



Fédération des chambres
de commerce du Québec

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

*8 recommandations afin d'appuyer
les entreprises dans la valorisation et
la protection du français*

Février 2024

Table des matières

Introduction	2
1) La question de l’affichage et des marques de commerce	3
Un élargissement restreint pour la définition de la marque déposée.....	3
L’incertitude entourant la publicité commerciale	3
L’impact visuel et la prédominance du français.....	5
2) Une harmonisation entre les exigences du gouvernement fédéral et du gouvernement du Québec sur la question de l’étiquetage des produits	6
3) Document disponible au public dans une autre langue que le français	7
4) Une plus grande flexibilité pour les contrats d’adhésion	8
5) L’accès aux fournitures médicales, un impact qui fragilise notre chaîne d’approvisionnement	9
Conclusion	10
Liste des recommandations	11

Introduction

La Fédération des chambres de commerce du Québec (FCCQ) a pour mission d'appuyer le développement des entreprises de l'ensemble des secteurs économiques du Québec et des régions. Grâce à son vaste réseau de près de 120 chambres de commerce et plus de 1 000 membres corporatifs, la Fédération des chambres de commerce du Québec (FCCQ) représente plus de 45 000 entreprises exerçant leurs activités dans tous les secteurs de l'économie et sur l'ensemble du territoire québécois. Plus important réseau de gens d'affaires et d'entreprises du Québec, la FCCQ est à la fois une fédération de chambres de commerce et une chambre de commerce provinciale. Ses membres, qu'ils soient chambres ou entreprises, poursuivent tous le même but : favoriser un environnement d'affaires innovant et concurrentiel.

Le *projet de Règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires*, présente des précisions, notamment sur la question de l'affichage, des inscriptions sur les produits, ainsi que des marques de commerce. À cet effet, le projet de règlement permet une harmonisation entre le *Règlement sur la langue du commerce et des affaires* et la *Charte de la langue française*. Depuis l'adoption en 2022 de la Loi 14, *Loi sur la langue officielle et commune du Québec, le Français*, de nombreuses entreprises et organismes se sont engagés à promouvoir ainsi qu'à défendre le fait français. C'est d'ailleurs le cas de la FCCQ ainsi que du réseau des chambres de commerce. Nous avons été des acteurs affluents pour la valorisation de la langue française et nous continuons de supporter les efforts du gouvernement afin de moderniser la *Charte de la langue française*.

Pour le milieu économique du Québec, ce projet de règlement a été longuement attendu. Celui-ci présente de nombreuses explications essentielles pour assurer leur conformité aux nouvelles obligations en matière de protection du français. Bien que plusieurs éléments inclus dans le projet de règlement soient salués par la FCCQ, certaines propositions de modifications soulèvent quelques questionnements.

Alors que les propositions de modifications du règlement n'exigent pas qu'une marque de commerce soit en français ou en anglais pour être enregistrable, de nombreuses entreprises se soucient de l'impact des changements proposés aux articles 13 et 25 du *Règlement sur la langue du commerce et des affaires*. Il en est de même pour les propositions de modifications portant sur l'inscription relative à un produit et aux documents afférents, telles que les contrats d'adhésion, qui sont ajoutés à la Section IV.1. du Règlement.

Par conséquent, les propositions de recommandations de la FCCQ porteront principalement sur des pistes d'éclaircissements afin d'assurer une bonne compréhension des modifications proposées. D'autres recommandations porteront sur l'affichage ainsi que les inscriptions sur les produits et auront pour objectif d'alléger le fardeau administratif des entreprises opérant au Québec, ainsi que de concilier le projet de règlement avec les cadres légaux existants au gouvernement fédéral.

Sur la question des contrats d'adhésion, certaines propositions seront présentées afin d'assurer une pratique uniforme au sein des entreprises opérant au Québec. Le dernier élément présenté dans ce mémoire portera sur l'obligation de la présence du français dans les appels d'offres du ministère de la Santé et des Services sociaux (MSSS). Bien que le projet de règlement ne porte pas sur les fournitures médicales, il nous apparaît important de souligner les inquiétudes des entreprises opérant dans l'industrie de la santé et de l'impact quant à la décision du MSSS de modifier leurs critères d'appel d'offres, afin d'inclure une exigence linguistique.

