

LE FRANÇAIS, LA LANGUE DU COMMERCE ET DES AFFAIRES

**LE DROIT
LINGUISTIQUE
À VOTRE PORTÉE**

DOCUMENT PRODUIT PAR
LA CLINIQUE JURIDIQUE
LA CLÉ DE VOS DROITS,
UNIVERSITÉ DE SHERBROOKE



DROIT LINGUISTIQUE
FORMATION | INFORMATION | ACCOMPAGNEMENT

UDS Université de
Sherbrooke

Le présent document a été conçu dans le cadre d'un projet commun entre la Clinique juridique la Clé de vos droits et la Société nationale de l'Estrie. Il fut réalisé par le professeur Guillaume Rousseau et Me Déborah Montambault-Trudelle, avec l'aide de Marc-Antoine Larivée pour la rédaction et la recherche.

Sa réalisation fut possible grâce à l'aide financière accordée par l'Office québécois de la langue française.

CLÉ DE VOS DROITS

La Clé de vos droits offre un service gratuit d'information juridique. Ce service est dispensé bénévolement par des personnes étudiantes en droit de l'Université de Sherbrooke. Ces dernières peuvent vous fournir de l'information de nature juridique ou encore vous orienter vers des ressources spécialisées.

Pour plus d'information sur le service d'accompagnement et de formation en droit linguistique, n'hésitez pas à visiter notre site Internet :

USherbrooke.ca/droit/cle-droits

Ou à communiquer avec nous par courriel :

cle.francais.droit@USherbrooke.ca

Notre page Facebook :

Facebook.com/cledevosdroits.USherbrooke

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION	4
Qu'est-ce que le droit linguistique au Québec?.....	4
À qui s'applique la <i>Charte de la langue française</i> ?	5
LE FRANÇAIS, LA LANGUE DU COMMERCE ET DES AFFAIRES	6
Je désire obtenir un bien ou service d'une entreprise, puis-je être servi et informé en français?	6
Les inscriptions sur un produit doivent-elles être en français?	8
Les catalogues, brochures, dépliants, annuaires commerciaux et bons de commande doivent-ils être rédigés en français?	10
J'utilise des réseaux sociaux pour mon entreprise, dois-je publier en français?.....	11
Si j'achète un logiciel, ce dernier doit-il être disponible en français?.....	12
Les jouets et jeux doivent-ils être disponibles en français?	13
Les contrats doivent-ils tous être rédigés exclusivement en français?	14
1) Contrat d'adhésion	14
2) Baux de logement.....	15
3) Contrats de consommation.....	15
Ma facture doit-elle être rédigée en français?.....	16
Est-ce que l'affichage public et la publicité commerciale doivent se faire en français?	17
Est-ce qu'une marque de commerce peut être affichée dans une autre langue que le français?.....	19
Le nom d'une entreprise doit-il être en français?	20
GLOSSAIRE	21
LIENS UTILES	22

INTRODUCTION

Le présent guide a pour vocation d'aider les entrepreneurs à se conformer aux règles de droit linguistique et les consommateurs et autres justiciables à connaître leurs droits linguistiques. Il vise aussi à proposer des bonnes pratiques qui, sans être obligatoires, sont recommandées.



QU'EST-CE QUE LE DROIT LINGUISTIQUE AU QUÉBEC ET COMMENT L'INTERPRÈTE-T-ON?

Le droit linguistique* est une branche du droit comprenant l'ensemble des règles et « des droits fondamentaux dont disposent les membres d'une communauté linguistique tels que le droit à l'usage privé et public de leur langue, le droit à une présence équitable de leur langue dans les moyens de communication et le droit d'être accueilli dans leur langue dans les organismes officiels »¹.

En 1977, le gouvernement du Québec a adopté la *Charte de la langue française* (aussi connue sous le nom de « Loi 101 »). Cette loi vise à protéger et promouvoir la langue française au Québec. De ce texte législatif découlent de nombreux droits linguistiques applicables à l'ensemble des citoyens. La *Charte de la langue française* (ci-après *CLF*) reconnaît que le français est la langue de l'administration et de la législation aussi bien que la langue normale et habituelle de l'enseignement, du travail, des communications, du commerce et des affaires.

En 2022, le gouvernement du Québec a adopté la *Loi sur la langue officielle et commune du Québec, le français*. Celle-ci est une véritable mise à jour de la *CLF* et d'autres lois, dont la *Charte des droits et libertés de la personne* et la *Loi constitutionnelle de 1867*. Des droits linguistiques fondamentaux liés au français sont protégés et mis en œuvre par la *CLF* qui doit donc être interprétée en fonction de ces droits. Logiquement, le principe de la loi favorable au français est d'interprétation large alors que les exceptions favorables à d'autres langues sont d'interprétation stricte.

