

CANADA

PROVINCE DE QUÉBEC
DISTRICT DE MONTRÉAL

COUR SUPÉRIEURE
(Chambre civile)

N° : 500-17-074083-125

PROCUREUR GÉNÉRAL DU QUÉBEC,
ayant un bureau au 1, rue Notre-Dame
Est, bureau 8.00, dans les ville et district
de Montréal, H2Y 1B6

APPELANT (défendeur)

c.

MAGASINS BEST BUY LTÉE, société
dûment constituée sous le régime des lois
du Canada, ayant un établissement
principal au 8800 Glenlyon Parkway, dans
la ville de Burnaby, province de Colombie-
Britannique

et

COSTCO WHOLESALE CANADA LTD.,
société dûment constituée sous le régime
des lois du Canada, ayant un
établissement principal au 415 West Hunt
Club Road, dans la ville d'Ottawa,
province d'Ontario

et

GAP (CANADA) INC., société dûment
constituée sous le régime des lois du
Canada, ayant un établissement principal
au 60 Bloor Street West, Suite 1501, dans
la ville de Toronto, province d'Ontario

et

OLD NAVY (CANADA) INC., société
dûment constituée sous le régime des lois
du Canada, ayant un établissement
principal au 60 Bloor Street West, Suite
1501, dans la ville de Toronto, province
d'Ontario

et

CORPORATION GUESS? CANADA, société dûment constituée sous le régime des lois de la province de la Nouvelle-Écosse, ayant un établissement principal au 1959, Upper Water Street, Suite 900, dans la ville de Halifax, province de la Nouvelle-Écosse B3J 3N2

et

LA COMPAGNIE WAL-MART DU CANADA, société dûment constituée en vertu des lois de la province de la Nouvelle-Écosse, ayant un établissement principal au 1300-1969, Upper Water, St. Purdy's Wharf Tower II dans la ville de Halifax, province de la Nouvelle-Écosse

et

TOYS 'R' US CANADA LTÉE, société dûment constituée en vertu des lois de la province de l'Ontario ayant sa principale place d'affaires au 2777 Langstaff Road, dans la ville de Concord, province de l'Ontario

et

CURVES INTERNATIONAL INC., société dûment constituée en vertu des lois de l'État du Texas des Etats-Unis, ayant son siège au 100 Ritchie Road, dans la ville de Woodway, État du Texas, U.S.A., agissant en son propre nom et au nom de **9226-9794 Québec inc.**, ayant une place d'affaires au 54A, boul. Clairevue Ouest, dans la ville de St-Bruno-de-Montarville, province de Québec, **4039971 Canada inc.**, ayant une place d'affaires au R-690 de Montbrun, dans la ville de Boucherville, province de Québec, **7847220 Canada inc.**, ayant une place d'affaires au 7852

Champlain, dans la ville de Lasalle,
province de Québec

INTIMÉES (demanderesses)

et

**CONSEIL CANADIEN DU COMMERCE
DE DÉTAIL**, une société dûment
constituée sous le régime des lois du
Canada ayant un établissement d'affaires
au 402-6455, rue Jean-Talon Est, dans la
ville de Montréal, province de Québec

et

**INTERNATIONAL TRADEMARK
ASSOCIATION**, société dûment
constituée ayant son siège social au 655,
3rd Ave 10th Floor, dans la ville de New-
York, État de New-York, U.S.A.

