

## EMBALLAGE ET ÉTIQUETAGE HORTICOLES

# Quelles sont vos obligations linguistiques ?



En tant que détaillant ayant pignon sur rue au Québec, vous avez déjà des obligations linguistiques comme accueillir vos clients en français et afficher une version française de vos produits et services à l'intérieur et à l'extérieur du magasin. Or, de nouveaux articles de la Loi sur l'affichage public entreront en vigueur le 1<sup>er</sup> juin 2025.

Concrètement, **pour l'affichage extérieur**, cela signifie que le texte affiché en français doit avoir, dans l'ensemble, un impact visuel beaucoup plus important que le texte rédigé dans l'autre langue, et ce dans chaque champ visuel et de façon permanente.

**Pour les produits**, les éléments génériques ou descriptifs inclus dans la marque de commerce doivent également figurer en français. Pour chaque produit, cela inclut : son contenant, son emballage ou tout document ou objet qui l'accompagne, **à l'exception du nom de l'entreprise ou du nom du produit tel que commercialisé.**

## Qui est soumis à ces obligations ?

En effet, comment savoir si votre entreprise est sujette aux exigences linguistique ? C'est simple !

Oui, si elle :

- est **établie au Québec.**
- offre des **biens ou des services au Québec**, directement au public ou en en faisant la **promotion.**

## Des cas concrets

Voici quelques questions d'entreprises horticoles au sujet de l'emballage et de l'étiquetage de produits, suivies des réponses :

**QUESTION :** Notre clientèle est majoritairement anglophone. Doit-on mettre des étiquettes en français ?

**RÉPONSE :** Si votre entreprise est établie au Québec, si elle commercialise des biens ou des services sur le territoire du Québec, si elle les offre directement au public ou en fait la promotion : c'est simple, elle doit offrir des contenus en français.

**QUESTION :** Est-ce que la marque déposée d'un produit (ex. Proven Winners) doit être traduite sur les emballages et étiquettes ?

**RÉPONSE :** Non, comme il s'agit d'une marque déposée, il n'est pas obligatoire de la traduire. Toutefois, si un générique ou un descriptif du produit est compris dans une marque de commerce, celui-ci doit figurer en français sur le produit. Des mesures transitoires sont prévues dans ce cas spécifique. Consultez la section Bon à savoir!

**QUESTION :** Nous devons mettre beaucoup d'informations sur une étiquette de 3 x 4 pouces pour nos produits. C'est difficile de mettre les deux langues sur un si petit espace ! Est-ce que nous pouvons mettre une étiquette tout en français et une autre tout en anglais sur des emballages distinctifs, destinés soit à la clientèle francophone, soit à la clientèle anglophone ?

**RÉPONSE :** Non, un détaillant n'a aucune possibilité d'offrir le choix entre français OU anglais. L'étiquetage doit être au moins bilingue (dans la même proportion, 50-50 %, c'est correct). Vous pourriez mettre une étiquette extérieure dans une langue et la description à l'intérieur dans une autre langue. Les deux langues doivent être ensemble sur le produit, et non séparément.

**QUESTION :** J'ai moi aussi ce problème d'étiquetage. Pour y remédier, j'utilise des icônes (c'est international), avec le premier terme en latin, ensuite en français, puis en anglais : c'est plus précis avec le nom latin. Est-ce conforme ?

**RÉPONSE :** Oui, c'est même excellent d'indiquer les trois langues. Vous pourriez aussi utiliser uniquement des icônes. C'est courant en matière de sécurité, par exemple, où un pictogramme ou une image remplacent le texte.

**QUESTION :** Dans chaque pot de plante, on met juste le nom en latin. Le descriptif est situé devant l'ensemble des pots, à la fois en français et en anglais. Est-ce correct ?

**RÉPONSE :** Oui. S'il y a des traductions précises de tel produit, cependant, elles doivent être directement attachées au produit.

## Bon à savoir !

- À compter de juin 2025, toutes vos étiquettes et emballages doivent présenter une version française.
- Quand le client tient le produit entre ses mains, il faut qu'il puisse soit identifier le produit par un pictogramme, soit lire le nom du produit en français ou encore juste en latin (on peut toujours ajouter la description dans une autre langue à l'intérieur).
- Des mesures transitoires sont prévues mais elles ne s'appliquent qu'aux marques de commerce déposées avant le 26 juin 2024 et aux descriptifs inclus dans cette marque.

Par exemple, une marque de commerce anglophone dont un court descriptif est intégré directement dans la marque déposée et pour lequel aucune traduction n'est disponible. Pour cet exemple précis, les produits comportant cette marque avec descriptif non-traduit pourront être écoulés jusqu'au 1<sup>er</sup> juin 2027 à condition qu'ils aient été fabriqués avant le 1<sup>er</sup> juin 2025.

Dans TOUS les autres cas, les dispositions de la loi s'appliquent et des versions françaises doivent être disponibles et visibles.

## À retenir

Votre client a le droit fondamental d'être servi en français.

Il est de plus en plus exigeant quant à ses critères d'achat.

Vos produits doivent donc offrir des inscriptions claires en français.



