

# COUR D'APPEL

CANADA  
PROVINCE DE QUÉBEC  
GREFFE DE MONTRÉAL

N° : 500-09-024419-145  
(500-17-074083-125)

DATE : 1er mai 2015

---

**CORAM : LES HONORABLES FRANÇOIS PELLETIER, J.C.A.  
YVES-MARIE MORISSETTE, J.C.A.  
JULIE DUTIL, J.C.A.  
MARIE-FRANCE BICH, J.C.A.  
NICHOLAS KASIRER, J.C.A.**

---

**LA PROCUREURE GÉNÉRALE DU QUÉBEC**  
APPELANTE - défenderesse

c.

**MAGASINS BEST BUY LTÉE  
COSTCO WHOLESALE CANADA LTD  
GAP (CANADA) INC.  
OLD NAVY (CANADA) INC.  
LA COMPAGNIE WAL-MART DU CANADA  
TOYS 'R' US CANADA LTÉE  
CURVES INTERNATIONAL INC.  
CORPORATION GUESS? CANADA**  
INTIMÉES - demandereses

et

**CONSEIL CANADIEN DU COMMERCE DU DÉTAIL  
INTERNATIONAL TRADEMARK ASSOCIATION**  
INTERVENANTES - intervenantes

---

MOTIFS AU SOUTIEN DE L'ARRÊT PRONONCÉ SÉANTE TENANTE  
LE 27 AVRIL 2015

---

[1] Le 27 avril 2015, la Cour, séance tenante, a prononcé l'arrêt suivant :

**POUR DES MOTIFS QUI SERONT DÉPOSÉS ULTÉRIEUREMENT, LA COUR :**

[1] **REJETTE** l'appel, avec dépens.

[2] Voici les motifs de cet arrêt.

\* \*

[3] Les intimées affichent leurs marques de commerce à la devanture des établissements qu'elles exploitent au Québec. Ces marques de commerce comportent des mots anglais (« *Guess* », « *Curves* »), des combinaisons de ceux-ci (« *Best Buy* », « *Old Navy* » ou « *Banana Republic* »), des amalgames (« *ConnectPro* », « *Walmart* »), ainsi que d'autres éléments distinctifs ne relevant pas du lexique (des signes, par exemple) ou se rattachant à une présentation graphique particulière (couleur, calligraphie, ordonnancement spatial, etc.). Ce que ne comportent pas ces marques de commerce (et pas davantage les panneaux de façade sur lesquels elles figurent) sont des termes français, génériques ou spécifiques.

[4] Les intimées, ce faisant, enfreignent-elles la *Charte de la langue française*<sup>1</sup> (la « *Charte* »)? Plus précisément, afin que leur affichage soit conforme à la *Charte*, les marques de commerce que les intimées mettent à l'enseigne doivent-elles être accompagnées d'un générique français?

[5] La procureure générale du Québec répond à ces questions par l'affirmative, soutenant avec vigueur que la façon de faire des intimées contrevient à la *Charte* ainsi qu'au *Règlement sur la langue du commerce et des affaires*<sup>2</sup> (« le *Règlement* »), et notamment l'article 27 de celui-ci.

[6] Le juge de première instance n'a pas retenu ce point de vue et la Cour, pour l'essentiel, est du même avis.

\* \*

[7] Pour les raisons que l'on connaît et que l'on ne peut plus guère contester, la promotion et la protection de la langue française constituent, au Québec, un impératif reconnu, obéissant à un besoin réel et rémanent. L'usage du français sur la place publique s'affirme comme l'un des pivots de cette politique : « L'affichage public et la publicité commerciale doivent se faire en français » ou d'une manière qui assure la prédominance nette du français, édicte l'article 58 de la *Charte*, qui énonce là un

---

<sup>1</sup> RLRQ, c. C-11.

<sup>2</sup> RLRQ, c. C-11, r. 9.

principe permettant, pour paraphraser la Cour suprême, d'assurer que la réalité de la société québécoise se reflète dans son « visage linguistique »<sup>3</sup>.

[8] Cela dit, si la *Charte* prescrit ainsi l'usage du français, elle le fait, d'une part, dans l'esprit de justice et d'ouverture que reconnaît son propre préambule, de même que dans le respect des limites que lui impose la Constitution, notamment au chapitre du partage des compétences et de la liberté d'expression. Les articles 58 et 63 à 68 de la *Charte*, dont la validité n'est pas contestée en l'instance (pas plus que celle des dispositions réglementaires qu'ils chapeautent), ont été adoptés en vue de répondre à ces contraintes. Et, comme on le verra maintenant, les intimées se conforment à ces dispositions.