1) La question de l'affichage et des marques de commerce

Dès le 1^{er} juin 2025, les entreprises devront s'assurer que l'affichage public, ce qui inclut la publicité commerciale, devra comporter une nette prédominance du français et que son impact visuel soit beaucoup plus important que les autres langues visibles. Cet échéancier est d'ailleurs le même pour l'obligation d'utiliser la langue française sur les inscriptions des produits, qu'il s'agisse d'un descriptif ou d'un générique.¹ Bien que le projet de règlement présente certains assouplissements, d'autres mesures prévues par la Charte ne bénéficient pas du même avantage.

Un élargissement restreint pour la définition de la marque déposée

La Loi 14, *Loi sur la langue officielle et commune du Québec, le Français*, restreignait considérablement l'exception permettant d'utiliser une marque de commerce dans une autre langue que le français. Selon la Charte, seulement les marques de commerce déposées au sens de la *Loi sur les marques de commerce* (LMC), soit les marques de commerce enregistrées, bénéficiaient de l'exception et pouvaient utiliser une langue autre que le français. Le projet de règlement présenté en janvier dernier vient apporter des précisions et prévoit une nouvelle flexibilité.

Selon les propositions de modifications présentées par le projet de règlement, l'ajout de l'article 27.4 vient confirmer que les marques de commerce déposées ainsi que celles en cours d'enregistrement, et ce, à compter de la date de demande d'enregistrement auprès de l'Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC), seront conformes à la Charte.

Considérant les longs délais pour l'enregistrement d'une marque auprès de l'OPIC, cette nouvelle flexibilité qui permet de reconnaître les marques de commerce en cours d'enregistrement est largement saluée par la FCCQ.

En revanche, l'élargissement de la définition sur les marques de commerce déposées est restreint à notre avis, et ne s'applique ni à l'affichage public ni à la publicité commerciale. Pourtant, il serait pertinent d'offrir cette même souplesse dans ces deux catégories afin d'éviter que la marque soit obligatoirement enregistrée. Considérant que le processus d'enregistrement d'une marque de commerce est fastidieux et que les délais peuvent être longs, il nous apparaît essentiel d'inclure les marques de commerce en cours d'enregistrement pour l'affichage public et la publicité commerciale. Selon une analyse du cabinet Fasken :

« En matière d'affichage public et de publicité commerciale, la définition de "marque déposée" demeure celle prévue à la LMC, c'est-à-dire une marque enregistrée. Ainsi, pour qu'une marque de commerce dans une langue autre que le français puisse apparaître sur l'affichage public et dans de la publicité commerciale sans traduction française, la marque devra être enregistrée. »²

Cette absence de flexibilité pour les marques de commerce sur l'affichage public et les publicités commerciales soulève plusieurs questionnements pour les entreprises.

L'incertitude entourant la publicité commerciale

La notion de publicité commerciale a été largement épargnée par la loi 14. Les pratiques d'interprétation et d'application, selon lesquelles le contenu présenté doit être en français, sont déjà largement acceptées par la

¹ *Loi sur la langue officielle et commune du Québec, le français*, art. 51.1 et 58., LQ 2022, c 14

² Fasken, *Charte de la langue française : nouveau projet de règlement sur la langue du commerce et des affaires*, publié le 18 janvier 2024 (en ligne) : [https://www.fasken.com/fr/knowledge/2024/01/charter-of-the-french-language-new-draft-regulation-respecting-the-language-of-commerce-and-business?utm_source=Concep%20Send&utm_medium=email&utm_campaign=\[Bulletin\]+Charte+de+la+langue+fran%C3%A7aise+:+nouveau+projet+de+r%C3%A8glement+sur+la+langue+du+commerce+et+des+affaires_01/18/2024](https://www.fasken.com/fr/knowledge/2024/01/charter-of-the-french-language-new-draft-regulation-respecting-the-language-of-commerce-and-business?utm_source=Concep%20Send&utm_medium=email&utm_campaign=[Bulletin]+Charte+de+la+langue+fran%C3%A7aise+:+nouveau+projet+de+r%C3%A8glement+sur+la+langue+du+commerce+et+des+affaires_01/18/2024)

communauté d'affaires.³ Cependant, le concept de publicité commerciale n'est abordé qu'une seule fois dans le projet de règlement. Il s'agit de l'article 25 du *Règlement sur la langue du commerce et des affaires*. Celui-ci est modifié par l'article 7 du projet de règlement.

