

# Projet de *Règlement sur la langue du commerce et des affaires* annoté

## Les impacts de la Loi 96<sup>1</sup>

Dernière mise à jour : 17 janvier 2024.

Ce document est offert à titre informatif seulement et n'a pas valeur officielle.

Légende d'entrée en vigueur des modifications au *Règlement sur la langue du commerce et des affaires* (suivant le [premier projet](#) déposé le 10 janvier 2024) :

15<sup>e</sup> jour suivant la publication à la Gazette

1<sup>er</sup> juin 2025

Articles en cause :

2, 3, 10, 11, 12, 13, 14, 27.1, 27.5, 27.6

Articles en cause :

7, 19, 25, 25.1, 25.2, 25.3, 25.4, 25.5, 27.2, 27.3, 27.4, 27.7, 27.8, 27.9, 27.10

## Règlement sur la langue du commerce et des affaires

### Charte de la langue française

(chapitre C-11, a. 54.1, 58 et 67).

### SECTION I

#### DÉROGATIONS À L'ARTICLE 51 DE LA CHARTE DE LA LANGUE FRANÇAISE

1. Pour l'application de la présente section et à moins que le contexte n'indique un sens différent, une disposition applicable à une inscription sur un produit s'applique également, compte tenu des adaptations nécessaires, à une inscription sur son contenant ou sur son emballage, sur un document ou un objet qui l'accompagne, y compris le mode d'emploi et les certificats de garantie.

D. 1756-93, a. 1.

2. Une inscription sur un produit culturel ou éducatif tels un livre, une revue, une publication, **un album ou un film disque, un film ou une bande magnétique**, ainsi qu'une inscription sur une carte de vœux, un agenda ou un calendrier non publicitaires peuvent être rédigées uniquement dans une autre langue que le français si leur contenu est dans une autre langue que le français ou si le produit culturel ou éducatif, la carte de vœux, l'agenda ou le calendrier ne comportent aucun contenu linguistique.

D. 1756-93, a. 2.

3. Une inscription sur un produit peut être rédigée uniquement dans une autre langue que le français dans les cas suivants :

1° le produit est **uniquement** destiné à un marché extérieur au Québec;

---

<sup>1</sup> *Loi sur la langue officielle et commune du Québec, le français*, sanctionnée le 1<sup>er</sup> juin 2022.

2° l'inscription figure sur un contenant servant au transport interprovincial ou international de marchandises;

3° le produit provient de l'extérieur du Québec, n'est pas encore commercialisé au Québec et est exposé à l'occasion d'un congrès, d'un colloque, d'une foire ou d'une exposition;

4° le produit provient de l'extérieur du Québec, est destiné à être incorporé à un produit fini ou à être utilisé dans un procédé de fabrication, de transformation ou de réparation et n'est pas offert au Québec dans le commerce de détail;

5° le produit provient de l'extérieur du Québec, son utilisation est peu répandue au Québec et il n'existe pas de produit de remplacement équivalent présenté en français au Québec;

6° le produit provient de l'extérieur du Québec et l'inscription, **sauf si elle concerne la sécurité ou est nécessaire à l'utilisation du produit**, est gravée, cuite ou incrustée dans le produit lui-même, y est rivetée ou soudée, ou encore y figure en relief, de façon permanente. ~~Cependant, les inscriptions concernant la sécurité doivent être rédigées en français et apparaître sur le produit ou l'accompagner de façon permanente.~~

D. 1756-93, a. 3.

**4.** Une inscription qui figure en relief sur un pneu peut être rédigée uniquement dans une autre langue que le français.

D. 1756-93, a. 4.

**5.** Une inscription sur l'emballage d'origine d'un produit alimentaire périssable provenant de l'extérieur du Québec peut être rédigée uniquement dans une autre langue que le français pourvu que ce produit ne soit pas offert au détail dans cet emballage.

D. 1756-93, a. 5.

**6.** Une inscription sur un produit provenant de l'extérieur du Québec et devant être utilisé à des fins médicales, pharmaceutiques ou scientifiques, ou une inscription sur son contenant peuvent être rédigées uniquement dans une autre langue que le français, à la condition que la version française de cette inscription figure sur l'emballage du produit ou sur un document qui l'accompagne et que l'une ou l'autre des conditions suivantes soit réalisée:

1° que le produit ne soit pas offert au Québec dans le commerce de détail et qu'il n'existe pas de produit de remplacement équivalent présenté en français au Québec;

2° que le produit ait un poids de 100 gr ou moins, ou que son contenant ait une capacité de 10 cm<sup>3</sup> ou moins, ou de 10 ml ou moins.

