

Gouvernement du Québec

## Décret 1000-2024, 19 juin 2024

Charte de la langue française  
(chapitre C-11)

### Langue du commerce et des affaires — Modification

CONCERNANT le Règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires

ATTENDU QUE, en vertu de l'article 54.1 de la Charte de la langue française (chapitre C-11), le gouvernement peut prévoir, par règlement, dans les conditions qu'il fixe, des dérogations aux articles 51 à 54 de cette loi;

ATTENDU QUE, en vertu du troisième alinéa de l'article 58 de cette loi, le gouvernement peut déterminer, par règlement, les lieux, les cas, les conditions ou les circonstances où l'affichage public et la publicité commerciale doivent se faire uniquement en français ou peuvent se faire sans prédominance du français ou uniquement dans une autre langue;

ATTENDU QUE, en vertu de l'article 93 de cette loi, le gouvernement peut, outre les pouvoirs de réglementation prévus à cette loi, adopter des règlements pour en faciliter la mise en œuvre, y compris pour définir les termes et expressions qui y sont utilisés ou en préciser la portée;

ATTENDU QUE, conformément aux articles 10 et 11 de la Loi sur les règlements (chapitre R-18.1), un projet de règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires a été publié à la Partie 2 de la *Gazette officielle du Québec* du 10 janvier 2024 avec avis qu'il pourra être édicté par le gouvernement à l'expiration d'un délai de 45 jours à compter de cette publication;

ATTENDU QU'il y a lieu d'édicter ce règlement avec modifications;

IL EST ORDONNÉ, en conséquence, sur la recommandation du ministre de la Langue française :

QUE le Règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires, annexé au présent décret, soit édicté.

*La secrétaire générale associée et greffière adjointe  
du Secrétariat du Conseil exécutif,*  
JOSÉE DE BELLEFEUILLE

## Règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires

Charte de la langue française  
(chapitre C-11, a. 54.1, 58, 3<sup>e</sup> al., et a. 93)

**1.** L'article 7 du Règlement sur la langue du commerce et des affaires (chapitre C-11, r. 9) est modifié par la suppression du paragraphe 4<sup>o</sup>.

**2.** Ce règlement est modifié par l'insertion, après l'article 7, du suivant :

«**7.1.** Lorsqu'aucune version correspondante en français ne se trouve au registre tenu selon la Loi sur les marques de commerce (L.R.C. 1985, c. T-13), une marque de commerce reconnue au sens de cette loi, autre que celle visée par l'article 51.1 de la Charte de la langue française (chapitre C-11), tel qu'édicté par l'article 43 de la Loi sur la langue officielle et commune du Québec, le français (2022, chapitre 14), peut être rédigée sur un produit, même en partie, uniquement dans une autre langue que le français.

Toutefois, si un générique ou un descriptif du produit est compris dans cette marque, celui-ci doit figurer en français sur le produit ou sur un support qui s'y rattache de manière permanente. ».

**3.** L'article 25 de ce règlement est modifié par la suppression du paragraphe 4<sup>o</sup>.

**4.** L'article 25.1 de ce règlement est remplacé par le suivant :

«**25.1.** Lorsqu'aucune version correspondante en français ne se trouve au registre tenu selon la Loi sur les marques de commerce (L.R.C. 1985, c. T-13), une marque de commerce reconnue au sens de cette loi, autre que celle visée par l'article 58.1 de la Charte de la langue française (chapitre C-11), tel qu'édicté par l'article 48 de la Loi sur la langue officielle et commune du Québec, le français (2022, chapitre 14), peut être rédigée dans l'affichage public et la publicité commerciale, même en partie, uniquement dans une autre langue que le français.

Toutefois, dans l'affichage public visible depuis l'extérieur d'un local, le français doit figurer de façon nettement prédominante lorsqu'une marque visée au premier alinéa y figure dans une autre langue. ».

**5.** Les articles 25.2 à 25.5 de ce règlement sont abrogés.

**6.** Ce règlement est modifié par l'insertion, après l'article 27, de ce qui suit :

**«SECTION IV.1****«DISPOSITIONS VISANT À FACILITER LA MISE EN ŒUVRE DU CHAPITRE VII DE LA CHARTE DE LA LANGUE FRANÇAISE****«§I. Inscription relative à un produit et aux documents afférents**

«27.1. Pour l'application de l'article 51.1 de la Charte de la langue française (chapitre C-11), tel qu'édicte par l'article 43 de la Loi sur la langue officielle et commune du Québec, le français (2022, chapitre 14), un produit inclut son contenant ou son emballage ainsi que tout document ou objet qui l'accompagne.