L'article 25 du *Règlement sur la langue du commerce et des affaires* stipule que :

Article 25. *Dans l'affichage public et la publicité commerciale, peuvent être rédigés uniquement dans une autre langue que le français :*

- 1° le nom d'une entreprise établie exclusivement hors du Québec ;*
- 2° une appellation d'origine, la dénomination d'un produit exotique ou d'une spécialité étrangère, une devise héraldique ou toute autre devise non commerciale ;*
- 3° un toponyme désignant un lieu situé hors du Québec ou un toponyme dans cette autre langue officialisé par la Commission de toponymie du Québec, un patronyme, un prénom ou un nom de personnage, de même qu'un nom distinctif à caractère culturel ;*
- 4° une marque de commerce reconnue au sens de la Loi sur les marques de commerce (L.R.C. 1985, c. T -13), sauf si une version française en a été déposée.⁴*

Le projet de règlement propose le retrait du paragraphe 4° qui porte sur la marque de commerce déposée. À cet effet, la FCCQ estime que l'exception accordée pour les marques de commerce à l'article 25 se doit d'être maintenue et que les marques de commerce en cours d'enregistrement devraient également être éligibles à cette dérogation.

Recommandation 1 : Maintenir le paragraphe 4° de l'article 25 du *Règlement sur la langue du commerce et des affaires* et ajouter que l'exception s'applique également aux marques de commerce en cours d'enregistrement.

De plus, la FCCQ estime que des modifications seront nécessaires afin de prendre en considération l'article 58.1 de la *Charte de la langue française*. L'article 58.1 stipule que :

Article 58.1. *Malgré l'article 58, dans l'affichage public et la publicité commerciale, une marque de commerce peut être rédigée, même en partie, uniquement dans une autre langue que le français, lorsque, à la fois, elle est une marque de commerce déposée au sens de la Loi sur les marques de commerce (L.R.C. 1985, c. T -13) et qu'aucune version correspondante en français ne se trouve au registre tenu selon cette loi.*

Toutefois, 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 telle autre langue.⁵

À notre avis, la portée de l'article 58.1 ne peut s'appliquer lorsque l'article 59 de la Charte est déjà en application. Par conséquent, les marques de commerce pourraient être rédigées dans une autre langue que le français, notamment dans les publicités ciblées à l'article 59. À cet effet, la FCCQ recommande l'ajout d'un paragraphe à l'article 25 du *Règlement sur la langue du commerce et des affaires*, afin d'affirmer que la publicité commerciale n'est pas visée par l'article 59. Par conséquent, une marque de commerce déposée en français n'oblige pas automatiquement son utilisation en français dans une publicité commerciale, si celle-ci est présentée dans une langue autre que le français.

³ McCarthy Tétrault, *Le règlement tant attendu clarifiant le projet de loi 96... certaines réponses, mais encore des questions* — Partie 2 : *Affichage public et publicité commerciale*, publié le 15 janvier 2022 (en ligne) : <https://www.mccarthy.ca/fr/references/blogues/consumer-markets-perspectives/le-reglement-tant-attendu-clarifiant-le-projet-de-loi-96-certaines-reponses-mais-encore-des-questions-partie-2-affichage-public-et-publicite-commerciale>

⁴ *Règlement sur la langue du commerce et des affaires*, art. 25.D 1756-96, a.

⁵ *Charte de la langue française*, art. 58.1. 2022, c. 14, a. 48.

Recommandation 2 : Ajouter à la suite du paragraphe 4° de l'article 25 du *Règlement sur la langue du commerce et des affaires*, ce qui suit : 5° si la publicité commerciale n'est pas visée par l'article 59, soit une marque de commerce reconnue au sens de la Loi sur les marques de commerce, sauf si une version française en a été déposée.