[9] D'aucuns, certes, pourraient souhaiter que les intimées modifient leur pratique<sup>4</sup> et s'affichent autrement<sup>5</sup>, mais cela ne signifie pas que le texte actuel de la *Charte* et du *Règlement* les y astreigne, et, de fait, il ne les y oblige pas.

\* \*

[10] L'article 58 de la *Charte* énonce que<sup>6</sup> :

<sup>3</sup> *Ford c. Québec (Procureur général)*, [1988] 2 R.C.S. 712, p. 779.

<sup>4</sup> Certains font même valoir que les intimées ne perdraient pas au change, commercialement parlant, mais c'est là une considération étrangère au débat juridique qui nous occupe ici.

<sup>5</sup> Notamment par le moyen de marques de commerce comportant un terme générique français, ainsi que le font certains, dont, par exemple, l'intimée Walmart, qui a procédé ainsi à l'enregistrement de la marque « Supercentre Walmart » (voir pièce P-42), qu'elle utilise sur la façade d'au moins un de ses établissements (pièce D-10, photographie du 5 juin 2013). Notons cependant qu'à cette marque de commerce correspond l'enregistrement en anglais de « Walmart Supercentre » (pièce P-42).

<sup>6</sup> Tous les renvois à la *Charte* (et de même au *Règlement*) reproduiront les versions française et anglaise des dispositions, chacune de ces versions reflétant l'intention du législateur et permettant ainsi, par l'effet d'une sorte de dialogisme, de la mieux saisir. L'article 7 de la *Charte* reconnaît d'ailleurs elle-même ce qui suit :

7. Le français est la langue de la législation et de la justice au Québec sous réserve de ce qui suit :

1° les projets de loi sont imprimés, publiés, adoptés et sanctionnés en français et en anglais, et les lois sont imprimées et publiées dans ces deux langues;

2° les règlements et les autres actes de nature similaire auxquels s'applique l'article 133 de la *Loi constitutionnelle de 1867* sont pris, adoptés ou délivrés, et imprimés et publiés en français et en anglais;

3° les versions française et anglaise des textes visés aux paragraphes 1° et 2° ont la même valeur juridique;

[...]

7. French is the language of the legislature and the courts in Québec, subject to the following:

(1) legislative bills shall be printed, published, passed and assented to in French and in English, and the statutes shall be printed and published in both languages;

(2) the regulations and other similar acts to which section 133 of the *Constitution Act, 1867* applies shall be made, passed or issued, and printed and published in French and in English;

(3) the French and English versions of the texts referred to in paragraphs 1 and 2 are equally authoritative;

(...)

Voir aussi : *Doré c. Verdun (Ville de)*, [1997] 2 R.C.S. 862, paragr. 24.

**58.** L'affichage public et la publicité commerciale doivent se faire en français.

Ils peuvent également être faits à la fois en français et dans une autre langue pourvu que le français y figure de façon nettement prédominante.

Toutefois, 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.

**58.** Public signs and posters and commercial advertising must be in French.

They may also be both in French and in another language provided that French is markedly predominant.

However, the Government may determine, by regulation, the places, cases, conditions or circumstances where public signs and posters and commercial advertising must be in French only, where French need not be predominant or where such signs, posters and advertising may be in another language only.

[Soulignements ajoutés.]

[11] En règle générale, l'affichage public, c'est-à-dire l'affichage public sous toutes ses formes (ce que rend bien l'idée fort vaste qui sous-tend le terme « *signs* » dans l'expression « *signs and posters* » de la version anglaise de l'art. 58), doit donc se faire en français ou, si une autre langue est utilisée, de manière à ce que le français prédomine nettement (« *markedly* »). Toutefois – et l'adverbe signale une exception à la règle générale –, le gouvernement peut autoriser, dans les cas et aux conditions prévus par règlement, que cet affichage se fasse « uniquement dans une autre langue » (« *in another language only* »). La disposition est aussi claire dans son exception qu'elle l'est dans sa règle générale : il est dans certaines circonstances bel et bien permis, nous dit le législateur, d'afficher (c'est-à-dire d'annoncer en public par l'apposition d'un signe) « uniquement » (« *only* ») dans une langue autre que le français (c'est-à-dire à l'exclusion de celui-ci).