La *CLF* établit comme fondement principal ceci « *Le français est la langue officielle du Québec. Seule cette langue a ce statut. Le français est aussi la seule langue commune de la nation québécoise et constitue l'un des fondements de son identité et de sa culture distincte* » (1 *CLF*). En revanche, il est important de mentionner que « *Dans les cas où la présente loi n'exige pas l'usage exclusif de la langue officielle, on peut continuer à employer à la fois la langue officielle et une autre langue* » (89 *CLF*).

À RETENIR :

- Le droit linguistique québécois est encadré principalement par la *CLF*
- La *CLF*, aussi appelée Loi 101, a été modifiée en 2022 par la *Loi sur la langue officielle et commune du Québec, le français*, aussi appelée Loi 96.
- La langue française est la langue officielle du Québec. Des exceptions, d'interprétation stricte, peuvent coexister avec ce principe.

1 Thésaurus de l'activité gouvernementale, Gouvernement du Québec, <http://www.thesaurus.gouv.qc.ca/tag/terme.do?id=4491>



À QUI S'APPLIQUE LA CHARTE DE LA LANGUE FRANÇAISE?

La *CLF* s'applique à toutes les personnes, tant morales* que physiques*, sur le territoire du Québec. Autrement dit, tous les citoyens ont des droits et obligations en vertu de la *CLF*, mais toutes les entreprises qui exercent des activités au Québec ont des obligations (art. 89.1 *CLF*). La *CLF* prévoit également les règles applicables aux organismes de l'administration.

À RETENIR :

La *CLF* prévoit des droits et obligations qui affectent de nombreuses sphères de la vie des Québécois.

QUELQUES BONNES PRATIQUES :

- Il est recommandé aux entreprises qui emploient moins de 50 personnes de se prévaloir des services d'accompagnement Mémo, mon assistant pour la francisation disponible gratuitement, notamment via l'outil d'autoévaluation sur le site de l'Office québécois de la langue française (ci-après OQLF).
- Il est aussi recommandé de prendre rendez-vous avec un conseiller en accompagnement de l'OQLF si vous souhaitez des propositions personnalisées de bonnes pratiques à adopter au sein de votre entreprise.

LE FRANÇAIS, LA LANGUE DU COMMERCE ET DES AFFAIRES

JE DÉSIRE OBTENIR UN BIEN OU SERVICE D'UNE ENTREPRISE, PUIS-JE ÊTRE SERVI ET INFORMÉ EN FRANÇAIS?



OUI, la CLF confère à un consommateur* le droit d'être servi et informé en français. Il s'agit d'un droit linguistique fondamental au Québec. L'entreprise qui offre au consommateur des biens ou des services doit respecter son droit d'être informé et servi en français (art. 5 et 50.2 CLF).

La CLF prévoit que le français est la langue du commerce et des affaires.

Plus largement, l'article 2 dispose que toute personne a le droit que communiquent avec elle en français « *l'Administration, les services de santé et les services sociaux, les autres prestataires d'un service régi par la Loi sur les services de santé et les services sociaux (chapitre S-4.2), les entreprises d'utilité publique, les ordres professionnels, leurs membres titulaires d'un permis délivré conformément à l'article 35, les établissements d'enseignement de niveau collégial et universitaire, les associations de travailleurs et les diverses entreprises exerçant au Québec.* »

NOUVEAU DROIT LOI 96 : ENTRÉE EN VIGUEUR 1^{er} juin 2022

Plus spécifiquement, l'article 50.2 indique que l'entreprise qui offre au consommateur des biens ou des services doit respecter son droit d'être informé et servi en français. La même règle s'applique à l'entreprise qui offre à un public autre que des consommateurs des biens et des services.

- Par exemple : Monsieur X vient s'informer sur les services d'une entreprise construisant des cuisines. Monsieur X a le droit de demander à l'entreprise de communiquer en français avec lui pour lui fournir ses services.

À NOTER :

Pour les documents de nature commerciale, une règle particulière est mentionnée à l'article 52 de la CLF ².

² Celle-ci est explicitée dans la rubrique suivante du présent guide : Les catalogues, brochures, dépliants, annuaires commerciaux et bons de commande doivent-ils être rédigés en français ?



À RETENIR :

- La *CLF* confère aux consommateurs le droit d'être servi et informé en français.
- L'entreprise qui offre au consommateur des biens ou des services doit respecter son droit d'être informé et servi en français.
- Plus spécifiquement, l'entreprise qui offre des biens et des services à un public autre que des consommateurs doit l'informer et le servir en français.