L'impact visuel et la prédominance du français

Le projet de règlement apporte des précisions sur l'affichage, notamment en exigeant la prédominance marquée du français. En premier lieu, la FCCQ tient à rappeler son appui aux efforts visant à raffermir la présence du français au Québec. D'ailleurs, 70 % de son réseau qui ont été sondés dans l'Observatoire FCCQ en 2021 soutenaient les orientations gouvernementales visant entre autres à moderniser notre Charte de la langue française.⁶ Sur ce fort appui, la FCCQ a basé son positionnement favorable, tout en amenant des propositions de modifications dans les dernières années, afin d'en assurer le bon fonctionnement des opérations courantes chez les entreprises québécoises.

Sur le plan administratif, il est important de souligner que les modifications proposées à l'actuel projet de règlement amènent certaines préoccupations chez les entreprises. Alors que celles-ci avaient de nombreuses attentes de clarification pour l'affichage, plusieurs interrogations demeurent en suspens quant à l'exigence d'un impact visuel en français beaucoup plus important.

Tel que proposé par le projet de règlement à l'article 27.7, il est indiqué que « *dans l'affichage public fait 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.* »⁷ Pour les entreprises, la notion de l'impact visuel d'un établissement soulève plusieurs enjeux, notamment sous une perspective financière et également sur le délai établi pour se conformer.

Selon l'analyse d'impact réglementaire portant sur *le projet de règlement modifiant principalement le règlement sur la langue du commerce et des affaires*, il est estimé que le montant total de l'impact des changements nécessaires pour être conformes à la Charte sera de 7 à 15 M\$, et ce, pour l'ensemble des entreprises opérant au Québec.⁸ Or, selon une analyse du cabinet Fasken, les coûts pourraient être beaucoup plus importants. À titre d'exemple, la mise à jour d'une enseigne afin d'assurer le respect de la nette prédominance du français engendrerait des coûts beaucoup plus significatifs que ce qui a été projeté par l'analyse d'impact réglementaire. Plus précisément, le coût associé pour une nouvelle enseigne pourrait varier entre 50 000 \$ jusqu'à 100 000 \$.⁹ Une entreprise qui comporte une dizaine de franchisées dont les enseignes devront être modifiées pourrait représenter une facture globale d'un million de dollars. Pour certaines compagnies, il s'agit d'un engagement financier important et qui nécessite une planification budgétaire afin d'amortir ces coûts.

En plus de l'impact financier d'un tel changement, il est important de souligner que le remplacement ou la modification d'une structure d'enseigne nécessite généralement un permis de la ville où l'entreprise est localisée.¹⁰ À cela, il faut prévoir un délai additionnel pour que les villes puissent accorder un permis autorisant le remplacement ou la modification de l'enseigne d'un commerçant. Certaines villes, dont celle de Gatineau,

⁶ Observatoire FCCQ, *Résultats du sondage sur le projet de loi n° 96, 2021* (en ligne) : <https://www1.fccq.ca/wp-content/uploads/2021/05/Resultats-Projet-de-loi-96.pdf>

⁷ Projet de règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires, § III. Affichage public, art. 27.7, 2024.

⁸ Ministère de la Langue française, *Analyse d'impact réglementaire, Projet de règlement modifiant le règlement sur la langue du commerce et des affaires*, publié le 28 novembre 2023.

⁹ Stéphane Rolland, *Affichage commercial en français, le gouvernement Biden partage ses préoccupations*, La Presse, publié le 26 janvier 2024 (en ligne) : <https://www.lapresse.ca/affaires/economie/2024-01-26/affichage-commercial-en-francais/le-gouvernement-biden-partage-ses-preoccupations.php>

¹⁰ Les villes importantes du Québec, comme Montréal, la ville de Québec, Sherbrooke, Trois-Rivières ou encore Gatineau, exige un permis pour modifier les enseignes des commerces situés sur leurs territoires.

affichent des délais de traitement beaucoup plus long et qui vont au-delà des 30 jours ouvrables.¹¹ Considérant que le règlement doit être édicté par le gouvernement et que les entreprises doivent attendre de connaître les règles applicables définitives avant d'entamer le processus de modification d'une enseigne, le temps devient une source de préoccupation importante.