[12] Quelles sont ces circonstances?

[13] Elles sont prévues par l'article 25 du *Règlement* :

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

**25.** On public signs and posters and in commercial advertising, the following may appear exclusively in a language other than French:

- |  |   |
|--|---|
| 1° le nom d'une entreprise établie exclusivement hors du Québec;   | (1) the firm name of a firm established exclusively outside 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;  | (2) a name of origin, the denomination of an exotic product or foreign specialty, a heraldic motto or any other non-commercial motto;   |
| 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; | (3) a place name designating a place situated outside Québec or a place name in such other language as officialized by the Commission de toponymie du Québec, a family name, a given name or the name of a personality or character or a distinctive name of a cultural nature; and |
| 4° <u>une marque de commerce reconnue au sens de la <i>Loi sur les marques de commerce</i> (L.R.C. 1985, c. T-13), sauf si une version française en a été déposée.</u>   | (4) <u>a recognized trade mark within the meaning of the <i>Trade Marks Act</i> (R.S.C. 1985, c. T-13), unless a French version has been registered.</u>  |

[Soulignements ajoutés.]

[14] Il est donc possible, aux termes du quatrième paragraphe de la disposition réglementaire ci-dessus, d'afficher publiquement une marque de commerce ne comportant aucune unité ou monème lexical appartenant au français, à moins qu'une version française n'en ait été déposée. Notons à ce dernier propos que la disposition n'oblige pas la personne qui aurait plusieurs marques de commerce à sa disposition, dont l'une rédigée en français ou comportant une version française, à utiliser celle-là plutôt que les autres. On remarquera aussi que l'article 25 ne précise ni ne limite le genre d'affichage public dont il est question et vise donc tous les types d'affichage, y compris l'affichage en façade d'un commerce, par un signe apposé sur la devanture.

[15] On serait donc tout naturellement porté à conclure que les intimées, qui affichent ainsi leurs marques de commerce respectives (qui n'ont pas de versions françaises déposées), se conforment au *Règlement* et, par conséquent, à la *Charte*.

[16] La procureure générale fait cependant valoir qu'en réalité, le paragraphe 25(4) du *Règlement* serait plus restrictif qu'il n'y paraît, dans la mesure où il doit être lu en conjonction avec l'article 27 du même règlement. Pour bien comprendre cette affirmation, il faut dans un premier temps, explique-t-elle, tenir compte des articles 63 et

67 de la *Charte*. En vertu de ces dispositions, le nom d'une entreprise (c'est-à-dire tant sa dénomination sociale que tout nom sous lequel elle exerce son activité, s'identifie ou se fait connaître, au sens des art. 305 et 306 *C.c.Q.* ou de la *Loi sur la publicité légale des entreprises*<sup>7</sup>) doit être en français, en totalité (c'est la règle de l'article 63) ou en partie (c'est la règle de l'article 67). Dans ce second cas, est permise en effet, aux conditions prévues par règlement, la constitution d'un nom comportant un terme spécifique (c'est-à-dire un terme distinctif) tiré d'une langue autre que le français<sup>8</sup>. Les conditions en question sont celles de l'article 27 du *Règlement*, qui exige que tout spécifique de ce type soit accompagné d'un terme générique en langue française. Voici le texte de toutes ces dispositions :

### **Charte de la langue française**

**63.** Le nom d'une entreprise doit être en langue française.

**63.** The name of an enterprise must be in French.

**67.** Peuvent figurer, comme spécifiques, dans le nom d'une entreprise, conformément aux autres lois ou aux règlements du gouvernement, les patronymes et les toponymes, les expressions formées de la combinaison artificielle de lettres, de syllabes ou de chiffres ou les expressions tirées d'autres langues.

**67.** Family names, place names, expressions formed by the artificial combination of letters, syllables or figures, and expressions taken from other languages may appear in the names of enterprises to specify them, in accordance with the other Acts and with the regulations of the Government.

### **Règlement sur la langue du commerce et des affaires**

**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.

**27.** An expression taken from a language other than French may appear in a firm name to specify it provided that the expression is used with a generic term in the French language.

[Soulignements ajoutés.]