QUELQUES BONNES PRATIQUES :

- Faire des rappels réguliers à ses employés.
- Imposer la signature d'un document engageant le salarié à respecter la politique de l'entreprise quant à la communication en français avec les consommateurs.
- Afficher de manière permanente, et visible de tous les salariés, un document rappelant la politique de l'entreprise en matière linguistique.
- Effectuer des vérifications téléphoniques aléatoires.

LES INSCRIPTIONS SUR UN PRODUIT DOIVENT-ELLES ÊTRE EN FRANÇAIS?

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



ATTENTION, cette règle s'accompagne d'exceptions!

- Le texte français peut être assorti d'une ou plusieurs traductions, mais elles ne doivent pas l'emporter sur la version rédigée en français ou être accessibles dans des conditions plus favorables. Notez que la version française ne doit pas être de mauvaise qualité, illisible ou incompréhensible.
 - Par exemple : Un emballage avec un message dans une autre langue des deux côtés et un message en français d'un seul côté = non conforme.

À NOTER :

Concernant la qualité de la langue, la Charte ne définit pas le niveau de français requis. Toutefois, le lecteur ne doit pas avoir à se référer au texte dans une autre langue pour comprendre la version en français (art. 91 CLF). La qualité de la traduction relève des bonnes pratiques plutôt que de la loi.

- La dénomination d'un produit exotique ou d'une spécialité étrangère peut être rédigée uniquement dans une autre langue que le français.
- Le Règlement sur la langue du commerce et des affaires (ci-après « RLCA ») prévoit des dérogations à la règle de l'article 51 CLF.



À RETENIR :

- Les inscriptions sur un produit DOIVENT être rédigées en français.
- Les menus et cartes des vins DOIVENT être disponibles en français (SAUF lorsqu'il s'agit d'appellations de produits exotiques ou d'une spécialité étrangère), ou en français et dans une autre langue.
- Les traductions dans une autre langue que le français sont possibles mais ne doivent pas l'emporter sur le texte français ou être accessibles dans des conditions plus favorables.

QUELQUES BONNES PRATIQUES :

- Mettre à la disposition de ses filiales des formulaires permettant de signaler les produits non-reçus en français afin d'intervenir, notamment auprès des fournisseurs.
- Créer un mécanisme de surveillance pour la conformité linguistique des produits distribués ou vendus au Québec.
- Mettre à disposition du personnel d'un restaurant plus de menus en français que de menus dans une autre langue.

LES CATALOGUES, BROCHURES, DÉPLIANTS, ANNUAIRES COMMERCIAUX ET BONS DE COMMANDE DOIVENT-ILS ÊTRE RÉDIGÉS EN FRANÇAIS?



OUI, ces documents, quel qu'en soit le support (par exemple, en ligne ou sur un support papier), doivent être rédigés en français (art. 52 *CLF*). Ils peuvent être rédigés en français et dans une autre langue. Toutefois, 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.



COMPREND : tous les documents de nature commerciale dont des catalogues, brochures, dépliants, annuaires commerciaux et bons de commande.

Les contenus de nature commerciale sur les sites Web et les médias sociaux, dont les messages publicitaires, sont visés par cette règle. Les entreprises qui exercent des activités au Québec sont tenus de la respecter.

ATTENTION, cette règle s'accompagne d'exceptions!

- Le *RLCA* prévoit plusieurs dérogations à cette règle.
 - Par exemple : Les catalogues, les brochures, les dépliants, les annuaires commerciaux et toute autre publication de même nature relatifs à un congrès, un colloque, une foire ou une exposition, destinés uniquement à un public spécialisé ou restreint, peuvent être rédigés uniquement dans une autre langue que le français (art. 12 *RCLA*).



À RETENIR :

- Les documents de nature commerciale d'une entreprise quel qu'en soit le support, **DOIVENT** être rédigés en français, ou en français et dans une autre langue.
- Les sites Web et médias sociaux sont visés par la règle.

J'UTILISE DES RÉSEAUX SOCIAUX POUR MON ENTREPRISE, DOIS-JE PUBLIER EN FRANÇAIS?



OUI, l'utilisation d'un réseau social, quel qu'il soit, DOIT respecter les dispositions de la CLF, bien qu'elle ait été adoptée avant leur apparition. Un média social utilisé pour des fins commerciales par une entreprise qui exerce des activités au Québec, par exemple en y commercialisant des biens ou en offrant des services au Québec, doit être en français.



DEFINITION : Les réseaux sociaux, ou sites de réseautage, sont des applications Web qui permettent de créer des liens entre des personnes partageant des intérêts communs.



COMPREND : Annonces de soldes, promotions, textes, photos ou vidéos, prix, description des activités de l'entreprise, coordonnées, toute autre information de nature commerciale...