Autant sur la question financière que sur les règlements municipaux portant sur l'affichage, le délai accordé pour se conformer à la *Charte de la langue française* et au projet de règlement est court. Depuis l'adoption de la Loi 14, les entreprises attendaient des précisions quant aux nouvelles obligations linguistiques pour leurs affichages. Or, certaines entreprises devront effectuer des validations avec l'Office québécois de la langue française (OQLF) pour assurer leurs conformités et par la suite, devront entamer les processus de permis auprès de leurs localités. Cela est sans oublier que ces mêmes compagnies devront déboursier des sommes importantes pour modifier ou remplacer leurs enseignes.

Pour la FCCQ, afin d'aider les entreprises québécoises d'être en mesure de respecter les modifications réglementaires, il est essentiel d'assurer une période de transition raisonnable pour s'assurer que l'impact visuel des entreprises respecte les nouvelles obligations qui viendront de ce règlement. Par conséquent, nous recommandons au gouvernement d'inclure, à l'article 10 du projet de règlement, que les entreprises qui devront modifier leurs enseignes auront jusqu'au 1^{er} juin 2027 pour être conforme à la *Charte de la langue française*. Il s'agit d'une période de transition afin de permettre aux entreprises de faire les vérifications nécessaires auprès de l'OQLF et de leurs municipalités.

Recommandation 3 : Inclure, à l'article 10 du *projet de Règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires*, que les entreprises qui devront modifier leurs enseignes auront jusqu'au 1^{er} juin 2027 pour être conforme à la *Charte de la langue française*.

2) Une harmonisation entre les exigences du gouvernement fédéral et du gouvernement du Québec sur la question de l'étiquetage des produits

Pour plusieurs entreprises opérant dans l'industrie agroalimentaire, les nouvelles exigences portant sur l'étiquetage et la prédominance du français sur leurs produits sont source de préoccupation. Il y a quelques années, le gouvernement fédéral a procédé à une analyse afin de revoir l'étiquetage des produits agroalimentaires. Santé Canada ainsi que l'Agence canadienne d'inspection des aliments ont élaboré une politique de coordination de l'étiquetage des denrées alimentaires en 2021. Il a été déterminé que les entreprises dans l'industrie agroalimentaire auront jusqu'au 1^{er} janvier 2026 afin d'être conformes aux nouvelles exigences d'étiquetage sur leurs produits.¹²

En revanche, la loi 14 fait fi des exigences du gouvernement du Canada. D'ailleurs, l'exigence de l'usage du français, notamment pour un générique ou un descriptif apparaissant sur l'étiquette d'un produit, tel que décrit à l'article 51.1. de la *Charte de la langue française*, entrera en vigueur le 1^{er} juin 2025.¹³

¹¹ Ville de Gatineau, *Installation d'une enseigne*, (en ligne) : https://www.gatineau.ca/portail/default.aspx?p=quichet_municipal/permis_certificats_autorisation_urbanisme/certificats_autorisation/instauration_enseigne

¹² Gouvernement du Canada, *Coordination de l'étiquetage des aliments : Énoncé de politique conjoint*, publié le 5 août 2021 (en ligne) : <https://www.canada.ca/fr/sante-canada/services/aliments-nutrition/legislation-lignes-directrices/politiques/coordination-etiquetage-aliments/enonce-politique-conjoint.html>

¹³ *Charte de la langue française*, art. 51. 2022, c 14, a. 43.

Afin d'alléger le fardeau administratif des entreprises et pour harmoniser les exigences demandées en matière d'étiquetage, autant d'un point de vue du gouvernement fédéral que du gouvernement du Québec, la FCCQ recommande au gouvernement de modifier le délai prévu à l'article 51.1. afin de l'harmoniser au délai de conformité du gouvernement fédéral.

Recommandation 3 : De modifier la date d'entrée en vigueur de l'article 51.1. de la *Charte de la langue française* pour le 1^{er} janvier 2026 afin d'assurer une harmonisation avec les demandes de modifications aux étiquettes du gouvernement fédéral.