[17] Dans un second temps, poursuit la procureure générale, il faut constater que les intimées utilisent ici leurs marques de commerce comme elles le feraient d'un nom,

<sup>7</sup> RLRQ, c. P-44.1, art. 14, 4<sup>e</sup> al., 17, 1<sup>er</sup> al., paragr. 1, et 33, 1<sup>er</sup> al., paragr. 1 et 2.

<sup>8</sup> Comme on le verra, ce spécifique peut également être formé de la combinaison artificielle de chiffres, de lettres ou de syllabes ou reproduire un toponyme ou un patronyme.

c'est-à-dire pour s'identifier auprès de leur clientèle<sup>9</sup>. Elles sont nécessairement, dans le cadre de cet usage, assujetties aux règles relatives aux noms et, par conséquent, à l'obligation d'accompagner leurs marques respectives (qui ont fonction de spécifique) d'un générique en langue française, conformément aux articles 67 de la *Charte* et 27 du *Règlement*. Elles ne peuvent prétendre échapper à cette obligation en se rabattant sur le paragraphe 25(4) du *Règlement*. Cette disposition, en effet, ne protégerait que la rédaction de la marque dans une langue autre que le français. L'adjonction d'un générique en langue française, comme l'exige l'article 27, ne compromettrait nullement ce droit, l'intégrité de la marque n'étant aucunement affectée par l'obligation d'ajouter un générique français au-dessus, au-dessous ou à côté.

[18] Ainsi donc, conclut la procureure générale, dès lors qu'elle s'offre publiquement à la vue à la manière d'un nom ou à titre de nom, comme le font justement les intimées, la marque rédigée dans une langue autre que le français pourrait être affichée, mais à condition d'être assortie d'un générique en langue française. Autrement dit, conformément aux articles 25, paragr. 4, et 27 du *Règlement*, lorsque son affichage équivaut à celui d'un nom d'entreprise ou poursuit la même finalité que l'affichage d'un nom d'entreprise, une marque de commerce rédigée dans une langue autre que le français ne peut être publiquement affichée qu'en association avec un générique français.

[19] Avec égards, l'argument ne saurait convaincre.

[20] Il est vrai que la *Charte*, comme toute loi, doit être interprétée de façon large et généreuse afin de permettre la réalisation de ses objectifs, dans une perspective respectueuse tout à la fois du texte et du contexte. Il en va de même du *Règlement*, avec les adaptations qui s'imposent. Il est vrai aussi que, comme tout principe, ceux qu'énonce la *Charte* et que précise le *Règlement* ne peuvent être neutralisés au nom des exceptions qu'ils contiennent, exceptions qui doivent pour leur part faire l'objet d'une interprétation stricte, encore que certaines exceptions soient elles-mêmes l'incarnation d'un principe ou le reflet d'un équilibre voulu par le législateur. Il reste que les exceptions, comme les principes, doivent avoir un sens et que l'on ne saurait, au nom des seconds, nier les premières (pas plus que l'inverse).

[21] Or, la prétention de la procureure générale ne concorde pas avec l'article 58, 3<sup>e</sup> al., de la *Charte*, complété par le paragraphe 25(4) du *Règlement*, dispositions qui se trouvent stérilisées en partie par la lecture qu'elle suggère. Cette prétention ne concorde pas davantage avec l'article 68 de la *Charte*, qui se trouve de son côté ignoré complètement.

---

<sup>9</sup> Dans la déclaration d'immatriculation fournie en vertu de la *Loi sur la publicité légale des entreprises*, les intimées, sous la rubrique « autres noms utilisés au Québec » ont d'ailleurs indiqué les marques de commerce qui sont ici en jeu, souvent avec la mention additionnelle « Trademark », « TM » ou « ® ». Voir la pièce D-1 (état des renseignements des demanderessees au registre des entreprises).

[22] Rappelons d'abord que les deux premiers alinéas de l'article 58 prescrivent le principe d'un affichage public qui se fait en français ou qui laisse au français une place nettement prédominante (« *markedly predominant* »). La manière ou le but de cet affichage n'étant pas autrement précisés, on doit comprendre que tout affichage public est visé, quelle qu'en soit la forme ou la vocation, ce qui inclut l'affichage du ou des noms d'une entreprise. Quant au troisième alinéa, il prévoit pour sa part en toutes lettres une exception au principe du français ou du français prédominant : aux conditions et dans les cas prévus par règlement, l'affichage public peut se faire « *uniquement dans une autre langue* » (« *in another language only* ») que le français. C'est l'article 25 du *Règlement* qui met cette exception en œuvre, en énonçant qu'est autorisé l'affichage public (à quelque fin que ce soit, la disposition ne spécifiant rien à ce propos) d'une marque de commerce ou autres désignations<sup>10</sup> rédigées *uniquement* (« *exclusively* ») dans une langue autre que le français.