ATTENTION, cette règle s'accompagne d'exceptions!

- Une entreprise peut disposer de deux comptes pour un même média social (un en français et un dans une autre langue) ou diffuser des messages bilingues. Dans ce cas, la traduction française doit être compréhensible.
- Une entreprise peut répondre à un internaute dans une autre langue que le français si celui-ci s'est adressé à elle dans cette autre langue. L'entreprise doit répondre en français à un internaute qui lui écrit en français.



QUELQUES BONNES PRATIQUES :

- Publier les annonces sur les médias sociaux en français ou d'abord en français.
- Créer des pages entièrement françaises et québécoises.
- Franciser le vocabulaire utilisé sur les sites de commerce électronique. Par exemple, les termes « paiement sans contact », « numéro de suivi » ou encore « livraison à domicile » peuvent être préférés à leurs homonymes anglais.
- Refuser, en tant que consommateur, des documents commerciaux rédigés dans une autre langue que le français.
- Insérer dans le nom du domaine web les symboles diacritiques (ex. les accents) si le nom de l'entreprise en contient.

SI J'ACHÈTE UN LOGICIEL, CE DERNIER DOIT-IL ÊTRE DISPONIBLE EN FRANÇAIS?



OUI, tout logiciel, ludiciel ou système d'exploitation, installé ou non, doit être disponible en français (art. 52.1 CLF).



COMPREND : Systèmes d'exploitation, jeux sur ordinateurs ou sur consoles, logiciels d'application (par exemple, traitement de texte), systèmes d'exploitation, progiciels, gestionnaires de réseaux, système mains libres téléphonique, outils de développement, didacticiels et pilotes de périphériques.

Ainsi, le propriétaire d'un commerce qui vend de tels produits doit s'assurer qu'ils sont disponibles en français.

ATTENTION, cette règle s'accompagne d'exceptions!

- Le logiciel peut être dans une autre langue si la version française n'existe pas.
- Le logiciel peut être disponible également dans d'autres langues que le français, pourvu que la version française soit accessible dans des conditions, sous réserve du prix lorsque celui-ci résulte d'un coût de production ou de distribution supérieur, au moins aussi favorables et possède des caractéristiques techniques au moins équivalentes.



À RETENIR :

- Les logiciels **DOIVENT** être disponibles en français, **SAUF** si la version française n'existe pas.

QUELQUES BONNES PRATIQUES :

- Effectuer les réunions de présentation des logiciels avec la version française.
- Informer les partenaires de l'utilisation de la version française du logiciel.

LES JOUETS ET JEUX DOIVENT-ILS ÊTRE DISPONIBLES EN FRANÇAIS?

-  **OUI**, les jouets et jeux dont le fonctionnement exige l'emploi d'un vocabulaire autre que le français sont interdits SAUF s'ils sont disponibles en français dans des conditions au moins aussi favorables (art. 54 CLF).
-  **COMPREND** : Jouets parlants (par exemple, poupée parlante), ours en peluche, camion de pompier, cartes de jeux (comprenant des directives écrites), etc.

À RETENIR :

- Les jeux et jouets **DOIVENT** être en français.
- L'emploi d'une autre langue est possible si le français est accessible dans des conditions au moins aussi favorables.



LES CONTRATS DOIVENT-ILS TOUS ÊTRE RÉDIGÉS EXCLUSIVEMENT EN FRANÇAIS?

- ⊗ **NON**, seuls certains contrats sont visés par des exigences linguistiques particulières (obligation pour tout ou une partie du contrat d'être en français) (art. 55, 1897 et 1898 Code civil du Québec et 26 Loi sur la protection du consommateur).

Voici certains de ces contrats (pour des fins de concision, la liste n'est pas exhaustive).

1) CONTRAT D'ADHÉSION

- 📄 **DÉFINITION** : Lorsque le contenu essentiel du contrat a été imposé par l'une des parties* ou rédigé par elle, pour son compte ou suivant ses instructions, et qu'il ne pouvait être librement discuté.

- 🎯 **COMPREND** :

- Contrat d'adhésion : Par exemple, il s'agit de contrat d'assurance, entente commerciale visant les transactions effectuées avec des cartes de crédit, contrat de distribution impliquant un concessionnaire, bail-type commercial, contrat de consignation, contrat d'approvisionnement, contrat de cautionnement, formulaire de participation à un concours, contrat de franchisage et contrat d'abonnement.

À NOTER : cette énumération est à nuancer. En effet, bien que ces types de contrats soient généralement reconnus comme des contrats d'adhésion, la qualification d'un contrat est une question de faits et doit être étudiée au cas par cas.

