

# Exigences relatives à la langue française au Québec

## Conseils pratiques pour les investisseurs étrangers qui achètent ou créent une entreprise au Québec

Par Diane Bertrand et Guillaume Saliah<sup>1</sup>

Le Canada est une fédération de dix provinces et trois territoires, et la province de Québec est la plus importante province de langue française au Canada. On estime qu'approximativement 81,5 % de sa population totale y parle le français au travail<sup>2</sup>. Comme plusieurs autres groupes socioculturels distincts à l'intérieur de frontières nationales plus larges, la province de Québec a adopté un certain nombre de lois pour protéger son caractère unique. Le français est donc la langue officielle de la province, et le présent article vise à fournir aux investisseurs étrangers des conseils généraux sur la façon d'y exploiter une entreprise et d'y exercer des activités commerciales en ce qui a trait à l'utilisation du français.

### 2. Nom des sociétés

En général, les étrangers qui achètent ou créent une nouvelle entreprise au Québec décident de constituer une filiale canadienne. Un investisseur peut décider de constituer cette société aux termes de la *Loi canadienne sur les sociétés par actions* ou de la loi provinciale équivalente<sup>3</sup>, mais plusieurs de ces lois exigent qu'au moins 25 % des administrateurs de la société soient des résidents canadiens, alors que la *Loi sur les sociétés par actions* (Québec) ne comporte pas de telles exigences, et c'est pourquoi cette dernière est souvent l'outil privilégié.

Toutes les entreprises qui exercent des activités commerciales au Québec doivent avoir un nom français. Si une société constituée en société au Québec est utilisée à titre de filiale, elle doit avoir un nom français à titre de dénomination sociale, mais il peut être utile d'adopter à la fois une dénomination sociale française et une dénomination sociale anglaise (particulièrement si vous avez l'intention de faire affaire dans le reste du Canada ou en Amérique du Nord).

Le nom français d'une entité constituée en société au Québec comprend trois éléments : i) un élément générique, qui identifie le type d'activités exercées par une entreprise, ii) un élément spécifique, qui distingue une entreprise d'une autre et iii) le type d'entité juridique dont il s'agit (« inc. » et « ltée » sont souvent utilisés). « Communications Laprise inc. » en est un exemple typique, ainsi que sa version anglaise, « Laprise Communications Inc. ». Une appellation bilingue telle que « Communications Laprise Communications Inc. » ne sera pas acceptée.

Si une société avec un nom étranger ou une société étrangère souhaite commencer à faire affaire au Québec, elle devra être immatriculée auprès du Registraire des entreprises du Québec et, au moment de l'immatriculation, indiquer le nom français sous lequel elle fera affaire au Québec (communément appelé « nom d'emprunt »). Un nom d'emprunt français doit comprendre un élément générique et un élément spécifique. Par exemple, une chaîne de restaurants mexicains appelée « Restaurante Fernandez, S.A. » pourrait être immatriculée sous le nom « Restaurant Fernandez » dans la version française de son nom au Québec.

<sup>1</sup> Les auteurs souhaitent souligner les contributions d'Antoine Aylwin, Jean-Philippe Mikus, Sarah Lavoie et Patricia Seguin.

<sup>2</sup> Office québécois de la langue française, *Rapport sur l'évolution de la situation linguistique au Québec : langue de travail*, Montréal, 2012, p. 14.

<sup>3</sup> Il n'y a habituellement pas de limites territoriales sur les activités commerciales exercées par une société du Québec ou une autre société provinciale.

Il est possible d'utiliser un mot inventé comme nom d'emprunt, mais un tel nom doit contenir des mots ou syllabes tirés de la langue française. Par exemple, le terme « Americorp » ne serait pas acceptable, puisqu'il est une combinaison des mots anglais « American » et « corporation ». « Effibus », par ailleurs, serait acceptable parce qu'il combine les deux mots français « efficace » et « autobus ».

Il peut y avoir d'autres règles et exceptions spécifiques qui s'appliquent à la sélection d'un nom français.

### 3. Activités commerciales quotidiennes

Les exigences relatives à la langue française sont comprises dans une loi appelée la *Charte de la langue française* (la « **Charte** »), qui vise à assurer que le commerce et les affaires dans la province sont, en général, exercés en français.

En ce qui concerne les activités commerciales quotidiennes, les exigences relatives à l'utilisation du français varient en fonction de l'outil de communication. Le tableau ci-dessous donne un aperçu des formes les plus courantes de communications commerciales et des exigences de la Charte à leur égard :

