



Conseil québécois
du commerce de détail

Le 16 juin 2016

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

Monsieur Luc Fortin
Ministre de la Culture et des Communications et
Ministre responsable de la Protection et de la Promotion de la langue française
225, Grande Allée Est, 1^{er} étage, bloc A
Québec (Québec) G1R 5G5

Objet : Commentaires du CQCD portant sur le *Projet de règlement modifiant le Règlement sur la langue du commerce et des affaires* et le *Projet de règlement modifiant le Règlement précisant la portée de l'expression « de façon nettement prédominante » pour l'application de la Charte de la langue française*

Monsieur le Ministre,

Il me fait plaisir, au nom du Conseil québécois du commerce de détail (CQCD), de vous transmettre par la présente nos commentaires relativement aux deux projets de règlement mentionnés en titre, publiés à la Gazette officielle du Québec le 4 mai 2016.

Le CQCD a été à la fois témoin et acteur des diverses initiatives entreprises par le gouvernement et les détaillants au cours des dernières années en vue de promouvoir davantage la langue française dans l'affichage public. Mentionnons à titre d'exemple, l'adoption de la Stratégie commune d'intervention en francisation pour Montréal dont le CQCD était signataire, la campagne de sensibilisation menée en 2011 par l'OQLF sur l'affichage des marques de commerce et la consultation de votre ministère, à l'automne 2015, en prévision de modifications au Règlement sur la langue du commerce et des affaires.

Nous estimons que beaucoup de progrès ont été réalisés volontairement jusqu'à maintenant par les détaillants. Cependant, vu la présence croissante de l'affichage des marques de commerce observée au Québec dans une langue autre que le français, principalement en anglais, nous comprenons la volonté actuelle du gouvernement d'intervenir pour protéger davantage la langue française.

Nous constatons, à travers les modifications réglementaires proposées, la volonté du gouvernement de franchir un nouveau pas. Cette nouvelle étape a, quant à nous, le mérite d'être équitable et axée sur les résultats.

COMMENTAIRES SUR LE PROJET DE RÈGLEMENT MODIFIANT LE RÈGLEMENT SUR LA LANGUE DU COMMERCE ET DES AFFAIRES

COMMENTAIRES GÉNÉRAUX

Bien que certaines des mesures proposées méritent d'être clarifiées, nous considérons que le projet de règlement répond en grande partie aux principales attentes qui ont été soulevées par le CQCD et les détaillants, notamment lors de la consultation menée par le gouvernement en novembre 2015 auprès de 21 différentes organisations et entreprises, à savoir :

- L'équité : Nous applaudissons l'intention du gouvernement d'étendre l'application de la présence du français à toutes les entreprises du Québec, nonobstant leur secteur d'activités. Nous considérons cette mesure comme étant équitable envers les entreprises. L'affichage public des marques de commerce en français représente certes un enjeu pour le Québec, mais il ne saurait se limiter au seul secteur du commerce de détail.
- La préservation de l'intégrité des marques de commerce : Nous sommes heureux de constater que les mesures proposées tiennent compte de l'encadrement canadien et du droit international qui s'appliquent aux marques de commerce. Il est en effet important de tenir compte de la mondialisation et de l'utilisation de la marque sur une base mondiale. Le respect de l'intégrité des marques de commerce représente un élément primordial et non négociable pour les détaillants.
- La flexibilité : Nous apprécions la flexibilité qui est offerte aux détaillants pour se conformer aux nouvelles règles. En plus de démontrer de la souplesse dans le choix d'affichage, le gouvernement répond, à notre avis, à son objectif de réglementation intelligente, c'est-à-dire axée sur les résultats tout en laissant aux entreprises assujetties un vaste choix de moyens pour se conformer.
- L'accompagnement : Nous ne saurons trop insister sur l'importance d'accompagner les détaillants lorsqu'il est question de l'application de nouvelles normes, c'est pourquoi nous saluons l'intention annoncée par le gouvernement dans son communiqué d'accompagner les entreprises qui le souhaitent lors de l'entrée en vigueur des modifications réglementaires. À cet égard, le CQCD offre sa collaboration au gouvernement concernant l'élaboration et la diffusion de nouveaux outils destinés aux détaillants.
- L'octroi de délais raisonnables : Le contexte dans lequel évoluent présentement les détaillants au Québec n'est pas facile. Tout ajout de nouvelle réglementation et/ou de nouvelles règles administratives est souvent perçu comme étant un obstacle supplémentaire venant s'ajouter aux difficultés présentes. Par conséquent, l'octroi de délais raisonnables s'avère essentiel et constitue un atout pour l'atteinte de résultats.
- La prévisibilité : L'un des critères qui est très important pour les entreprises, et malheureusement trop souvent négligé par le gouvernement, est celui de prévisibilité. Les entreprises 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. Nous estimons que la situation concernant l'application des règles entourant l'affichage public des marques de commerce au Québec a été incertaine, surtout dans les dernières années, pour ne pas dire subjective ou arbitraire de la part du