D. 1756-93, a. 6.

**7.** Sur un produit, peuvent être rédigées uniquement dans une autre langue que le français, les inscriptions suivantes :

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.~~

D. 1756-93, a. 7.

**8.** Un jouet ou un jeu dont le fonctionnement exige l'emploi d'un vocabulaire autre que français peut comporter une inscription rédigée uniquement dans une autre langue que le français, si ce jouet ou ce jeu est également disponible en français sur le marché québécois dans des conditions au moins aussi favorables.

D. 1756-93, a. 8.

**8.1.** Une liste des ingrédients d'un cosmétique peut être rédigée dans les conditions prescrites par le Règlement sur les cosmétiques (C.R.C., c. 869).

D. 770-2006, a. 1.

**9.** La présente section n'a pas pour effet d'empêcher la présentation d'une inscription sur un produit au moyen de toute combinaison artificielle de lettres, de syllabes ou de chiffres, ou au moyen de pictogrammes, de chiffres, ou encore de sigles.

D. 1756-93, a. 9.

## SECTION II

### DÉROGATIONS À L'ARTICLE 52 DE LA CHARTE DE LA LANGUE FRANÇAISE

**10.** Les documents visés à l'article 52 de la Charte de la langue française (chapitre C-11) peuvent être rédigés en deux versions distinctes, l'une uniquement en français, l'autre uniquement dans une autre langue, si la version française est accessible dans des conditions au moins aussi favorables.

~~Les catalogues, les brochures, les dépliants, les annuaires commerciaux et toute autre publication de même nature peuvent être rédigés en 2 versions distinctes, l'une uniquement en français, l'autre uniquement dans une autre langue, à la condition que la présentation matérielle de la version française soit disponible dans des conditions d'accessibilité et de qualité au moins égales à celle rédigée dans une autre langue.~~

Toutefois, la version qui est rédigée uniquement dans une autre langue peut être insérée dans un organe d'information publiant uniquement dans cette langue; elle peut également être envoyée à une personne physique qui a demandé, par écrit, de recevoir de tels documents dans cette autre langue.

En outre, les ~~documents catalogues, les brochures, les dépliants, les annuaires commerciaux et toute autre publication de même nature~~ destinés à des personnes appartenant à un même groupe ethnique peuvent être rédigés uniquement dans la langue de ce groupe.

D. 1756-93, a. 10.

**11.** Les documents visés à l'article 52 de la Charte de la langue française (chapitre C-11) ~~catalogues, les brochures, les dépliants, les annuaires commerciaux et toute autre publication de même nature~~ concernant un produit culturel ou éducatif au sens de l'article 2, concernant une activité culturelle ou éducative tels un spectacle, un récital, un discours, une conférence, un cours, un séminaire ou une émission de radio ou de télévision ou faisant la promotion d'un organe d'information, peuvent être rédigés uniquement dans une autre langue que le français si, selon le cas, le contenu du produit culturel ou éducatif est dans cette autre langue, l'activité se déroule dans cette autre langue ou l'organe d'information diffuse dans cette autre langue.

D. 1756-93, a. 11.

**12.** Les documents visés à l'article 52 de la Charte de la langue française (chapitre C-11) ~~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.

D. 1756-93, a. 12.

**13.** Dans les documents visés à l'article 52 de la Charte de la langue française (chapitre C-11) ~~catalogues, les brochures, les dépliants, les annuaires commerciaux et toute autre publication de même nature,~~ 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.

D. 1756-93, a. 13.

**14.** La présente section n'a pas pour effet d'empêcher l'utilisation, dans les documents visés à l'article 52 de la Charte de la langue française (chapitre C-11) ~~catalogues, les brochures, les dépliants, les annuaires commerciaux et toute autre publication de même nature,~~ de toute combinaison artificielle de lettres, de syllabes ou de chiffres, ou l'utilisation de pictogrammes, de chiffres, ou encore de sigles.