[23] Convient-il, comme le voudrait la procureure générale, d'appliquer l'article 27 du *Règlement* à ces dispositions, en imposant en pareil cas l'adjonction d'un générique en français? On ne peut répondre à cette question que par la négative.

[24] En effet, l'article 58, 3<sup>e</sup> al., de la *Charte* et l'article 25 du *Règlement* ne peuvent pas, en même temps, dire que l'on peut afficher uniquement dans une langue autre que le français... mais seulement si ce qui est rédigé ainsi est accompagné d'un générique en langue française. S'il y a un générique en langue française, alors, bien sûr, l'affichage ne se fait pas uniquement dans une langue autre que le français. La proposition interprétative de la procureure générale, fondée sur l'article 27 du *Règlement*, enlève ainsi tout sens à l'emploi du mot « uniquement » dans l'article 58, 3<sup>e</sup> al., de la *Charte* ainsi que dans l'article 25 du *Règlement*, alors que ce mot traduit l'essence même de l'exception que reconnaissent ces dispositions. Elle ne peut donc être retenue.

[25] Mais il y a plus.

[26] En effet, l'argumentaire de la procureure générale ne tient aucunement compte de l'article 68 de la *Charte*, que voici :

**68.** Le nom de l'entreprise peut être assorti d'une version dans une autre langue que le français pourvu que, dans son utilisation, le nom de langue française figure de façon au moins aussi évidente.

**68.** The name of an enterprise may be accompanied with a version in a language other than French provided that, when it is used, the French version of the name appears at least as prominently.

---

<sup>10</sup> Nom d'une entreprise hors Québec, appellation d'origine, toponymie (voir les paragr. 1, 2 et 3 de l'art. 25 du *Règlement*).

Toutefois, dans l'affichage public et la publicité commerciale, l'utilisation d'un nom dans une autre langue que le français est permise dans la mesure où cette autre langue peut, en application de l'article 58 et des règlements édictés en vertu de cet article, être utilisée dans cet affichage ou cette publicité.

However, in public signs and posters and commercial advertising, the use of a version of a name in a language other than French is permitted to the extent that the other language may be used in such signs and posters or in such advertising pursuant to section 58 and the regulations enacted under that section.

En outre, dans les textes ou documents rédigés uniquement dans une autre langue que le français, un nom peut apparaître uniquement dans l'autre langue.

In addition, in texts or documents drafted only in a language other than French, a name may appear in the other language only.

[Soulignements ajoutés.]

[27] Cette disposition est sans équivoque. Son premier alinéa autorise une entreprise à se doter d'un nom dans une langue autre que le français, pourvu que, dans l'utilisation qu'elle en fait, le nom français « figure de façon au moins aussi évidente ». Toutefois – et, là encore, l'emploi de cet adverbe signale une exception –, lorsque l'utilisation prend la forme de l'affichage, le second alinéa autorise l'emploi d'un nom dans une langue autre que le français, et ce, en application de l'article 58 de la *Charte* et des règlements y afférents, ce qui nous renvoie en l'occurrence à l'article 25 du *Règlement*.

[28] Or, comme on le sait, le paragraphe 25(4) de ce règlement permet l'affichage d'une marque de commerce rédigée uniquement dans une langue autre que le français et, nécessairement, sans l'addition d'un générique en langue française. On doit en conclure qu'une marque de commerce ne comportant aucun élément français peut, même lorsqu'elle est utilisée comme nom ou à la manière d'un nom d'entreprise, être affichée telle quelle, sans l'ajout d'un générique en langue française. Appliquer ici les articles 67 de la *Charte* et 27 du *Règlement* priverait de sens l'exception prévue par le second alinéa de l'article 68 de la *Charte*.

