

Mise à jour des modifications prévues par le projet de loi no 96 en matière d'emballage, d'affichage et de publicité

AUTEURES



Michelle Nelles



Marie-Ève Gingras



Michele Clarizio



Amanda Wolczanski

Les modifications apportées au projet de loi n° 96 ont ajouté l'emballage à la liste des actifs de marketing auxquels l'exception aux règles sur le français prévue pour les « marques de commerce reconnues » ne s'appliquera pas une fois que les dispositions du projet de loi entreront en vigueur. [Introduit pour la première fois en mai 2021](#), le projet de loi n° 96 renforce les exigences linguistiques qui doivent être respectées dans les actifs de marketing des entreprises qui exercent des activités au Québec. Les nouvelles règles en matière d'emballage sont quelques-unes des nombreuses révisions qui ont été proposées dans le cadre d'une étude détaillée en commission. Le présent bulletin résume tous les changements proposés en matière d'emballage et d'affichage dans le projet de loi n° 96, qui n'est pas encore en vigueur.

Ce que vous devez savoir

- **Changements clés du projet de loi n° 96.** Le projet de loi n° 96 propose les changements clés suivants en matière d'emballage, d'affichage et de publicité commerciale.
 - L'exception relative aux « marques de commerce reconnues » sera remplacée par une exception relative aux « marques de commerce déposées ». Les marques déposées pourront être affichées uniquement dans une autre langue que le français, à condition qu'aucune version correspondante en français ne se trouve au registre. Cela diffère de l'exception relative aux marques reconnues qui s'appliquait également aux marques de common law non déposées.
 - En outre, lorsqu'une marque déposée dans une autre langue que le français utilisée sur l'emballage contient un générique ou un descriptif du produit, celui-ci doit figurer en français sur le produit ou sur un support qui s'y rattache de manière permanente. Il sera toujours possible de fournir de l'information dans d'autres langues, à condition que le français y figure dans des conditions au moins aussi favorables. En vertu du projet de loi, l'inscription rédigée dans une autre langue ne peut être « accessible dans des conditions plus favorables » que celle rédigée en français.
 - Malgré l'exception relative aux marques déposées, le français devra figurer « de façon nettement prédominante » dans l'affichage public visible depuis l'extérieur d'un local.

- **Dates d'entrée en vigueur.** Les modifications proposées à l'exception relative aux marques reconnues et à la prédominance du français dans l'affichage entreront en vigueur trois ans après que le projet reçoit la sanction royale. L'obligation que l'inscription sur un emballage dans une autre langue ne soit pas accessible dans des « conditions plus favorables » que le français entrera en vigueur à la date de la sanction royale.
- **Se préparer au projet de loi n° 96.** Les entreprises qui exercent des activités au Québec devraient profiter du temps disponible avant l'entrée en vigueur du projet de loi pour évaluer la conformité de l'ensemble de leur propriété intellectuelle ainsi que de leur contenu d'emballage, de marketing et de publicité.

Charte de la langue française

La *Charte de la langue française* du Québec exige généralement que l'emballage et l'affichage public soient en français. Dans certains cas, l'emballage et l'affichage doivent être en français uniquement; dans d'autres, le français doit y figurer dans des conditions au moins aussi favorables ou n'a pas besoin d'être prédominant ou encore n'est pas requis du tout. Si le projet de loi n° 96 est adopté, la *Loi sur la langue officielle et commune du Québec, le français* modifiera la *Charte de la langue française* et imposera des exigences linguistiques supplémentaires aux entreprises.

Aperçu des modifications proposées dans le projet de loi n° 96 révisé

[Le projet de loi n° 96 a été introduit pour la première fois](#) à l'Assemblée nationale du Québec en mai 2021. À ce moment, il prévoyait déjà remplacer l'exception relative aux marques reconnues pour l'affichage et la publicité commerciale par une exception relative aux marques déposées et exiger que le français figure « de façon nettement prédominante » dans l'affichage visible de l'extérieur. Il contenait également l'obligation que l'inscription sur un emballage dans une autre langue que le français ne soit pas « accessible dans des conditions plus favorables » que l'inscription en français.

Depuis, le projet a subi plusieurs révisions dans le cadre de l'étude détaillée menée par la Commission de la culture et de l'éducation. En février 2022, la commission a apporté une modification écartant l'exception relative aux « marques reconnues » en matière d'emballage.

Ci-après, vous trouverez un aperçu général des modifications apportées à la législation en matière d'emballage et d'affichage selon la plus récente version du projet de loi n° 96 qui inclut les modifications apportées par la commission.

Emballage

Exception relative aux marques de commerce reconnues

À l'heure actuelle, une « marque de commerce reconnue » peut figurer sur un emballage uniquement dans une autre langue que le français si une version française de la marque n'a pas été déposée¹. Le terme « marque de commerce reconnue » n'est pas défini, mais les tribunaux considèrent généralement qu'il comprend à la fois les marques déposées et les marques de common law. Alors que la version initiale du projet de loi n° 96 ne traitait pas de l'exception relative aux marques reconnues applicable à l'emballage, celle-ci a été écartée dans les modifications apportées par la commission en février 2022.