gouvernement. Nous osons espérer que les mesures proposées amélioreront la situation.

Le CQCD tient, par ailleurs, à préciser que le gouvernement doit être conscient des efforts supplémentaires qu'il requiert désormais de la part de plusieurs entreprises. Les entreprises établies au Québec devront en effet composer avec beaucoup plus de règles qu'auparavant en matière d'affichage public de leur marque de commerce, et non uniquement l'application de l'article 25.4 du règlement actuel. Rappelons que cette dernière disposition prévoit déjà des conditions beaucoup plus limitatives en matière d'affichage de marques sur les devantures de magasins que la plupart des pays dans le monde.

De plus, le CQCD ne partage pas l'affirmation qui est faite par le gouvernement dans le préambule du projet de règlement, à l'effet que « la réglementation n'ajoute aucune nouvelle formalité administrative ». D'après les discussions que nous avons eues avec des spécialistes en la matière, il semble qu'il y aura des mesures à prendre par les commerçants, dont le dépôt de leur marque auprès du registraire des marques fédéral et une mise à jour au Québec du registraire des entreprises dans certains cas, y compris, notamment, dans un contexte où l'ajout d'un terme générique ou d'un slogan aurait comme effet d'altérer la marque d'origine.

Enfin, nous ne pouvons passer sous silence le fait que nous remettons en doute la portée de ce règlement. En effet, même après avoir pris connaissance de l'étude d'impact du règlement, nous avons de la difficulté à croire qu'environ seulement 1860 entreprises seront visées.

COMMENTAIRES SPÉCIFIQUES

Les modifications réglementaires proposées consistent essentiellement en l'ajout des nouveaux articles 25.1 à 25.5 au règlement actuel.

Nous comprenons que ces nouveaux articles visent à s'assurer d'une présence en français lorsqu'est affichée à l'extérieur une marque de commerce dans une autre langue que le français, tel que le permet actuellement le paragraphe 4 de l'article 25 du règlement.

Article 25.1 - Les types de messages

Le nouvel article 25.1 du règlement traite du type de message permis en français. Il prévoit que les commerçants devront désormais assurer une « présence suffisante » du français sur les lieux. Celle-ci pourra consister en un slogan, un générique, un descriptif de leurs produits et services ou tout autre terme ou mention, en privilégiant l'affichage d'information portant sur les produits ou services offerts.

Le CQCD accueille favorablement cette mesure. Il considère que la nouvelle règle d'affichage en présence d'une marque de commerce dans une autre langue que le français, offre suffisamment de flexibilité et plusieurs avenues aux entreprises quant au choix de mots qui pourront être utilisés à proximité de la marque unilingue en anglais.

Ceci étant dit, nous nous questionnons sur le caractère général de la terminologie « tout autre terme ou mention, en privilégiant l'affichage d'information portant sur les produits ou les services » et son interprétation, ainsi que son application éventuelle par l'OQLF. Nous espérons que les outils d'accompagnement qui seront mis à la disposition des détaillants

prévoient de façon explicite (y compris par des illustrations diverses) des exemples concrets pour guider les détaillants.

Article 25.2 – Les lieux d’affichage

Le nouvel article 25.2 précise les endroits où les nouvelles règles d’affichage en français s’appliqueront. On y indique que seul l’affichage d’une marque de commerce à l’extérieur d’un immeuble est visé, en prenant soin de définir ce que l’on entend par « à l’extérieur d’un immeuble ». Ainsi, contrairement à ce que l’on pourrait rapidement penser, sont également visés des endroits situés à l’intérieur d’immeubles.

Cet article doit donc être lu avec beaucoup d’attention, car on y retrouve des définitions importantes à ne pas négliger.