Intervenantes

**INSCRIPTION EN APPEL
(ART. 496 C.P.C.)**

1. Le Procureur général du Québec se pourvoi en appel du jugement rendu le 9 avril 2014 sous le n° 500-17-074083-125 par l'honorable juge Michel Yergeau qui accueille la requête pour jugement déclaratoire des intimées selon ses conclusions;
2. Ce jugement a été rendu après une audition d'une durée de trois jours du 21 au 23 octobre 2013;
3. Dans le cadre de cette requête en jugement déclaratoire, le premier juge a été appelé à interpréter les dispositions de la *Charte de la langue française* (ci-après « la Charte ») et du *Règlement sur la langue de commerce et des affaires* (ci-après « le Règlement ») relatives à l'affichage public pour déterminer si en vertu de ces dispositions, les intimées doivent accompagner d'un générique en langue française une marque de commerce rédigée uniquement dans une langue autre que le français lorsqu'elle est affichée publiquement sur la devanture de leurs établissements;

4. Le premier juge résume le cadre factuel de ce litige aux paragraphes 101 et 102 de son jugement ainsi:

[101] Gap, Banana Republic, Future Shop, Costco, Wal-Mart, Guess, Toys "R" Us, Best Buy, Old Navy, pour ne nommer qu'elles : voilà autant de marques de commerce familières aux consommateurs québécois. Elles font partie du paysage commercial du Québec. Pour la majorité d'entre elles, les marques sont utilisées sous licence. On les retrouve sur la devanture de nombreux commerces dispersés à travers le Québec : 17 magasins Best Buy, 29 Future Shop, 18 Costco, 10 Gap, 5 Banana Republic, 6 Old Navy, 21 Guess, 55 Wal-Mart, 14 Toys "R" Us, 40 franchisés Curves. Bref, par le nombre de commerces qu'elles exploitent et par leur force d'attraction auprès de la clientèle, les demanderesses marquent le visage linguistique du Québec. Or, sauf des cas isolés, ces marques, lorsqu'utilisées dans l'affichage en devanture des magasins, le sont uniquement en anglais sans être accompagnées d'une désignation générique en français.

[102] Et même lorsqu'elles sont chapeautées ou accompagnées de termes français, voire d'un slogan commercial de langue française, les demanderesses plaident que c'est-là un choix commercial indépendant d'une obligation légale découlant du paragraphe 27 du *Règlement*. C'est le cas de Walmart Supercentre, de Gap Entrepôt, de Future Shop – Informatique, Electronique, Divertissement, Électroménagers ou de Banana Republic Entrepôt.

[Nos soulèvements]

5. Le Procureur général du Québec soumet respectueusement que l'interprétation du premier juge comporte au moins trois erreurs de droit déterminantes, soit :

1^{re} erreur : Dans son jugement, en particulier aux paragraphes 104, 194 et 248, le premier juge a erré en interprétant les articles 63 et 64 de la Charte ainsi que l'article 27 du Règlement de façon à donner aux termes « nom » et « nom d'une entreprise » le sens restrictif de nom constitutif, c'est-à-dire du nom qui est donné à une personne morale au moment de sa constitution, tel que le prévoit l'article 305 C.c.Q.

6. D'abord, les articles 63 et 64 de la Charte qu'interprète le juge ne sont pas les dispositions habilitantes ou même pertinentes à la détermination des droits et obligations des intimées dans le présent litige puisqu'ils portent sur le nom nécessaire à l'obtention de la personnalité juridique plutôt que sur le « nom » qu'une entreprise utilise dans l'affichage public aux fins de l'application des articles 67 et 68 de la Charte;

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

64. Un nom en langue française est nécessaire à l'obtention de la personnalité juridique.

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.

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.

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.

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.

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.

[Nos soulignements]

7. C'est parce qu'il interprète erronément les articles 63 et 64 de la Charte qui sont relatifs au nom qui est nécessaire à l'obtention de la personnalité juridique (nom constitutif) plutôt que les articles 67, 68 et 58 que le premier juge en arrive à donner une interprétation restrictive aux termes « nom d'une entreprise » et à conclure que la marque de commerce affichée sur la devanture des établissements des intimées ne peut être considérée comme un « nom d'une entreprise »;
8. Le Procureur général du Québec entend démontrer que les termes « nom » et « nom d'une entreprise » aux articles 67 et 68 de la Charte ainsi qu'à l'article 27

du Règlement doivent plutôt recevoir un sens large dans le contexte des règles sur l'affichage public de la *Charte de la langue française*, compatible avec le sens que lui donne le droit civil qui comprend également à l'article 306 C.c.Q. ainsi qu'à l'article 33 de la *Loi sur la publicité légale des entreprises* tout autre nom que son nom constitutif sous lequel une entreprise peut exercer une activité ou s'identifier;

