

# Guide d'intervention pour l'affichage des marques de commerce (document interne)

## Objectifs

- Clarifier les interventions de l'Office en ce qui a trait à l'affichage des marques de commerce à l'extérieur d'un immeuble
- Assurer une compréhension commune et une application uniforme et cohérente de la Charte et de ses règlements
- Faciliter le travail du personnel de l'Office et l'analyse des différentes situations observées

## Principes généraux de conformité

- Une marque de commerce enregistrée uniquement dans une autre langue que le français peut être affichée à l'extérieur d'un immeuble si une présence suffisante du français est aussi assurée (voir section A).
- Lorsqu'une version française de la marque est enregistrée, celle-ci doit être affichée et la nette prédominance du français dans le même champ visuel doit être assurée si la version dans l'autre langue est également affichée (voir section B).
- Lorsque la marque enregistrée est bilingue, avec ou sans dessin, elle peut être affichée telle quelle (voir section C).

## Principe d'application

- Une marque de commerce, enregistrée au Canada ou ailleurs, constitue « une bulle » qui ne peut être altérée. L'Office ne demande donc pas de franciser, de modifier ou de retirer la marque.
- Lorsque l'affichage d'une marque de commerce n'est pas conforme, c'est à l'entreprise que revient la responsabilité de décider du moyen à prendre pour se conformer à la loi, de soumettre une proposition de correction et un échéancier.
  - L'Office n'exige pas un moyen de correction en particulier pour corriger l'affichage non conforme à la Charte.
  - Il revient à l'entreprise de trouver les solutions appropriées pour répondre aux autres exigences auxquelles elle est soumise, notamment la réglementation municipale.
- Sont concernées, toutes les marques de commerce et non pas uniquement celles qui font office de nom d'entreprise.

## Définitions

**Générique** : Élément descriptif qui sert normalement à désigner le secteur d'activité de l'entreprise, les services qu'elle fournit ou les biens qui font l'objet de son activité. À titre d'exemple, dans l'affichage suivant : *Miels Bee Sweet*, le générique est *Miels*.

**Immeuble** : Bâtiment et de toute structure destinée à accueillir au moins une personne pour l'exercice d'activités, peu importe les matériaux utilisés, à l'exclusion d'installation à vocation temporaire ou saisonnière.

**Local** : Espace, fermé ou non, réservé à l'exercice d'une activité, notamment un kiosque ou un comptoir destiné à la vente de produits dans un centre commercial, à l'exclusion d'installations à vocation temporaire ou saisonnière.

**Champ visuel** : Espace dont tous les composants sont visibles en même temps d'un endroit précis, sans qu'il soit nécessaire de se déplacer.

## A - Marque de commerce enregistrée et affichée uniquement dans une autre langue que le français

Une marque de commerce enregistrée et affichée (à l'extérieur d'un immeuble) uniquement dans une autre langue que le français est conforme s'il y a présence suffisante du français.

### Présence suffisante du français

La présence suffisante du français dans l'affichage peut être assurée par un générique, un slogan ou tout autre terme ou mention, en privilégiant l'affichage portant sur les produits ou les services offerts ou bénéficiant des consommateurs ou des personnes fréquentant les lieux.

L'affichage en français doit :

1. Pouvoir être lu dans le même champ visuel que celui de la marque de commerce.
2. Être présent en permanence sans être nécessairement prédominant par rapport à la marque de commerce.
3. Être éclairé en tout temps si la marque de commerce l'est

**Il n'est toutefois pas nécessaire que les inscriptions en français soient :**

- Au même emplacement.
- Dans un même nombre.
- Dans les mêmes matériaux.
- Dans les mêmes dimensions.

Que la marque de commerce.

**N'est pas pris en compte, afin d'assurer la présence suffisante du français, l'affichage :**

- Des heures d'ouverture, numéros de téléphones et adresses;
- De chiffres et pourcentages;
- D'articles définis, indéfinis et partitifs;
- Du message qui requiert de se rapprocher à moins d'un mètre afin de pouvoir le lire sauf si la marque de commerce le requiert également.

