



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

# Plan de la présentation



1. L'affichage public des marques de commerce et des noms d'entreprises
2. Les marques de commerce sur les produits
3. Les consignes d'utilisation inscrites sur un produit
4. Les contrats



1

# L'affichage public des marques de commerce et des noms d'entreprises

# Règles d'affichage



Élément visé	Situation actuelle 3 règles différentes	Au 1 <sup>er</sup> juin 2025 Harmonisation des règles
Affichage public	Nette prédominance du français (art. 58 de la <i>Charte</i> )	Nette prédominance du français
Affichage des marques de commerce	Présence suffisante du français (art. 25.1 du RLCA)	
Affichage des noms d'entreprises	Générique ou descriptif en français sans mention de taille (art. 68 de la <i>Charte</i> )	

# Changements



## Un seul règlement combinant les règlements traitant de l’affichage :

- *Règlement précisant la portée de l’expression « de façon nettement prédominante » pour l’application de la Charte de la langue française (R-11)*
- *Règlement sur la langue du commerce et des affaires*

# Changements

## Définition de « nette prédominance »

### Situation actuelle

#### Dans le cas d'une seule affiche

- L'espace consacré au texte en français est au moins deux fois plus grand que celui consacré au texte dans une autre langue.
- Les caractères utilisés dans le texte en français sont deux fois plus grands que ceux utilisés dans le texte dans une autre langue.
- Les autres caractéristiques de l'affichage n'ont pas pour effet de réduire l'impact visuel du texte en français.

#### Dans le cas d'affiches distinctes de même dimension

- Les affiches en français sont au moins deux fois plus nombreuses que celles dans une autre langue.
- Les caractères utilisés dans le texte rédigé en français sont au moins aussi grands que ceux utilisés dans le texte rédigé dans une autre langue.
- Les autres caractéristiques de l'affichage n'ont pas pour effet de réduire l'impact visuel du texte en français.

#### Dans le cas d'affiches distinctes de dimensions différentes

- Les affiches en français sont au moins aussi nombreuses que celles dans une autre langue.
- Les affiches en français sont au moins deux fois plus grandes que celles dans une autre langue.
- Les caractères utilisés en français sont au moins deux fois plus grands que ceux utilisés dans une autre langue.
- Les autres caractéristiques de l'affichage n'ont pas pour effet de réduire l'impact visuel du texte en français.

### Au 1<sup>er</sup> juin 2025

#### Pour l'ensemble de l'affichage

Un affichage où le français figure **de façon nettement prédominante** est un affichage où le texte en français a un **impact visuel beaucoup plus important** que celui dans une autre langue, c'est-à-dire :

- qu'il occupe un espace **deux fois plus grand** dans un **même champ visuel**;
- qu'il a un caractère **permanent**, est **visible** et est **lisible**;
- que, lorsqu'il comporte une **marque de commerce** ou un **nom d'entreprise** dans une autre langue que le français, ceux-ci sont accompagnés de termes en français, tels qu'un générique, un descriptif ou un slogan.

# Changements

## Définition de « depuis l'extérieur d'un local »

La définition de « depuis l'extérieur d'un local » s'applique à l'affichage des marques de commerce ainsi qu'à celui des noms d'entreprises (au 1<sup>er</sup> juin 2025).

Un **affichage visible depuis l'extérieur d'un local** est un affichage situé :

- à l'extérieur d'un espace fermé ou non;
- sur un immeuble;
- à l'intérieur d'un centre commercial;
- sur une autre structure indépendante, y compris celle de type enseigne pylône.

# « Nette prédominance » : exemples de changements



- Marque de commerce accompagnée d'un générique



# « Nette prédominance » : exemples de changements

- Marque de commerce accompagnée d'un slogan



# « Nette prédominance » : exemples de changements

Nom d'entreprise accompagné d'un générique



# Le règlement permet :

- d'offrir de la souplesse aux entreprises en matière de correction;
- de réduire les coûts pour les entreprises, car il est possible de maintenir l'affichage existant;
- de prévoir des exigences claires pour une meilleure compréhension;
- de favoriser la transition par des notions déjà connues des entreprises;
- de respecter l'intégrité des marques de commerce et des noms d'entreprises.

2

# Les marques de commerce sur les produits

# Règles pour les produits

Élément visé	Situation actuelle	Au 1 <sup>er</sup> juin 2025 Harmonisation des règles
<b>Inscriptions sur un produit</b>	Doivent toutes être en français.	Aucun changement.
<b>Marque de commerce comprenant un générique ou un descriptif</b>	Peut être uniquement dans une autre langue.	Un générique ou un descriptif compris dans une marque de commerce doit être en français. Un produit fabriqué avant le 1 <sup>er</sup> juin 2025 et dont la marque de commerce n'a aucune version française peut continuer d'être vendu ou distribué jusqu'au 1 <sup>er</sup> juin 2027.
<b>Marque de commerce</b>	Reconnue au sens de la loi.	Une marque de commerce déposée. Une telle marque de commerce est assimilée à une marque de commerce enregistrée ou en cours d'enregistrement.