«27.2. Pour l'application de l'article 51.1 de la Charte de la langue française (chapitre C-11), tel qu'édicte par l'article 43 de la Loi sur la langue officielle et commune du Québec, le français (2022, chapitre 14), et de l'article 7.1 :

1° un descriptif réfère à un ou plusieurs mots décrivant les caractéristiques d'un produit, et ce, à l'exclusion du nom de l'entreprise ou du nom du produit tel que commercialisé;

2° un générique réfère à un ou plusieurs mots décrivant la nature d'un produit, et ce, à l'exclusion du nom de l'entreprise ou du nom du produit tel que commercialisé.

Pour l'application du premier alinéa, ne sont pas considérés comme un descriptif ou un générique une appellation d'origine ou un nom distinctif à caractère culturel.

**«§II. Contrats d'adhésion**

«27.3. Pour l'application de l'article 55 de la Charte de la langue française (chapitre C-11) :

1° un document se rattachant à un contrat d'adhésion vise notamment un document :

a) attestant l'existence du contrat, tel un certificat d'assurance ou une attestation d'assurance;

b) dont l'annexion au contrat est requise par la loi, tel un formulaire de résiliation ou de résolution;

c) qui en constitue autrement l'accessoire;

2° l'obligation de remettre une version française d'un contrat d'adhésion dont la conclusion se fait par téléphone est satisfaite dès lors que l'adhérent a exprimé sa volonté expresse de conclure le contrat dans une autre langue que le français, et ce, dans les cas suivants :

a) l'adhérent a préalablement été invité expressément à consulter par moyen technologique les clauses types applicables rédigées en français;

b) le contrat doit prendre effet immédiatement et l'adhérent ne dispose pas des outils technologiques lui permettant d'avoir accès aux clauses types applicables de ce contrat;

3° l'obligation de remettre une version française d'un contrat d'adhésion dont la conclusion se fait par l'entremise d'un moyen technologique est satisfaite par la remise des clauses types applicables, en langue française, à l'adhérent.

Malgré les paragraphes 2 et 3 du premier alinéa, lorsque l'adhérent constate que les versions en français et dans une autre langue qui lui sont remises ou qu'il consulte ultérieurement divergent, l'adhérent peut, conformément au troisième alinéa de l'article 91 de la Charte de la langue française, invoquer l'une ou l'autre des versions, selon ses intérêts.

**«§III. Affichage public et publicité commerciale**

«27.4. Dans l'affichage public et la publicité commerciale faits à la fois en français et dans une autre langue, le français figure de façon nettement prédominante lorsque le texte rédigé en français a un impact visuel beaucoup plus important que le texte rédigé dans une autre langue.

Dans l'évaluation de la nette prédominance du français, il est fait abstraction du texte rédigé en français d'heures d'ouverture, de numéros de téléphone, d'adresses, de chiffres, de pourcentages ou d'articles définis, indéfinis et partitifs.

Dans l'évaluation de l'impact visuel, il est fait abstraction, lorsque leur présence est spécifiquement permise dans le cadre d'une exception prévue par la Charte de la langue française (chapitre C-11) ou un règlement pris pour son application :

1° d'un patronyme ou d'un toponyme;

2° d'une marque de commerce, sauf celle qui figure dans l'affichage public visible depuis l'extérieur d'un local et rédigée, même en partie, uniquement dans une autre langue que le français;

3° d'autres termes dans une autre langue que le français.

«27.5. Pour l'application du deuxième alinéa de l'article 58.1 et de l'article 68.1 de la Charte de la langue française (chapitre C-11), tels que respectivement édictés par les articles 48 et 49 de la Loi sur la langue officielle et commune du Québec, le français (2022, chapitre 14), du deuxième alinéa de l'article 25.1 et du paragraphe 2 du troisième alinéa de l'article 27.4, l'affichage public est visible depuis l'extérieur d'un local lorsqu'il peut être vu :

1<sup>o</sup> de l'extérieur d'un espace, fermé ou non, y compris sur un immeuble, un ensemble d'immeubles ou à l'intérieur d'un centre commercial;

2<sup>o</sup> 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.