Par exemple, bien qu'en général les contrats d'assurance soient considérés comme des contrats d'adhésion, certains contrats d'assurance notamment en matière commerciale peuvent être qualifiés de contrats de gré à gré. Il en est de même pour les contrats de franchisage, dont certains ont été considérés comme des contrats de gré à gré par les tribunaux.

- Autres documents se rattachant aux contrats d'adhésion : Cartes de crédit et relevés de transactions, certificats d'assurances automobile, plans et devis, factures, reçus et quittances qui accompagnent les contrats.

NOUVEAU DROIT - LOI 96, ENTRÉE EN VIGUEUR LE 1^{ER} JUIN 2023 :

Les contrats d'adhésion et les documents qui s'y rattachent doivent être rédigés en français. Les parties à un tel contrat peuvent être liées seulement par sa version dans une autre langue que le français si, après que sa version française ait été remise à l'adhérent*, telle est leur volonté expresse. Les documents se rattachant au contrat peuvent alors être rédigés exclusivement dans cette autre langue.

NOUVEAU DROIT - LOI 96, ENTRÉE EN VIGUEUR LE 1^{ER} JUIN 2023 :

Il est interdit à une partie de faire adhérer à un contrat d'adhésion rédigé dans une autre langue que le français ou de transmettre un document en lien avec le contrat d'adhésion dans une autre langue que le français sans que :

- La version française du contrat d'adhésion n'ait été remise à l'autre partie
- Cette dernière en ait expressément exprimé la volonté (55 CLF)

À NOTER :

- En cas de contravention à l'article 55 CLF, l'adhérent qui invoque la nullité du contrat n'est pas tenu de prouver que cette contravention lui cause un préjudice (204.21 CLF).

2) BAUX DE LOGEMENT

En vertu de l'article 1897 du *Code civil du Québec*, un bail de logement et le règlement de l'immeuble doivent être rédigés en français, SAUF si la volonté expresse des parties est de rédiger ces documents dans une autre langue.

À NOTER : En vertu de l'article 1898 du *Code civil du Québec*, tout avis relatif au bail, à l'exception de celui qui est donné par le locateur* afin d'avoir accès au logement, doit être rédigé dans la même langue que le bail. Notons aussi l'obligation du locataire* de signaler le fait qu'il ne comprend pas le français au locateur pour que celui-ci puisse rectifier le tout (principe de l'obligation de bonne foi).

3) CONTRATS DE CONSOMMATION

NOUVEAU DROIT LOI 96 : ENTRÉE EN VIGUEUR 1^{ER} JUIN 2022

En vertu de la *Loi sur la protection du consommateur* (art. 26), les contrats conclus entre un consommateur et un commerçant, ainsi que les documents qui s'y rattachent, doivent être rédigés en français.

Les parties à un contrat peuvent être liées seulement par sa version dans une autre langue que le français si, après avoir pris connaissance que sa version française a été remise au consommateur, telle est leur volonté expresse.

Aucune somme ne peut être exigée du consommateur pour la rédaction de la version française du contrat ou des documents qui s'y rattachent.



COMPREND : Des contrats conclus par un commerçant itinérant, contrats de crédit, contrats de louage à long terme de biens, contrats relatifs aux automobiles et aux motocyclettes, contrats relatifs aux droits d'hébergement et temps partagé, contrats de service à exécution successive relatif à un enseignement, un entraînement, une assistance ou un service fourni à distance et contrats de service de règlement de dette.

À RETENIR :

- Les contrats d'adhésion DOIVENT être rédigés en français, SAUF si après avoir pris connaissance du contrat en français, les parties consentent à le rédiger dans une autre langue et expriment clairement cette volonté dans une clause de contrat ou d'un document qui y est joint.
- Les baux de logement, les règlements de l'immeuble et les avis relatifs aux baux DOIVENT être rédigés en français, SAUF si les parties s'entendent pour qu'ils soient rédigés dans une autre langue.
- Les contrats de consommation DOIVENT être rédigés en français, SAUF si les parties consentent expressément à ce qu'ils soient rédigés dans une autre langue après que la version française ait été remise au consommateur.

MA FACTURE DOIT-ELLE ÊTRE RÉDIGÉE EN FRANÇAIS?



OUI, les factures, reçus, quittances et autres documents de même nature doivent être rédigés en français, mais peuvent être rédigés en français et dans une autre langue (art. 57 et 89 CLF). Nul ne peut transmettre un tel document dans une autre langue que le français lorsque sa version française n'est pas accessible au destinataire dans des conditions au moins aussi favorables.



À RETENIR :

- Les factures DOIVENT être rédigées en français ou en français et dans une autre langue.

EST-CE QUE L’AFFICHAGE PUBLIC ET LA PUBLICITÉ COMMERCIALE DOIVENT SE FAIRE EN FRANÇAIS?