306. La personne morale peut exercer une activité ou s'identifier sous un nom autre que le sien. Elle doit en donner avis au registraire des entreprises en lui produisant une déclaration en ce sens conformément à la Loi sur la publicité légale des entreprises (chapitre P-44.1) et, si elle est un syndicat de copropriétaires, requérir l'inscription d'un tel avis sur le registre foncier.

[Nos soulignements]

2^e erreur : Le premier juge a erré en concluant qu'une marque de commerce ne pourrait être utilisée par une personne morale dans son affichage commercial public comme « nom » pour identifier son entreprise, mais uniquement pour identifier ses services.

9. Bien que par définition les notions de « marque de commerce » et de « nom d'entreprise » sont des concepts distincts, il peut arriver qu'un nom de marque de commerce soit utilisé comme nom d'entreprise dans l'affichage commercial public. C'est précisément le cas lorsque l'entreprise affiche sur la devanture de son établissement un nom de marque de commerce (*trade-mark name*) pour s'identifier auprès du public (au sens de 306 C.c.Q.);
10. Une marque de commerce peut être utilisée en tant que telle pour faire connaître ses biens et services ou pour identifier son entreprise auprès du public auquel cas elle est utilisée comme nom d'entreprise. Selon la jurisprudence en matière de marque de commerce, distinguer si une marque de commerce est utilisée en tant que telle ou comme nom d'entreprise est une question de fait qui dépend de la perception du public au premier regard;
 - *Nightingale Interloc Ltd. c. Prodesign Ltd.*, (1984), 2 C.P.R. (3d) 535
11. Or, il est évident que lorsqu'une marque de commerce est affichée sur la devanture d'un magasin, elle est utilisée en tant que nom pour identifier l'entreprise et la distinguer de ses concurrents. Il s'agit alors de l'affichage d'un « nom d'une entreprise » au sens des articles 67 et 68 de la Charte et de l'article 27 du Règlement;

12. Ainsi, le fait d'invoquer l'application du 4^e paragraphe de l'article 25 du Règlement relatif à la langue des marques de commerce ne dispense aucunement les intimées de respecter l'obligation prévue à l'article 27 de ce même Règlement d'accompagner le nom d'entreprise qu'elles affichent publiquement sur la façade de leurs établissements;
13. Le 4^e paragraphe de l'article 25 du Règlement a pour effet de préserver l'intégrité des marques de commerce puisqu'elles peuvent être rédigées uniquement dans une autre langue que le français;

3^e erreur : Le premier juge a erré en concluant qu'il suffisait d'appliquer le 4^e paragraphe de l'article 25 du Règlement pour régler le litige et en interprétant restrictivement l'article 27 de ce même Règlement de façon à en exclure l'application à l'affichage public d'un nom d'entreprise (paragr. 195 à 210 du jugement).