Dans la version la plus récente du projet de loi, seules les marques déposées peuvent figurer sur un emballage dans une langue autre que le français, pourvu qu'aucune version correspondante en français ne se trouve au registre des marques déposées (cela comprend les marques déposées et pourrait comprendre les marques pour lesquelles une demande a été déposée)². Si un générique ou un descriptif du produit est compris dans une marque déposée dans une autre langue que le français, celui-ci doit figurer en français sur le produit ou sur un support qui s'y rattache de manière permanente.

Ce changement proposé signifie que les marques ne pourront plus indiquer un générique ou un descriptif en anglais dans les marques déposées pour éviter de traduire ce texte en français. Durant l'étude, la commission a fourni des exemples de la façon dont cette modification devrait être appliquée³. Une marque déposée telle que « beauty Shop » pourrait continuer à figurer en anglais sur l'emballage, mais pas une marque déposée telle que « Soft Soap, Lavender and Shea Butter, washes away bacteria, deeply moisturizes to hydrate skin ». Les marques devront probablement devoir traduire « Lavender and Shea Butter, washes away bacteria, deeply moisturizes to hydrate skin » en français pour se conformer aux nouvelles règles.

Emballage général

Le projet loi précise que l'inscription sur un emballage rédigée dans une autre langue ne peut être « accessible dans des conditions plus favorables » que celle rédigée en français⁴. Cette modification figurait dans la version initiale du projet de loi. À l'heure actuelle, l'emballage peut contenir d'autres langues, à condition que le français y figure dans des conditions au moins aussi favorables⁵.

Affichage et publicité commerciale

Exception relative aux marques de commerce reconnues

Le projet loi n° 96 écarte l'exception relative aux marques reconnues applicable à l'affichage public. Ce changement figurait dans la version initiale du projet de loi.

À l'heure actuelle, une « marque reconnue » peut figurer uniquement dans une autre langue que le français dans l'affichage public et la publicité commerciale si une version française de la marque n'a pas été déposée⁶. La marque peut être affichée à l'extérieur d'un immeuble (ou sur un affichage destiné à être vu de l'extérieur) si une présence suffisante du français est assurée sur les lieux, sous réserve de certaines exigences supplémentaires.

En vertu du projet de loi, l'exception relative aux marques reconnues ne s'appliquera plus à l'affichage public. Une marque déposée au Canada pourra continuer à être affichée exclusivement dans une langue autre que le français, sauf si une version correspondante en français se trouve au registre des marques déposées (cela comprend les marques déposées et pourrait comprendre les marques pour lesquelles une demande a été déposée)⁷.

Le français doit également figurer de façon nettement prédominante dans l'affichage public visible depuis l'extérieur d'un local, lorsqu'une telle marque y figure dans une telle autre langue. « De façon nettement prédominante » signifie que le texte rédigé en français a un « impact visuel beaucoup plus important » que le texte rédigé dans l'autre langue⁸. Le texte rédigé en français est réputé avoir un « impact visuel beaucoup plus important » si les conditions suivantes sont réunies :

1. l'espace consacré au texte rédigé en français est au moins 2 fois plus grand;
2. les caractères utilisés dans le texte rédigé en français sont au moins 2 fois plus grands;
3. les autres caractéristiques de cet affichage ne réduisent pas l'impact visuel du texte rédigé en français.

Nom de l'entreprise

Le projet loi n° 96 augmente la quantité du français qui doit accompagner le nom d'une entreprise dans l'affichage public visible depuis l'extérieur. Ce changement figurait dans la version initiale du projet de loi.

Actuellement, le nom de l'entreprise peut être assorti d'une version dans une autre langue que le français pourvu que le nom de langue française figure de façon au moins aussi évidente, sous réserve de certaines exceptions⁹.

Le projet de loi n° 96 prévoit que le français doit figurer de façon « nettement prédominante », lorsque l'affichage contient le nom d'une entreprise qui comporte une expression tirée d'une autre langue que le français¹⁰.

Et ensuite?

Le projet de loi n° 96 devrait être adopté avant la fin de mai, mais d'autres modifications pourraient encore y être apportées. Selon sa version actuelle, les modifications proposées à l'exception relative aux marques reconnues et à la prédominance du français dans l'affichage public entreront en vigueur trois ans après que le projet reçoit la sanction royale¹¹. L'obligation que l'inscription sur un emballage dans une autre langue ne soit pas accessible dans des « conditions plus favorables » que le français entrera en vigueur à la date de la sanction royale.

Entretemps, les entreprises devraient se préparer à réorienter leur stratégie de marque :

- Elles devraient repérer l'emballage et la publicité existants qui ont été rédigés en fonction de l'exception relative aux marques reconnues. Des mesures devraient être prises pour déposer les marques de commerce qui ne l'ont pas encore été.
- Il faudra examiner attentivement les marques de commerce qui figurent sur les emballages pour déterminer si une traduction française sera requise pour le texte générique ou descriptif.
- L'affichage visible de l'extérieur devra être repensé pour que le français y figure « de façon nettement prédominante », même s'il contient une marque de commerce déposée.

NOTES DE BAS DE PAGE 

Dernières nouvelles et publications

AI-related class actions are on the rise in Canada

[Lire la suite](#)

How advisors can protect their practice during periods of market volatility

Partner Gillian Dingle offers advice to financial and investment advisors in an interview with *The Globe and Mail*.

[Lire la suite](#)

Q&A with Canada's former chief trade negotiator Steve Verheul

In this wide-ranging discussion, Verheul outlines key considerations for Canada as changing trade relations bring challenge and opportunity.

[Lire la suite](#)