OUI, autant l’affichage public¹ que la publicité commerciale² doivent se faire en français (art. 58 CLF). Toutefois, il est possible de les faire à la fois en français et dans une autre langue, pourvu que le français y figure de façon **nettement prédominante**.



¹**DÉFINITION** « AFFICHAGE PUBLIC » : Tout message, y compris le nom de l’entreprise, affiché dans un lieu accessible au public ou visible d’un lieu accessible au public, et ce, quel que soit le support utilisé.



COMPREND notamment la façade extérieure d’un commerce, l’inscription peinte dans la vitrine d’un commerce, l’inscription sur un présentoir, les totems, les véhicules, les enseignes extérieures, les sacs publicitaires, les paniers et les uniformes d’employés.



²**DÉFINITION** « PUBLICITE COMMERCIALE » : Transmission de messages dans le but notamment de vendre un produit, un service, une idée, par les techniques de la publicité.



COMPREND NOTAMMENT : Articles publicitaires comme les stylos, briquets, calendriers, sacs de magasinage, etc.

→ Que signifie l’expression « **nettement prédominante** »?

Le Règlement précisant la portée de l’expression « *de façon nettement prédominante* » pour l’application de la Charte de la langue française (chapitre C-11, r. 11) est à mobiliser.

Conformément à l’article 1^{er} du Règlement, le texte rédigé en français doit avoir un **impact visuel beaucoup plus important** que le texte rédigé dans une autre langue.

Selon l’article 2 du Règlement, les conditions suivantes doivent être réunies :

- « 1° *l’espace consacré au texte rédigé en français est au moins 2 fois plus grand que celui consacré au texte rédigé dans l’autre langue;*
- 2° *les caractères utilisés dans le texte rédigé en français sont au moins 2 fois plus grands que ceux utilisés dans le texte rédigé dans l’autre langue;*
- 3° *les autres caractéristiques de cet affichage n’ont pas pour effet de réduire l’impact visuel du texte rédigé en français. »*

En somme, **sur une même affiche**, l’espace consacré au texte rédigé en français et les caractères utilisés dans le texte rédigé en français DOIVENT être au moins deux fois plus grands que ceux utilisés dans le texte rédigé dans l’autre langue.

Sur des affiches distinctes et de même dimension, les affiches sur lesquelles figure le texte rédigé en français DOIVENT être deux fois plus nombreuses que celles sur lesquelles figure le texte rédigé dans une autre langue, les caractères utilisés dans le texte rédigé en français DOIVENT au moins

être aussi grands que ceux utilisés dans le texte rédigé dans une autre langue et les autres caractéristiques de l’affichage ne doivent pas avoir pour effet de réduire l’impact visuel du texte rédigé en français (art. 3 chap C11, r-11)

Enfin, **sur des affiches distinctes et de dimensions différentes**, le texte rédigé en français doit remplir les conditions mentionnées à l’article 4 du Règlement pour être réputé comme ayant un impact visuel beaucoup plus important :

« 1° les affiches sur lesquelles figure le texte rédigé en français sont au moins aussi nombreuses que celles sur lesquelles figure le texte rédigé dans l’autre langue;

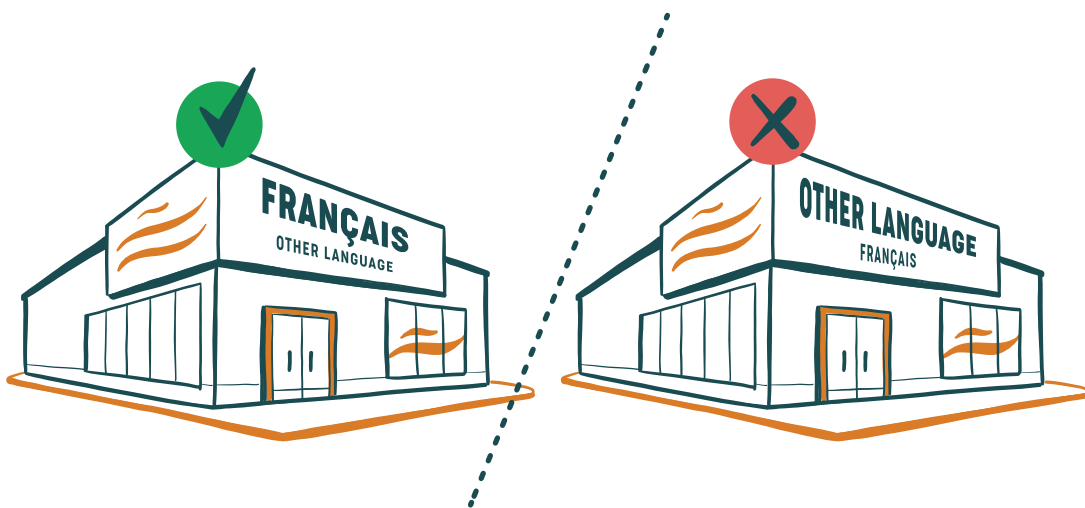
2° les affiches sur lesquelles figure le texte rédigé en français sont au moins 2 fois plus grandes que celles sur lesquelles figure le texte rédigé dans l’autre langue;