14. Le Procureur général du Québec entend soutenir :
 - a. qu'il faut tenir compte du contexte global de la *Charte de la langue française* et des dispositions pertinentes aux articles 58, 67 et 68 en matière d'affichage public dont le but est d'assurer la protection du « visage français » du Québec pour interpréter l'article 27 du Règlement et les mots « nom » et « nom d'une entreprise » et lire les dispositions dans leur ensemble en recherchant l'intention du législateur (selon la méthode moderne d'interprétation contextuelle);
 - b. que le sens de « nom » ou le « nom d'une entreprise » dans le cadre des dispositions sur l'affichage public et la publicité commerciale de la Charte n'est pas restreint au nom qui est nécessaire à l'obtention de la personnalité juridique, mais s'applique d'abord et avant tout à tout autre nom qu'une entreprise affiche publiquement notamment sur la devanture de son établissement;
 - c. que le concept de « nom d'entreprise » à l'article 27 du Règlement doit recevoir une interprétation large et libérale conformément aux dispositions habilitantes des articles 67 et 68 de la Charte lesquels s'appliquent en matière d'affichage commercial public;
 - Préambule de la Charte
 - Article 58 de la Charte
 - Article 40 de la *Loi d'interprétation*, RLRQ, chapitre I-16

- d. que le nom d'une entreprise comprend tout autre nom qu'utilise une entreprise pour s'identifier en vertu de l'article 306 C.c.Q. et non seulement son nom constitutif en vertu de l'article 305 C.c.Q.;
- *Pharmascience c. Binet*, [2006] 2 R.C.S. 513, paragr. 32
 - Préambule de la Charte
 - Articles 40 et 41.1 de la *Loi d'interprétation*
- e. que les marques de commerce affichées publiquement sur la devanture des établissements sont en fait utilisées comme nom pour identifier les entreprises aux yeux du public et les distinguer des autres entreprises similaires;
- f. qu'il faut appliquer le 4^e paragraphe de l'article 25 du Règlement non pas comme un élément pris isolément, mais dans l'ensemble des dispositions du Règlement, notamment avec l'article 27 du Règlement et en tenant compte de dispositions habilitantes de la loi (principe de cohérence de la loi);
- g. que l'utilisation des marques de commerce dans l'affichage public d'un nom d'entreprise et l'obligation de les accompagner d'un générique en français en application de l'article 27 du Règlement n'est pas de nature à porter atteinte à l'intégrité de marques de commerce, compte tenu de la protection prévue au 4^e paragraphe de l'article 25 du Règlement;
- h. qu'il faut d'abord interpréter la Charte et le Règlement selon les principes d'interprétation reconnus plutôt qu'à la lumière d'un avis du Conseil de la langue française et de ce que le premier juge a qualifié erronément de pratique administrative passée de l'Office québécois de la langue française;
15. L'appelant demandera à la Cour d'appel de :
- a) **ACCUEILLIR** l'appel;
 - b) **INFIRMER** le jugement de première instance;
 - c) **DÉCLARER** que les marques de commerce affichées publiquement sur la façade des établissements des intimées dans une langue autre que le français sont utilisées en tant que noms d'entreprise au sens de l'article 27 du *Règlement sur la langue de commerce et des affaires* et doivent être accompagnées d'un générique en langue française;
 - d) Le tout avec dépens tant en première instance qu'en appel.

Avis de la présente inscription en appel est donné à :

- M^e Christine A. Carron
M^e Gregory B. Bordan
NORTON ROSE FULBRIGHT CANADA S.E.N.C.R.L., s.r.l.

Procureurs des INTIMÉES (demanderesses),
Magasins Best Buy Ltée, Costco Wholesale Canada Ltd., Gap (Canada)
Inc., Old Navy (Canada) Inc., La Compagnie Wal-Mart du Canada et Toys
"R" Us Canada, Curves International Inc.
et de l'intervenante, Conseil canadien du commerce de détail

- M^e Julie-Martine Loranger
M^e Stéphane Caron
GOWLING LAFLEUR HENDERSON S.E.N.C.R.L.

Procureurs de l'INTIMÉE (demanderesse),
Corporation Guess? Canada

- M^e François Guay
SMART & BIGGAR

Procureurs l'intervenante,
International Trademark Association

Montréal, le 7 mai 2014

Bernard Roy (Justice-Québec)
Bernard, Roy (Justice - Québec)
Procureurs de l'APPELANT (demandeur)

Bernard Roy (Justice-Québec)
COPIE CONFORME