3) Document disponible au public dans une autre langue que le français

La proposition de modification à l'article 13 du *Règlement sur la langue du commerce et des affaires* établit un lien avec l'article 52 de la *Charte de la langue française*. Alors que l'article 13 porte sur les dérogations à l'article 52 de la Charte, ce dernier vient affirmer l'exigence du français dans la présentation de document :

Article 52. *Quel qu'en soit le support, les catalogues, les brochures, les dépliants, les annuaires commerciaux, les bons de commande et tout autre document de même nature qui sont disponibles au public doivent être rédigés en français.*

*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.*¹⁴

Afin d'assurer la cohérence des propositions de changements suggérés, la FCCQ propose une nouvelle modification à l'article 13 du *Règlement sur la langue du commerce et des affaires* en intégrant un référencement à l'article 10 dudit règlement. L'article 10 du règlement présente des dérogations à l'article 52 de la Charte et identifie certaines exceptions pour la présentation de document dans une langue autre que le français. Par conséquent, nous recommandons l'ajout de la phrase suivante après « français » : « , *sauf si la version du document est rédigée uniquement dans une autre langue comme prévu à l'article 10 dudit règlement.* » Cette modification viendrait confirmer qu'une marque de commerce pourrait également être utilisée dans une autre langue que le français si celle-ci est rédigée dans un document qui est conforme aux exceptions prévues à l'article 10 du règlement.

Par conséquent, l'article 13 du *Règlement sur la langue du commerce et des affaires* se lirait comme suit :

Article 13. *Dans les documents visés à l'article 52 de la Charte de la langue française (chapitre C-11), peuvent être rédigés uniquement dans une autre langue que le français, sauf si la version du document est rédigée uniquement dans une autre langue comme prévu à l'article 10 dudit règlement :*

- 1° le nom d'une entreprise établie exclusivement hors du Québec ;*
- 2° une appellation d'origine, la dénomination d'un produit exotique ou d'une spécialité étrangère, une devise héraldique ou toute autre devise non commerciale ;*
- 3° un toponyme désignant un lieu situé hors du Québec ou un toponyme dans cette autre langue officialisée par la Commission de toponymie du Québec, un patronyme, un prénom ou un nom de personnage, de même qu'un nom distinctif à caractère culturel ;*
- 4° une marque de commerce reconnue au sens de la Loi sur les marques de commerce (L.R.C. 1985, c. T-13), sauf si une version française en a été déposée.*

Recommandation 5 : De modifier l'article 13 du *Règlement sur la langue du commerce et des affaires* comme suit : Dans les documents visés à l'article 52 de la *Charte de la langue française*, peuvent être rédigés

¹⁴ *Charte de la langue française*, art. 52. 2022, c 14, a. 44.

uniquement dans une autre langue que le français, *sauf si la version du document est rédigée uniquement dans une autre langue comme prévu à l'article 10 dudit règlement.*

4) Une plus grande flexibilité pour les contrats d'adhésion

La loi 14 a modifié et renforcé certaines dispositions qui sont relatives à l'utilisation du français dans les pratiques commerciales des entreprises. À l'intérieur de ce document législatif, il est mentionné que « l'usage du français à titre de langue du commerce et des affaires, particulièrement pour l'affichage et la rédaction de certains documents, tel que les contrats relatifs à certaines ventes immobilières » sont plus vigoureux.¹⁵

Les changements qui ont été apportés à l'article 55 de la *Charte de la langue française*, ont soulevé plusieurs préoccupations auprès de la communauté d'affaires. Par ailleurs, la FCCQ avait souligné plusieurs inquiétudes quant aux changements proposés lors des consultations portant sur la *Loi sur la langue officielle et commune du Québec*.

