureur qu'ils souhaitent une version anglaise de celle-ci. Cette exigence de remise du contrat en français entraînera des coûts significatifs et aura un impact environnemental non négligeable. Par exemple, l'assureur devra envoyer à son assuré le formulaire de police d'assurance automobile du Québec (F.P.Q. n°1), qui contient 35 pages, avant de lui envoyer la version anglaise, et ce, même s'il a déjà choisi de transiger dans cette langue. Ce processus est long, fastidieux et superflu. L'envoi simultané d'une version anglaise et d'une version française pourrait constituer une option qui peut accélérer le processus, mais l'envoi contiendra une quantité de papier deux fois plus grande ce qui, d'un point de vue environnemental, est difficile à justifier, sans compter les difficultés d'interprétation en cas de conflit entre les deux versions.

L'interprétation de l'article 21.5 : accueil favorable d'un guide d'interprétation

Les contrats commerciaux contiennent des clauses types et la démonstration que les éléments essentiels du contrat ont été négociés laisse place à interprétation. Afin de limiter le plus possible l'incertitude et la possibilité de litiges liés à la qualification du contrat, qui sera de gré à gré ou d'adhésion, le BAC insiste sur l'importance de préciser la portée de l'article 21.5 de la Charte. Tel qu'il est rédigé, il fait référence à des notions qui n'ont aucune résonance en assurance de dommages. Il devient donc extrêmement difficile pour l'industrie de l'assurance de l'appliquer. Nous avons proposé, dans nos communications précédentes, de préciser les expressions suivantes :

- « *n'a pas d'équivalent au Québec* » : Puisque les polices de types commerciales varient toujours d'un assureur à l'autre, le BAC recommande de préciser dans le Règlement que si la police n'a pas été traduite par l'assureur qui l'a conçue et rédigée, elle n'a pas d'équivalent au Québec;
- « *provient de l'extérieur du Québec* » : Préciser que la police sera réputée provenir de l'extérieur du Québec lorsqu'elle aura été émise, souscrite, créée ou rédigée à l'extérieur du Québec;
- « *son utilisation est peu répandue au Québec* » : préciser que la police sera considérée peu répandue si elle ne répond pas à un besoin exprimé par une grande part de la population tel que l'assurance automobile et l'assurance habitation. Alternativement, le BAC recommande de préciser que sont réputées peu répandues les polices qui visent des risques commerciaux spécialisés.

Nous aurions souhaité que les polices commerciales exclues de l'application de l'article 55 soient précisées dans le Règlement. Cependant, nous accueillons très favorablement l'annonce, par l'OQLF, du développement d'un Guide d'interprétation et il nous fera plaisir de participer à son élaboration.



Application de l'article 55 de la charte (article 27.6 du Règlement)

Les documents attestant de l'existence du contrat

Au paragraphe 1 a) de l'article 27.6 à titre de document attestant de l'existence du contrat, on donne l'exemple d'un « certificat d'assurance ». Pour plus de clarté, le BAC recommande d'ajouter à titre d'exemple la « police d'assurance » qui, en vertu du C.c.Q., est « le document qui atteste de l'existence du contrat d'assurance » (article 2399 C.c.Q.).

Cet ajout reflète la particularité des étapes de la formation d'un contrat d'assurance, lequel se cristallise par l'acceptation de la proposition de l'assuré. Comme mentionné précédemment, c'est cette proposition qui prévaudra pendant l'intervalle entre son acceptation et la délivrance de la police d'assurance.

Recommandation n° 1

- **Modifier l'article 27.6 (1) a) comme suit : « attestant l'existence du contrat, telle qu'une police d'assurance et un certificat d'assurance ».**

La notion d'accessoire

Au paragraphe 1 c) de l'article 27.6, on vient préciser la notion de « document se rattachant » à un contrat d'adhésion par « ce qui en constitue autrement l'accessoire ». Or, les documents accessoires peuvent avoir été préparés avant ou après la conclusion du contrat. Par exemple, on peut penser à un rapport d'inspection d'un bâtiment, un cautionnement, une lettre de résiliation, la déclaration des valeurs ou encore au questionnaire relativement aux pertes d'exploitation. Ces documents ont été élaborés dans la langue choisie par l'assuré, mais bien avant que la « remise » prévue à l'article 55 soit possible.

Cette incohérence met en lumière les particularités du contrat d'assurance et l'enjeu d'application de l'article 55 soulevé par les assureurs de dommages.

Obligation de remise lorsque la conclusion du contrat se fait par téléphone et par l'entremise d'un moyen technologique

Le BAC salue la volonté du législateur dans sa recherche de cohérence entre l'application de l'article 55 et les pratiques des assureurs. Cependant, tel qu'il est rédigé, l'article 27.6 paragraphe 2 ne répond qu'en partie aux besoins exprimés.

D'entrée de jeu, le BAC souligne que le téléphone cellulaire est un moyen technologique détenu par la très grande majorité des assurés. Ceux-ci disposent donc, en tout temps, d'un outil leur permettant d'avoir accès au site Web de l'assureur ou à des courriels, et donc aux clauses types du contrat auxquelles réfère le paragraphe 2. Incidemment, bien que la distinction entre les paragraphes 2 et 3 nous semble peu utile, le BAC est d'avis qu'il est important de prévoir, pour l'ensemble des situations qu'ils visent, qu'il y a remise du contrat dès lors que l'adhérent a exprimé sa volonté expresse de conclure le contrat dans une autre langue que le français et que ce contrat est effectivement disponible sur demande.



Quant à la consultation de clauses types au moment de la conclusion du contrat, elle est peu utile pour l'assuré, car celles-ci ne reflètent pas l'ensemble des protections dont il bénéficierait et pourraient donc nuire à sa compréhension et à sa prise de décision éclairée. Tout le processus de conclusion des contrats d'assurance est basé sur la responsabilité du représentant (agent ou courtier) qui doit recueillir les informations utiles pour bien cerner les besoins de l'assuré, les analyser et lui offrir le meilleur produit, sur une base personnalisée. Comme mentionné dans nos commentaires généraux, la proposition qui sera faite à l'assureur sera basée sur l'ensemble des informations échangées entre le représentant et l'assuré et c'est ce qui fera foi du contrat jusqu'à son émission. La consultation des clauses types n'est donc pas une solution appropriée pour satisfaire à l'obligation de remise.

Quant aux clauses types (polices et avenants) en assurance des entreprises, il est utopique de penser qu'elles pourraient toutes se retrouver sur le site Web de l'assureur, car elles se comptent par centaines. Leur consultation par l'assuré serait fastidieuse en plus d'être risquée et la mise à jour de celles-ci par l'assureur constituerait un immense fardeau.

En ce qui concerne la distribution par internet, elle est spécifiquement encadrée par le *Règlement sur les modes alternatifs de distribution*² adopté en vertu de la *Loi sur les assureurs*³. L'Autorité avait pour objectif, en adoptant ce règlement, de permettre la distribution de produits d'assurance sans l'intervention systématique d'un représentant et sans priver le consommateur de ses droits d'être informé et conseillé.

Ainsi, le contrat d'assurance est conclu par l'acceptation de la proposition par l'assureur, alors que la police n'est pas encore émise. Il serait donc légitime de considérer que l'information explicite donnée par le représentant concernant la police et tous les documents s'y rattachant sont disponibles en français, suivi de la manifestation d'une volonté expresse du client de faire affaire dans une autre langue que le français, constitue la remise du contrat. Une telle remise, « verbale » ou « via le Web », serait davantage conforme à l'esprit du Code civil en ce qui concerne la formation du contrat d'assurance et les dispositions de la LDPSF en lien avec les obligations des représentants.

Recommandation n° 2

- **Jumeler les paragraphes 2 et 3 de l'article 27.6 en un seul article qui se lirait comme suit : « L'obligation de remettre une version française d'un contrat d'adhésion dont la conclusion se fait via un moyen technologique (y compris le téléphone) est satisfaite dès que l'adhérent est informé de manière explicite que la police et tous les autres documents se rattachant au contrat sont disponibles sur demande en français et que celui-ci exprime sa volonté expresse de conclure le contrat dans une autre langue que le français. »**

(nos soulignés)

² RLRO c D-9.2, r 16.1

³ RLRO c A-32.1



Renouvellement

Les représentants n'ont pas à communiquer verbalement avec le client chaque année. La communication peut être écrite et prendre la forme d'un avis indiquant au client l'importance de communiquer avec son représentant pour l'informer de toute modification ou aggravation du risque. Dans ce cas, aucune réponse n'est attendue du client et, conséquemment, il devient difficile d'obtenir sa volonté expresse confirmant qu'il désire continuer à recevoir sa police dans une autre langue que le français.

Au surplus, la police complète n'est envoyée qu'au moment de la souscription initiale du contrat et non au renouvellement. Au renouvellement, l'assureur envoie les conditions particulières et doit indiquer dans un document séparé les changements, le cas échéant, comme le prévoit l'article 2405 C.c.Q. :

« **2405.** En matière d'assurance terrestre, les modifications que les parties apportent au contrat sont constatées par un avenant à la police.

Toutefois, l'avenant constatant une réduction des engagements de l'assureur ou un accroissement des obligations de l'assuré autre que l'augmentation de la prime n'a d'effet que si le titulaire de la police consent, par écrit, à cette modification.

Lorsqu'une telle modification est faite à l'occasion du renouvellement du contrat, l'assureur doit l'indiquer clairement à l'assuré dans un document distinct de l'avenant qui la constate. La modification est présumée acceptée par l'assuré 30 jours après la réception du document. »

Soulignons qu'en assurance automobile, en vertu de l'article 90 de la *Loi sur l'assurance automobile*⁴ l'assureur doit communiquer les conditions du renouvellement au moins 30 jours avant la date d'échéance, à défaut, le contrat se renouvelle automatiquement.

Conséquemment, le BAC croit qu'il est déraisonnable de demander aux assureurs de communiquer avec des centaines de milliers d'assurés uniquement pour revalider leur choix initial quant à la langue dans laquelle ils désirent contracter. De la même façon, il ne serait pas justifié d'envoyer systématiquement la police en français à chaque renouvellement, si le client avait librement choisi de faire affaire dans une autre langue au moment de la souscription. De plus, il y a lieu de considérer qu'une grande partie des clients n'ont pas encore opté pour le mode de communication électronique, l'envoi de la police en français lors du renouvellement devrait donc se faire par la poste dans ces cas.

Recommandation n° 3

- **Préciser dans le Règlement que l'obligation de remise prévue à l'article 55 de la Charte ne s'applique pas au renouvellement et aux modifications en cours de terme des polices d'assurance.**

⁴ RLRO c A-25



Conclusion

Le BAC et ses membres assureurs de dommages souhaitent remercier le ministre de la Langue française et l'Office de la langue française de l'opportunité qui leur est donnée de commenter ce projet de Règlement. Les recommandations formulées par le BAC visent à harmoniser les exigences du Règlement aux pratiques des assureurs, lesquelles respectent l'encadrement législatif auquel ils sont soumis dans un objectif de protection des consommateurs.

Les modifications proposées permettront aux assurés qui souhaitent communiquer avec leur assureur en français de le faire et ils pourront également recevoir leur documentation en français si c'est leur choix. Elles permettront également d'éviter la confusion et la frustration chez les clients qui auront choisi de recevoir leur police d'assurance dans une autre langue, notamment au moment du renouvellement. N'oublions pas que dans tous les cas, les Québécois peuvent transiger avec leur assureur dans la langue de leur choix pour leur assurance automobile et habitation et qu'en assurance des entreprises ils peuvent le faire dans la majorité des cas.

Le traitement équitable des consommateurs est un enjeu prioritaire pour les assureurs et nous sommes pleinement engagés à favoriser une meilleure littératie financière en offrant la possibilité aux assurés de faire affaire dans la langue de leur choix.

Nous demeurons disponibles pour en discuter plus amplement.

Fin du mémoire



Annexes – Mémoires et lettres du BAC sur le projet de loi n° 96

- I. Mémoire aux membres de la Commission de la Culture et de l'éducation – 7 octobre 2021
- II. Lettre aux ministères de la Langue française et des Finances – 22 décembre 2022
- III. Lettre sur l'habilitation réglementaire en lien avec l'article 55 de la Charte de la langue française aux ministères de la Langue française, des Finances et de la Justice – 27 avril 2023
- IV. Lettre sur les enjeux d'interprétation des articles 21.5 et 55 de la Charte de la langue française à la suite de l'entrée en vigueur de la Loi sur la langue officielle et commune du Québec, le français aux ministères de la Langue française et des Finances – 11 août 2023



Annexes – Mémoires et lettres du BAC sur le projet de loi n° 96

- I. Mémoire aux membres de la Commission de la Culture et de l'éducation – 7 octobre 2021
- II. Lettre aux ministères de la Langue française et des Finances – 22 décembre 2022
- III. Lettre sur l'habilitation réglementaire en lien avec l'article 55 de la Charte de la langue française aux ministères de la Langue française, des Finances et de la Justice – 27 avril 2023
- IV. Lettre sur les enjeux d'interprétation des articles 21.5 et 55 de la Charte de la langue française à la suite de l'entrée en vigueur de la Loi sur la langue officielle et commune du Québec, le français aux ministères de la Langue française et des Finances – 11 août 2023



Annexe I.

Mémoire aux membres de la Commission de la Culture et
de l'éducation – 7 octobre 2021

(Page suivante)

Mémoire sur le Projet de loi n°96
Loi sur la langue officielle et commune du Québec, le français

Présenté à la
Commission de la culture et de l'éducation
Assemblée nationale du Québec

Septembre 2021

Le Bureau d'assurance du Canada (ci-après « BAC ») est l'association qui représente les sociétés privées d'assurance de dommages. L'industrie de l'assurance de dommages joue un rôle de premier plan dans l'économie québécoise en permettant à la population de se prémunir contre des sinistres pouvant avoir un impact important sur sa sécurité financière en protégeant son patrimoine.

Pour mener à bien sa mission, le BAC :

- Maintient des relations suivies avec le gouvernement, les consommateurs et toute autre partie concernée;
- Intervient dans des dossiers règlementaires et législatifs;
- Fait équipe avec le gouvernement et avec divers intervenants dans des initiatives de prévention;
- Informe le grand public en matière d'assurance, tant dans le quotidien qu'en situation de crise;
- Élabore des campagnes d'éducation et de sensibilisation à l'intention des consommateurs.

Le BAC est non seulement le porte-parole de l'Industrie, mais aussi un précieux partenaire pour les gouvernements, les intervenants du milieu de l'assurance de dommages, et les consommateurs.

Bureau d'assurance du Canada

1981, avenue McGill College, bureau 620
Tour Richter
Montréal (Québec) H3A 2Y1

Septembre 2021

Table des matières

INTRODUCTION	4
TITRE I : LE STATUT DE LA LANGUE FRANÇAISE	4
CHAPITRE III – LA LANGUE DE LA LÉGISLATION ET DE LA JUSTICE	4
Article 5 – Traduction certifiée des actes de procédure	4
I. Proportionnalité de la mesure	4
II. Conséquences	5
CHAPITRE VI – LA LANGUE DU TRAVAIL	5
Article 36 – Exigence d’une autre langue que le français au travail	5
CHAPITRE VII – LA LANGUE DU COMMERCE ET DES AFFAIRES	6
Article 44 – Contrat d’adhésion	6
I. Traitement équitable des consommateurs et liberté contractuelle	6
II. Difficultés d’exécution	7
III. Particularités de l’assurance commerciale	7
IV. Conclusion du contrat	7
V. Nullité du contrat	8
VI. Entrée en vigueur	8
Article 46 – Quittances	9
TITRE II : L’OFFICIALISATION LINGUISTIQUE, LA TOPONYMIE ET LA FRANCISATION	9
CHAPITRE V – LA FRANCISATION DES ENTREPRISES	9
Article 76 et suivants – Conduite des affaires internes	9
CONCLUSION	9

INTRODUCTION

Le BAC salue l'initiative du gouvernement qui vise à protéger la langue française au Québec. Il souhaite par ailleurs porter à son attention quelques difficultés importantes que pourraient entraîner les modifications proposées à la *Charte de la langue française* (*Charte*) introduites par le projet de loi n° 96 (PL 96) tant pour les consommateurs que pour les assureurs de dommages. Le BAC est particulièrement préoccupé par les nouvelles dispositions suivantes :

- La modification de l'article 9 de la *Charte* qui prévoit l'obligation de joindre une traduction certifiée en français des actes de procédure émanant d'une personne morale;
- La modification apportée à l'article 55 selon laquelle il n'est pas possible d'être lié par un contrat d'adhésion rédigé dans une autre langue que le français si les parties n'ont pas préalablement pris connaissance d'une version française de ces contrats.

Nous rappelons que, selon la *Politique d'allègement réglementaire* du gouvernement, l'encadrement législatif doit répondre à un besoin clairement défini et restreindre le moins possible le commerce. Les règles doivent être élaborées de façon à réduire au minimum les répercussions sur une économie de marché équitable, concurrentielle et innovatrice.

Vous trouverez ci-après la description des conséquences liées à l'application de certaines dispositions dans le domaine de l'assurance de dommages et les recommandations du BAC quant aux modifications qui pourraient être apportées au PL 96 pour mitiger ces conséquences tout en atteignant les objectifs du législateur.

