

Centre sportif St-Eustache c. Québec (Procureur général), 2009 QCCS 3307 (CanLII)

L'appelant est propriétaire d'un grand centre sportif à St-Eustache dans lequel sont exploitées diverses entreprises commerciales.

Parmi ces entreprises se trouvent une salle de quilles, dont la raison sociale est « Amusements Bowl-Mat », et un établissement de restauration nommé « Restaurant Oh Daddy ». L'appelant a été reconnu coupable d'avoir laissé ces deux entreprises enfreindre les articles 58 et 205 de la *Charte de la langue française*, qui traitent de la publicité commerciale.

L'utilisation sur le site de l'expression tronquée « Bowl-Mat » sur des affiches n'incluant pas le terme « Amusements » est la seule prétendue violation commise par l'entreprise « Amusements Bowl-Mat ».

Dans le cas de l'établissement de restauration « Restaurant Oh Daddy », on comptait deux prétendues violations : la première, l'expression tronquée « Oh Daddy » sur les écriteaux n'incluant pas le terme « Restaurant » et la seconde, la présence sur les lieux d'une affiche « Oyster Bar ».

En première instance, l'appelant a prétendu que les expressions « Oh Daddy » et « Bowl-Mat » à elles seules, sont des marques de commerce, et en tant que telles sont visées par l'exception à l'alinéa 25(4) du *Règlement sur la langue du commerce et des affaires*.

En ce qui concerne « Amusements Bowl-Mat », l'appelant a aussi fait valoir que le mot « bowl » était une abréviation du mot « bowling », un terme maintenant accepté dans la terminologie de la langue française.

Le tribunal de première instance a conclu que les expressions « Oh Daddy » et « Bowl-Mat » n'étaient pas des marques de commerce reconnues en vertu de la *Loi sur les marques de commerce*.

En ce qui touche la prétention selon laquelle le terme « bowling » est accepté dans la terminologie de la langue française, le tribunal de première instance signale que l'article 159 de la *Charte* confère à l'Office québécois de la langue française le droit de « *définir et conduire la politique québécoise en matière d'officialisation linguistique et de terminologie* ». Le tribunal poursuit en signalant que même si l'Office était déjà disposé à accepter l'expression « salle de bowling », il n'accepte pas le mot « bowling » isolément.

Le tribunal traite d'abord de la partie de l'appel relative au « Restaurant Oh Daddy ». Le tribunal note que l'appelant a admis que l'affiche « Oyster Bar » enfreignait la *Charte* et n'a présenté aucune défense à ce sujet.

Le tribunal se penche maintenant sur la partie de l'appel concernant le dossier « Amusements Bowl-Mat ». Le tribunal traite d'abord de la prétention selon laquelle le mot « bowl » est maintenant un terme accepté dans la terminologie de la langue française.

Le tribunal rejette le raisonnement du juge de première instance. Même si l'Office québécois de la langue française joue un rôle important dans la normalisation des termes français, ses conclusions lient seulement les autorités de l'État.

Le tribunal convient que l'on peut recourir aux dictionnaires pour trancher la question. L'examen de ces sources révèle qu'il est possible de trouver un certain appui à l'argument que le terme « bowling » est entré dans la terminologie de la langue française. Toutefois, le terme en litige dans cette cause est « bowl ». Aucune source consultée n'a pu confirmer que ce terme a fait son apparition dans la terminologie de la langue française.

Le tribunal se penche maintenant sur l'argument concernant l'exception de la marque de commerce.

L'appelant prétend qu'il ne faut pas qu'une marque de commerce soit déposée pour être protégée par la *Loi sur les marques de commerce*. Cela dit, une marque de commerce non déposée peut faire partie des exceptions trouvées à l'alinéa 25(4) des Règlements. Le tribunal en convient.

Toutefois, il y a lieu de retenir la distinction valable établie par le tribunal de première instance entre la marque de commerce et le nom commercial. La *Loi sur les marques de commerce* prévoit la protection des deux, bien que l'exception dans les Règlements s'applique seulement aux marques de commerce. Le tribunal de première instance a jugé que, en se servant de ce nom, l'appelant avait fait usage d'un nom commercial et non d'une marque de commerce.

Puisque le tribunal d'appel convient de la décision du juge de première instance, ce serait suffisant pour rejeter ce motif de l'appel. Toutefois, même si ce tribunal commet une erreur en convenant que l'appelant avait utilisé un nom commercial non visé par l'exception du Règlement, l'appelant n'aurait pas gain de cause sur ce moyen d'appel. Si le nom commercial de l'appelant est aussi une marque de commerce, il s'ensuit que le nom déposé tout entier, « Amusements Bowl-Mat », et non « Bowl-Mat », est une marque de commerce visée par l'exception du Règlement.

Il convient de noter que l'Office avait informé l'appelant qu'il serait conforme à la loi de se servir du nom déposé au complet « Amusements Bowl-Mat ».

Le tribunal rejette l'appel sans dépens.