



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, favorisé 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 1er 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 (galarne@oqlf.gouv.qc.ca)
Mme Josée Saindon, directrice générale, Direction des relations avec les entreprises et l'Administration, OQLF (josee.saindon@oqlf.gouv.qc.ca)