TITRE I : LE STATUT DE LA LANGUE FRANÇAISE

CHAPITRE III – LA LANGUE DE LA LÉGISLATION ET DE LA JUSTICE

Article 5 – Traduction certifiée des actes de procédure

I. Proportionnalité de la mesure

L'article 5 du PL 96 modifie l'article 9 de la *Charte* en exigeant qu'une traduction en français certifiée soit jointe à tout acte de procédure rédigé en anglais émanant d'une personne morale.

L'*Analyse d'impact réglementaire* (AIR) mentionne que cette obligation n'entraînera pas de coûts supplémentaires pour les entreprises¹. Le BAC n'est pas de cet avis. L'impact financier lié à la traduction de tous les actes de procédure pourrait être important considérant le grand volume de dossiers de réclamations d'assurance qui sont judiciairisés, ce qui aura pour effet d'augmenter les coûts d'exploitation des assureurs et, potentiellement, leur tarification, au détriment des consommateurs.

Le BAC est d'avis que l'obligation de traduire systématiquement tout acte de procédure n'est pas nécessaire pour atteindre l'objectif de permettre aux parties au litige ainsi qu'au public de comprendre les procédures déposées. Dans son analyse, le gouvernement devrait évaluer les proportions et les circonstances dans lesquelles les parties ou le public ne sont pas en mesure de lire les procédures dans la

¹ Ministère de la Justice, *Analyse d'impact réglementaire*, 29 avril 2021, p.14.

langue de leur choix et adopter subséquemment des mesures qui répondent spécifiquement à la problématique identifiée.

À cet égard, le BAC souligne que la modification à l'article 9, telle que rédigée, ne respecte pas le principe de proportionnalité présent dans le *Code de procédure civile du Québec* (C.p.c), car elle alourdit les procédures et engendre des coûts et des délais supplémentaires sans bénéfice significatif pour les utilisateurs. Afin d'atteindre son objectif, le législateur pourrait plutôt prévoir que la personne morale doive fournir une traduction uniquement lorsque l'autre partie le requiert.

II. Conséquences

Comme prévu à l'article 208.6, le défaut de joindre une traduction à un acte de procédure entraînera l'impossibilité de déposer cet acte². Considérant qu'il faille respecter les délais de prescription ainsi que les délais procéduraux, l'impossibilité de respecter cette obligation avant l'expiration de ces délais pourrait engendrer la perte d'un droit pour le demandeur. Aussi, dans le cas d'une injonction, qui est une mesure urgente pour éviter un préjudice sérieux ou irréparable, le délai requis pour la traduction pourrait rendre la procédure inefficace.

Conséquemment, si cette obligation est maintenue, il serait essentiel d'accorder un délai additionnel pour déposer la traduction des actes de procédure dans certains cas.

Recommandations du BAC

- Que la traduction se fasse uniquement si l'une ou l'autre des parties le requiert;
- Que la loi n'exige pas une traduction certifiée;
- Dans l'éventualité où l'obligation systématique de traduction est maintenue, que la loi prévoie un délai additionnel pour produire la traduction des actes de procédure.

CHAPITRE VI – LA LANGUE DU TRAVAIL

Article 36 – Exigence d'une autre langue que le français au travail

L'article 36 du PL 96 introduit l'article 46.1 de la *Charte* qui précise qu'un employeur est réputé ne pas avoir pris tous les moyens raisonnables pour éviter d'exiger la connaissance ou un niveau de connaissance spécifique d'une autre langue que le français dès lors que, avant d'exiger cette connaissance ou ce niveau de connaissance, l'une des conditions énumérées à l'article n'est pas remplie.

Le BAC soutient l'objectif du législateur de favoriser le français à titre de langue du travail, mais pense néanmoins que cette disposition devrait être assouplie de manière à favoriser l'objectif du gouvernement qui consiste à améliorer la productivité et la compétitivité des entreprises du Québec³. Dans certains cas, les entreprises québécoises ayant des activités dans d'autres provinces canadiennes ou ailleurs dans le monde doivent assurer une communication efficace avec l'ensemble de leur clientèle et de leurs employés. Bien que l'article 46.1 n'empêche pas cette communication, les conditions à respecter au moment de l'embauche ainsi que la présomption irréfragable de non-respect de la loi créées par cet article font en sorte qu'il pourrait inciter des employeurs à recruter ou promouvoir des personnes

² Article 116 du PL 96 créant l'article 208.6 de la *Charte de la langue française*.

³ Gouvernement du Québec, *Votre avenir votre budget – Plan budgétaire*, Budget 2021-2021, mars 2020, p. 107, http://www.budget.finances.gouv.qc.ca/budget/2020-2021/fr/documents/PlanBudgetaire_2021.pdf

bilingues à l'extérieur du Québec. Le BAC est d'avis que la présomption ne devrait pas être absolue⁴, comme proposé. Une entreprise devrait pouvoir présenter une preuve indiquant qu'elle a pris les moyens raisonnables pour éviter d'exiger la connaissance ou un niveau de connaissance d'une autre langue que la langue officielle, tel que le requiert la loi. La preuve de nécessité est très circonstancielle et peut varier notamment selon le lieu d'exercice, le type de clientèle et les services offerts.

Enfin, les entreprises devront modifier leurs pratiques d'embauche et de promotion pour se conformer aux conditions énumérées, notamment en faisant l'évaluation requise pour chaque poste à pourvoir. Un délai raisonnable devrait être donné aux entreprises afin de mettre en place les changements requis par la loi.

Recommandations du BAC

- Remplacer la présomption irréfragable par une présomption réfragable;
- Accorder un délai aux entreprises pour qu'elles puissent ajuster leurs pratiques d'embauche et de promotion.

CHAPITRE VII – LA LANGUE DU COMMERCE ET DES AFFAIRES

Article 44 – Contrat d'adhésion

L'article 44 du PL 96 vient modifier l'article 55 de la *Charte* en introduisant une obligation de prendre connaissance de la version française des contrats d'adhésion avant de pouvoir être liés par la version rédigée dans une autre langue que le français.

Les polices d'assurance sont généralement considérées comme des contrats d'adhésion et l'application de cette nouvelle obligation pourrait entraîner de lourdes conséquences pour les assurés.

I. Traitement équitable des consommateurs et liberté contractuelle

Nous comprenons l'intention du législateur de s'assurer que les consommateurs québécois soient servis en français et ne se fassent pas imposer des documents dans une autre langue que le français. Toutefois, dans certaines circonstances, cette nouvelle obligation pourrait plutôt nuire à la compréhension par le consommateur du produit financier qu'il souhaite acquérir.

En vertu des lois et règlements qui régissent l'industrie de l'assurance de dommages au Québec, les assureurs doivent s'assurer de traiter le consommateur équitablement. Ceci implique que les assureurs veillent à ce que les consommateurs disposent d'une information qui leur permet, avant, au moment et après l'achat d'un produit, d'être convenablement informés et de prendre des décisions éclairées quant aux produits d'assurance et quant à leur patrimoine⁵. Ainsi, les processus établis par les assureurs répondent déjà à ces exigences en permettant notamment au consommateur de choisir, dès le début de la relation contractuelle, la langue de communication.

⁴ Dictionnaire de droit québécois et canadien par Hubert Reid, définition de « présomption absolue », synonyme de « présomption irréfragable » : <https://dictionnaireid.cajj.qc.ca/recherche#q=pr%C3%A9somption&t=edictionnaire&sort=relevancy&m=search&i=2&bp=results>

⁵ Autorité des marchés financiers, *Ligne directrice sur les saines pratiques commerciales*, 2013.

II. Difficultés d'exécution

Cette nouvelle obligation comporte des difficultés d'exécution qui pourraient avoir un impact significatif sur les consommateurs et qui bouleversent les pratiques des assureurs. Or, plusieurs autres procédés moins contraignants permettent déjà de respecter l'objectif qui est de permettre à une personne qui souhaite contracter en français de le faire.

L'article 55 de la *Charte* indique que les parties au contrat seront liées par la version dans une autre langue que le français seulement après la prise de connaissance de la version française. Cette disposition peut être impossible à appliquer dans certaines circonstances. Par exemple, un consommateur qui se trouve chez le concessionnaire automobile et qui désire repartir avec son nouveau véhicule contactera son assureur ou son courtier et demandera que l'assurance applicable à ce véhicule entre en vigueur le jour même. Si ce consommateur choisit une autre langue que le français, il devra suivre le processus imposé, ce qui reportera l'entrée en vigueur de son assurance et conséquemment, la prise de possession de son véhicule.

On peut également penser aux modifications apportées en cours de terme au contrat d'assurance, nécessitant l'envoi de formulaires additionnels. Ces formulaires d'assurance constatant une modification (par exemple, une nouvelle couverture), s'ils ne sont pas considérés comme de la "documentation rattachée au contrat" visée par l'exemption de l'article 55, mais plutôt comme un amendement au contrat en soi, devront être envoyés en français même si l'assuré a déjà fait part de son souhait d'obtenir un contrat en anglais lors de l'achat initial. Cette façon de faire est susceptible de ralentir la transaction et submergera le consommateur de documentation non utile à sa compréhension et à sa prise de décision.

III. Particularités de l'assurance commerciale

Ainsi rédigé, l'article 55 pourrait s'appliquer au contrat d'assurance commerciale, puisque ces contrats contiennent des « clauses types » qui peuvent par ailleurs être négociées. Pour éviter une telle application, le BAC est d'avis qu'il serait approprié d'accorder une exception pour certains contrats d'assurance commerciale pour les raisons suivantes.

D'abord, la transaction s'effectue souvent au niveau international, notamment pour l'assurance spécialisée, et dépend d'autres marchés. Aussi, pour répondre aux besoins des assurés commerciaux, plusieurs mécanismes de gestion des risques sont implantés, comme par exemple, les tours d'assurance qui impliquent que plusieurs assureurs participeront à l'indemnisation.

Ces tours d'assurance peuvent contenir des polices de types « garanties subordonnées » qui offrent la même couverture, mais aussi les mêmes exclusions et adoptent principalement les mêmes garanties que la police de référence. Or, si cette police de référence est en anglais, l'assureur de la police « Garanties subordonnées » ne communiquera pas une version française de la police. Ainsi, l'obligation prévue à l'article 55 de la *Charte* pourrait priver le Québec du marché international de l'assurance commerciale.

IV. Conclusion du contrat

Il sera difficile, voire impossible, pour l'assureur de vérifier si un consommateur a réellement pris connaissance de la version française de la police d'assurance, ce qui pourrait engendrer une incertitude quant à la conclusion de la transaction.

De plus, comme prévu à l'article 2400 du *Code civil du Québec* (C.c.Q), la remise de la police au preneur permet à l'assureur d'invoquer les dispositions qui y sont incluses dans le cadre du processus

d'indemnisation. Le BAC s'interroge quant au moment où il faudra considérer que la police a été remise au preneur et à l'impact de la nouvelle procédure prévue à l'article 55 sur les obligations des parties au contrat d'assurance.

V. Nullité du contrat

Les conséquences du défaut de respecter cette obligation, prévues aux articles 204.17, 204.19 et 204.20, sont considérables⁶, puisque le contrat frappé de nullité⁷ est réputé n'avoir jamais existé. Pour plusieurs raisons, cette éventualité n'est pas dans l'intérêt des assurés et des victimes, notamment lorsqu'il s'agit d'une assurance responsabilité. À titre d'exemple, en assurance automobile, la nullité pourrait avoir comme conséquence que l'assuré ne respecte pas son obligation de détenir un contrat d'assurance responsabilité⁸. Également, un assuré qui demande l'annulation d'un contrat d'assurance responsabilité et qui, par la suite, fait l'objet d'une poursuite pour un événement survenu avant l'annulation ne sera pas couvert. Le BAC est donc d'avis que la nullité du contrat visé à l'article 55 de la *Charte* et modifié par l'article 44 du PL 96 n'est pas une sanction appropriée dans le domaine de l'assurance et n'est pas non plus dans l'intérêt de l'assuré.

VI. Entrée en vigueur

Enfin, il est primordial qu'un délai raisonnable, après la sanction du projet de loi, soit offert aux assureurs afin qu'ils soient en mesure d'apporter les modifications à leurs procédures internes. En effet, le délai actuel, soit le jour de la sanction⁹, ne sera pas suffisant. Les assureurs offrent déjà les contrats en anglais ou en français, au choix de l'assuré, donc aucun délai n'est requis pour la traduction. Par ailleurs, un délai sera nécessaire pour modifier les procédures internes incluant les systèmes informatiques de façon que les assureurs puissent faire parvenir la version française au moment requis par l'article 55. Actuellement, l'assureur s'enquiert au début de la relation de la langue dans laquelle l'assuré souhaite communiquer. Par la suite, tous les échanges sont effectués en respectant le choix de l'assuré.

Recommandations du BAC

- Maintenir le libellé actuel de l'article 55 afin de privilégier la volonté des parties contractantes;
- Si le législateur désire imposer de nouvelles obligations quant à la possibilité pour un consommateur d'obtenir un contrat dans une autre langue que le français, prendre en considération l'importance de la liberté contractuelle et;
- Si les formalités administratives sont maintenues, prévoir un délai raisonnable pour permettre aux assureurs de modifier leurs systèmes et leurs pratiques pour se conformer aux modifications et prévoir une exclusion pour les contrats d'assurance commerciale internationale afin de ne pas priver le Québec de ce marché;
- Considérant les particularités d'un contrat d'assurance, ne pas permettre l'annulation des contrats comme prévu à l'article 114 du PL 96 à titre de sanction, de façon à protéger aussi bien l'assuré que les victimes.

⁶ Article 114 du PL 96 créant l'article 204.17 de la *Charte de la langue française*.

⁷ *Code civil du Québec*, RLRQ, c. CCQ-1991, notamment, art. 1377 et 1422.

⁸ *Loi sur l'assurance automobile*, RLRQ c. A-25, art. 84.

⁹ PL 96 modifiant l'article 201 de la *Charte de la langue française*.

Article 46 - Quittances

L'article 46 du PL 96 vient modifier l'article 57 de la *Charte* exigeant que les factures, les reçus, les quittances et les autres documents de même nature soient rédigés en français. De plus, il est indiqué qu'un document dans une autre langue que le français ne peut être transmis que si sa version française n'est pas accessible au destinataire dans des conditions tout aussi favorables.

Le BAC souhaite confirmer que cette disposition ne s'applique pas aux quittances en assurance qui sont toujours rédigées dans la langue choisie par l'assuré. **Ainsi, le BAC recommande que cette disposition ne s'applique pas à celles-ci.**

TITRE II : L'OFFICIALISATION LINGUISTIQUE, LA TOPONYMIE ET LA FRANCISATION

CHAPITRE V – LA FRANCISATION DES ENTREPRISES

Article 76 et suivants – Conduite des affaires internes

À la lecture du PL 96, le BAC comprend l'intention du législateur de s'assurer que le français occupe une place importante dans la conduite des affaires internes des entreprises exerçant leurs activités au Québec. Toutefois, le BAC s'interroge sur l'opérationnalisation des nouvelles exigences apportées au programme de francisation. Pensons notamment au fait qu'un membre du personnel de l'Office québécois de la langue française (OQLF) pourrait assister à toute réunion du comité ou que les entreprises devront obligatoirement envoyer les procès-verbaux de leurs réunions à l'OQLF¹⁰.

Recommandation du BAC

Le BAC recommande d'opter pour des exigences axées sur les résultats souhaités qui permettront de s'adapter à chaque situation et aux types d'entreprises visés. Par exemple, en privilégiant la conservation des procès-verbaux à l'interne et si nécessaire, en permettant à l'OQLF d'en obtenir copie.

CONCLUSION

Le BAC reconnaît l'importance de protéger le français et la promotion de son utilisation au sein des entreprises du Québec. Cependant, ceci doit se faire en respectant la liberté contractuelle et le choix du consommateur quant à la langue à utiliser dans le cadre de sa relation avec l'entreprise qui lui offre un produit ou un service.

Comme décrit précédemment, les impacts de certaines dispositions sont importants tant pour les consommateurs que pour les entreprises. Les recommandations du BAC n'ont pas pour objectif d'altérer l'esprit et les grands concepts du projet de loi, mais elles permettront, selon le BAC, d'atténuer les problématiques identifiées.

Les consultations qui auront lieu prochainement permettront certainement d'apporter au PL 96 les modifications nécessaires afin que le législateur atteigne l'objectif escompté tout en s'assurant que les nouvelles dispositions soient adaptées aux besoins des consommateurs et aux pratiques des entreprises.

Pour conclure, nous vous remercions de l'opportunité que vous donnez aux assureurs de dommages de commenter ce projet de loi par l'intermédiaire du BAC.

¹⁰ Article 80 du PL 96 créant l'article 138.3 de la *Charte de la langue française*.



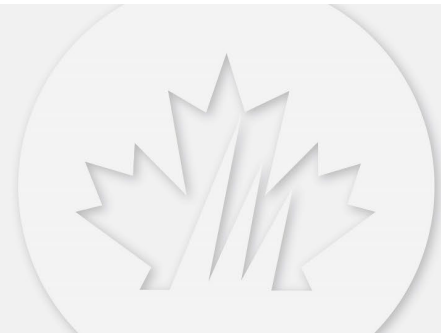
Annexe II.