Le projet de règlement propose une certaine flexibilité, mais limitée avec l'ajout de la section IV.1 au *Règlement sur la langue du commerce et des affaires*. L'article 27.6.2 stipule que :

Article 27.6.2° *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 eu l'opportunité de 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.*¹⁶

L'article précise que le contrat d'adhésion peut être présenté dans une autre langue que le français, une fois que l'adhérent en a exprimé sa volonté, mais seulement par téléphone. Pour la FCCQ, il est surprenant que cet assouplissement ne soit pas offert aux adhérents qui se déplacent dans une entreprise. Par exemple, on peut penser aux institutions financières qui offrent des rencontres en personnes ou virtuelles avec leurs conseillers.

Par conséquent, la FCCQ recommande au gouvernement d'élargir l'assouplissement pour les adhérents qui font leur demande de contrat d'adhésion en personne ou en utilisant un support technologique. La FCCQ propose d'inclure ces notions à l'article 27.6.2°.

L'article, suivant les propositions de modification, se lirait comme suit :

Article 27.6.2° *L'obligation de remettre une version française d'un contrat d'adhésion dont la conclusion se fait par téléphone, par l'utilisation de moyens technologiques ou en personne, 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 eu l'opportunité de 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.*

Recommandation 6 : La FCCQ recommande au gouvernement de remplacer l'article 27.6.2° par la proposition suivante : 27.6.2° L'obligation de remettre une version française d'un contrat d'adhésion dont la

¹⁵ Assemblée nationale du Québec, *Projet de loi n° 96, Loi sur la langue officielle et commune du Québec*, le français, dans les notes explicatives.

¹⁶ *Projet de règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires*, art. 27.6.2.

conclusion se fait par téléphone, par l'utilisation de moyens technologiques ou en personne, 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 eu l'opportunité de 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.

En ce sens, la FCCQ propose également de modifier l'article 27.6.3° afin de remplacer l'obligation de la remise des clauses types par celle de l'opportunité de les consulter avec un support technologique. Cette modification serait en conformité avec la proposition de recommandation de la FCCQ présentée à l'article 27.6.2°.

Par conséquent, la FCCQ recommande de changer l'article 27.6.3° avec les modifications suivantes :

Article 27.6.3° *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 si l'adhérent a eu l'opportunité de consulter les par la remise des clauses types applicables, en langue française, à l'adhérent avec un support technologique lui permettant de conclure le contrat en français ou dans une langue autre que le français.*

Recommandation 7 : De remplacer l'article 27.6.3° par la proposition suivante : 27.6.3° 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 si l'adhérent a eu l'opportunité de consulter les clauses types applicables, en langue française, avec un support technologique lui permettant de conclure le contrat en français ou dans une langue autre que le français.

5) L'accès aux fournitures médicales, un impact qui fragilise notre chaîne d'approvisionnement

Bien que le projet de règlement n'aborde pas la question des appels d'offres du MSSS, de nombreux membres de la FCCQ ont démontré une grande inquiétude quant à l'obligation de l'affichage en français ainsi que de la traduction attendue pour leurs marques de commerce.

Considérant la grande importance de l'industrie de la santé et de son impact sur le bien-être des Québécois, la FCCQ s'inquiète des conséquences de ces changements. Il ne faut pas oublier que le Québec a été confronté récemment à une rupture importante de la chaîne d'approvisionnement pour les fournitures médicales. Les conséquences de la pandémie sur l'industrie de la santé ont été nombreuses, mais une leçon a été retenue, soit celle d'assurer un accès rapide et simple aux fournitures médicales afin d'assurer que les services médicaux du Québec soient efficaces.

Pour la FCCQ, les fournitures médicales sont des biens essentiels et toute modification importante ne doit pas occasionner des bris ou de retard dans la chaîne d'approvisionnement médical. Par conséquent, nous invitons le MSSS et le ministère de la Langue française, de revoir leurs approches concernant l'obligation de l'affichage en français sur les fournitures médicales et de déterminer ensemble les meilleurs moyens pour assurer la valorisation et la défense du français dans cette industrie cruciale du Québec.

Recommandation 8 : De consulter le ministère de la Santé et des Services sociaux, en impliquant les entreprises du secteur de la santé, afin de déterminer ensemble les meilleurs moyens pour assurer la valorisation et la défense du français, sans pour autant porter atteinte à la chaîne d'approvisionnement des fournitures médicales.