«**27.6.** Pour l'application de l'article 27.4, un texte rédigé en français a un impact visuel beaucoup plus important lorsque, pour un même champ visuel, les conditions suivantes sont réunies :

1<sup>o</sup> l'espace consacré au texte rédigé en français est au moins deux fois plus grand que celui consacré au texte rédigé dans une autre langue;

2<sup>o</sup> sa lisibilité et sa visibilité permanente sont au moins équivalentes à celles du texte rédigé dans une autre langue.

Sont présumés satisfaire à ces exigences de lisibilité et de visibilité, l'affichage public et la publicité commerciale 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 et de la publicité commerciale sont visibles et lisibles en même temps sans qu'il soit nécessaire de se déplacer.

Pour l'application du premier alinéa, n'est pas considéré assurer une visibilité permanente, l'affichage public ou la publicité commerciale de nature précaire, par les matériaux ou les conditions suivant lesquelles le système d'affichage est fixé, notamment lorsqu'il est susceptible d'être facilement enlevé ou arraché, à moins que ce système ne fasse l'objet de mesures propres à en garantir la présence ou le remplacement.

Malgré le paragraphe 2 du premier alinéa, dans l'affichage dynamique qui comporte des textes rédigés en français et dans une autre langue s'affichant en alternance, le texte rédigé en français a un impact visuel beaucoup plus important lorsqu'il est visible au moins deux fois plus longtemps que celui rédigé dans une autre langue.

«**27.7.** Pour l'application du deuxième alinéa de l'article 58.1 et de l'article 68.1 de la Charte de la langue française (chapitre C-11), tels que respectivement édictés par les articles 48 et 49 de la Loi sur la langue officielle et commune du Québec, le français (2022, chapitre 14), ainsi

que du deuxième alinéa de l'article 25.1, pour assurer la nette prédominance du français, l'affichage public visible depuis l'extérieur d'un local d'une marque de commerce ou d'un nom d'entreprise doit être accompagné de termes en français, notamment un générique ou un descriptif des produits ou des services visés ou encore un slogan.

Pour l'application du premier alinéa :

1<sup>o</sup> un descriptif réfère à un ou plusieurs mots décrivant les caractéristiques des produits ou des services visés;

2<sup>o</sup> un générique réfère à un ou plusieurs mots décrivant la nature des produits ou des services visés. ».

**7.** Jusqu'au 1<sup>er</sup> juin 2027, un produit non conforme aux dispositions de l'article 51.1 de la Charte de la langue française (chapitre C-11), tel qu'édicté par l'article 43 de la Loi sur la langue officielle et commune du Québec, le français (2022, chapitre 14), ou de l'article 7.1, peut être distribué, vendu au détail, loué, offert en vente ou en location ou autrement offert sur le marché, à titre onéreux ou gratuit, lorsqu'à la fois :

1<sup>o</sup> il a été fabriqué avant le 1<sup>er</sup> juin 2025;

2<sup>o</sup> aucune version française de sa marque de commerce reconnue au sens de la Loi sur les marques de commerce (L.R.C. 1985, c. T-13) n'était déposée le 26 juin 2024.

Le premier alinéa s'applique également à un produit fabriqué entre le 1<sup>er</sup> juin 2025 et le 31 décembre 2025 et qui est visé par les nouvelles normes relatives à l'étiquetage prévues par le Règlement modifiant le Règlement sur les aliments et drogues (symboles nutritionnels, autres dispositions d'étiquetage, vitamine D et graisses ou huiles hydrogénées) (DORS/2022-168) ou par le Règlement modifiant le Règlement sur les aliments et drogues et le Règlement sur le cannabis (aliments supplémentés) (DORS/2022-169).

**8.** 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 abrogé.

**9.** Le présent règlement entre en vigueur le 1<sup>er</sup> juin 2025, à l'exception des dispositions de l'article 6, en ce qu'elles édictent la sous-section II de la section IV.1, qui entrent en vigueur le quinzième jour qui suit la date de sa publication à la *Gazette officielle du Québec*.

83579