D. 1756-93, a. 14.

### SECTION III

#### L'AFFICHAGE PUBLIC ET LA PUBLICITÉ COMMERCIALE

**15.** La publicité commerciale d'une entreprise, présentée sur des panneaux-réclame, sur des affiches ou sur tout autre support d'une superficie de 16 m<sup>2</sup> ou plus et visible de tout chemin public, au sens de l'article 4 du Code de la sécurité routière (chapitre C-24.2), doit être faite uniquement en français à moins que cette publicité ne soit située sur les lieux mêmes des établissements de cette entreprise.

D. 1756-93, a. 15.

**16.** La publicité commerciale d'une entreprise doit être faite uniquement en français sur ou dans tout moyen de transport public et ses accès, y compris les aribus.

D. 1756-93, a. 16.

**17.** L'affichage public placé sur ou dans un véhicule servant régulièrement au transport de voyageurs ou de marchandises, à la fois au Québec et hors du Québec, peut être fait à la fois en français et dans une autre langue, pourvu que le français y figure de façon au moins aussi évidente.

D. 1756-93, a. 17.

**18.** L'affichage public relatif à la santé ou à la sécurité publique peut se faire à la fois en français et dans une autre langue, pourvu que le français y figure de façon au moins aussi évidente.

D. 1756-93, a. 18.

**19.** ~~L'affichage public d'un musée, d'un jardin botanique ou zoologique ou d'une exposition culturelle ou scientifique peut, sur les lieux mêmes où ils sont situés, être fait à la fois en français et dans une autre langue, pourvu que le français y figure de façon au moins aussi évidente.~~

D. 1756-93, a. 19.

**20.** L'affichage public et la publicité commerciale relatifs à un événement destiné à un public international ou à un événement dont les participants viennent en majorité de l'extérieur du Québec peuvent se faire, lorsqu'ils sont reliés directement à la nature et au but manifeste de l'événement, à la fois en français et dans une autre langue, pourvu que le français y figure de façon au moins aussi évidente.

D. 1756-93, a. 20.

**21.** L'affichage public du mode d'utilisation d'un appareil installé en permanence dans un lieu public peut être fait à la fois en français et dans une autre langue, pourvu que le français y figure de façon au moins aussi évidente.

D. 1756-93, a. 21.

**22.** Sauf s'ils sont véhiculés dans un organe d'information diffusant en français, l'affichage public et la publicité commerciale d'un produit culturel ou éducatif au sens de l'article 2, d'une activité culturelle ou éducative au sens de l'article 11, ou d'un organe d'information peuvent être faits uniquement dans une autre langue que le français si, selon le cas, le contenu du produit culturel ou éducatif est dans cette autre langue, l'activité se déroule dans cette autre langue ou l'organe d'information diffuse dans cette autre langue.

D. 1756-93, a. 22.

**23.** L'affichage public par une personne physique, à des fins non professionnelles ou non commerciales, peut être fait dans la langue de son choix.

D. 1756-93, a. 23.

**24.** L'affichage public et la publicité commerciale relatifs à un congrès, un colloque, une foire ou une exposition destinés uniquement à un public spécialisé ou restreint, peuvent être faits, pendant la durée de ces événements, uniquement dans une autre langue que le français.

D. 1756-93, a. 24.

**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.~~

~~D. 1756-93, a. 25.~~

~~**25.1.** Lorsqu'une marque de commerce est affichée à l'extérieur d'un immeuble uniquement dans une autre langue que le français en application du paragraphe 4 de l'article 25, une présence suffisante du français doit aussi être assurée sur les lieux, en conformité avec les dispositions du présent règlement.~~

~~Aux fins du premier alinéa, la présence du français fait référence à l'affichage:~~

~~1° d'un générique ou d'un descriptif des produits ou des services visés;~~

~~2° d'un slogan;~~

3° de tout autre terme ou mention, en privilégiant l'affichage d'information portant sur les produits ou les services au bénéfice des consommateurs ou des personnes qui fréquentent les lieux.

D. 887-2016, a. 1.

**25.2.** Pour l'application des articles 25.1 à 25.5:

1° l'affichage d'une marque de commerce à l'extérieur d'un immeuble s'entend de celui qui est en lien avec un immeuble ou qui lui est fixé, y compris sur son toit, peu importe les matériaux ou le mode de fixation utilisés; cet affichage comprend notamment les dispositifs d'enseigne en saillie ou perpendiculaire, ainsi que l'affichage sur une borne ou sur une autre structure indépendante.