# Précisions apportées dans le règlement

- Définition de la notion de « sur un produit »  
Son contenant, son emballage et tout document ou objet qui l'accompagne
- Définition de la notion de « générique »  
Un ou plusieurs mots décrivant la nature du produit
- Définition de la notion de « descriptif »  
Un ou plusieurs mots décrivant les caractéristiques du produit
- Précision du fait que le texte en français est équivalent au texte dans une autre langue et qu'il est accessible dans des conditions similaires

# Marques de commerce sur les produits

## Exemples de changements



3

# Les consignes d'utilisation inscrites sur un produit

# Règle visée pour les consignes d'utilisation sur les produits



Élément visé	Situation actuelle	À l'entrée en vigueur du règlement
<b>Consignes d'utilisation inscrites sur un produit</b>	Les inscriptions gravées, cuites ou incrustées dans un produit provenant de l'extérieur du Québec peuvent être uniquement dans une autre langue que le français, sauf si elles concernent la sécurité.	Les <b>consignes d'utilisation inscrites sur le produit</b> doivent être en français.

# Consignes d'utilisation inscrites

## Exemples de changements





4

# Contrats

# Contrat d'adhésion

- Définition de « contrat d'adhésion »

Contrat comportant des clauses imposées par les parties concernées, qui ne peuvent faire l'objet d'aucune négociation (fourniture d'électricité, police d'assurance, service téléphonique, etc.)

- Exigences prévues à la Charte

Concernent principalement les contrats d'adhésion.

Le contrat de gré à gré, dans lequel figurent ou non des clauses types, peut être rédigé dans la langue choisie par les parties si telle est leur volonté expresse.

# Règles



Élément visé	Avant le 1 <sup>er</sup> juin 2023	Depuis le 1 <sup>er</sup> juin 2023
Contrat d'adhésion	<p>Doit être en français.</p> <p>Peut être rédigé dans une autre langue que le français si telle est la volonté expresse des parties.</p>	<p>Doit être rédigé en français et remis à l'adhérent.</p> <p>Après la remise de la version française, une version peut être rédigé dans une autre langue que le français si telle est la volonté expresse des parties.</p> <p>Exceptions permettant de prendre en considération la réalité de certains secteurs et leurs enjeux.</p>

# Principes

- Le contrat doit être remis en français à l'adhérent. Une version du contrat dans une autre langue peut également être remise (volonté expresse des parties).
- Les documents se rattachant à un contrat seront dans la langue du contrat choisie par l'adhérent.
- Certains contrats utilisés dans les relations avec l'extérieur du Québec ne sont pas visés par l'obligation de remise de la version française à l'adhérent.
- Des exceptions sont prévues pour les polices d'assurance qui :
  - ✓ n'ont pas d'équivalent au Québec;
  - ✓ proviennent de l'extérieur du Québec ou dont l'utilisation est peu répandue.

Les polices qui répondent à ces critères peuvent être rédigées uniquement dans une autre langue que le français. Il n'y a pas d'obligation qu'une version en français soit produite et remise.

# Obligation de remise de la version française du contrat

## Est satisfaite lors de la conclusion d'un contrat par téléphone :

- si le contrat doit prendre effet immédiatement et que l'adhérent ne dispose pas des outils technologiques lui permettant d'avoir accès aux clauses types applicables de ce contrat;
- ou si l'adhérent a préalablement consulté par un moyen technologique les clauses types applicables rédigées en français.

## Est satisfaite lors de la conclusion d'un contrat par moyen technologique :

- lorsque les clauses types applicables, en langue française, sont remises à l'adhérent.

# Exemples de moyens technologiques

- **Site Web**

Pour les transactions en ligne, par exemple sur le site Web d'une entreprise exerçant des activités au Québec, l'obligation de remise du contrat en français est remplie lorsque l'adhérent a l'occasion de consulter le contrat en français dans la version française du site Web et que dans la version du site Web dans une autre langue, il est possible de consulter également la version française du contrat avant de conclure un contrat dans une autre langue.

- **Courriel**

L'obligation de remise du contrat en français est remplie lorsque l'adhérent a reçu par courriel et a pu consulter le contrat en français avant de conclure un contrat dans une autre langue.

- **Message texte**

L'obligation de remise du contrat en français est remplie lorsque l'adhérent a reçu par message texte et a pu consulter le contrat en français avant de conclure un contrat dans une autre langue.



Merci de votre attention.