| TYPE DE COMMUNICATION   | EXIGENCE   |
|---|--|
| Larges panneaux-réclames ou affiches visibles sur une voie publique   | En français, à moins d'être situés sur la propriété de la société.   |
| Affichage public et publicité commerciale   | En français; possiblement dans d'autres langues pourvu que le français y figure « de façon nettement prédominante ».   |
| Service à la clientèle  | Les consommateurs ont le droit d'être informés et servis en français.  |
| Toute inscription sur un produit, sur son contenant ou son emballage, sur un document ou objet accompagnant ce produit (tels un feuillet, une brochure ou une carte, y compris le mode d'emploi ou les garanties) | En français; possiblement dans d'autres langues, mais aucune traduction ne doit y figurer de façon prédominante.   |
| Sites Web   | En français si la société a une entreprise située au Québec; possiblement dans d'autres langues si la version en français est au moins aussi disponible que les versions dans d'autres langues.  |
| Publications commerciales, tels les catalogues ou brochures, les répertoires ou publications similaires   | En français; peuvent être dans d'autres langues si la version française n'est pas de moindre qualité et n'est pas moins disponible que les autres versions.  |
| Contrats ou dispositions de contrats non négociables  | Peuvent être rédigés dans une autre langue, à condition que les parties y consentent expressément; toutefois, i) en cas de doute, les tribunaux interpréteront ces contrats en faveur de la partie qui a été contrainte d'accepter la forme non négociable et ii) d'autres lois sur la protection du consommateur pourront s'appliquer à de tels contrats. |
| Bons de commande, factures, reçus et quittances   | En français.   |
| Logiciels et systèmes d'exploitation  | Doivent être offerts en français si une version française de ces logiciels existe; peuvent être offerts dans d'autres langues si une version française comprend des caractéristiques techniques équivalentes et est offerte à des conditions qui ne soient pas moins favorables.   |

Le critère « de façon nettement prédominante » est réglementé; il fait allusion à l'exigence selon laquelle le texte en français doit avoir un impact visuel plus considérable. Il peut, en outre, y avoir certaines règles précises applicables à la taille de la police ou au nombre et à la taille des affiches. En outre, si la loi permet l'utilisation d'une autre langue, le texte en français doit toujours être indiqué de façon aussi évidente que celui dans cette autre langue. Il existe toutefois un certain nombre d'obligations ou d'exceptions plus précises qui peuvent s'appliquer à certains produits, types de communications ou en fonction de l'emplacement.

#### 4. Emploi

Il existe également des exigences sur l'utilisation du français à l'égard du lieu de travail. Les employés ont le droit de travailler et de recevoir de leur employeur des communications écrites en français. Toutefois, si l'accomplissement de la tâche exige la connaissance d'une langue autre que le français, il est possible d'utiliser une autre langue dans le cadre de telles communications. En outre, les offres d'emploi, les formulaires de demandes d'emploi, les offres d'avancement et les conventions collectives doivent être rédigés en français.

Une société ne peut, dans le cadre de la gestion de son personnel, imposer la connaissance d'une langue autre que le français pour l'obtention d'un emploi, à moins que l'accomplissement de sa tâche ne l'exige; de même, un employeur ne peut congédier, mettre à pied, rétrograder ou déplacer des employés uniquement en raison du fait qu'ils ne connaissent pas suffisamment une langue autre que le français, à moins que l'accomplissement de la tâche ne nécessite une telle connaissance.

#### 5. Certificat de francisation

##### *Certificat de francisation*

Si, durant une période d'au moins six mois, une société a cinquante employés ou plus au Québec, la situation linguistique de celle-ci devra être évaluée par l'*Office québécois de la langue française* (l'« Office »), l'organe administratif responsable de l'application de la Charte. Une fois expirée cette période de six mois, la société aura six mois supplémentaires pour s'inscrire auprès de l'Office. Elle devra alors fournir une analyse de sa situation linguistique dans un délai de six mois suivant son inscription.

Si, après l'examen de l'analyse de la situation linguistique, l'Office conclut que l'utilisation du français est généralisée à tous les niveaux de l'entreprise, il lui délivrera un certificat de francisation, attestant que la société respecte ses obligations aux termes de la Charte.

##### *Programme de francisation*

Si, suivant l'analyse de la situation linguistique, l'Office conclut que l'utilisation du français n'est pas généralisée à tous les niveaux de la société, cette dernière devra adopter un programme de francisation qui aura pour but la généralisation de l'utilisation du français à tous les niveaux de l'entreprise.

Tous les trois ans, la société remettra à l'Office un rapport sur l'évolution de l'utilisation du français au sein de l'entreprise.

##### *Comité de francisation*

Si, durant une période d'au moins six mois, une société a cent employés ou plus au Québec, elle doit instituer un comité de francisation responsable de la généralisation de l'utilisation du français à tous les niveaux de l'entreprise.

## 6. Peines

Si l'Office conclut qu'il y a eu contravention à l'une des exigences de la Charte, l'Office pourra déférer le dossier au Directeur des poursuites criminelles et pénales, qui a l'autorité d'intenter les poursuites pénales appropriées.

L'amende pour une seule contravention varie entre 600 \$ et 6000 \$ dans le cas d'un particulier et entre 1500 \$ et 20 000 \$ dans le cas d'une entité. Le montant des amendes est porté au double en cas de récidive.

Il est important de prendre note que, si un produit est jugé en contravention de la Charte, chaque version ou modèle de ce produit peut être considéré comme une contravention distincte, possiblement sujette à des amendes séparées.

En outre, le tribunal peut imposer une peine supplémentaire équivalant à l'avantage pécuniaire retiré de la perpétration de l'infraction, même si l'amende imposée pour cette infraction était le montant maximal.