### Supports d'affichage

Les supports d'affichage qui doivent être pris en compte lorsque la marque de commerce est enregistrée et affichée uniquement dans une autre langue que le français sont :

- L'affichage extérieur fixé à un immeuble ou sur son toit, pour chacune des façades de l'immeuble où une marque de commerce est affichée. L'affichage est aussi considéré être à l'extérieur d'un immeuble ou d'un plus grand ensemble immobilier :
  - s'il est placé à l'extérieur d'un local situé dans un immeuble (ex. : centre commercial).
  - s'il est placé à l'intérieur d'un immeuble ou d'un local, mais destiné à être vu de l'extérieur (ex. : en vitrine).
- L'affichage sur une borne, un totem ou toute autre structure indépendante n'est visé que s'il n'y a pas d'autre affichage extérieur de la marque de commerce sur l'immeuble.
  - La présence du français ne sera pas requise si plus de deux marques de commerce figurent sur le totem.
- Lorsque la marque de commerce est affichée à un autre endroit (par exemple sur un véhicule, etc.), elle peut être affichée telle quelle, sans qu'une présence suffisante du français ne soit nécessaire.

Type de marque de commerce	Affichage et enregistrement à l'OPIIC	Analyse de la conformité
Marque de commerce enregistrée uniquement dans une autre langue	DAILY LIVING	<b>Affichage non conforme :</b> Doit ajouter une présence suffisante du français

### Délai de correction

Doit être conforme au plus tard d'ici au 24 novembre 2019 :

- Tout affichage existant déjà à la date de l'entrée en vigueur des modifications réglementaires.
- La marque de commerce faisant déjà l'objet d'un affichage ailleurs au Québec (ex. franchise.)
- Tout affichage ayant fait l'objet d'un permis de la ville ou gouvernemental (demande ou délivrance) six mois avant la publication du règlement à la Gazette officielle du Québec.

Dans les autres cas, l'affichage doit être conforme dès l'entrée en vigueur des modifications réglementaires.

## B - Marque de commerce dont il existe une version française

Une marque de commerce dont une version française a été enregistrée doit être affichée en français. Lorsqu'une entreprise décide d'afficher également sa marque de commerce dans une autre langue, elle doit assurer une nette prédominance du français dans le même champ visuel.

Type de marque de commerce	Affichage et enregistrement à l'OPIC	Analyse de la conformité
Marque de commerce enregistrée en deux versions distinctes	AMEUBLEMENT DAILY LIVING DAILY LIVING FURNITURE	<b>Affichage non conforme :</b>  Doit faire figurer la marque en français de façon nettement prédominante ou ajouter du français dans le même champ visuel pour avoir une nette prédominance du français

### Supports d'affichage

La règle de la nette prédominance du français s'applique à tous les endroits où la marque de commerce est affichée, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur d'un immeuble, sur les véhicules, les totems, etc.

### Délai de correction

L'Office tient compte du contexte de l'entreprise et de l'ampleur des corrections à apporter lorsqu'il analyse l'échéance de correction proposée par l'entreprise.

## C - Marque de commerce enregistrée bilingue

Une marque de commerce enregistrée bilingue, dans un dessin ou non, peut être affichée tel quel, car la marque de commerce constitue « une bulle » qui ne peut être altérée.

Type de marque de commerce	Affichage et enregistrement à l'OPIC	Analyse de la conformité
Marque de commerce enregistrée bilingue, dans un dessin ou non	AMEUBLEMENT DAILY LIVING FURNITURE	<b>Affichage conforme</b>  La marque bilingue constitue une bulle qui ne peut être altérée

### Conclusion

S'il subsiste un doute sur la conformité ou sur la solution de francisation proposée, la personne responsable du traitement du dossier soumet le cas à sa coordonnatrice ou à son coordonnateur, qui pourra se référer à son gestionnaire, au besoin.

### Arbre de décision pour analyser l'affichage d'une marque de commerce