3° les caractères utilisés dans le texte rédigé en français sont au moins 2 fois plus grands que ceux utilisés dans le texte rédigé dans l’autre langue;

4° les autres caractéristiques de cet affichage n’ont pas pour effet de réduire l’impact visuel du texte rédigé en français. »

ATTENTION, cette règle s’accompagne d’exceptions!

- Le RLCA prévoit des dérogations à cette règle.
 - Par exemple : Est autorisé dans une autre langue uniquement, l’affichage public par une personne physique à des fins non professionnelles ou non commerciales (art. 23 RLCA).



À RETENIR :

- Dans l’affichage public et de la publicité commerciale qui n’est pas uniquement fait en français, le français doit y figurer de façon nettement prédominante.

EST-CE QU'UNE MARQUE DE COMMERCE PEUT ÊTRE AFFICHÉE DANS UNE AUTRE LANGUE QUE LE FRANÇAIS?

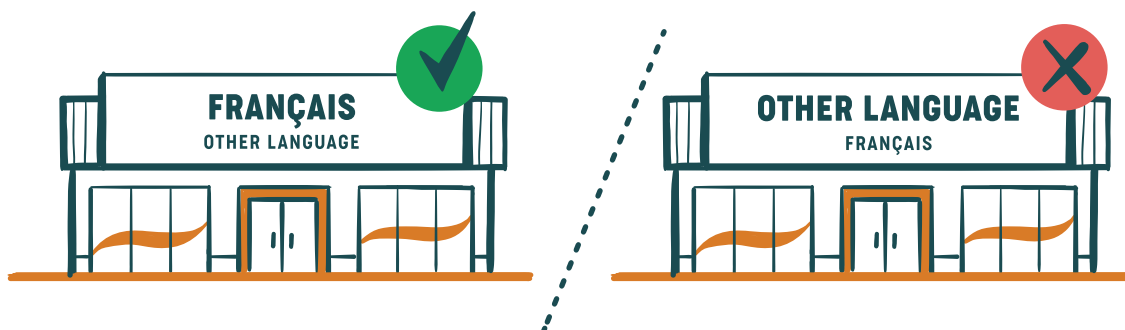


OUI, dans l'affichage public et la publicité commerciale, une marque de commerce peut être rédigée uniquement dans une autre langue que le français, si la marque de commerce est déposée au sens de la Loi sur les marques de commerce et qu'aucune version correspondante en français ne se trouve au registre tenu selon cette loi, et ce en vertu de l'article 58.1 *CLF* dont l'entrée en vigueur a été fixée au 1^{er} juin 2025.

ATTENTION! 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 autre langue.



DÉFINITION « MARQUE DE COMMERCE » : À ne pas confondre avec le nom de l'entreprise* ou le nom commercial*. La marque de commerce* est une combinaison de lettres, de mots, de sons ou de symboles qui différencie les produits et services d'une entreprise de ceux d'une autre sur le marché.



UNE BONNE PRATIQUE :

- Dans l'affichage, il est préférable, car plus conforme à la syntaxe propre au français, que le générique précède le spécifique. Ainsi, il est conseillé d'écrire « *Garage automobile King Tire Shop* » plutôt que « *King Tire Shop Garage automobile* ».

LE NOM D'UNE ENTREPRISE DOIT-IL ÊTRE EN FRANÇAIS?



OUI, le nom d'une entreprise DOIT être en français. En outre, une entreprise qui enregistre son nom DOIT se conformer aux exigences de la *Loi sur la publicité légale des entreprises* ainsi que la *Loi sur les sociétés par actions*.



DÉFINITION « NOM D'UNE ENTREPRISE » Pour les fins de l'application de la CLF :

- Nom sous lequel une personne physique ou un groupement de personnes exerce une activité commerciale ou professionnelle, lorsque ce nom diffère de celui des personnes qui exercent cette activité.
- Nom figurant dans la loi constitutive, les lettres patentes ou les statuts, selon le cas, d'une personne morale (par exemples une société par action, une association sans but lucratif, une coopérative...) établie au Québec.
- Tout autre nom utilisé au Québec par une entreprise pour se faire connaître du public.

ATTENTION, cette règle s'accompagne d'exceptions!