Définition de « à l’extérieur d’un immeuble »

Cette définition décrite au paragraphe 1^o soulève plusieurs questionnements et gagnerait à être clarifiée.

Par exemple, l’alinéa b) semble faire référence à une vitrine. Cependant, comme ce terme n’a pas été spécifiquement précisé, nous comprenons qu’il veut dire plus, ce qui n’est pas très clair et rassurant.

De plus, nous nous questionnons à savoir si le 3^e alinéa débutant par « l’affichage d’une marque de commerce qui figure sur une borne ou sur une autre structure indépendante... » est rattaché la fois au paragraphe a) et b) ou uniquement à b) ?

Enfin, nous ne sommes pas certains de bien comprendre pourquoi, dans le cas d’une structure de type totem, l’affichage qui s’y trouve est exclu si plus de deux marques de commerce y figurent.

Définition d’« immeuble »

Concernant la définition d’« immeuble » décrite au paragraphe 2^o, nous accueillons favorablement l’exclusion visant les installations à vocation temporaire ou saisonnière.

Définition de « local »

Quant à la définition de « local » énoncée comme suit au paragraphe 3^o, nous considérons qu’elle va très loin en visant notamment les kiosques et comptoirs ouverts destinés à la vente de produits dans un centre commercial. Nous sommes toutefois satisfaits de l’exclusion qui est prévue pour les installations à vocation temporaire ou saisonnière.

« Local : s’entend d’un espace, fermé ou non, dédié à une activité, notamment un kiosque ou comptoir destiné à la vente de produits dans un centre commercial, à l’exclusion d’installation à vocation temporaire ou saisonnière ».

Nous croyons que cet article doit être clarifié. À titre d’exemple, la notion de kiosque fermé ou non est-elle limitée à un centre commercial ou s’applique-t-elle également à tout autre type d’immeuble comme une institution d’enseignement, un centre de personnes âgées, etc. ?

De plus, il serait fortement souhaitable de limiter la définition de « local » de façon à exclure « les comptoirs », ainsi que tout espace ayant une superficie ne dépassant pas 500 pieds carrés, à défaut de quoi, il va certes y avoir des dérapages au niveau de l’application des

nouvelles règles d'affichage. Nous songeons, entre autres, à un petit comptoir de parfum mesurant 3 pieds sur 3 pieds se trouvant dans un magasin à grande surface.

La définition telle que proposée du terme « local » inquiète les détaillants et mérite d'être révisée, afin de bien en circonscrire sa portée. En vérité, il faut se questionner sur les intentions du législateur sans pour autant limiter de façon indue les détaillants.

Dans ce contexte, nous proposons la définition suivante pour le terme local :

« local : s'entend d'un espace, fermé ou non, dédié à une activité, à titre d'exemple seulement, un kiosque destiné à la vente de produits dans un centre commercial, à l'exclusion : i) d'installation à vocation temporaire ou saisonnière ; ii) d'un espace, fermé ou non, dédié à une activité, y compris, sans s'y limiter, un kiosque, ayant une superficie ne dépassant pas 500 pieds carrés ».

Article 25.3 et 25.4 – Les conditions d'affichage

Le nouvel article 25.3 précise quelles sont les conditions d'affichage permettant d'assurer une présence suffisante du français. Essentiellement, ces conditions ont trait à la lisibilité et à la visibilité permanente. On y précise que l'affichage doit présenter les caractéristiques suivantes :

- Pouvoir être lu dans le même champ visuel que celui de la marque de commerce et être présent en permanence sans être nécessairement prédominant par rapport à la marque.
- Être éclairé en tout temps si la marque l'est.

Nous nous questionnons à savoir s'il est vraiment nécessaire d'aller aussi loin, sachant que ces nouvelles exigences auront une incidence sur les coûts supplémentaires que devront défrayer les détaillants.

À cet égard, nous vous suggérons de retirer de l'article 25.3, son 2^e alinéa débutant par « est considéré... » ainsi que le passage suivant apparaissant au paragraphe 1^o du premier alinéa : « similaire à celle de la marque de commerce affichée ». En effet, nous ne jugeons pas nécessaire d'ajouter des conditions additionnelles en matière d'affichage, y compris en matière d'éclairage.

Enfin, nous nous questionnons à savoir si certaines réglementations municipales pourraient empêcher les détaillants d'utiliser la flexibilité permise par les nouvelles mesures. À cet égard, nous espérons que le gouvernement informera adéquatement l'ensemble des municipalités du Québec relativement à ces nouvelles règles et les incitera à collaborer avec les entreprises.