Est considéré à l'extérieur d'un immeuble:

a) l'affichage à l'extérieur d'un local lui-même situé dans un immeuble ou un plus grand ensemble immobilier. Est notamment ainsi visé l'affichage à l'extérieur d'un local situé dans un centre commercial ou dans une galerie marchande, souterraine ou non;

b) l'affichage placé à l'intérieur d'un immeuble ou d'un local, si son installation ou ses caractéristiques le destinent à être vu de l'extérieur.

L'affichage d'une marque de commerce qui figure sur une borne ou sur une autre structure indépendante, y compris celle de type totem, à proximité d'un immeuble ou d'un local n'est visé que s'il n'y a pas d'autre affichage extérieur où figure la même marque.

Dans le cas d'une structure de type totem, l'affichage qui s'y trouve est aussi exclu si plus de 2 marques de commerce y figurent;

2° «immeuble»: s'entend d'un 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;

3° «local»: s'entend d'un espace, fermé ou non, dédié à une activité, notamment un kiosque ou un comptoir destiné à la vente de produits dans un centre commercial, à l'exclusion d'installation à vocation temporaire ou saisonnière.

D. 887-2016, a. 1.

**25.3.** Au sens de l'article 25.1, la présence suffisante du français s'entend d'un affichage dont les qualités permettent à la fois:

1° de conférer au français une visibilité permanente, similaire à celle de la marque de commerce affichée;

2° d'assurer sa lisibilité dans le même champ visuel que celui qui est principalement visé par l'affichage de la marque de commerce.

Est considéré satisfaisant à ces exigences, l'affichage en français qui, par rapport à l'affichage de la marque de commerce, est conçu, éclairé et situé de manière à permettre de les lire facilement, tous deux à la fois, à tout moment où la marque est lisible, sans que cet affichage ne soit nécessairement présenté au même emplacement, dans un même nombre, avec les mêmes matériaux ou ne soit d'une même dimension.

D. 887-2016, a. 1.

**25.4.** Malgré le paragraphe 2 du premier alinéa de l'article 25.3, la lisibilité d'un affichage en français doit s'apprécier:

1° s'il s'agit d'un affichage à l'extérieur d'un immeuble situé sur une rue longée de trottoir: du trottoir longeant la façade où figure l'affichage de la marque de commerce;

~~2° s'il s'agit d'un affichage à l'extérieur d'un local situé dans un immeuble ou dans un plus grand ensemble immobilier, tel un centre commercial: du milieu de l'allée ou de l'espace faisant face au local;~~

~~3° s'il s'agit de l'affichage d'une marque de commerce visible d'une autoroute: de cette autoroute.~~

~~D. 887-2016, a. 1.~~

~~25.5. Pour l'application des articles 25.1 à 25.4:~~

~~1° n'est pas pris en compte l'affichage en français:~~

~~a) d'heures d'ouverture, de numéros de téléphone et d'adresses;~~

~~b) de chiffres et de pourcentages;~~

~~c) d'articles définis, indéfinis et partitifs;~~

~~d) d'un terme requérant pour sa lisibilité de se rapprocher dans un rayon de moins d'un mètre, sauf si la lisibilité de la marque de commerce le requiert également;~~

~~2° n'est pas considéré assurer une visibilité permanente du français l'affichage de nature précaire, par les matériaux ou les conditions suivant lesquelles il est fixé, notamment l'affichage en français susceptible d'être facilement enlevé ou arraché, à moins que le système d'affichage ne fasse l'objet de mesures propres à en garantir la présence ou le remplacement, dont la démonstration incombe à la personne qui souhaite en invoquer le bénéfice.~~

~~D. 887-2016, a. 1.~~

~~26. La présente section n'a pas pour effet d'empêcher l'utilisation dans l'affichage public et la publicité commerciale de toute combinaison artificielle de lettres, de syllabes ou de chiffres, ou l'utilisation de pictogrammes, de chiffres, ou encore de sigles.~~

~~D. 1756-93, a. 26.~~

#### ~~SECTION IV~~

##### ~~EXPRESSION POUVANT FIGURER COMME SPÉCIFIQUE DANS UN NOM~~

~~27. Peut figurer comme spécifique dans un nom, une expression tirée d'une autre langue que le français, à la condition qu'elle soit accompagnée d'un générique en langue française.~~