## 7. Côté pratico-pratique...

Même si le cadre mis en place par la Charte peut d'abord sembler intimidant aux yeux d'un investisseur étranger, il existe plusieurs milliers de sociétés étrangères très prospères au Québec. Les obligations pratiques imposées par la Charte sont généralement bien connues et respectées depuis plusieurs années. Si vous avez l'intention d'acheter une entreprise située au Québec, celle-ci se sera probablement déjà conformée à ces obligations. Bien que vous deviez passer du temps à prendre connaissance de ce cadre, il ne s'agit pas là d'un obstacle majeur vous empêchant d'exercer des activités commerciales au Québec; votre nouvel investissement pourra contribuer à soutenir l'essor d'une culture de langue française dynamique en Amérique du Nord.

# Diane Bertrand



*Associée*

**Montréal**

+1 514 397 7646

+1 514 397 7600 (téléc.)

[dbertrand@fasken.com](mailto:dbertrand@fasken.com)

[www.fasken.com/fr/fr/Diane-Bertrand](http://www.fasken.com/fr/fr/Diane-Bertrand)

Diane Bertrand agit principalement en droit des affaires en matière d'acquisition ou de vente de sociétés privées et d'actifs opérationnels. Elle a agi dans les secteurs de la transformation et de la distribution de produits alimentaires, de l'industrie forestière, auprès d'entreprises de logiciels, dans les domaines des services financiers et des assurances, de l'ingénierie, des services d'hébergement et de soins de santé et auprès d'entreprises manufacturières.

Appelée à travailler auprès de coopératives depuis de nombreuses années, Diane est familière avec les questions particulières touchant les activités des coopératives et la spécificité de leur gouvernance. Elle a contribué à d'importants financements en capital de coopératives de premier plan au Québec par des investisseurs institutionnels ainsi qu'à la réalisation de fusions plurijuridictionnelles de coopératives.

Diane Bertrand est aussi appelée à accompagner des entreprises en croissance ou des investisseurs institutionnels dans le cadre de la mise en œuvre de financements en dette ou en capital. Dans ce domaine, elle s'est impliquée à plusieurs niveaux dans des initiatives visant le soutien de l'entrepreneuriat féminin.

Enfin, active au sein de l'International Bar Association à titre d'officier du Comité des sociétés privées et entreprises en croissance, elle représente régulièrement des investisseurs étrangers qui s'établissent au Canada et a assuré la mise en œuvre de réorganisations d'entreprise complexes, touchant plusieurs juridictions de façon concomitante.

Au sein du cabinet, Diane Bertrand anime le groupe des avocats spécialisés en transactions privées du Québec et elle coordonne les efforts du cabinet à l'échelle nationale en matière de coopératives et de mutuelles.

## Domaines de pratique

- Droit des sociétés et droit commercial
- Coopératives et caisses d'épargne et de crédit
- Fusions et acquisitions de sociétés fermées

## Formation

- LL.B., 1997, Université de Montréal
- B.A., 1990, HEC Montréal
- B.I., 1987, Collège du Monde-Uni de l'Atlantique, Royaume-Uni

## Admission au Barreau

- Québec, 1998

## Langues

- Français
- Anglais

# Guillaume Saliah



*Avocat*

**Montréal**

+1 514 397 4371

+1 514 397 7600 (téléc.)

[gsaliah@fasken.com](mailto:gsaliah@fasken.com)

[www.fasken.com/fr/fr/Guillaume-Saliah](http://www.fasken.com/fr/fr/Guillaume-Saliah)

Guillaume Saliah est avocat au sein du groupe Droit des affaires de Fasken Martineau. Il s'est joint à la firme à titre d'étudiant en 2013 après avoir complété sa deuxième année de droit à l'Université de Montréal. Parallèlement à son parcours en droit, il a terminé un baccalauréat en administration des affaires (profil mixte : finance et affaires internationales) à HEC Montréal.

Sa pratique porte essentiellement sur les fusions, les acquisitions, les valeurs mobilières, le droit des sociétés et le droit des affaires. Depuis qu'il s'est joint aux équipes de droit des sociétés et de droit commercial, il se spécialise notamment dans l'achat, la vente et la restructuration d'entreprises, tant pour les sociétés fermées que pour les sociétés publiques. De plus, il conseille à la fois les entrepreneurs et les investisseurs qu'ils soient privés ou institutionnels. Dans le domaine des valeurs mobilières, il représente des émetteurs et des courtiers lors de premiers appels publics à l'épargne et autres placements de titres, tant par voie de prospectus que sous forme de placements privés.

L'expertise de Guillaume porte également sur les questions réglementaires relatives à la Charte de la langue française.

## Domaines de pratique

- Droit des sociétés et droit commercial
- Financement des sociétés
- Fusions et acquisitions de sociétés fermées
- Fusions et acquisitions de sociétés ouvertes
- Gouvernance d'entreprise
- Initiative Entrepreneuriat et jeunes entreprises

## Formation

- LL.B., 2013, Université de Montréal
- B.A.A., 2012, HEC Montréal

## Admission au Barreau

- Québec, 2015

## Langues

- Français
- Anglais