[29] Rien dans la *Charte* (ou dans d'autres lois) ne permet d'en venir à une conclusion autre que celle-là, conclusion qui correspond d'ailleurs à l'usage interprétatif que l'Office québécois de la langue française a pratiqué pendant plus de 15 ans. La procureure générale, à ce dernier propos, fait remarquer qu'une interprétation administrative contraire au texte de la loi ne pourrait empêcher que l'on rétablisse le sens véritable de celle-ci. Cela est exact, mais, comme le souligne le professeur Côté

dans un passage que cite le juge de première instance<sup>11</sup> : « il faut donc un motif valable pour rejeter un usage interprétatif qui n'est pas contraire au texte »<sup>12</sup>. Or, c'est justement ce qu'on observe ici : la conduite interprétative de l'Office et du gouvernement, en l'espèce, a longtemps été conforme à la loi et ce n'est que récemment qu'elle a changé de cap, changement qui ne reflète pas les textes législatifs et réglementaires.

\* \*

[30] Bref, que l'on envisage la question sous le seul angle de l'article 58 ou qu'on l'envisage en fonction d'une lecture combinée des articles 63, 67 et 68 de la *Charte*, la solution est la même : les intimées ont le droit d'afficher leurs marques telles quelles sur la façade de leurs établissements, même si ces marques ne comportent pas d'éléments en français.

[31] Dans le premier cas, elles ont ce droit en raison de l'exception qu'énonce le troisième alinéa de l'article 58 de la *Charte*, disposition qui habilite le gouvernement à déroger au principe de l'affichage public en français (ou avec prédominance du français). Le gouvernement a promulgué une telle dérogation, qui est prévue par l'article 25 du *Règlement* et se décline en quatre volets. Le quatrième volet permet l'affichage public d'une marque de commerce rédigée uniquement (« *exclusively* ») dans une langue autre que le français (lorsqu'elle est sans version française).

[32] Dans le second cas, c'est-à-dire celui où la marque de commerce fait également office de nom, qu'il s'agisse de la dénomination sociale propre<sup>13</sup> ou d'un nom autre, l'article 68, par exception aux articles 63 et 67 de la *Charte*, permet à une entreprise de se doter d'un nom dans une langue autre que le français, nom qui ne peut ordinairement pas être utilisé seul, sauf dans l'affichage public, et ce, en application de l'article 58. Ce renvoi nous ramène aux quatre cas de figure énumérés par l'article 25 du *Règlement*, au nombre desquels celui de la marque de commerce rédigée uniquement dans une langue autre que le français (et sans version française), marque qui peut donc être affichée telle quelle.

\* \*

[33] En somme, à l'instar du juge de première instance, la Cour estime que les pratiques d'affichage litigieuses sont conformes à la *Charte* et au *Règlement*, qui permettent l'affichage public d'une marque de commerce ne comportant pas de français (et n'ayant aucune version française), et ce, y compris lorsque cette marque est affichée sur la façade d'un commerce.

---

<sup>11</sup> Jugement de première instance, paragr. 235.

<sup>12</sup> Pierre-André Côté, avec la collab. de Mathieu Devinat et Stéphane Beaulac, *Interprétation des lois*, 4<sup>e</sup> éd., Montréal, Éditions Thémis, 2009, paragr. 1986.

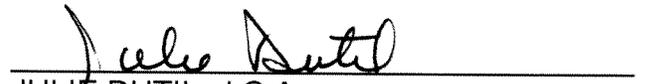
<sup>13</sup> C'est-à-dire le nom sous lequel l'entreprise a été constituée.

\*\*

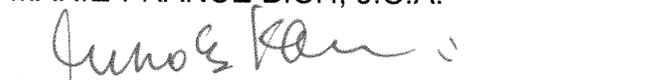
[34] Pour ces motifs, la Cour a donc rejeté l'appel de la procureure générale du Québec.

  
FRANÇOIS PELLETIER, J.C.A.

  
YVES-MARIE MORISSETTE, J.C.A.

  
JULIE DUTIL, J.C.A.

  
MARIE-FRANCE BICH, J.C.A.

  
NICHOLAS KASIRER, J.C.A.

Me Benoît Belleau  
Me Éric Cantin  
DIRECTION GÉNÉRALE DES AFF. JUR. ET LÉGIS.  
Pour l'appelante

Me Christine A. Carron  
Me Gregory Brian Bordan  
NORTON ROSE FULBRIGHT CANADA  
Pour les intimées et l'intervenant Conseil canadien du commerce du détail

Me Stéphane Caron  
GOWLING LAFLEUR HENDERSON S.E.N.C.R.L.  
Pour l'intimée Corporation Guess? Canada

Me François Guay  
SMART & BIGGAR  
Pour l'intervenante International Trademark Association

Date d'audience : 27 avril 2015