Lettre aux ministères de la Langue française et des
Finances – 22 décembre 2022

(Page suivante)



BAC
Bureau d'assurance
du Canada



PAR COURRIEL

Montréal, le 22 décembre 2022

Monsieur Jean-François Roberge
Ministre responsable de la langue française
875, Grande Allée Est, 3^e étage
Québec (Québec) G1R 4Y8
ministre@mlf.gouv.qc.ca

-et-

Monsieur Éric Girard
Ministre des finances
390, boulevard Charest Est
Québec (Québec) G1K 3H4
ministre@finances.gouv.qc.ca

**Objet : Commentaires du Bureau d'assurance du Canada
Loi sur la langue officielle et commune du Québec, le français**

Messieurs les ministres,

Ayant procédé dans le courant de l'automne 2022 à plusieurs exercices de consultation auprès des assureurs de dommages œuvrant au Québec et au Canada, le Bureau d'assurance du Canada (Québec) désire vous faire part des préoccupations de ceux-ci quant aux enjeux relatifs à l'entrée en vigueur, le 1^{er} juin 2023, des articles 21.5 et 55 de la *Loi sur la langue officielle et commune du Québec, le français*.

D'emblée, notre organisation reconnaît l'importance de protéger la langue française et de faire la promotion de son utilisation au sein des entreprises exerçant des activités commerciales au Québec. De ce fait, nos interventions visent à offrir aux assureurs de dommages l'information la plus pertinente possible concernant l'opérationnalisation des mesures législatives découlant de l'adoption de la *Loi*.

Ainsi, nous jugeons à propos de vous relayer les principales préoccupations des assureurs de dommages, dans un effort concerté et de bonne foi, visant essentiellement la clarification des dispositions législatives. L'incertitude créée par le libellé actuel est de nature à freiner l'offre d'assurance spécialisée au Québec entraînant par le fait même un enjeu d'accès pour les entreprises

qui y font affaire. Cette incertitude pourrait dissuader certains assureurs d'offrir leurs produits au Québec, ce qui aurait pour effet de limiter le choix des assurés québécois en matière d'assurance

Article 21.5 de la Charte de la langue française

Le BAC est satisfait de l'insertion de l'exception visant les contrats d'assurance à l'article 21.5. Il s'agit d'un pas dans la bonne direction et d'une réelle volonté de la part des parlementaires de reconnaître les spécificités propres à l'assurance de dommages commerciale.

Cependant, de vives inquiétudes persistent chez les assureurs concernant l'interprétation des notions d'« équivalence au Québec », de « provenance de l'extérieur du Québec » et d'« utilisation peu répandue au Québec ».

L'opérationnalisation de cette disposition sera également entravée par les incertitudes ayant trait à la notion de contrat d'adhésion, par opposition au contrat synallagmatique (de gré à gré). En effet, la négociation est une pratique courante en assurance de dommages commerciale. Ainsi, il pourrait être complexe pour chaque intervenant de se livrer à une qualification du contrat à intervenir, dans la mesure où celui-ci comporte très souvent à la fois des clauses types et des clauses négociées.

L'article 21.5 nous apparaît si imprécis qu'ultimement, il risque de produire des effets contraires aux intentions du législateur. En effet, le libellé de ces formules ne permet pas de dégager une interprétation commune à l'ensemble de l'industrie et entraîne de la confusion quant aux mesures à prendre pour assurer une conformité des pratiques commerciales aux exigences de la loi. Or, la stabilité et la prévisibilité sont des conditions essentielles à l'exercice par nos membres de leurs activités d'assurance et de réassurance.

« Pas d'équivalence au Québec »

Les produits d'assurance de dommages commerciale sont complexes et variés. Aussi, la démocratisation des marchés et la révolution numérique ont permis à de nombreux acteurs étrangers de développer des segments d'affaires au Québec. Conséquemment, juger de l'équivalence d'un produit spécialisé par rapport à un autre est un exercice subjectif.

L'analyse d'équivalence d'un produit d'assurance est quasi impossible en ce qui a trait aux segments dits « d'assurance de risque spécialisé ». En effet, les contrats sont alors souvent négociés, en tout ou en partie, afin de refléter les besoins particuliers de chaque client et d'y associer des conditions et des couvertures particulières ou encore, développés afin de répondre aux besoins spécifiques à une industrie. À titre d'exemple, une police d'assurance Erreurs et omissions (E&O) sera différente selon qu'elle vise une firme d'ingénieurs ou une entreprise dans le domaine de la construction. De plus, l'étendue de la couverture variera d'un assureur à l'autre en fonction de son appétit pour le risque. Ainsi, comment déterminer qu'un produit est équivalent ou non à un autre?

Considérant ce qui précède, on peut se demander s'il faut comprendre que si ce type de police n'a pas été traduite par l'assureur qui l'a conçue ou rédigée, elle n'a pas d'équivalent en français.

« Utilisation peu répandue »

La condition subsidiaire voulant que l'utilisation de la police doit être peu répandue est également très subjective. La base d'analyse devrait-elle reposer sur le pourcentage de prime associé au produit en question par rapport au pourcentage total de primes, le nombre de clients ou de comptes, le type

d'assurance (par exemple, une assurance plus spécialisée de type Cyber ou Enlèvements et demandes de rançon), etc.? À partir de quand pourra-t-on affirmer que la police est répandue? Selon nos membres, il s'agit d'un critère extrêmement difficile à appliquer et conséquemment qui crée beaucoup d'incertitude.

« Qui provient de l'extérieur du Québec »

Il s'agit d'une expression qui n'est utilisée ni en pratique ni dans les lois sectorielles en assurance. Même en tentant d'en faire une interprétation contextuelle, nous n'arrivons pas à identifier avec certitude à quoi renvoie le législateur. Est-ce dans le cas où la police aurait été conçue, rédigée, émise ou souscrite à l'extérieur du Québec?

De même, il n'est pas rare, vu les risques considérables à couvrir, que plusieurs compagnies d'assurances s'allient entre elles dans le cadre de montages dits « tours d'assurances » ou de polices en participation, partageant ainsi une part des risques par le biais de garanties subrogées. Dans un tel cas, quels seront les critères applicables pour déterminer que la police provient de l'extérieur du Québec si certains assureurs faisant partie de la tour ne font pas affaire au Québec?

Article 55 de la Charte de la langue française

L'article 55 pose des défis majeurs, en ce que, tout comme l'article 21.5, il souffre d'imprécisions et son application sera assurément excessivement complexe. Des modifications majeures doivent être apportées aux systèmes informatiques des assureurs sans réel plus-value pour des assurés qui peuvent déjà transiger dans la langue de leur choix.

Un des enjeux soulevés par nos membres est celui du renouvellement des polices d'assurance. Dans cette circonstance précise, il n'est pas clair si l'on doit reprendre le processus d'envoi d'une copie du contrat en français, bien que le client ait exprimé initialement sa volonté de recevoir les documents en anglais.

L'entrée en vigueur, le 1^{er} juin 2023, de l'article 55, amènera son lot de difficultés quant au chevauchement à prévoir entre les contrats entrés en vigueur avant cette date, les renouvellements postérieurs, l'ajout d'avenants, etc. Des précisions s'imposent quant aux intentions du législateur. En effet, il n'est pas clair que les compagnies d'assurances peuvent considérer les avant-contrats, les propositions d'assurance et les soumissions ou les contrats accessoires découlant du contrat principal comme des « documents se rattachant au contrat principal ». Dans cette perspective, on peut également penser aux contrats applicables lors d'une réclamation (consentement, quittance, etc.) découlant d'une police où l'assuré a déjà valablement manifesté son désir de recevoir la police en anglais.

Il existe aussi un angle mort en ce qui a trait à l'activité commerciale d'« assurance en excès ». Il n'est pas rare qu'un assureur assume une part du risque excédant la capacité d'un autre, en s'alliant à celui-ci afin d'offrir une couverture adéquate et complète à un client. Dans ce cas précis, l'assureur en excès doit pouvoir être lié par le choix linguistique initial de l'assuré au moment où celui-ci a contracté avec l'assureur primaire. Le client qui veut avoir plus de choix et bénéficier de la compétitivité des marchés demandera une police en anglais; imposer le contraire désavantagerait nos entreprises québécoises.

Finalement, les assureurs de dommages nous ont également communiqué leurs inquiétudes quant à l'interprétation de l'expression « relation avec l'extérieur du Québec ». Encore ici, le législateur doit faire preuve de clarté et mieux circonscrire ce qu'il entend par cette expression car présentement, il

est difficile de savoir à quoi il réfère. À titre d'exemples, au Québec, certaines sociétés ont un siège social ou un principal établissement à l'extérieur de la province. Certaines exercent leurs principales activités à l'extérieur du Québec. Enfin, d'autres se retrouvent dans une situation où l'assureur principal serait « à l'intérieur du Québec » et le réassureur « à l'extérieur du Québec ».

Répercussions économiques en assurance de dommages

Les membres du BAC nous ont fait part de leurs craintes quant au fardeau disproportionné découlant de l'entrée en vigueur des modifications apportées à la *Charte*, qui découle notamment du manque de clarté décrit plus haut. Ainsi, les conseillers juridiques internes des assureurs de même que les firmes d'avocats consultées ne peuvent se prononcer avec certitude sur l'interprétation des articles 21.5 et 55. Or, dans un souci de conformité, les assureurs favoriseront la traduction de la majorité de leurs polices commerciales émises au Québec alors que ce n'est possiblement pas l'intention du législateur, qui a soutenu lors des travaux parlementaires avoir apporté des modifications à l'article 55 répondant aux préoccupations du milieu des affaires. Certains assureurs pourraient donc décider, inutilement, de se retirer du marché québécois, rendant l'accès à l'assurance des entreprises plus difficile dans certains cas.

L'industrie de l'assurance de dommages n'échappe pas à la crise de la pénurie de main-d'œuvre, comme tous les autres secteurs d'activités. De ce fait, les assureurs ne disposeront fort probablement pas des ressources humaines nécessaires à la traduction des contrats d'assurance et autres documents connexes. Ces documents légaux sont très complexes et impliqueront d'une part le travail d'un traducteur certifié spécialisé et un travail de révision par un juriste. Considérant le nombre de polices d'assurance commerciale potentiellement visées, ce travail colossal pourrait s'échelonner sur plusieurs mois, voire plusieurs années. En effet, tel que mentionné précédemment, les types de polices d'assurance commerciale sont nombreux, de façon à couvrir tous les risques auxquels font face les entreprises, en plus de varier selon l'industrie ou l'expertise de l'entreprise assurée.

Le temps est venu pour l'industrie de l'assurance de dommages de se positionner face aux changements qui entreront en vigueur en juin 2023 et de prendre des décisions d'affaires ayant des impacts opérationnels et financiers importants. Des processus doivent d'ores et déjà être mis en place afin d'adapter leurs pratiques.

Le BAC est donc d'avis que des modifications législatives, bulletins ou autres avis d'interprétation sont nécessaires pour limiter l'incertitude qui prévaut actuellement et sollicite une rencontre afin d'échanger plus amplement des enjeux qui précèdent.

Demeurez assurés, messieurs les ministres, de notre pleine et entière collaboration.

Meilleures salutations,

(original signé)

Johanne Lamanque
Vice-présidente, Québec

c.c. Mme Ginette Galarneau
Présidente-directrice générale
Office québécois de la langue française

M. Eric Stevenson
Sous-ministre adjoint
Ministère des Finances



Annexe III.

Lettre sur l'habilitation réglementaire en lien avec l'article
55 de la Charte de la langue française aux ministères de la
Langue française, des Finances et de la Justice –
27 avril 2023

(Page suivante)



BAC
Bureau d'assurance
du Canada



PAR COURRIEL

Le 27 avril 2023

Monsieur Jean-François Roberge
Ministre de la Langue française
MINISTÈRE DE LA LANGUE FRANÇAISE
875, Grande-Allée Est
3e étage, secteur 500
Québec (Québec) G1R 4Y8
ministre@mlf.gouv.qc.ca

Objet : Commentaires du Bureau d'assurance du Canada sur l'habilitation réglementaire en lien avec l'article 55 de la Charte de la langue française

Monsieur le Ministre,

Nous avons été informés cette semaine qu'un obstacle juridique pourrait empêcher votre ministère de préciser par règlement certaines dispositions de l'article 55 de la *Charte de la langue française* (« Charte »), notamment la présence d'un article miroir (article 26) dans la *Loi sur la protection du consommateur* (« LPC »). Le Bureau d'assurance du Canada souhaite vous faire part de son interprétation quant à cette position. Il réitère également ses propositions quant aux articles 55 et 21.5, lesquelles visent à offrir aux assureurs de dommages les clarifications nécessaires pour une application claire et uniforme de la Charte.

Après des mois de discussions avec votre équipe et la perspective de clarifications à venir prochainement par voie réglementaire, nous nous attendions à avoir les précisions nécessaires afin de finaliser la mise en œuvre des articles 55 et 21.5, le 1^{er} juin, soit dans moins de cinq semaines.

Selon l'opinion de nos juristes, l'habilitation réglementaire à l'article 93 de la Charte qui se lit comme suit est claire et sans équivoque :

93. Le gouvernement peut, outre les pouvoirs de réglementation prévus à la présente loi, adopter des règlements pour en faciliter la mise en œuvre, y compris pour définir les termes et expressions qui y sont utilisés ou en préciser la portée.

Elle permet certainement de préciser les dispositions de la Charte, tel que nous l'avons demandé dans nos correspondances précédentes.

En ce qui concerne l'allégation de conflit entre les deux lois, il est important de préciser que l'article 26 de la LPC ne s'applique pas aux contrats d'assurance. **En effet, l'article 5 a) de la LPC mentionne que les contrats d'assurance et les contrats de rentes sont exclus du Titre 1 relatif aux biens et aux services.** Comme l'article 26 de la LPC fait partie du Titre 1, il est donc clair qu'il ne s'applique pas aux contrats d'assurance.



« Sont exclus de l'application du titre sur les contrats relatifs aux biens et aux services et du titre sur les sommes transférées en fiducie :

- a) Un contrat d'assurance ou de rente, à l'exception d'un contrat de crédit conclu pour le paiement d'une prime d'assurance »

Ceci signifie que les contrats d'assurance ne sont assujettis qu'à l'article 55 de la Charte et que, par conséquent, l'habilitation réglementaire de l'article 93 de la Charte permet de répondre à nos besoins de clarification sans qu'il y ait d'enjeu d'harmonisation du règlement avec la LPC.

Pour justifier l'exclusion des contrats d'assurance de l'application de la loi, M^{me} Payette, en commission permanente des consommateurs, des coopératives et des institutions financières, précisait à l'époque ce qui suit « on doit comprendre que le surintendant des assurances dispose déjà de suffisamment de pouvoirs en termes de protection du consommateur, pour intervenir à ce niveau. » Ce commentaire est d'autant plus pertinent aujourd'hui considérant l'encadrement robuste mis en place par l'Autorité des marchés financiers au cours des dernières années en ce qui concerne le traitement équitable des consommateurs. L'article 5 a) de la LPC nous rappelle le caractère unique de l'assurance en y excluant ses contrats et par le fait que le secteur de l'assurance est déjà fortement réglementé.

Nos recommandations réglementaires ont déjà fait l'objet de plusieurs lettres à votre attention et de nombreux échanges avec votre équipe. Rappelons seulement qu'elles visent à faciliter la transition, mais aussi à permettre aux assureurs une interaction avec leurs clients qui soit cohérente avec l'encadrement législatif déjà en place, tout en respectant l'intention du législateur.

Il est donc urgent d'agir. À défaut de pouvoir adopter un règlement dans les prochains jours, nous croyons qu'un avis administratif d'interprétation est impératif pour guider nos membres assureurs dans leurs travaux afin d'adapter leurs systèmes et leurs pratiques. Notre intervention d'aujourd'hui vise principalement à vous demander d'agir rapidement afin d'offrir aux assureurs des clarifications qui sont essentielles pour une transition sans heurt vers les nouvelles pratiques dictées par la Charte.

Nous restons disponibles pour répondre à toute question relative à cet important et urgent dossier.

Veuillez accepter, Monsieur le Ministre, nos plus cordiales salutations.

(original signé)

Johanne Lamanque
Vice-Présidente, Québec
Bureau d'assurance du Canada

[Signature]

c.c. : Monsieur Eric Girard, ministre des Finances (ministre@finances.gouv.qc.ca)
Monsieur Simon Jolin-Barrette, ministre de la Justice (ministre@justice.gouv.qc.ca)



Annexe IV.

Lettre sur les enjeux d'interprétation des articles 21.5 et 55 de la Charte de la langue française à la suite de l'entrée en vigueur de la Loi sur la langue officielle et commune du Québec, le français aux ministères de la Langue française et des Finances – 11 août 2023

(Page suivante)



PAR COURRIEL

Le 11 août 2023

Monsieur Jean-François Roberge
Ministre de la Langue française
875, Grande-Allée Est
3e étage, secteur 500
Québec (Québec) G1R 4Y8
ministre@mlf.gouv.qc.ca

Objet : Commentaires du Bureau d'assurance du Canada à la suite de l'entrée en vigueur de la *Loi sur la langue officielle et commune du Québec, le français*

Monsieur le Ministre,

À la suite de l'entrée en vigueur de la *Loi sur la langue officielle et commune du Québec, le français*, le Bureau d'assurance du Canada (BAC) désire vous faire part des commentaires de ses membres sur les difficultés d'application qu'ils ont rencontrées avant et depuis le 1^{er} juin 2023.

Jusqu'à maintenant, des difficultés liées à l'interprétation de certaines dispositions de la *Charte de la langue française* ont amené des assureurs de dommages à limiter leur offre d'assurance pour certains produits ou marchés, notamment en assurance des entreprises. Cette « prudence » vient du fait que même les opinions juridiques externes demandées, qui furent offertes avec plusieurs réserves, ne suffisaient pas à les rassurer qu'ils allaient se conformer pleinement à la loi.