Les délais d'application

Le CQCD estime que les délais accordés aux entreprises pour se conformer aux nouvelles règles semblent à priori raisonnables. Il est évident que pour certains détaillants, notamment ceux qui ont plusieurs établissements, la situation sera certainement plus difficile et nécessitera plus de temps et d'argent. Certaines entreprises auront par ailleurs davantage besoin d'accompagnement.

Nous croyons qu'il serait plus sage de la part du gouvernement de prévoir, au départ, pour toutes les entreprises, un délai minimum d'application de l'ordre d'environ 6 mois, le temps d'informer adéquatement l'ensemble des entreprises relativement aux nouvelles règles, incluant les entreprises en démarrage par exemple.

De plus, on nous a également fait part de cas où par exemple, une entreprise envisage dans un court échéancier de fermer certains de ses établissements. N'y aurait-il pas lieu de prévoir des règles dans un tel cas afin d'éviter des frais supplémentaires inutiles pour ces entreprises ?

COMMENTAIRES SUR LE PROJET DE RÈGLEMENT MODIFIANT LE RÈGLEMENT PRÉCISANT LA PORTÉE DE L'EXPRESSION « DE FAÇON NETTEMENT PRÉDOMINANTE » POUR L'APPLICATION DE LA CHARTE DE LA LANGUE FRANÇAISE

D'après le texte apparaissant au préambule du projet de règlement, le gouvernement a choisi de modifier le *Règlement précisant la portée de l'expression « de façon nettement prédominante » pour l'application de la Charte de la langue française*, notamment afin d'éviter des questions en lien avec la nouvelle exigence d'assurer la présence du français.

Or, l'ajout suivant proposé au paragraphe 1 du règlement actuel suscite tout de même quelques questions de notre part :

« Dans l'appréciation de l'impact visuel, il est fait abstraction d'un patronyme, d'un toponyme, d'une marque de commerce ou d'autres termes dans une langue autre que le français lorsque leur présence est spécifiquement permise dans le cadre d'une expertise prévue par la Charte de la langue française ou par sa réglementation » (les soulignés sont de nous).

Tout d'abord, nous estimons que l'utilisation des termes « il est fait abstraction » n'est pas optimale et est ambiguë.

Ensuite, pour éviter toute confusion, il serait pertinent pour le législateur de prendre position quant à l'interprétation des termes « marque de commerce reconnue au sens de la Loi sur les marques de commerce » se trouvant à l'article actuel 25.4. Au niveau fédéral, les termes « reconnue au sens de la Loi sur les marques de commerce » ont toujours été interprétés comme comprenant une marque enregistrée ou non enregistrée. Or, il est pertinent de souligner que l'OQLF interprète ces termes de manière beaucoup plus limitative, ce qui ne concorde pas avec celle qui est bien établie au niveau fédéral. En effet, l'OQLF a toujours pris position à savoir que les termes « marques reconnues au sens de la Loi sur les marques » signifient que la marque doit être enregistrée. Or, cette interprétation va à l'encontre des principes fondamentaux en droit des marques et ne constitue pas celle adoptée au niveau fédéral, en plus d'avoir un certain caractère inconstitutionnel. Les détaillants sont en droit d'exiger une certaine prévisibilité quant à l'application de l'exception se trouvant à l'article 25.4 compte tenu des nouvelles conditions d'affichage. Dans ce contexte, nous voulons tout simplement mettre fin à cette incertitude et privilégier la prévisibilité.

Enfin, sachant que le législateur ne parle pas pour ne rien dire, nous ne sommes pas certains de bien comprendre ce que l'on entend par « d'autres termes dans une langue autre que le français ».

En terminant, nous vous remercions de l'attention que vous porterez à ces commentaires et demeurons à votre entière disposition pour plus d'informations.

Le président-directeur général,



Léopold Turgeon

c.c. M. Robert Vézina, président-directeur général, OQLF
Mme Marie-Claude Champoux, sous-ministre, MCC
M. Claude Pinault, sous-ministre associé responsable de l'application de la politique linguistique, MCC
M. Jorge Passalacqua, Directeur général de la francisation et des enquêtes, OQLF
Mme Sonia Pratte, Conseillère juridique, Secrétariat à la politique linguistique, MCC