~~D. 1756-93, a. 27.~~

#### ~~SECTION IV.1~~

##### ~~DISPOSITIONS VISANT À FACILITER LA MISE EN ŒUVRE DU CHAPITRE VII DE LA CHARTE DE LA LANGUE FRANÇAISE~~

###### ~~§1. Inscription relative à un produit et aux documents afférents~~

~~27.1. Pour l'application de l'article 51 de la Charte de la langue française (chapitre C-11) et du présent règlement, l'inscription sur un produit comprend l'inscription qui s'y affiche pour l'utilisateur au moyen d'un logiciel embarqué.~~

~~27.2. Pour l'application 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) :~~

~~1° un produit inclut son contenant ou son emballage ainsi que tout document ou objet qui l'accompagne;~~

2° aucun générique ou descriptif d'un produit compris dans une marque de commerce rédigé dans une autre langue ne doit l'emporter sur celui rédigé en français ou être accessible dans des conditions plus favorables.

**27.3.** Pour l'application 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) :

1° un descriptif réfère à un ou plusieurs mots décrivant les caractéristiques d'un produit;

2° un générique réfère à un ou plusieurs mots décrivant la nature d'un produit.

**27.4.** Pour l'application 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), est assimilée à une marque de commerce déposée, la marque de commerce qui est en cours d'enregistrement, et ce, à compter de la date de production de la demande d'enregistrement auprès du registraire des marques de commerce institué en vertu de la Loi sur les marques de commerce (L.R.C. 1985, c. T-13).

**27.5.** Pour l'application de l'article 52 de la Charte de la langue française (chapitre C-11) et du présent règlement, les documents visés par cet article incluent l'information publiée sur les sites Internet et les médias sociaux.

### **§II. Contrats d'adhésion**

**27.6.** 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;
- c) dont l'annexion au contrat est requise par la loi, tel un formulaire de résiliation ou de résolution;
- e) 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 eu l'opportunité de consulter par moyen technologique les clauses types applicables rédigées en français;
- c) 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.

### **§III. Affichage public**

**27.7.** Dans l'affichage public fait à la fois en française 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.

**27.8.** 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), et du paragraphe 2° du troisième alinéa de l'article 27.7, l'affichage public est visible depuis l'extérieur d'un local lorsqu'il peut être vu :

- 1° 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° 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.

**27.9.** Pour l'application de l'article 27.7, un texte rédigé en français a un impact visuel beaucoup plus important lorsque, pour un même champ visuel, les conditions suivantes sont réunies :

- 1° il est au moins deux fois plus grand que celui rédigé dans une autre langue;
- 2° sa lisibilité et sa visibilité permanente sont au moins équivalentes à celles du texte rédigé dans une autre langue.

Est présumé satisfaire à ces exigences de lisibilité et de visibilité, l'affichage public 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 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 de nature précaire, par les matériaux ou les conditions suivant lesquelles il est fixé, notamment l'affichage public susceptible d'être facilement enlevé ou arraché, à moins que le système d'affichage ne fasse l'objet de mesures propres à en garantir la présence ou le remplacement.

**27.10.** 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), 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 tels qu'un générique ou un descriptif des produits ou des services visés ou, encore, d'un slogan.

Pour l'application du premier alinéa, « générique » et « descriptif » ont le sens que leur donne l'article 27.3, et ce, tant pour les produits que les services.

## SECTION V

### DISPOSITIONS FINALES

**28.** *(Omis).*

D. 1756-93, a. 28.

**29.** *(Omis).*

D. 1756-93, a. 29.

### DISPOSITIONS TRANSITOIRES

2024

**(2024) ARTICLE 10.** 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'édicte par l'article 43 de de la Loi sur la langue officielle et commune du Québec, le français (2022, chapitre 14), 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° il a été fabriqué avant le 1<sup>er</sup> juin 2025;

2° 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 (indiquer ici la date de la publication du présent règlement à la Gazette officielle du Québec).

**ARTICLE 11.** 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) est abrogé.

**ARTICLE 12.** Le présent règlement entre en vigueur le 1<sup>er</sup> juin 2025, à l'exception des articles 1, 2, 4 et 5 ainsi que celles de l'article 9, en ce qu'elles édictent les articles 27.1 et 27.5 de même que la sous-section II de la section IV.1, qui entrent en vigueur le quinzième jour qui suit la date de publication à la Gazette officielle du Québec.