Il ressort en effet de la consultation menée auprès des membres du BAC que, considérant le manque de clarté de la loi, les avocats sont réticents à se prononcer sur la qualification de certains contrats d'assurance et sur les notions de « police d'assurance lorsqu'elle n'a pas d'équivalent en français au Québec », « provenance de l'extérieur du Québec » et dont « l'utilisation est peu répandue au Québec ». Les enjeux d'interprétation qui suivent restent donc présents et complets pour les assureurs de dommages.

Enjeux d'interprétation eu égard aux notions de contrat « d'adhésion » et de « gré à gré » (art. 55)

Il fait consensus que les polices d'assurance des particuliers (habitation et automobile), qui renferment des clauses standards, sont des contrats d'adhésion car les assurés ont très peu ou pas de pouvoir de négociation. Cependant, la qualification des contrats d'assurance entreprise est plus complexe. Bien que ceux-ci soient d'entrée de jeu considérés comme des contrats d'adhésion, ils peuvent généralement être négociés. Il devient alors difficile de déterminer à quel moment, du fait de cette négociation plus ou moins substantielle, le contrat en devient un de gré à gré.



En effet, bien que la majorité des polices d'assurance entreprise soient basées sur des libellés dits « standards » inspirés de libellés proposés par des associations sectorielles comme le BAC, elles sont négociées et personnalisées par le biais d'avenants qui permettent de l'adapter aux besoins spécifiques, et parfois uniques, de chaque client. Les avenants peuvent être standardisés ou manuscrits et leur négociation modifie directement les modalités du contrat (protections, exclusions, franchises, etc.).

Il est également difficile, en se basant sur la loi, de déterminer le régime applicable aux documents connexes à la police d'assurance, par exemple les questionnaires, les ententes de paiement par débit préautorisé ou les conditions d'accès à une plateforme numérique, etc.

Enfin, la loi est muette sur la qualification du contrat d'assurance au stade de son renouvellement. Il faudrait, d'une part, que les assureurs soient en mesure de déterminer si les contrats renouvelés après le 1^{er} juin 2023 sont des nouveaux contrats ou non et, le cas échéant, s'ils sont soumis à l'article 55, et d'autre part si la négociation de stipulations essentielles, à cette étape, entraîne ou non une modification de la qualification.

Afin d'illustrer la complexité d'interprétation mentionnée plus haut, on peut considérer l'exemple d'un programme d'assurance négocié avec une association qui regroupe les membres d'une même industrie ou profession. Le contrat est négocié avec cette association, mais n'est pas négocié spécifiquement avec chaque entreprise ou professionnel assuré. Dans la mesure où le programme a été créé pour ceux-ci, les négociations avec l'assuré sont limitées à certaines particularités.

Ce qui précède explique en partie pourquoi nos membres ont été nombreux à se prononcer sur la nécessité d'exclure expressément de la portée de l'article 55 et de qualifier de contrats de gré à gré l'ensemble des contrats d'assurance entreprise ainsi que ceux couvrant les risques spécialisés, dans la mesure où ceux-ci peuvent être négociés.

Enjeux d'interprétation eu égard à la notion de police d'assurance « lorsqu'elle n'a pas d'équivalent en français au Québec », « provenance de l'extérieur du Québec » et dont « l'utilisation est peu répandue au Québec » (art. 21.5)

Équivalence en français au Québec

Les assureurs constatent qu'il est quasi impossible d'analyser l'équivalence d'un produit d'assurance, car les polices d'assurance de dommages entreprise ou de responsabilité sont complexes et ont un haut degré de variabilité. Une comparaison de tous les produits disponibles au Québec est impossible. Par ailleurs, plusieurs assureurs sont basés à l'extérieur du Québec et n'ont donc pas une bonne connaissance du marché local.

Plusieurs assureurs auraient exploré la possibilité d'élaborer une attestation par laquelle un courtier, par exemple, pourrait certifier qu'à sa connaissance, un produit d'assurance n'a pas d'équivalent en français au Québec. Les enjeux liés à cette approche sont qu'un courtier n'a pas nécessairement accès à tous les produits d'assurance et que la plupart d'entre eux seraient réticents à s'engager de la sorte.

La seule alternative réaliste, selon nous, serait de permettre à un assureur de baser son analyse sur l'équivalence entre ses propres produits, à l'interne.

Nos membres soulignent aussi qu'historiquement, les polices d'assurances couvrant certains risques spéciaux n'existent qu'en anglais. Il s'agit notamment des contrats visant : le secteur nucléaire, le secteur



maritime, les dommages environnementaux, les cyber risques, les enlèvements et les versements de rançons, l'industrie aéronautique, etc. Au-delà de la très vaste étendue des produits offerts, il faut mentionner les milliers de types d'avenants proposés aux clients.

Provenance de l'extérieur du Québec

Quant au critère de la police d'assurance en « provenance de l'extérieur du Québec », il n'est pas clair à quel aspect du cycle d'assurance le législateur fait référence : s'agit-il de la conception? de la rédaction? de la souscription ou de l'émission?

Nos membres ont aussi porté à notre attention le cas des polices d'assurance conçues et rédigées en anglais à l'extérieur du Québec, puis modifiées pour le marché québécois. Il est alors complexe de déterminer la provenance d'un tel contrat.

Ce critère amène aussi des difficultés d'application lorsqu'il est question :

- D'assurance en excès, qui se retrouve notamment dans les tours d'assurance¹, puisque l'assureur excédentaire doit obligatoirement émettre sa police dans la même langue que la police primaire;
- De polices multinationales et/ou multi juridictionnelles lorsque l'assuré est au Québec.

Utilisation peu répandue au Québec

Tout comme pour les autres critères de l'article 21.5, il est difficile de cerner exactement ce que le législateur entend par « utilisation peu répandue au Québec ». Cette expression laisse place à beaucoup de subjectivité. Devrait-on se livrer à une étude du marché québécois en général, rechercher l'avis d'un courtier sur l'étendue de l'offre d'un type de police au Québec? Ou alors l'utilisation peu répandue pourrait-elle être fonction du nombre d'assureurs offrant un même produit d'assurance? Est-ce qu'un produit « novateur » serait alors de facto peu répandu? Parlerait-on d'un chiffre d'affaires plus petit par rapport au reste du chiffre d'affaires de l'entreprise?

Conséquences des difficultés d'application des articles 21.5 et 55 sur l'offre de produits d'assurance au Québec

Il règne actuellement au sein de l'industrie de l'assurance de dommages une incertitude occasionnée par les enjeux d'interprétation et d'application des dispositions de la *Loi sur la langue officielle et commune du Québec, le français*. Certains assureurs ont déjà dû s'abstenir d'émettre des contrats d'assurance entreprise après le 1^{er} juin dernier, craignant de contrevenir à la *Charte* en ne transmettant pas de police en français. D'autres estiment que les délais à clarifier l'intention du législateur par voie réglementaire entraîneront à court terme une vulnérabilité financière de la clientèle en empêchant celle-ci de remplir ses obligations légales ou contractuelles.

Les principales difficultés d'ordre opérationnel éprouvées par les assureurs ont trait, notamment, à l'unilinguisme du personnel affecté à la souscription et aux opérations de certains assureurs localisés à l'extérieur du Québec, aux coûts et aux délais anticipés de traduction, aux risques d'incohérence

¹ Une tour d'assurance est composée d'un assureur primaire suivi d'assureurs excédentaires qui couvrent chacun une tranche du risque, de manière séquentielle et non simultanée. Cette pratique permet de fournir des montants d'assurance supplémentaires à ceux de la police de base pour les risques importants. Les polices d'assurance excédentaires sont émises majoritairement sous le principe du « follow form » c'est-à-dire qu'elles sont sujettes aux mêmes conditions que la police primaire.



linguistique et aux sanctions potentielles du non-respect de la loi. Pour certains assureurs, dans certaines lignes d'affaires plus restreintes, les revenus de souscription attendus ne vaudront pas les coûts directs et indirects à encourir afin de se conformer aux dispositions de la *Charte*. Ceci est d'autant plus vrai lorsque l'assureur n'est même pas en mesure de déterminer avec précision l'ampleur des travaux à accomplir pour ce faire.

S'il s'avérait que l'interprétation des articles 21.5 et 55 soit très restrictive, il y a des motifs sérieux de croire qu'il y aura une réduction de l'offre de certains produits sur le marché québécois. Certains assureurs basés à l'étranger retardent d'ailleurs leur arrivée sur le marché québécois alors que d'autres hésitent à commercialiser de nouveaux produits. Cette situation entraînera des conséquences négatives pour certaines entreprises, en réduisant l'offre de produits d'assurance à des prix compétitifs.

Se trouve aussi en péril la capacité des assureurs québécois à participer aux « tours d'assurance » et aux polices d'assurance en coparticipation impliquant des assureurs canadiens et internationaux. Les ententes de partenariat pour lesquelles l'expertise en souscription se trouve hors Québec sont aussi en péril. Le montant des primes en sera vraisemblablement affecté.

Enfin, compte tenu de la part de marché relative du Québec et de l'expertise étrangère en matière de risque spécialisé, il y a risque d'absence potentielle de couverture disponible dans certains secteurs d'activité économique stratégique, qu'il s'agisse de la foresterie, de l'hydroélectricité, du pétrole et du gaz, des mines, du transport ferroviaire, de l'industrie chimique, etc. Cette affirmation s'applique aussi aux produits d'assurance responsabilité pour certains professionnels, dont le lancement est retardé.

Urgence d'agir par voie règlementaire

En espérant que ce sommaire des enjeux rencontrés par les assureurs de dommages vous permettra de constater l'urgence d'agir et la nature des clarifications à apporter aux articles 21.5 et 55 de la *Charte*. La perspective d'une réduction de l'offre d'assurance pour certains secteurs de notre économie et une diminution des opportunités d'affaires pour nos assureurs de dommages nous semble particulièrement préoccupante.

Nous restons disponibles afin de poursuivre les échanges à ce sujet et répondre à toute question.

Je vous prie d'accepter, Monsieur le Ministre, nos salutations les plus distinguées.

(original signé)

Johanne Lamanque
Vice-Présidente, Québec
Bureau d'assurance du Canada

c.c. : Monsieur Éric Girard, ministre des Finances (ministre@finances.gouv.qc.ca)

JL/sm

Daniel Lalonde
9352-2589 Québec inc. Produitair
17558 De la Paix
Mirabel, Québec
J7J 1M3
dl@productair.com

Le 22 Février 2024

Ministre de la langue française
800, rue D'Youville 13e étage
Québec (Québec) G1R 3P4

À l'attention de l'honorable Jean-François Roberge, ministre de la Langue française

Re: Gazette Officielle Du Québec, Jan. 10, 2024, Vol. 156, No. 2: Règlement modifiant principalement le
Règlement sur la langue du commerce et des affaires Charte de la langue française (chapitre C-11,
a. 54.1, 58 et 93)

Cher ministre Roberge,

Produitair vous écrit concernant la publication de la Gazette officielle du Québec sur le Projet de
règlement : Charte de la langue française (Chapitre C-11), Règlement modifiant principalement le
Règlement sur la langue du commerce et des affaires, publié au vol. 156, n° 2 le 10 janvier 2024.

Notre entreprise distribue des équipements de climatisation, de ventilation et de chauffage pour le
marché résidentiel. Nos produits sont vendus au Québec mais aussi partout au Canada à partir de notre
emplacement de Mirabel, Québec. Nous importons des produits de qualité et d'efficacité énergétique
supérieur d'Europe et des États-Unis et nous croyons que nos produits aident les Canadiens à réduire
leurs consommations d'énergie, leur qualité de vie et leur empreinte environnementale. Nous sommes
également très actifs dans le domaine de la micro-habitation et de la maison préfabriquée, nous croyons
que cette industrie peut aider énormément face à la pénurie de logements actuelle au Québec et au
Canada.

Produitair apprécie et respecte l'intention de la Charte de la langue française de préserver la langue
française au Québec. Mais nous sommes extrêmement préoccupés par la modification proposée à
l'article 3 du Règlement sur la langue du commerce et des affaires, qui exigera, pour la première fois,
l'utilisation du français pour toute notice d'utilisation ou toute étiquette de contrôle apposée de façon
permanente sur un produit. Si elle est mise en œuvre, cette proposition aura un impact significatif sur les
consommateurs de la province de Québec, ainsi que sur notre entreprise et nos employés.

Aujourd'hui plus que jamais, les produits que nous vendons sont destinés au marché nord-américain
dans son ensemble et non au marché canadien. Notre entreprise dépend presque entièrement des
importations de produits de chauffage et de climatisation de l'extérieur du Canada. Les consommateurs
québécois bénéficient grandement de la participation du Canada à ce marché plus vaste, car cela crée
d'importantes économies d'échelle, qui permettent aux fabricants d'offrir à notre entreprise (et donc
aux consommateurs québécois) une vaste sélection de produits à des prix compétitifs. Pour mettre cela

en perspective, le Québec ne représente qu'environ 2 % du marché plus vaste canado-américain des équipements de chauffage et de climatisation.

Même si nos fournisseurs sont prêts à fabriquer certains modèles spécifiques au Canada ou au Québec, nous ne croyons pas qu'ils le feront pour leurs gammes complètes de modèles. De plus, les modèles spécifiques au Canada ou au Québec disponibles seront probablement disponibles sur commande. Les produits fabriqués sur commande nécessitent des délais de livraison plus longs et des charges de stockage élevées pour les entreprises canadiennes, ce qui impose un fardeau financier important aux entreprises canadiennes comme la nôtre. De plus, cela crée des risques importants pour les consommateurs canadiens et pour l'économie canadienne dans son ensemble si nous devons subir une perturbation de la chaîne d'approvisionnement comme celle que nous avons connue dans un passé récent. En période de telles perturbations, les produits fabriqués sur commande ou sur commande spéciale ne sont plus prioritaires pour la fabrication. Cela risque de désavantager considérablement les consommateurs canadiens et les entreprises comme la nôtre lorsqu'il s'agit d'obtenir des produits.

Indépendamment de nos préoccupations concernant les exigences de fond du règlement proposé, nous sommes très préoccupés par la date d'entrée en vigueur proposée de 15 jours. Il est littéralement impossible pour nos fournisseurs de reconcevoir, de rééquiper et de fabriquer un nouveau produit conforme à la réglementation proposée en 15 jours. Étant donné que le règlement proposé interdit la vente de produits non conformes, les consommateurs du Québec se retrouveraient probablement sans produits de chauffage et de climatisation conformes pendant des mois. Et nous pensons qu'une disponibilité fiable sur le marché ne se produira pas avant 18 à 24 mois étant donné le choc d'offre qui se produirait. Même dans ce cas, seule une gamme réduite de produits serait disponible à un coût plus élevé. En plus de la souffrance des consommateurs canadiens, notre entreprise et nos employés seraient gravement touchés. Nos employés québécois n'auraient aucun travail à réaliser sans aucun produit à vendre ou à installer. Et les grands projets immobiliers que nous soutenons ne pourraient pas être achevés indéfiniment. Ce serait un désastre pour l'économie québécoise. Il n'est pas exclu que certains manufacturiers décident de ne plus rendre leurs produits disponibles au Québec si le présent règlement est adopté tel que proposé ce qui priverait les québécois de produits compétitifs et modernes.

De plus, les produits déjà en stock dans notre entrepôt demanderaient un ré-étiquetage ce qui nous occasionnerait des délais dans la livraison de produits à nos clients en plus d'occasionner des frais à notre entreprise familiale. Considérant les difficultés économiques que les petites entreprises comme la nôtre subissent présentement cela serait un fardeau supplémentaire qu'il nous serait difficile d'absorber. La survie de notre entreprise pourrait en être sérieusement affectée en ces temps difficiles comme bien d'autres petites entreprises du Québec.

Si le Québec va de l'avant avec le règlement proposé, la date de conformité devrait au minimum être basée sur la date de fabrication du produit, et non sur sa date de vente. Et toute restriction sur la date de fabrication ne devrait entrer en vigueur que 24 mois après la publication du règlement final.

N'hésitez pas à me contacter à l'adresse ci-dessus à ce sujet.

(original signé)

Sincèrement,

Daniel Lalonde
Président



ROBERT LEDUC

matelas | électroménagers

Lundi le 26 février 2024

Objet: Commentaires sur le Projet de loi du Québec sur l'emploi des langues

Madame, Monsieur,

Je tiens à exprimer nos préoccupations quant aux implications du projet de loi actuel sur l'emploi des langues au Québec, lequel vise à restreindre davantage l'utilisation de langues autres que le français sur divers supports tels que les produits, les emballages, les documents, les logiciels, les affiches, les publicités et les marques de commerce.

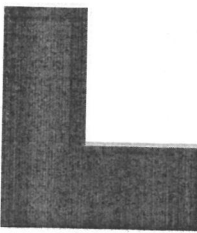
Si cette proposition devait être adoptée en l'état, plusieurs fabricants de biens de consommation durables se verraient potentiellement contraints de retirer du marché un nombre significatif de produits disponibles chez les détaillants québécois, et ce, dans les 15 jours suivant la publication du règlement final.