# Comment répondre aux besoins de vos clients tout en vous conformant à la législation sur les langues officielles ?

## 1. Le produit, le contenant et l'emballage

Dans tous les cas, reprenez la règle générale suivante. Doivent être en français :

- l'inscription sur le produit, y compris son contenant ou emballage (« packaging »);
- ET le document ou l'objet qui l'accompagne (p. ex. sac, mode d'emploi, manuel d'utilisation, certificat de garantie, etc.).

L'inscription peut être rédigée dans une autre langue, pourvu que le français soit présent de façon **au moins aussi évidente**.

Cette règle s'applique également aux produits en ligne sur le site Web d'une entreprise établie au Québec.

Cette règle générale est à suivre si l'inscription est présente :

- sur le produit lui-même;
- sur l'emballage;
- sur le contenant;
- sur l'étiquette;
- sur un article promotionnel.



Inscription unilingue, en français

Inscription bilingue

SOURCE : ACTI-SOL



Illustration : inscription sur l'emballage

ILLUSTRATIONS : QUÉBEC VERT

### Ce que dit la loi :

**Toutes les inscriptions sur les produits de consommation en vente au Québec, que ce soit en gros ou au détail, dans un commerce ou à l'occasion d'une manifestation commerciale, doivent être en français** (source : Charte de la langue française).

Sur les **emballages**, on ne peut pas dire qu'un texte est en français si, pour le comprendre, il faut se reporter à sa version dans une autre langue. Un texte incompréhensible ou illisible peut être considéré comme une infraction à la loi.

Attention ! La loi n'est pas respectée si un message dans une autre langue que le français figure sur deux côtés d'un emballage, alors que le message en français ne figure que sur un seul côté.

Parmi les bonnes pratiques à adopter, si notre fournisseur nous envoie un produit non conforme, on peut **apposer des étiquettes autocollantes sur son emballage** ou **réemballer le produit**, en s'assurant que toutes les inscriptions rédigées dans l'autre langue figurent **en français de manière au moins équivalente**.

Dans le cas où une entreprise a un produit non conforme, elle peut apposer sur son emballage des étiquettes autocollantes ou réemballer le produit, en s'assurant que toutes les inscriptions rédigées dans une autre langue figurent en français de manière au moins équivalente.

## 2. L'inscription sur les étiquettes

Pour les **étiquettes**, l'inscription peut être en une ou plusieurs langues, pourvu que **l'importance accordée au français soit au moins égale à celle des autres langues**.

- Les **étiquettes collées ou attachées** aux produits, et celles accrochées aux outils ou vêtements de jardinage, par exemple, doivent aussi être en français ou avoir une version française.
- Les inscriptions qui figurent sur les étiquettes peuvent être en une ou plusieurs autres langues, pourvu que **l'importance accordée au français soit au moins égale à celle d'une autre langue**.
- Un détaillant ne peut pas offrir au client le choix d'imprimer, soit en français, soit dans une autre langue, sur une étiquette autocollante (p. ex. sur un pot ou un emballage).



L'importance accordée au français doit être au moins égale à celle d'une autre langue.

## Les exceptions

Y a-t-il des **exceptions** concernant les inscriptions sur les emballages, étiquettes et produits ?

**Oui!** Des exceptions existent **selon la nature du produit** et selon le **type d'inscription**.

Par exemple, une exception s'applique pour les **produits culturels ou éducatifs** dont le **contenu est dans une autre langue que le français**, comme les livres, cartes de vœux, agendas ou calendriers. Ou encore, pour les **produits destinés à l'extérieur du Québec** qui sont destinés **exclusivement à l'exportation**, ainsi que les **contenants servant au transport interprovincial ou international de marchandises**.

## Et maintenant... par où commencer ?

En tant qu'entreprise horticole, vous avez avantage à mettre en place des bonnes pratiques en ce qui a trait aux produits que vous offrez au Québec. En voici quelques exemples :

- adoptez une politique d'achat qui exige la conformité des produits à la Charte de la langue française afin d'agir en amont de la chaîne d'approvisionnement. Une telle politique vous permet d'offrir à votre clientèle du Québec et à votre personnel des produits en français;
- mettez en place une procédure de vérification de la conformité à la Charte des produits distribués ou vendus au Québec. Par exemple, vous pourriez nommer au service de la réception des marchandises une ou des personnes responsables de vérifier la conformité linguistique des marchandises;
- dans les contrats d'achat ou les bons de commande, incluez une clause de conformité linguistique des produits;
- dans les appels d'offres, prenez en compte les exigences linguistiques qui s'appliquent au Québec;
- négociez avec vos fournisseurs de l'extérieur du Québec des ententes pour rendre leurs produits offerts au Québec conformes à la Charte. Par exemple, vous pourriez proposer de partager les coûts de traduction des inscriptions, des documents d'accompagnement et des emballages.

Et voilà comment rendre vos produits visibles légalement, c'est-à-dire bien informer vos clients tout en faisant des affaires florissantes! ●

## Références et ressources utiles

- Site Web : [horticultureenfrancais.com]
- Références légales : [www.oqlf.gouv.qc.ca/francisation/entreprises/#reglement](http://www.oqlf.gouv.qc.ca/francisation/entreprises/#reglement)
- Charte de la langue française : [legisquebec.gouv.qc.ca/fr/document/lc/C-11]

En horticulture,  
ça pousse mieux  
en français!



PHOTOS : MAISON DES FLEURS VIVACES