Conclusion

En conclusion, la FCCQ tient à souligner son appui au gouvernement afin de valoriser et de protéger le français. Pour les membres de la FCCQ, le *projet de Règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires*, représente une opportunité d'éclaircir certaines zones d'ombres ainsi que de revoir certaines pratiques afin d'alléger, en partie, le fardeau sur les entreprises.

Certaines des propositions présentées dans le projet de règlement ont répondu aux demandes des entreprises. En revanche, d'autres éléments tels que l'affichage, les étiquettes, les documents publics ainsi que les contrats d'adhésion, nécessitent certaines modifications. En ce qui concerne l'impact visuel, il s'agit d'accorder la même période de transition prévue pour les produits qui ont été fabriqués avant le 1^{er} juin 2025, aux entreprises qui devront entamer des démarches pour modifier ou remplacer leurs enseignes. Dans certains cas, il s'agit d'étendre les allègements présentés dans le projet de règlement afin d'assurer une harmonisation dans les différentes pratiques. Pour un autre cas, soit celui portant sur l'étiquetage, il s'agit d'éviter un dédoublement des modifications demandées par le gouvernement fédéral et le gouvernement du Québec.

En ce qui concerne les appels d'offres du MSSS, la FCCQ s'inquiète des conséquences de l'exigence linguistique sur notre chaîne d'approvisionnement. Bien que cette décision ait été prise par le MSSS et non par le ministère de la Langue française, nous incitons le gouvernement à revoir les pratiques entourant les appels d'offres dans l'industrie de la santé afin d'éviter une rupture des stocks des fournitures médicales.

Pour terminer, la FCCQ continuera à défendre et à valoriser le fait français au Québec. Il s'agit d'un élément essentiel de notre culture et de notre environnement d'affaires.

Liste des recommandations

Recommandation 1 : Maintenir le paragraphe 4° de l'article 25 du *Règlement sur la langue du commerce et des affaires* et ajouter que l'exception s'applique également aux marques de commerce en cours d'enregistrement.

Recommandation 2 : Ajouter à la suite du paragraphe 4° de l'article 25 du *Règlement sur la langue du commerce et des affaires*, ce qui suit : 5° si la publicité commerciale n'est pas visée par l'article 59, soit une marque de commerce reconnue au sens de la Loi sur les marques de commerce, sauf si une version française en a été déposée.

Recommandation 3 : Inclure, à l'article 10 du projet de *Règlement modifiant principalement le Règlement sur la langue du commerce et des affaires*, que les entreprises qui devront modifier leurs enseignes auront jusqu'au 1er juin 2027 pour être conforme à la *Charte de la langue française*.

Recommandation 4 : De modifier la date d'entrée en vigueur de l'article 51.1. de la *Charte de la langue française* pour le 1^{er} janvier 2026 afin d'assurer une harmonisation avec les demandes de modifications aux étiquettes du gouvernement fédéral.

Recommandation 5 : De modifier l'article 13 du *Règlement sur la langue du commerce et des affaires* comme suit : Dans les documents visés à l'article 52 de la *Charte de la langue française*, peuvent être rédigés uniquement dans une autre langue que le français, sauf si la version du document est rédigée uniquement dans une autre langue comme prévu à l'article 10 dudit règlement.

Recommandation 6 : La FCCQ recommande au gouvernement de remplacer l'article 27.6.2° par la proposition suivante : 27.6.2° L'obligation de remettre une version française d'un contrat d'adhésion dont la conclusion se fait par téléphone, par l'utilisation de moyens technologiques ou en personne, 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 eu l'opportunité de 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.

Recommandation 7 : De remplacer l'article 27.6.3° par la proposition suivante : 27.6.3° 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 si l'adhérent a eu l'opportunité de consulter les clauses types applicables, en langue française, avec un support technologique lui permettant de conclure le contrat en français ou dans une langue autre que le français.

Recommandation 8 : De consulter le ministère de la Santé et des Services sociaux, en impliquant les entreprises du secteur de la santé, afin de déterminer ensemble les meilleurs moyens pour assurer la valorisation et la défense du français, sans pour autant porter atteinte à la chaîne d'approvisionnement des fournitures médicales.