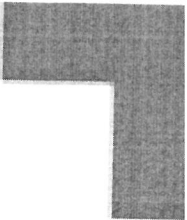
La restriction proposée concernant les inscriptions gravées, cuites ou incrustées dans le produit lui-même, qu'elles soient rivetées, soudées, ou en relief de manière permanente, suscite de vives inquiétudes pour notre commerce de vente au détail. Actuellement, ces inscriptions, à l'exception de celles liées à la sécurité des produits, peuvent être rédigées dans une langue autre que le français. Cette nouvelle réglementation obligerait les fabricants à traduire en français ces inscriptions, jugées nécessaires à l'utilisation du produit.

Cependant, nous craignons que les modifications proposées pour l'article 3, en particulier les dérogations concernant les inscriptions sur les produits, ne soient pas réalistes et puissent entraîner le retrait rapide d'une importante gamme de produits des détaillants québécois, et ce, dans les 15 jours suivant la publication du règlement final. Une telle situation aurait des conséquences considérables pour nos consommateurs québécois, privés de l'accès à un certain nombre de produits.

Il est essentiel de souligner que certaines gammes de produits nord-américains sont fabriquées hors du Québec et certifiées pour la vente en Amérique du Nord. Les inscriptions gravées, cuites ou incrustées dans le produit lui-même, qu'elles soient rivetées, soudées, ou en relief de manière permanente, sont actuellement en anglais courant, afin de fournir à nos détaillants et consommateurs dans toute l'Amérique du Nord la plus grande variété et le plus grand choix de produits.

Appareils Ménagers Robert Leduc 540 Boul. Monseigneur-Langlois
Salaberry-de-Valleyfield, Québec
J6S 0A5





ROBERT LEDUC

matelas | électroménagers

Une telle modification aurait pour effet de rendre automatiquement non conformes tous ces produits actuellement sur le marché, selon la formulation proposée du projet de règlement. En outre, la fabrication de produits avec des inscriptions autres que des termes anglais, ou l'application d'étiquettes exclusivement pour le Québec, serait commercialement impraticable et inefficace, générant davantage de déchets d'emballage et perturbant potentiellement la chaîne d'approvisionnement.

Il est important de noter que cette approche ne procure pas d'avantage fonctionnel significatif, étant donné que les consommateurs consultent les documents d'instructions détaillés que nous fournissons sur l'utilisation du produit et la communication avec leur détaillant, conformément à l'article 1 du règlement.

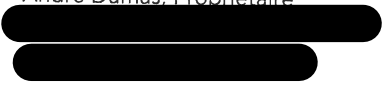
Nous sommes particulièrement inquiet quant à sa capacité à se conformer rapidement aux changements proposés au règlement, ce qui pourrait entraîner des pertes d'emploi au Québec, car la nécessité de retirer un nombre important de produits du marché québécois deviendrait inévitable.

Nous restons à votre disposition pour toute discussion supplémentaire et vous prions d'agréer, Madame, Monsieur, l'expression de nos salutations distinguées.

Cordialement,



André Dumas, Propriétaire





23 Février 2024

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

Via la poste et courriel: ministre@mlf.gouv.qc.ca; josee.saindon@oqlf.gouv.qc.ca

RE : Commentaires de HRAI-Canada sur le chapitre C-11 de la Charte de la langue française : Règlement modifiant le Règlement sur la langue du commerce et des affaires

Monsieur le Ministre Roberge,

L'Institut canadien du chauffage, de la climatisation et de la réfrigération s'adresse à vous et à votre équipe pour vous faire part de ses commentaires concernant les changements proposés à la Charte de la langue française, principalement au Règlement sur la langue du commerce et des affaires, qui ont été annoncés le 10 janvier dernier.

HRAI-Canada est l'association commerciale nationale sans but lucratif de l'industrie du chauffage, de la ventilation, de la climatisation et de la réfrigération (CVCR), qui représente plus de 1 150 entreprises membres dans tout le pays. Nos membres comprennent des fabricants, des grossistes et des entrepreneurs qui emploient collectivement des dizaines de milliers de professionnels qualifiés à travers le pays et contribuent à hauteur de plus de 12 milliards de dollars par an à l'économie canadienne.

Les membres de HRAI-Canada comprennent et soutiennent l'initiative gouvernementale visant à protéger et à promouvoir la langue française au Québec. Bien que nous comprenions l'intention de ces règlements, notre industrie est très préoccupée par les perturbations massives qu'ils causeront à nos chaînes d'approvisionnement et par le retrait potentiel de certains fabricants du marché québécois. Ces transformations pourraient également modifier l'ensemble du paysage du droit de la propriété intellectuelle, créant des fardeaux juridiques pour les fabricants qui fournissent des produits aux consommateurs québécois.

Notre intention est d'apporter un éclairage spécifique à l'industrie sur ces changements proposés et, nous l'espérons, d'entamer un dialogue entre votre équipe, les représentants de l'OQLF et les membres de notre industrie.

Comme vous le savez sans doute, l'industrie CVCR est une industrie mondiale qui, pour l'essentiel, déploie ses produits sur l'ensemble du territoire nord-américain afin de répondre à la demande des consommateurs sur tous les grands marchés. Les produits sont fabriqués

dans le respect des règles internationales et nord-américaines en matière de certification des produits et de commerce des demandes spécifiques qui apparaissent dans des juridictions desservant des marchés locaux ou régionaux. La nouvelle réglementation proposée, accompagnée d'une courte période de préavis, pourrait obliger les fabricants à évaluer si les coûts supplémentaires et les frais juridiques valent la peine d'accéder au marché francophone du Québec.

Il se peut que les considérations relatives à l'accès des fabricants au marché québécois ne soient pas une priorité par rapport à vos fonctions de ministre de la langue française, mais HRAI-Canada estime que la priorité de ce gouvernement devrait toujours être de faire passer les consommateurs en premier. Plus de concurrence et une variété saine d'options de produits produisent généralement des résultats plus souhaitables sur le marché, en termes d'accessibilité, de prix et de choix de produits. En évinçant indirectement les concurrents du marché au Québec, ces réglementations risquent inévitablement de limiter le choix et la satisfaction des consommateurs.

Il convient de noter aussi que l'une des priorités de votre gouvernement a été de faciliter la transition vers des formes électriques de chauffage des maisons et des bâtiments, en s'appuyant fortement sur les pompes à chaleur. Cette technologie nécessite une fabrication intensive et il y a des raisons de croire que ces réglementations pourraient, une fois de plus, avoir un effet négatif sur la quantité et la variété des choix disponibles dans la province pour les consommateurs souhaitant passer à des options à faible teneur en carbone et à haut rendement énergétique.

Bien que la publication du 10 janvier ait fourni quelques détails, les entreprises ont besoin d'une plus grande clarté réglementaire pour se conformer aux changements proposés. D'après ce que nous avons déterminé dans le court laps de temps dont nous disposons pour examiner les règlements, les préoccupations anticipées sont les suivantes :

- La modification de l'article 3 (6) du règlement actuel pour ajouter une exigence de langue française pour toutes les instructions d'utilisation qui sont gravées, cuites ou incrustées dans un produit, ce qui affectera le choix du consommateur et pourrait entraîner des mesures d'application coûteuses, des amendes, des pénalités et des poursuites judiciaires.
- L'article 27.1 de l'article 51 de la Charte de la langue française qui exigerait qu'une inscription sur un produit comprenne l'inscription affichée pour l'utilisateur à l'aide d'un logiciel intégré.
- L'article 51.1 de la Charte de la langue française et l'article 27.2 proposé du règlement qui exigeront la traduction de mots qui pourraient être considérés comme "génériques" ou "descriptifs", même lorsqu'ils font partie d'une marque déposée au niveau fédéral, ce qui est contraire aux principes du droit des marques, tant au niveau mondial qu'en ce qui concerne le droit des marques canadien.

Nous sommes d'avis que des discussions directes entre l'OQLF et les membres de HRAI-Canada actifs sur le marché québécois seraient extrêmement bénéfiques et permettraient à l'industrie de contextualiser ces préoccupations avec plus de spécificité. Pour l'instant, HRAI-Canada soumet quelques recommandations préliminaires à l'examen de votre équipe et de l'OQLF :

- Modifier la période de préavis actuelle de quinze jours afin de donner plus de temps aux fabricants pour ajuster les chaînes d'approvisionnement et les conceptions.
- Supprimer le nouvel article 27.1 proposé.
- Mener des consultations plus approfondies avec les partenaires industriels, les propriétaires de petites entreprises et les partenaires commerciaux internationaux et interprovinciaux afin d'évaluer toute l'étendue des impacts commerciaux associés à ces réglementations.
- Comprendre les implications commerciales massives des changements apportés à l'article 3 et maintenir le statu quo actuel permettant qu'une inscription sur un produit (gravée, incrustée) soit exclusivement dans une langue autre que le français.
- S'assurer que les modifications apportées aux articles 27.2, 27.3 et 27.4 sont conformes aux accords commerciaux fédéraux, internationaux et nord-américains sur des sujets tels que les marques, la propriété intellectuelle et les barrières non tarifaires.

HRAI-Canada est reconnaissant de l'occasion qui lui a été donnée de faire part de ses préoccupations. Nous serions heureux de poursuivre le dialogue au cours des prochains mois dans le but de contribuer à l'élaboration d'un environnement commercial où le français est protégé, où les réalités pratiques de la fabrication sont comprises et où, en fin de compte, les consommateurs sont les bénéficiaires.

Veuillez aussi noter que d'autres documents et informations seront envoyés dans les semaines suivantes pour améliorer le processus d'évaluation des règlements.

Nous serions donc heureux de discuter plus en détail, en compagnie de nos membres, de ces questions avec vous et votre équipe.

Merci beaucoup,



Martin Duymes

Vice-président, Relations gouvernementales chez HRAI-Canada.

cc HRAI Manufacturers

Corporation des maîtres mécaniciens en tuyauterie du Québec (CMMTQ)

Corporation des entreprises de traitement de l'air et du froid (CETAF)

Air Conditioning, Heating and Refrigeration Institute (AHRI)



Envoi par courriel :
ministre@mlf.gouv.qc.ca

Le 26 février 2024

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

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

Monsieur le Ministre,

Le Conseil québécois du commerce de détail (ci-après appelé le CQCD) a attentivement pris connaissance du projet de règlement mentionné en titre, qui a été publié dans la Gazette officielle du Québec du 10 janvier 2024, et souhaite, par la présente, vous faire part de ses commentaires.

À PROPOS DU CQCD

Créé en 1978, le CQCD a pour mission de représenter, promouvoir et valoriser le secteur du commerce de détail au Québec, ainsi que de développer des moyens pour favoriser l'avancement de ses membres. Le CQCD est le plus important regroupement de détaillants au Québec et s'impose comme étant l'acteur incontournable de l'écosystème du commerce de détail québécois. Il représente un secteur économique comptant plus de 45 000 établissements commerciaux, répartis dans toutes les régions du Québec.

Le CQCD représente à lui seul 70 % de l'activité économique liée au commerce de détail. Ses membres opèrent dans presque tous les secteurs d'activité commerciale (pharmacies, quincailleries, mode, loisirs, vêtements, meubles, etc.). Tous les types de détaillants y sont représentés (petits, moyens et grands), qu'ils aient pignon sur rue ou soient situés dans un centre commercial, dont les grands magasins, les grandes surfaces, les chaînes, les franchiseurs et franchisés, les détaillants indépendants et les regroupements d'achats.

COMMENTAIRES GÉNÉRAUX

À première vue, nous serions portés à croire que les modifications proposées dans ce projet de règlement sont relativement mineures et qu'elles laissent beaucoup de souplesse aux détaillants. D'ailleurs, la présentation qui nous a été faite lors de la rencontre d'échange que nous avons eu avec la direction de l'OQLF le 30 janvier dernier, que nous avons fort appréciée, donnait une telle impression.

Or, après une analyse plus approfondie du projet à l'étude et divers échanges avec nos membres détaillants et partenaires experts au cours des dernières semaines, il semble que ce ne soit pas tout à fait le cas et que certains détaillants sont même très inquiets.

Il ne faudrait surtout pas minimiser les changements proposés dans ce projet. Nous considérons en effet que la loi actuelle sur la langue française, revue et grandement resserrée à la suite de l'adoption du projet de loi 96 en mai 2022, est déjà assez restrictive et que le projet de règlement, tel que proposé, vient la restreindre encore davantage. Certains des changements proposés nous apparaissent même déraisonnables, c'est le cas notamment des nouvelles exigences proposées en lien avec les consignes d'utilisation inscrites sur les produits. D'autres changements méritent clairement des précisions ou encore des ajustements.

Par ailleurs, le CQCD réitère l'importance du besoin d'accompagnement des détaillants dans la compréhension et la mise en place des futurs changements à opérer. À cet égard, nous invitons l'OQLF à rendre disponible un tout nouveau guide visant l'affichage des marques de commerce, comme celui réalisé en 2016, comprenant une foule d'exemples concrets de ce qui est jugé conforme et non conforme.

Le CQCD insiste aussi sur la nécessité d'accorder plus de temps aux détaillants pour se conformer aux nouvelles exigences en matière d'affichage public, compte tenu, entre autres, des coûts que ces changements peuvent représenter pour certains d'entre eux et des délais d'approbation requis par les instances municipales pour l'obtention de nouvelles enseignes.

Enfin, le CQCD craint qu'en ce qui concerne la question de l'affichage public des marques de commerce, le Québec s'expose à nouveau à un autre débat constitutionnel. Évidemment, afin d'éviter qu'une telle situation ne survienne, nous aurions souhaité que le gouvernement maintienne le compromis obtenu en 2016 sur cette question, auquel le CQCD a été partie prenante.

COMMENTAIRES SPÉCIFIQUES

LA LANGUE EN LIEN AVEC LES PRODUITS

Les consignes d'utilisation inscrites sur les produits (article 2)

L'article 2 du projet de règlement propose de modifier considérablement le paragraphe 6° de l'article 3 du règlement actuel visant les consignes d'utilisation inscrites sur les produits.

D'une part, nous nous questionnons sérieusement sur les motivations du gouvernement à l'égard de cette proposition. D'autre part, nous sommes d'avis que le gouvernement va inutilement trop loin dans ses attentes et qu'il risque d'engendrer des impacts négatifs prévisibles à la fois sur les consommateurs et les détaillants, mais également sur l'économie québécoise.

En effet, alors que l'article 3 du règlement actuel prévoit que les inscriptions gravées, cuites ou incrustées dans un produit provenant de l'extérieur du Québec peuvent être rédigées uniquement

dans une autre langue que le français, sauf si elles concernent la sécurité, voilà que le gouvernement propose d'étendre cette exception à toutes les consignes d'utilisation inscrites sur le produit.

Autrement dit, ce ne sont plus uniquement les inscriptions qui concernent la sécurité qui devront être obligatoirement rédigées en français, mais également les inscriptions qui sont nécessaires à l'utilisation du produit, ce qui est nettement plus vaste. L'exemple de la machine à café qui nous a été présenté lors de notre rencontre avec l'OQLF démontre clairement les nouvelles exigences qui sont proposées, et le CQCD s'y oppose.

Le rôle des détaillants et les limites de leur pouvoir

Les détaillants sont évidemment soucieux d'offrir à leur clientèle un choix de produits pouvant correspondre à leurs attentes. La satisfaction de leur clientèle constitue une de leurs plus grandes priorités et ils recherchent constamment sa fidélisation. Ils sont également soucieux d'offrir des produits dans leur langue, tout en respectant évidemment les lois qui s'appliquent au Québec. Bien qu'ils puissent exercer un rôle actif auprès de leurs fournisseurs afin d'obtenir la plus vaste sélection possible de produits ainsi que la conformité de ces derniers aux exigences linguistiques du Québec, force est de constater qu'ils ne peuvent agir que dans les limites de leurs capacités et qu'un certain nombre de décisions relèvent d'abord et avant tout des fabricants et manufacturiers.

À cet égard, le CQCD craint que plusieurs manufacturiers, pour diverses raisons, principalement économiques et de marché, décident tout simplement de ne pas obtempérer aux nouvelles exigences du gouvernement du Québec et par conséquent réduisent de beaucoup l'accessibilité de leurs produits au marché québécois. Le CQCD considère qu'une telle décision entraînerait définitivement des conséquences négatives importantes pour le secteur. Ce sont les consommateurs québécois qui seraient les grands perdants principalement à cause d'une réduction importante de l'offre de ces produits sur le marché. Advenant l'adoption du projet tel que proposé, le gouvernement devra prendre en considération la réalité et le fonctionnement des entreprises manufacturières et tenir compte du fait que l'industrie aura besoin de temps pour s'adapter, si évidemment elle souhaite le faire.

Autres questionnements

D'autres questionnements en lien avec cette proposition sont ressortis lors de notre consultation :

- Quelle est l'étendue des produits visés par cette disposition? Outre les petits et gros appareils électroménagers, qui rappelons-le avaient fait l'objet de discussions en 2012, quels sont les autres produits susceptibles d'être visés? Cela englobe-t-il par exemple la vaisselle en céramique, les pneus, les appareils électriques d'entraînement qui contiennent des inscriptions gravées?
- Doit-on s'inquiéter de la suppression de la phrase suivante du paragraphe 6° de l'article 3 du règlement actuel, soit plus spécifiquement du passage surligné, qui se lit comme suit : « Cependant, les inscriptions concernant la sécurité doivent être rédigées en français et apparaître sur le produit ou l'accompagner de façon permanente »?
 - Sachant que plusieurs manufacturiers ont, au cours des dernières années, favoriser l'ajout d'autocollants sur les produits comprenant des inscriptions en français plutôt

que directement sur les produits, avons-nous l'assurance que cette pratique sera toujours autorisée au Québec?