- Le nom d'une entreprise peut être dans une autre langue que le français pourvu que dans son utilisation, sa version française figure de façon au moins aussi évidente (art. 68 CLF).
- Le *Règlement sur la langue du commerce et des affaires* contient aussi des exceptions.
 - Par exemple : Le nom d'une entreprise établie exclusivement hors du Québec peut être rédigé uniquement dans une autre langue que le français dans l'affichage public et la publicité commerciale.

GLOSSAIRE

Pour mieux vous aider à comprendre certains termes juridiques utilisés, vous pouvez vous référer au présent glossaire :

- **Adhérent** : Personne qui souscrit à un contrat d'adhésion.
- **Consommateur** : Une personne physique, sauf un commerçant qui se procure un bien ou un service pour les fins de son commerce.
- **Locataire** : Personne qui loue un bien d'une autre personne, le locateur.
- **Locateur** : Propriétaire du bien loué.
- **Marque de commerce** : Marque employée par une personne pour distinguer, ou de façon à distinguer, les produits fabriqués, vendus ou les services loués ou exécutés, par elle, des produits fabriqués, vendus, ou des services loués ou exécutés par d'autres. Marque de certification.
- **Nom commercial** : Nom sous lequel une entreprise est exercée, qu'il s'agisse ou non d'une personne morale, d'une société de personnes ou d'un particulier.
- **Nom de l'entreprise** : Voir Nom commercial.
- **Parties** : Désigne les personnes liées par un contrat. Peut aussi désigner les personnes qui sont impliquées dans un différend. Les parties généralement impliquées sont le demandeur (ou le poursuivant) et le défendeur.
- **Personne morale** : Entité légalement constituée, dotée d'une personnalité juridique indépendante de celle de ses membres et à qui la loi reconnaît des droits et des obligations. Il s'agit par exemple d'une compagnie.
- **Personne physique** : Être humain, individu.
- **Volonté expresse** : Volonté qui s'extériorise par un procédé quelconque de communication.

LIENS UTILES

Office québécois de la langue française

Le site offre des renseignements juridiques destinés au grand public afin de répondre à des questions générales sur le droit linguistique au Québec. Il sert aussi à soumettre des plaintes concernant un droit linguistique.

<https://www.oqlf.gouv.qc.ca/accueil.aspx>

Éducaloi

Le site de l'organisme Éducaloi offre des renseignements juridiques destinés au grand public. Il explique notamment comment la Charte de la langue française fonctionne et à qui acheminer des plaintes linguistiques.

<https://educaloi.qc.ca/capsules/la-charte-de-la-langue-francaise/>

Gouvernement français

Le site du ministère de la Culture offre un guide des bonnes pratiques linguistiques dans les entreprises tant françaises que québécoises.

<https://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Langue-francaise-et-langues-de-France/Agir-pour-les-langues/S-appropriier-la-langue-politiques-nationales-et-territoires/Preserver-l-usage-du-francais-comme-competence-professionnelle/Guide-des-bonnes-pratiques-linguistiques-dans-les-entreprises>

Office de la protection du consommateur

Le site offre des renseignements juridiques destinés au grand public afin de répondre à des questions générales sur le droit de la consommation au Québec. Il sert aussi à soumettre des plaintes concernant un commerçant ayant commis une infraction.

<https://www.opc.gouv.qc.ca/>

Ministère de la langue française

Le site offre des informations notamment sur la Charte de la langue française et ses règlements.

<https://www.quebec.ca/gouvernement/ministeres/langue-francaise>

Francisation Québec

Le site offre des informations sur les services d'apprentissage du français de l'État québécois.

<https://www.quebec.ca/gouvernement/ministere/immigration/francisation-quebec>

Législations pertinentes

Charte de la langue française, RLRQ, c. C-11

Charte des droits et libertés de la personne, RLRQ, c. C-12

Code civil du Québec, RLRQ, c. CCQ-1991

Loi sur la protection du consommateur, RLRQ, c. P-40.1

Loi sur la publicité légale des entreprises, RLRQ, c. P-44.1

Loi sur les marques de commerce, LRC (1985), ch. T-13

Loi sur les sociétés par actions, RLRQ, c. S-31.1

Règlement précisant la portée de l'expression « de façon nettement prédominante » pour l'application de la Charte de la langue française, RLRQ, c. C-11, r. 1

Règlement sur la langue du commerce et des affaires, RLRQ, c. C-11, r. 9

Doctrine

ROUSSEAU, G. « La langue du commerce et des affaires : le français dans la consommation et l'entreprise » dans POIRIER, E. et ROUSSEAU, G. « Le droit linguistique au Québec », LexisNexis, Montréal, 2017.