Les inscriptions relatives à un produit et aux documents afférents incluant les marques de commerce sur les produits (article 9 introduisant les nouveaux articles 27.1 à 27.5)

L'article 9 du projet de règlement représente le « cœur » des principales modifications proposées au règlement actuel sur la langue du commerce et des affaires.

Article 27.1

Le nouvel article 27.1 vient préciser que l'inscription sur un produit comprend « l'inscription qui s'y affiche pour l'utilisateur au moyen d'un logiciel embarqué ».

Tout d'abord, nous sommes un peu surpris de voir apparaître cette proposition. Celle-ci provient sans doute de l'arrivée sur le marché de produits de plus en plus complexes et connectés. Nous pensons ici par exemple à l'application mobile utilisée par Tesla, nécessaire au bon fonctionnement de l'automobile ou encore à une application particulière sur une laveuse ou sècheuse.

Quoiqu'il en soit, nous croyons qu'il serait bénéfique de préciser plus clairement ce que l'on entend par « logiciel embarqué ». Cette exception vient limiter de façon significative l'exception permettant à un développeur de commercialiser au Québec un logiciel dans une autre langue que le français s'il n'existe aucune version française. Nous sommes d'avis que la règle actuelle est déjà assez lourde.

En effet, en ce qui concerne les logiciels, rappelons que l'OQLF considère aussi que lorsqu'un logiciel existe seulement dans une autre langue, l'emballage et la documentation qui l'accompagnent doivent être en français ou multilingues. Cette précision permet déjà aux consommateurs de comprendre clairement le fonctionnement du produit en question. Cette nouvelle règle en ce qui concerne les logiciels embarqués entraînera des répercussions au niveau pratique et affectera la disponibilité pour commercialisation de certains produits au Québec. Il est à prévoir que certains produits pourraient tout simplement être retirés du marché québécois tant et aussi longtemps que le logiciel n'existe pas en français. Il serait sage d'inclure une période de transition plus lointaine pour les logiciels déjà offerts en vente au Québec en anglais seulement.

Articles 27.2 et 27.3

L'article 27.2 vient préciser, au paragraphe 1° ce que l'on entend par produit. On y indique qu'« un produit inclut son contenant ou son emballage ainsi que tout document ou objet qui l'accompagne ».

Nous accueillons favorablement l'intention du gouvernement de clarifier cet enjeu. Toutefois, nous nous questionnons sur ce que signifie « objet qui l'accompagne », le tout est un peu nébuleux et gagnerait à être précisé pour éviter tout malentendu.

Quant au paragraphe 2° de l'article 27.2 visant l'affichage des marques de commerce sur les produits, celui-ci est loin d'être clair.

Nous comprenons qu'actuellement, une marque de commerce comprenant un générique ou un descriptif peut être rédigé uniquement dans une autre langue, mais qu'à compter du 1^{er} juin 2025, un tel générique ou descriptif devra être rédigé en français. Cette proposition soulève d'importants questionnements et préoccupations qui nécessitent d'être clarifiés:

- Qu'en est-il d'une marque de commerce comprenant un slogan? Est-ce un oubli? La notion de slogan n'est pas invoquée alors que l'on retrouve pourtant des produits pour lesquels il existe une marque de commerce comprenant un slogan qui est enregistrée. Doit-on alors comprendre que celui-ci n'a pas à être en français?
- Le CQCD aurait souhaité obtenir de la part de l'OQLF d'autres exemples en lien avec l'affichage de marque de commerce sur les produits que celui présenté dans son document de présentation pour mieux comprendre l'impact des changements proposés.
 - Prenons l'exemple fictif de « Purple Bag », une marque de commerce enregistrée comprenant le générique « Bag » en association avec un sac. Comment doit-on l'évaluer? Est-ce que le terme « Sac » devra être ajouté à proximité de la marque « Purple bag »? Et si tel est le cas, nous doutions que ce soit jugé acceptable, le résultat ayant pour effet de dénaturer la marque de commerce. Bref, la réponse n'est pas évidente et nous aurions souhaité des éclaircissements. À notre avis, dans la mesure où il existe un générique en dessous de la marque, quelle que soit la taille du générique en question, il n'y a aucun besoin qu'elle apparaisse à proximité de la marque.
- Quel lien doit-on faire avec la loi fédérale sur les marques de commerce et la notion de « marque descriptive » (comprenant des caractéristiques très larges), qui s'y retrouve? Le gouvernement provincial entend-il s'y référer?
- Ne serait-il pas pertinent d'obtenir des éclaircissements en lien avec l'article 51.1 de la Charte et ce que l'on entend par « support qui s'y rattache de manière permanente », étant donné la proposition d'abroger les articles 25.1 à 25.5 du règlement actuel? Rappelons que cette question avait suscité des interrogations et fait l'objet de discussions lors des modifications apportées au règlement en 2016.

Article 27.4

Le CQCD applaudit la proposition formulée à l'article 27.4 reconnaissant qu'une marque de commerce déposée soit assimilée à une marque de commerce enregistrée ou en cours d'enregistrement. Le CQCD se réjouit d'avoir été entendu à cet égard lors des travaux liés au projet de loi 96 en 2021 et considère qu'il s'agit d'une bonne nouvelle pour les détaillants.

Toutefois, le CQCD recommande que cet assouplissement ne soit pas limité à l'affichage des marques de commerce sur les produits, mais qu'il s'étende également à l'affichage public des marques de commerce et des noms d'entreprise.

Article 27.5

Le CQCD accueille favorablement l'article 27.5 du projet de règlement qui vise à préciser la notion de « support » mentionnée à l'article 52 de la Charte pour y inclure l'information publiée sur les sites

Internet et les médias sociaux. Rappelons que cette obligation ne s'applique actuellement qu'aux supports physiques. Cette proposition vient quant à nous simplement reconnaître et intégrer l'état de la jurisprudence actuelle dans le domaine.

LA LANGUE D’AFFICHAGE PUBLIC

L’affichage public des marques de commerce et des noms d’entreprise (articles 8 et 9 introduisant les nouveaux articles 27.7 à 27.10)

De nouveaux articles visant l’affichage public sont proposés à l’article 9 du projet de règlement, soit les articles 27.7 à 27.10.

Nous estimons que ces articles font partie des dispositions les plus importantes de ce projet de règlement. Ils viennent confirmer l’intention du gouvernement de mettre fin à la « règle de la présence suffisante du français » et de rétablir la « règle de la nette prédominance du français » dans l’affichage public des marques de commerce et des noms d’entreprise, et ce, à compter du 1^{er} juin 2025. Les articles 25.1 à 25.5 du règlement actuel sont ainsi abrogés et complètement remplacés par ces nouveaux articles.

Lors des travaux portant sur le projet de loi 96 effectués en octobre 2021, le CQCD avait clairement indiqué, dans les termes suivants, qu’il s’agissait d’une mauvaise idée :

« Nous comprenons, à la lecture du projet de loi, que le gouvernement souhaite maintenant “faire marche arrière” en rétablissant la règle de la nette prédominance du français dans l’affichage public. Or, nous considérons qu’il s’agit d’une mauvaise idée, et ce, principalement, pour les raisons suivantes :

- Plusieurs détaillants ont investi des sommes importantes pour se conformer aux dernières modifications apportées en matière d’affichage public en 2016 (certains ont complété l’exercice il y a à peine deux ans, un délai de trois ans jusqu’en 2019 leur ayant été alloué pour se conformer). Pour certains, ces dépenses ont dépassé le million de dollars.
- La règle de la présence suffisante du français a été le fruit d’un long débat, qui a perduré pendant une décennie, et il s’agit d’un excellent compromis pour permettre à la fois aux détaillants de reconnaître le caractère unique du Québec eu égard à la présence suffisante du français dans l’affichage public, tout en préservant la règle de l’intégrité d’une marque au niveau mondial.

Comme nous l’avions mentionné lors de la consultation de 2016 sur le sujet, la prévisibilité est un critère important pour les entreprises et, malheureusement, trop souvent négligé par le gouvernement. Celles-ci ont en effet besoin de connaître clairement, et ce, dès le départ, les règles du jeu qui s’appliquent à elles pour pouvoir opérer adéquatement et cela inclut évidemment d’éviter tout revirement drastique de ces règles. Ajoutons à cela celles imposées par le secteur municipal en matière d’affichage. Nous ne pouvons imaginer la réaction de nos détaillants s’ils apprenaient que le Québec décidait de faire marche arrière.

- Il va sans dire que l’image de marque de certains détaillants serait complètement remise en question dans le paysage québécois eu égard à la règle de la nette prédominance vis-à-vis de la marque. »

Quoiqu'il en soit, nous saluons néanmoins la volonté du gouvernement :

- de vouloir simplifier les règles en la matière, qui ont souvent été jugées très complexes;
- de prévoir des exigences claires pour une meilleure compréhension;
- d'offrir de la souplesse aux entreprises dans le cas où des correctifs s'avèrent nécessaires;
- de favoriser la transition par des notions déjà connues des entreprises.

Nous comprenons que le projet de règlement vient désormais préciser, en vertu des articles 2.7 à 2.10, les nouvelles règles concernant l'application de la nette prédominance du français par les détaillants dans leur affichage public visible de l'extérieur d'un local, notamment sur leurs devantures de commerces. Ainsi, dans l'affichage public fait à la fois en français et dans une autre langue, les détaillants devront s'assurer, d'ici juin 2025, que le texte rédigé en français ait un impact visuel beaucoup plus important que le texte rédigé dans une autre langue, c'est-à-dire qu'il est au moins deux fois plus grand et que sa lisibilité et sa visibilité permanente soient au moins équivalentes.

Article 27.7

Le 3^e paragraphe de l'article 27.7 traite de l'évaluation de l'impact visuel au niveau de l'affichage public. On y précise notamment qu'« il est fait abstraction (...) au point 3^e » d'autres termes dans une autre langue que le français ». Nous souhaitons simplement indiquer ici que nous n'avons aucune idée de ce à quoi on réfère.

Article 27.8

L'article 27.8 propose des changements à la définition de « depuis l'extérieur d'un local ». On y précise qu'un affichage visible depuis l'extérieur d'un local comprend notamment un affichage situé sur une borne ou une autre structure indépendante, y compris celle de type enseigne pylône sauf, dans ce dernier cas, lorsque plus de deux marques de commerce ou noms d'entreprise figurent dans l'affichage public.

Le CQCD recommande de modifier cet article afin de remplacer « lorsque plus de deux marques » par « lorsque deux marques de commerce ou noms d'entreprise ou plus ». Sachant que les nouvelles exigences auront pour effet d'augmenter le nombre de caractères nécessaires et que les autorités municipales favorisent une diminution de la superficie d'affichage, nous sommes d'avis qu'il serait souhaitable, dans certains cas, de pouvoir limiter l'affichage à deux marques ou noms d'entreprise.

Le CQCD recommande également de modifier cet article, afin d'y exclure clairement toute structure temporaire.

Article 27.9

L'article 27.9, qui est rédigé comme suit, suscite d'importants questionnements et mérite à notre avis d'être clarifié.

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

1° il 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.

Est présumé satisfaire à ces exigences de lisibilité et de visibilité, l’affichage public dont les composants rédigés en français sont permanents et qui, par rapport à ceux dans une autre langue, sont conçus, éclairés et situés de manière à permettre de les lire en tout temps, facilement et de manière simultanée.

Un “même champ visuel” réfère à une vue d’ensemble où tous les composants de l’affichage public sont visibles et lisibles en même temps sans qu’il soit nécessaire de se déplacer.

(...)»

Donnons l’exemple d’un descriptif en français qui serait affiché en caractères deux fois plus grands, sans pour autant l’emporter sur la visibilité du texte en anglais. À notre avis, cela viendrait fausser l’objectif. Autrement dit, est-ce que c’est la grosseur du texte OU le nombre de mots employés en anglais qui est un facteur à prendre en considération? En d’autres mots, il aurait été souhaitable de préciser que les mots en français n’ont pas à apparaître en caractères deux fois plus grands par rapport à la marque de commerce en anglais, mais plutôt de préciser que les mots en français doivent prendre un espace plus grand sur la devanture de magasins en nombre et espace sans pour autant être affichés en caractères deux fois plus grands par rapport à la marque en anglais. Il aurait été souhaitable de préciser que les mots en français n’ont pas à apparaître à proximité de la marque. Le CQCD recommande d’apporter des précisions dans le règlement afin d’éviter l’interprétation discrétionnaire en bout de ligne.

Afin d’éviter toute ambiguïté ou de passer à côté de l’objectif, le CQCD recommande diverses options, soit :

- d’ajouter de telles précisions à la présomption prévue au 2e paragraphe;
- de modifier le 3^e paragraphe de l’article 27.9 pour y ajouter que l’impact visuel beaucoup plus important signifie que l’espace réservé au total doit être deux fois plus grand et de préciser que les mots en français n’ont pas à être affichés en caractères deux fois plus grands par rapport à la marque;
- de modifier le 1^{er} paragraphe de l’article 27.9 afin de préciser « il (le texte en français) est au moins deux fois plus grand que celui rédigé dans une autre langue... en nombre et en superficie sans pour autant que le texte en français soit affiché en caractères deux fois plus grands par rapport à la marque dans une langue autre que le français ».

LES DÉLAIS DE TRANSITION (ARTICLES 10 et 12)

Le CQCD accueille favorablement la proposition du gouvernement prévue à l’article 10 visant à accorder aux entreprises jusqu’au 1^{er} juin 2027 pour écouler sur le marché les produits qui ne seraient pas conformes aux dispositions de l’article 51.1 de la Charte. Ce délai nous apparaît à la fois réaliste et raisonnable. Ajoutons qu’un tel délai permettra également d’éviter toute tentative d’élimination et de gaspillage des ressources.

Cependant, le CQCD recommande que ce même délai soit accordé aux entreprises pour se conformer aux nouvelles exigences en matière d’affichage public des marques de commerce et

d'entreprise. Il propose donc de modifier l'article 12 en ce sens. Comme mentionné précédemment dans nos commentaires généraux, il ne faudrait pas sous-estimer les délais d'approbation requis par les instances municipales pour l'obtention de nouvelles enseignes ainsi que les coûts importants pouvant être associés aux changements proposés. Rappelons que le contexte économique actuel est difficile pour plusieurs détaillants.

En terminant, nous vous remercions à l'avance de l'attention que vous porterez à ces commentaires et vous offrons notre entière collaboration dans les prochaines étapes entourant le suivi de ce projet de règlement.

c.c. Mme Ginette Galarneau, présidente-directrice générale de l'OQLF
[REDACTED]
Mme Josée Saindon, directrice générale, Direction des relations avec les entreprises et l'Administration, OQLF [REDACTED]

Ciudad de México, a 23 de febrero de 2024.

ANFAD/DG/003/2024

Asunto: ANFAD comentarios al Proyecto de Reglamento
relativo al lenguaje del comercio y los negocios-
Carta de la Lengua Francesa.

Jean-François Roberge
Ministro de la Lengua francesa

Presente.

En representación de la **Asociación Nacional de Fabricantes de Aparatos Domésticos (ANFAD), A. C.**, acudo a Usted atenta y respetuosamente para emitir comentarios a la publicación del Proyecto de Reglamento "Lenguaje del comercio y los negocios", publicado en la Gaceta Oficial de Quebec, Canadá el 10 de enero de 2024.

Al respecto, el Proyecto de Reglamento aborda varios puntos de los que destacamos:

- La actualización de la redacción de ciertas disposiciones, especialmente para asegurar la armonización con las enmiendas realizadas por la Ley sobre el Francés, idioma oficial y común de Quebec (2022, capítulo 14) y a la Carta de la Lengua Francesa (capítulo C-11).
- La especificación de ciertos casos en los que una inscripción de un producto puede estar redactada únicamente en una lengua distinta al idioma francés.
- El establecimiento de reglas aplicables a letreros públicos y carteles de marcas comerciales y nombres de empresas.
- La inclusión de disposiciones para facilitar la aplicación de la Carta de la Lengua Francesa, especialmente en lo referente a los contratos de adhesión e inscripciones en productos.
- La definición del alcance del requisito de la clara predominancia del francés, así como la derogación del Reglamento que define el alcance de la expresión "claramente predominante" para los fines de la Carta de la Lengua Francesa (capítulo C-11, r. 11).

Estas medidas tienen como objetivo principal garantizar el uso del francés en todas las actividades comerciales, incluyendo la publicidad, etiquetado, comunicaciones internas y externas de las empresas, contratos y otros documentos comerciales. Medidas cuyo enfoque busca contribuir a la preservación y promoción del idioma francés, así como a fortalecer la cohesión social y cultural en Quebec, Canadá.

No obstante, con el propósito de facilitar el comercio internacional y evitar la creación de

Página 1 de 2

obstáculos innecesarios al comercio, que afecten la disponibilidad para los consumidores de enseres domésticos y sus refacciones en Quebec, Canadá, consideramos indispensable que las disposiciones contempladas en el proyecto de Reglamento se apliquen de manera no discriminatoria, garantizando un trato equitativo tanto a los productos importados como a los nacionales. Este principio de equidad se alinea con las directrices de la Organización Mundial del Comercio (OMC), en particular con el Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio, cuyo objetivo es promover un entorno comercial transparente y condiciones equitativas para facilitar el intercambio internacional de bienes y servicios.

Por tanto, en opinión de la Industria ANFAD solicitamos que, si bien se privilegie el idioma francés, también se prevea que los datos que ostenten los productos o sus etiquetas, envases y empaques y la publicidad respectiva, tanto de manufactura nacional como la de procedencia extranjera, además del idioma francés se expresen en otro idioma.

Agradeciendo sus atenciones a este asunto y quedamos a disposición para discutir cualquier aspecto adicional que estime pertinente.

Cordialmente



José Luis Alba Costal
Director General

C. c. p. Ing. Guillermo Freyría Pérez, Presidente de ANFAD.
Ing. Alisclair Vega Alcántara, Vicepresidente de Enseres mayores de ANFAD.

Página 2 de 2



**L'ALLIANCE DE
L'INDUSTRIE
COSMÉTIQUE**
DU CANADA

La voix de l'industrie
canadienne des produits
de soins personnels

420 Britannia Road East, Suite 102
Mississauga, ON L4Z 3L5
T. 905 890 5161
cosmeticsalliance.ca

1 mars 2024

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

Objet : Gazette officielle du Québec, 10 janvier 2024, vol. 156, no 2 : Projet de règlement, Charte de la langue française (chapitre C-11), Règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires

Cher ministre Roberge,

Je vous écris au nom de L'Alliance de l'industrie cosmétique du Canada, l'association commerciale nationale de l'industrie des cosmétiques et des produits de soins personnels au Canada.

Notre Alliance comprend plus de 150 entreprises membres qui fabriquent, distribuent et vendent au détail des cosmétiques et autres produits de soins personnels, et fournissent des biens et services auprès de l'industrie, y compris des services de conformité réglementaire. Les produits que nous représentons comprennent les cosmétiques ou les produits de beauté, ainsi que les parfums et une vaste gamme d'autres produits de santé consommateurs tels que les dentifrices, les rince-bouche, les nettoyants antiseptiques pour la peau, les écrans solaires, les shampooings, les revitalisants, les colorants capillaires, les crèmes contre l'érythème fessier, les désodorisants, les antisudorifiques, les produits de soins de la peau médicamenteux et les produits contre l'acné.

Nous apprécions et comprenons les objectifs des récentes modifications apportées à la Charte de la langue française et au projet de règlement. La démarche de notre association industrielle consiste depuis longtemps à collaborer avec les gouvernements dans l'élaboration et la mise en œuvre d'initiatives politiques ou réglementaires. Notre intention est d'apporter des solutions pratiques et réalisables à divers problèmes ou à des conséquences imprévues qui peuvent survenir. Notre objectif est d'obtenir un résultat mutuellement acceptable qui réponde aux objectifs du gouvernement, qui soit avantageux pour les consommateurs et qui soit réalisable pour l'industrie.

Comme nous le savons tous de par les rapports médiatiques et les soumissions d'autres associations industrielles, plusieurs questions et préoccupations soulevées dans divers secteurs demeurent, et des clarifications supplémentaires sont nécessaires. Voici plusieurs des questions importantes pour notre secteur et à propos desquelles nous aimerions échanger avec vous et votre personnel lors d'une nouvelle concertation avant la finalisation du règlement :

- Les marques de commerce, y compris le statut juridique, la traduction de certains mots/phrases difficiles à déterminer, et un processus pour prendre de telles décisions à l'avenir qui apporte une certitude et une protection juridique aux marques.
- Des questions pratiques relatives aux exigences en matière de traduction de toute instruction d'utilisation qui est gravée, collée ou incrustée dans un produit, en particulier

compte tenu des problèmes d'approvisionnement mondiaux concernant à la fois l'approvisionnement en contenants et fermetures ainsi que la distribution des produits.

- Le temps prévu pour la mise en œuvre étant donné les longs délais requis pour apporter des changements aux étiquettes, aux bouteilles et aux fermetures, ainsi que la nécessité de prévoir une période d'« écoulement » appropriée une fois que les changements ont été apportés au niveau de la fabrication.
- Les questions pratiques sur la façon dont ces changements interagissent avec diverses initiatives environnementales du gouvernement du Québec ou du gouvernement fédéral, y compris la réduction de la taille et de la quantité d'emballage, l'utilisation de matériaux recyclés dans les contenants, etc.

Nous espérons qu'une telle réunion fournira à notre industrie soit les précisions supplémentaires dont nous avons besoin, soit l'occasion d'explorer certaines options pour répondre aux préoccupations en suspens d'une manière constructive qui nous convienne à tous les deux.

Nous avons été très reconnaissants des réunions précédentes que notre délégation de l'industrie a eues avec votre personnel peu de temps après l'adoption de la loi. Notre industrie a trouvé la discussion instructive et utile. Nous attendons également toujours le document d'orientation que le personnel a affirmé préparer et nous exhortons à le terminer et à le rendre disponible bien avant que les entreprises ne soient tenues de mettre en œuvre tout changement.

Il convient de rappeler, dans ce contexte, que le Canada est à la fois un importateur important ainsi qu'un fabricant et un exportateur de produits cosmétiques et d'autres produits de soins personnels. De fait, nous comptons une vingtaine de fabricants contractuels parmi nos membres, dont neuf sont au Québec. Cela s'ajoute à diverses entreprises de marque qui ont également des installations de fabrication dans la province. Une grande partie des produits fabriqués dans ces installations sont destinés à l'exportation. Par conséquent, notre industrie a un caractère très international et est liée aux chaînes d'approvisionnement et aux réseaux de distribution mondiaux. Les changements concernant entre autres les produits, les étiquettes et les contenants nécessitent donc suffisamment de temps et de prévisibilité afin d'assurer une mise en œuvre réussie de tout changement ou pour s'adapter à des marchés spécifiques.

Notre association se réjouit à l'idée d'une autre rencontre avec vous ou votre personnel avant la finalisation du règlement [REDACTED] de notre équipe est disponible pour coordonner un temps de rencontre et peut être joint à l'adresse [REDACTED] au [REDACTED]

Cordialement,

(original signé)

[REDACTED]
[REDACTED]



23 février 2024

Jean-François Roberge
Ministre de la Langue française
Ministre responsable des Relations canadiennes et de la Francophonie canadienne
800, rue D'Youville, 13e étage
Québec (Québec) G1R 3P4
ministre@mlf.gouv.qc.ca

Objet: Commentaires et recommandations du Conseil canadien du commerce de détail (CCCD) sur le projet de règlement visant à modifier le Règlement sur la langue du commerce et des affaires

Monsieur le ministre,

C'est avec plaisir que nous vous soumettons certaines recommandations en vue d'ajuster le projet de règlement à une réalité qui convient autant au gouvernement, aux détaillants ainsi qu'aux consommateurs québécois.

Si l'industrie du détail, et en particulier les membres que nous représentons, reconnaissent d'emblée toute l'importance de préserver, protéger et promouvoir un français de qualité sur les étiquetages, emballages et affichages, il convient de s'assurer que les moyens d'y arriver ne provoquent pas d'effets indésirables qui mèneraient à limiter, voire disparaître, certains produits destinés aux Québécois. Dans certains cas, ces changements représenteraient une charge immense sur des commerces qui n'ont pas eu des années récentes très faciles.

Au cœur de nos recommandations : l'enjeu du délai qui, à plusieurs égards, est tout simplement impossible logistiquement à réaliser. Nous sommes confiants que vos équipes feront la part des choses et retiendront l'essentiel de nos recommandations.

Sachez que nous sommes pleinement disponibles pour préciser et commenter chaque aspect de ce document, et nous réitérons notre complète collaboration dans l'élaboration de la version finale de ces règles nouvelles.

Veuillez par la présente recevoir mes salutations les plus distinguées,

Michel Rochette

Président – Québec
CONSEIL CANADIEN DU COMMERCE DE DÉTAIL
550, rue Sherbrooke Ouest, Bureau 1680, Tour Ouest
Montréal (Québec) H3A 1B9

[REDACTED]

Affichage :

Alors qu'il y a quelques années à peine, en 2018, l'industrie du détail complétait un long et coûteux processus de modification de son affichage afin de respecter de nouvelles obligations gouvernementales, elle devra à nouveau procéder à des changements encore plus considérables par le biais de ce règlement. Déjà qu'un grand nombre de villes possèdent leurs propres règles sur l'affichage, les enjeux de double conformité s'étaient avérés - et le seront à nouveau - extrêmement ardu.

Pour bon nombre de bannières ayant des dizaines de succursales, dépassant la centaine pour plusieurs, celles-ci verront leurs coûts d'adaptation être multipliés tout autant. De plus, chaque succursale étant généralement différente et dans un environnement unique, il faudra prévoir un travail de longue haleine, sur plusieurs mois et années, pour réaliser tous les changements.

Lors de la dernière période de modification, les difficultés de se conformer étaient nombreuses, et les délais s'expliquaient entre autres par les exigences municipales, limitant généralement le volume de texte sur les devantures des commerces, tout comme l'espace qui peut y être dédié. Pour ces motifs, certaines villes n'accepteront pas l'ajout de messages supplémentaires. Au lieu d'un simple complément, il faudra prévoir des changements plus importants aux enseignes, voire des changements complets, ce qui coûtera très cher aux détaillants touchés.

La date d'entrée en vigueur des exigences relatives à l'affichage, soit juin 2025, est trop rapprochée. Ces changements réglementaires exigeront plusieurs mois de travail uniquement pour l'obtention d'autorisation ou pour simplement négocier avec des municipalités, sans compter les discussions avec les locateurs, qui ont également leurs propres exigences (lesquelles varient en outre d'un site à l'autre). Et il faut aussi tenir compte du nombre limité de fournisseurs pour effectuer le travail (conception pour chaque emplacement, production et installation, etc.).

RECOMMANDATIONS :

- Tout changement des règles d'affichage devrait être mis en œuvre sur une période minimale de deux (2) ans à partir de la date de l'adoption du règlement.
- Seules les devantures des commerces, soit les entrées principales (façade), devraient être visées par la norme de « nette prédominance du français ». Nous recommandons que soit exempté de cette obligation tout autre entrée ou support, y compris les pylônes comportant déjà des éléments d'affichage en français.
- Nous recommandons qu'il n'y ait pas d'obligation pour l'affichage d'être visible le soir depuis l'extérieur du magasin grâce à un éclairage des inscriptions (décalques et autres impressions).
- Nous suggérons une clause de droits acquis à partir de 2025 pour limiter les changements ultérieurs.

Étiquetage

Nous souscrivons à l'importance d'assurer aux consommateurs francophones l'accès à des produits et des biens sur lesquels la description est rédigée non seulement en français, mais également de manière aussi importante que toute autre langue, le cas échéant. Avec les nouveaux changements proposés, il importe d'éviter des effets non désirés, tel que le retrait de produits. Certains pourraient même devenir accessibles seulement en vente en ligne, augmentant alors le risque qu'aucune contrainte linguistique ne s'applique:

RECOMMANDATIONS :

- Dans le cas où les produits ne sont pas fabriqués au Québec, sont très spécialisés, rares ou ne sont pas d'usage courant, le règlement doit permettre des exceptions. Autrement ils vont simplement être retirés du marché et certains commerces spécialisés devront cesser le commerce, voire leurs opérations;
- Dans le cas de produits en édition limitée ou saisonniers, et dont l'étiquetage est unique et uniforme sur la totalité des marchés où ils circulent, ou encore pour les produits qui présentent une marque uniforme sur l'ensemble des marchés où l'entreprise vend ses produits, la réglementation doit permettre une certaine flexibilité. Dans ces cas, nous recommandons de maintenir les exceptions déjà existantes;
- Il faut s'assurer d'un partage plus équitable des responsabilités entre le manufacturier fournisseur et le détaillant au sujet du contenu des boîtes. Le manufacturier est le principal responsable de l'étiquetage;
- Le règlement devrait inclure une exception de traduction dans le projet de règlement pour certaines autres situations, notamment pour certaines inscriptions non françaises apparaissant sur de petits produits/emballages où l'espace est limité et dont les inscriptions non françaises sont utilisées au niveau international et sont largement reconnues dans la plupart des pays, y compris au Québec (telles que « *MADE IN* [pays d'origine en anglais] »);
- Nous souhaitons que le gouvernement du Québec accorde un délai adéquat et réaliste aux entreprises pour qu'elles puissent mettre en place les changements exigés de manière efficace, économiquement viable et conforme aux réglementations en vigueur et à venir;
- Nous souhaitons que le gouvernement du Québec s'assure que soient harmonisées les exigences proposées en matière d'étiquetage et les modifications demandées pour les produits avec ***l'Énoncé de politique conjoint sur la Coordination de l'étiquetage des aliments de Santé Canada et de l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA)***. Nous souhaitons que le gouvernement du Québec s'aligne sur le délai de conformité fédéral du 1er janvier 2028 afin de réduire les coûts et la charge de travail supplémentaires imposés aux entreprises;
- Certains produits enregistrés tels que les médicaments, produits de santé naturels et dispositifs médicaux doivent faire l'objet d'une licence délivrée par Santé Canada pour pouvoir être vendus au Canada. Lorsque des modifications sont apportées à l'emballage ou à la conception d'un produit susceptible d'affecter sa stabilité ou sa fonction, il est essentiel que les détenteurs de licence suivent les procédures nécessaires pour obtenir l'approbation de Santé Canada pour ces modifications. Ces exigences sont en place pour garantir le maintien de la sécurité, de l'efficacité

et de la qualité du produit. Les exigences en matière d'inscription bilingue sur les produits et les emballages peuvent donc avoir un impact significatif sur les coûts, les stocks et les délais.

- Pour les produits gravés, moulés ou embossés, certains produits ne permettent pas de franciser des mentions, par exemple sur des flacons vaporisateurs qui indiquent OFF/SPRAY sur un bouton presseur d'un demi-centimètre, par ailleurs le même partout sur la planète. L'impossibilité de s'arrimer entraînerait simplement l'arrêt de la distribution de ces produits sur le territoire québécois. Dans tous les cas, on devrait permettre que des instructions francophones soient fournies avec les produits ou biens visés.

Contrats d'adhésion

Selon le règlement proposé, le consommateur doit avoir préalablement consulté une documentation en français, même s'il ne comprend pas cette langue, avant de pouvoir consulter ensuite une version dans une autre langue.

RECOMMANDATIONS :

- Nous souhaitons le retrait de la mention « préalablement » afin de permettre que soit offerte – mais non nécessairement lue – la version française;
- Modifier la phrase « L'adhérent a préalablement eu l'opportunité de consulter par moyen technologique les clauses types applicables rédigées en français » afin de supprimer « préalablement ». Nous suggérons ce qui suit : « L'adhérent a la capacité de consulter par moyen technologique les clauses types applicables rédigées en français. » ;
- Dans le cas où un consommateur demande la version en anglais seulement, cette obligation devrait tomber automatiquement.

Inscriptions opérationnelles

L'article 27.1 stipule ce qui suit : « Pour l'application de l'article 51 de la Charte de la langue française (chapitre C-11) et du présent règlement, l'inscription sur un produit comprend l'inscription affichée pour l'utilisateur à l'aide d'un logiciel intégré. »

Bien qu'il y ait une certaine incertitude au sujet de la signification de ce nouvel article, nous estimons qu'il élargit le sens du terme « inscription » de l'article 51 pour inclure le texte affiché dans un logiciel faisant partie intégrante de l'utilisation ou du fonctionnement d'un produit. En d'autres termes, tout appareil dont l'utilisation ou le fonctionnement repose sur un logiciel et qui est mis en vente au Québec doit pouvoir proposer ce logiciel en français.

De plus, il est impossible pour un détaillant de se conformer à l'obligation touchant les inscriptions en français pour des produits manufacturés à l'extérieur du Québec. D'autant plus qu'il serait tenu d'appliquer les changements dans les 15 jours suivant la publication du règlement. Cette obligation risque de contraindre des détaillants à cesser la vente de certains produits. Selon les chiffres de AHAM (*Association of home appliance manufacturers*) à l'égard du présent projet de règlement, plus de 90% des appareils électroménagers pourraient être visés. Ceci aura comme conséquence de réduire de manière considérables les choix et les marques offerts aux consommateurs québécois.

Aussi, le détaillant ne peut être tenu responsable d'erreurs du manufacturier. Il suffit de songer à l'exemple d'un four destiné au marché ontarien qui se retrouverait sur le plancher d'un détaillant québécois.

RECOMMANDATIONS :

- Inscriptions : il est impossible de s'y conformer dans les 15 jours après l'adoption du règlement. À moins de changer cette disposition, une immense proportion d'articles vendus au Québec contreviendront à la législation. Il faudra éliminer cette disposition et réfléchir à une autre approche, par exemple un affichage d'appoint ou un code QR.
- L'amendement devrait être révisé afin qu'il soit précisé quels produits ou appareils sont visés par son application. Il faudrait aussi que soit incluse une formulation qui donne aux manufacturiers suffisamment de temps pour rendre le logiciel sur leurs appareils conforme (c'est-à-dire pour créer des versions françaises du logiciel). Il leur serait entretemps permis de vendre des appareils non conformes jusqu'à une certaine date (par exemple, jusqu'au 1er juin 2027).

L'honorable Jean-François Roberge
Ministre de la langue française
800, rue D'Youville, 13e étage
Québec (Québec) G1R 3P4

Jeudi 14 mars 2024

Lettre du CPSP au ministre de la Langue française sur le projet de modifications au Règlement sur la langue de commerce et des affaires au Québec

Cher ministre Roberge,

Au nom du Conseil des produits de soins personnels (PCPC), nous sommes heureux de vous transmettre la présente lettre en réponse au « projet de règlement, Charte de la langue française (chapitre C-11), règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue de commerce et des affaires » publié dans la Gazette officielle du Québec, vol. 156, no 2 le 10 janvier 2024. (« Projet de règlement »)

Basée à Washington, D.C., le PCPC est la principale association commerciale nationale représentant les entreprises mondiales de cosmétiques et de produits de soins personnels. Fondé en 1894, les quelque 600 entreprises membres du PCPC fabriquent, distribuent et fournissent la grande majorité des produits finis de soins personnels commercialisés aux États-Unis. En tant que fabricants d'une gamme diversifiée de produits, des millions de consommateurs se fient sur et font confiance quotidiennement des produits tels que des écrans solaires, dentifrice et shampooing, en passant par les hydratants, les rouges à lèvres et les parfums. Les entreprises de produits de soins personnels sont des chefs de file mondiaux engagés dans la sécurité, la qualité et l'innovation des produits.

L'industrie des cosmétiques et des produits de soins personnels apprécie et respecte l'intention des récentes modifications apportées à la Charte française par le projet de loi 96 et le projet de règlement visant à préserver la langue française au Québec, et souhaite se conformer à tous les lois et règlements pertinents. Toutefois, tel que décrit, certains aspects du projet de loi 96 et du projet de règlement poseraient des défis importants pour les sociétés membres du PCPC.

Le PCPC est particulièrement préoccupé par les points suivants :

L'un des défis les plus critiques pour nos entreprises membres est le manque de clarté autour des exigences spécifiques. Nous croyons donc qu'il est essentiel que l'Office québécois de la langue française (OQLF) émette des directives sur les exigences qui fourniront aux entreprises la sécurité juridique nécessaire afin de poursuivre l'introduction de produits sur le marché québécois. Ces directives seront particulièrement importantes pour répondre aux questions sur la façon d'identifier les termes « génériques » ou « descriptifs » sur les marques de commerce déposées au fédéral.

La proposition du projet de règlement d'exiger la traduction des instructions d'utilisation gravées, cuites ou incrustées dans un contenant de produit constituerait également un fardeau majeur pour notre industrie, car les entreprises devraient contracter avec leurs fournisseurs d'emballages pour créer de nouveaux moules spécifiquement destinés au marché québécois. Cela entraînerait des augmentations significatives

des coûts et une perturbation des chaînes d'approvisionnement mondiales des entreprises. Nous demandons à l'OQLF d'envisager des solutions de rechange qui n'exigeraient pas la création de nouvelles moules contenant nos produits.

Nous demandons que l'OQLF accorde suffisamment de temps aux entreprises pour se conformer à toutes les nouvelles exigences, y compris un délai supplémentaire pour les produits qui ont déjà été introduits sur le marché et qui devraient être autorisés à vendre.

Nous demandons à l'OQLF de tenir compte de certaines propositions environnementales du gouvernement fédéral qui pourraient entraîner la nécessité de réduire la taille des emballages et l'utilisation de matériaux recyclés.

Enfin, nous demandons à l'OQLF de veiller à ce que les exigences n'entrent pas en conflit avec la législation fédérale en vigueur sur les marques de commerce au Canada ni avec les obligations du Canada en vertu d'accords internationaux avec les États-Unis ou d'autres juridictions. Nous sommes préoccupés par certains aspects des exigences proposées qui semblent entrer en conflit avec les obligations du gouvernement en vertu de l'Accord sur les obstacles techniques au commerce (OTC) de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) et de l'Accord sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce (ADPIC).

Conclusion

Nous espérons que cette lettre clarifie les préoccupations de l'industrie internationale des cosmétiques et des produits de soins personnels. Nous serions heureux d'avoir la chance de discuter de ces questions avec vous et votre personnel plus en détail, et de travailler avec vous pour trouver des solutions pratiques à ces enjeux de manière à répondre aux besoins des citoyens du Québec sans être inutilement contraignants pour l'industrie ou les consommateurs. Nous sommes également au courant de demandes similaires émanant d'autres associations professionnelles de l'industrie, y compris l'International Trademark Association et l'association sœur du PCPC au Canada, Cosmetics Alliance. Nous espérons que vous envisagerez des façons d'intégrer les points de vue de ces intervenants et d'autres parties prenantes.

Nous vous remercions de votre aimable considération.

Cordialement,

(original signé)

Francine Lamoriello
Vice-présidente directrice, Global Stratégies



Canadian Vehicle
Manufacturers' Association
Association canadienne
des constructeurs de véhicules

116 Albert Street
Suite 300
Ottawa, ON K1P 5G3

Tel: 416-364-9333
info@cvma.ca
www.cvma.ca

Le 1 mai 2024

Josée Saindon
Directrice générale des relations avec les entreprises et l'Administration
Office québécois de la langue française
31e étage, bureau 3100
800, rue du Square-Victoria
Montréal (Québec) H3C 0B4

Josee.saindon@oqlf.gouv.qc.ca

Objet : Recommandations de l'ACCV concernant le projet de règlement modifiant le Règlement sur la langue du commerce et des affaires

Madame la Directrice générale,

Les membres de l'Association canadienne des constructeurs de véhicules (ACCV) ont grandement apprécié l'occasion qui leur a été donnée de vous rencontrer, ainsi que vos collègues, afin de discuter du projet de règlement proposé pour faciliter la mise en œuvre de la Charte de la langue française (telle que modifiée par le projet de loi 96).

Comme nous l'avons indiqué au cours de notre conversation, nos entreprises membres exercent leurs activités dans le cadre d'un marché nord-américain hautement intégré et l'harmonisation des règlements est essentielle pour favoriser la conformité aux normes et garantir aux consommateurs l'accès aux véhicules et aux caractéristiques qu'ils désirent à un prix abordable. Les exigences particulières dont il est question entraînent une certaine complexification et impliquent des coûts supplémentaires, et nous sommes reconnaissants de l'aide précieuse que vous pouvez apporter pour examiner plus avant la façon de mettre en œuvre le règlement proposé dans le contexte du secteur automobile.

Sur la base de nos discussions, l'ACCV soumet respectueusement les recommandations suivantes dans le but de faciliter la mise en œuvre de la Charte pour l'industrie automobile et de réduire la complexité apparente pour les consommateurs.

1. Amendements à l'article 3 au sujet des exceptions

Les amendements proposés pour l'article 3, paragraphe 6, devraient être modifiés de manière à énoncer clairement que « l'utilisation du produit » fait référence à « l'utilisation principale du produit ». Il s'agit de reconnaître les diverses caractéristiques d'un produit qui ne sont pas nécessaires à l'utilisation principale de ce produit.

2. Modifier l'article 27.1 afin de prévoir une dérogation pour les applications de tiers

Il est recommandé d'ajouter une exception à l'article 27.1 du projet de règlement afin de préciser que le fabricant d'un produit ou le concepteur d'une plateforme n'est pas responsable des applications et du contenu de tiers. Tel que rédigé actuellement, l'article 27.1 du projet de règlement a une large portée, de sorte que les exigences visant « l'inscription affichée pour l'utilisateur à l'aide d'un logiciel embarqué » pourraient également s'appliquer au contenu ou aux applications de tiers mis à la disposition des clients par l'intermédiaire du « logiciel embarqué » d'un produit.

3. Modifier l'article 27.6 concernant les contrats d'adhésion afin de permettre au consommateur de choisir sa langue préférée

Nous demandons que les dispositions relatives aux contrats d'adhésion soient révisées afin de prévoir une exception qui tienne compte de la réalité des contrats numériques et en ligne (y compris sur les appareils mobiles où l'espace est limité). Nous recommandons l'ajout d'une disposition selon laquelle la partie contractante sera réputée avoir remis une version française d'un contrat d'adhésion à la partie adhérente lorsque cette dernière choisit d'effectuer une transaction sur la version anglaise d'un site Web, d'une interface numérique ou d'une application mobile par ailleurs bilingue, et que le contrat d'adhésion est disponible sur la version française du site web, de l'interface numérique ou de l'application mobile. Cela permettrait d'énoncer clairement que les entreprises peuvent demander aux utilisateurs quelle est leur langue préférée, ou permettre aux clients de choisir leur langue préférée, avant de présenter le contrat d'adhésion et, si l'utilisateur choisit l'anglais, de ne présenter que le contrat d'adhésion en anglais (plutôt qu'en français d'abord).

4. Modifier les articles 51 et 51.1 pour reconnaître les normes et codes internationaux

Une exception explicite aux articles 51 et 51.1, spécifique aux constructeurs automobiles, pour permettre l'utilisation de normes, codes et mots internationaux dans l'étiquetage des produits est demandée. Une telle exception s'alignerait sur les normes et pratiques internationales courantes dans l'industrie automobile.

5. Informations supplémentaires concernant la signalisation

Nos membres et leurs concessionnaires indépendants agréés respectifs souhaiteraient pouvoir disposer d'informations supplémentaires concernant les exigences en matière de signalisation.

6. Entrée en vigueur et report du droit privé d'action

Les trois entreprises représentées dans les présentes ont toujours attaché une grande importance à la Charte de la langue française et feront tous les efforts nécessaires pour continuer à la respecter. Il faut tout de même comprendre que nos procédés industriels et nos produits sont très complexes et qu'ils exigent des engagements en matière d'ingénierie et d'approvisionnement qui sont régulièrement pris cinq ans avant la sortie d'un produit. Sans les amendements demandés ci-dessus, nous aurons besoin d'au moins trois années modèles pour apporter les modifications nécessaires à nos produits.

Ainsi, nous pensons que l'article 10(1) du règlement devrait plutôt comporter la mention « fabriqué avant le 1er juin 2027 » et l'article 12 devrait supprimer l'entrée en vigueur de l'article 2 le quinzième jour suivant la date de publication du règlement. Par ailleurs, l'article 2 et les articles 42 et 43 devraient plutôt s'appliquer aux véhicules de l'année modèle 2028 (dont la production commence en 2027).

Un report de l'application des dispositions relatives au droit d'action privé jusqu'en juin 2027 est également demandé afin de permettre aux équipementiers d'ajuster leurs pratiques compte tenu de l'incertitude entourant certaines exigences.

Nous sommes respectueusement d'avis que sans un tel délai de grâce, les équipementiers pourraient devoir être forcés d'envisager de retirer certains produits du marché québécois en raison du risque potentiel de litige. La transformation d'un produit en particulier et le fait de devoir approvisionner certaines pièces pour le seul marché québécois impliquent des coûts prohibitifs pour les constructeurs. Une telle situation pourrait avoir un effet négatif sur l'économie québécoise et les investissements futurs. Les consommateurs pourraient ainsi devoir faire face à des choix limités sur le marché ou à des prix potentiellement plus élevés pour certains biens et services.

Nous vous demandons sincèrement de prendre en considération ces recommandations. Et nous serons heureux de reprendre contact avec vous pour en discuter plus avant et répondre à vos questions. N'hésitez surtout pas à me contacter directement au [REDACTED] ou à l'adresse [REDACTED]

Recevez, Madame, l'expression de mes meilleurs sentiments.

(original signé)

Brian Kingston
Président et chef de la direction

c.c. Josée Saindon, Direction générale
Office québécois de la langue française
josee.saindon@oqlf.gouv.qc.ca

Alexandre Ramacieri, chef de cabinet du
Ministre Pierre Fitzgibbon
alexandre.ramacieri@economie.gouv.qc.ca



10 avril 2024

L'honorable Jean-François Roberge
Ministre de la langue française
800, rue D'Youville, 13e étage
Québec (Québec) G1R 3P4

Réf : Gazette Officielle Du Québec, 10 janvier 2024, Vol. 156, no 2 : Projet de règlement, Charte de la langue française (chapitre C-11), Règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue de commerce et des affaires

Cher ministre Roberge,

Wine Institute, l'association professionnelle représentant plus d'un millier de caves vinicoles de Californie (États-Unis) et d'entreprises affiliées, soumet les commentaires suivants pour examen dans le cadre de l'élaboration du « Projet de règlement, Charte de la langue française (chapitre C-11), Règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue de commerce et des affaires » publié dans la Gazette officielle du Québec, vol. 156, no 2 le 10 janvier 2024. (« Projet de règlement »)¹.

Le Canada est le plus grand marché d'exportation du vin américain, et au Canada, le Québec est un centre important de consommateurs de vin sophistiqué. En 2023, les exportations américaines de vin vers le Canada ont totalisé 442 millions de dollars et ont représenté plus du tiers du total des exportations américaines de vin. Les relations commerciales bilatérales sont importantes pour nos membres, et nous apprécions le partenariat avec l'industrie canadienne du vin dans le contexte du Catégorie de groupe professionnel du commerce du vin.

Nous tenons à exprimer notre préoccupation quant à l'obligation faite par le projet de règlement de traduire les termes génériques et descriptifs dans une marque déposée et demandons que la mesure soit notifiée au Comité des obstacles techniques au commerce de l'OMC.

U.S. Wine Industry and Wine Institute

Le vin est l'un des produits agricoles à haute valeur ajoutée les plus durables cultivés aux États-Unis. Il existe plus de 17 000 établissements vinicoles répartis à travers les États-Unis, dont la plupart sont de petites entreprises familiales. La Californie est la quatrième plus grande région productrice de vin au monde. Le vin californien contribue plus de 170 milliards de dollars annuellement à l'économie américaine et soutient 1,1 million d'emplois. Les membres du Wine Institute sont responsables de plus de 80 % du vin produit aux États-Unis et de plus de 95 % du vin américain exporté vers plus de 140 pays.

¹ [106627.pdf \(gouv.qc.ca\)](#)



L'utilisation des marques de commerce est essentielle à la commercialisation du vin dans tous les pays. Cette forme de propriété intellectuelle joue un rôle essentiel dans la sauvegarde de l'identité d'un établissement vinicole, la différenciation de ses produits et l'établissement de la confiance des consommateurs.

Préoccupations

L'Institut du vin respecte l'objectif déclaré du projet de règlement de faciliter la préservation de la langue française au Québec et nos membres veulent s'y conformer. Toutefois, nous sommes préoccupés par l'impact du projet de règlement sur les petites et moyennes entreprises (PME) et par la manière dont les exigences peuvent confondre les consommateurs, mettre en péril l'identité de la marque et conduire à la contrefaçon.

L'article 51,1 de la disposition sur l'étiquetage du projet de règlement stipule ce qui suit :

Malgré l'article 51, une marque déposée au sens de la Loi sur les marques de commerce (lois révisées du Canada [1985], chapitre T-13) ne peut être établie sur un produit, même partiellement, que dans une langue autre que le français lorsqu'aucune version française correspondante ne figure dans le registre tenu conformément à cette loi. Toutefois, si un terme générique ou une description du produit est inclus dans la marque de commerce, il doit figurer en français sur le produit ou sur un support attaché de façon permanente au produit.

Plus de 86 % de nos membres actifs sur les marchés d'exportation sont des PME, dont bon nombre exportent au Canada. Si nos PME sont tenues de traduire des termes génériques ou descriptifs dans leur marque de commerce, le coût accru de la conformité pour l'exportation de vin au Québec pourrait forcer ces entreprises à abandonner l'ensemble du marché canadien, et pas seulement le Québec.

Nous notons qu'une marque déposée comprend *tous les termes enregistrés*, et pas seulement ceux qui ne font pas référence à des concepts génériques. Il est courant que les noms de marque enregistrés et de marque déposée de nos membres comprennent des termes comme « famille », « établissement vinicole », « vignobles » ou « succession ». Dans certaines circonstances, ces termes peuvent être considérés comme génériques ou descriptifs, mais dans ce cas, ils font partie intégrante de la marque déposée et confèrent une propriété intellectuelle précieuse. Exiger la traduction de ces termes dans une marque déposée peut entraîner de la confusion, des risques pour la notoriété de la marque et la part de marché que nos membres ont passé des années à développer, et pourrait mener à la contrefaçon qui menacerait les ventes de nos membres non seulement au Québec, mais aussi dans d'autres provinces canadiennes.



De plus, nous pensons qu'une marque traduite ne parviendra pas à transmettre le même sens que l'original, ce qui va à l'encontre de son objectif même, qui est de transmettre un message sur la source et la nature des produits portant la marque. Par exemple, certains de nos membres utilisent des marques de commerce pour transmettre le fier héritage espagnol des vins californiens. Forcer la traduction de mots espagnols dans ce contexte aurait pour effet de faire en sorte que l'étiquette traduite ne transmette plus le même message aux consommateurs et priverait ainsi le propriétaire de la marque de la valeur de propriété intellectuelle qu'elle procure.

Nous croyons comprendre que le gouvernement des États-Unis a demandé que le projet de règlement soit notifié au Comité des obstacles techniques au commerce de l'OMC le 2 février. En raison de l'impact important que la mesure aura sur les exportations de vin américain vers le Québec, nous encourageons la notification avec une période de commentaires adéquate. Nous savons que vous avez entrepris une consultation de 45 jours se terminant le 24 février. Nous n'avons pas pu faire de commentaires pendant cette période parce que nous ne comprenions pas parfaitement l'impact que le projet de règlement aurait sur nos membres.

Merci d'avoir pris en considération nos commentaires et préoccupations. Le Québec demeure un partenaire important dans le commerce international du vin, et nous sommes heureux d'avoir l'occasion de nous engager davantage dans ce dossier.

Cordialement,

(original signé)

Charles Jefferson

Vice-président, politique publique fédérale et internationale