



Les informations suivantes ne sont pas considérées dans l'évaluation de la place accordée au français :

- Les heures d'ouverture, les numéros de téléphone et les adresses postales et électroniques;
- les chiffres et les pourcentages;
- les articles définis (le, la, les), indéfinis (un, une, des) et partitifs (du, de, d', de la, de l', des);
- Les termes lisibles seulement dans un rayon de moins d'un mètre, sauf si c'est aussi le cas de la marque de commerce.

Attention, les génériques, descriptifs, slogans ou mentions doivent répondre à ces critères :

- Pouvoir être vu en permanence;
- Pouvoir être lu dans le même champ visuel que celui visé par l'affichage de la marque de commerce;
- être éclairé, si la marque de commerce l'est.

## Astuces

Concevez, éclairez et situez vos termes français de manière à ce qu'ils soient facilement visibles aux endroits où la marque de commerce l'est!



## Pour aller plus loin !

Plusieurs précisions et exceptions existent quant à l'usage de la langue française en entreprise. Consultez l'ensemble de nos outils pour en savoir plus.

[www.horticultureenfrancais.com](http://www.horticultureenfrancais.com)

Ligne d'information et de référence  
Québec Vert : 450 774-2228

### Outils de l'Office québécois de la langue française

- **Boîte à outils : affichage des marques de commerce**, [www.oqlf.gouv.qc.ca/francisation/entreprises/boite-outils-marques-commerce.html](http://www.oqlf.gouv.qc.ca/francisation/entreprises/boite-outils-marques-commerce.html)
- **Section générale de l'Office québécois de la langue française sur la francisation pour les entreprises**, [www.oqlf.gouv.qc.ca/francisation/entreprises](http://www.oqlf.gouv.qc.ca/francisation/entreprises)
- **Mémo, l'assistant en francisation pour les entreprises**, [www.oqlf.gouv.qc.ca/francisation/entreprises/memo-assistant-francisation/](http://www.oqlf.gouv.qc.ca/francisation/entreprises/memo-assistant-francisation/)
- **Affichage des marques de commerce**, [www.oqlf.gouv.qc.ca/francisation/entreprises/201610\\_guide\\_affichage-marques-commerce.pdf](http://www.oqlf.gouv.qc.ca/francisation/entreprises/201610_guide_affichage-marques-commerce.pdf)
- **Office de la propriété intellectuelle du Canada**, [www.ic.gc.ca](http://www.ic.gc.ca)
- **Boîte à outils pour les marques de commerce**, [www.oqlf.gouv.qc.ca/francisation/entreprises/boite-outils-marques-commerce.html](http://www.oqlf.gouv.qc.ca/francisation/entreprises/boite-outils-marques-commerce.html)

Ce dépliant a été conçu à partir du *Guide des obligations linguistiques en entreprises pour le secteur de l'horticulture ornementale*. Le contenu de ce document est uniquement informatif et n'a pas de valeur légale. Il constitue une amorce d'information quant aux obligations des entreprises du Québec en regard de la Charte de la langue française. Veuillez consulter le site de l'Office québécois de la langue française pour les renseignements les plus à jour.

Document produit dans le cadre du projet *Pour une communauté du végétal et du paysage qui s'affiche en français* réalisé grâce à la contribution financière de l'OQLF.

Un projet de :



Avec la contribution financière de :



[www.quebecvert.com](http://www.quebecvert.com)

En horticulture,  
ça pousse mieux  
en français!



Affichage public  
et publicité  
commerciale

RÉSUMÉ DES OBLIGATIONS LINGUISTIQUES EN ENTREPRISES  
POUR LE SECTEUR DE L'HORTICULTURE ORNEMENTALE



# Le français, ça fait fleurir les affaires!

Au Québec, la Charte de la langue française fait du français notre langue officielle! Notamment, elle vise à faire du français la langue du commerce et des affaires ainsi que la langue normale et habituelle de travail.

## Les normes de l'affichage public dans mon entreprise, c'est pas sorcier!

Au Québec, l'affichage public et la publicité commerciale doivent être en français. Une autre langue peut aussi être présente, pourvu que le français y figure de façon nettement prédominante.

## Qu'est-ce qu'on veut dire par prédominance du français?

Si l'affichage contient des termes ou des messages rédigés dans une autre langue que français, retenez la règle suivante:

**Le texte rédigé en français doit prédominer visuellement.**

Le français est présumé figurer de façon nettement prédominante sur une même affiche lorsque les 3 critères suivants sont respectés:

- 1 L'espace réservé au texte rédigé en français est au moins deux fois plus grand que celui réservé au texte rédigé dans l'autre langue;
- 2 Les caractères utilisés dans le texte rédigé en français sont au moins deux fois plus grands que ceux utilisés dans le texte rédigé dans l'autre langue;
- 3 Le français occupe l'impact visuel le plus important dans l'affichage.



## Une seule exception : la marque de commerce!

La marque de commerce n'est pas concernée par la prédominance du français. Si elle est dans une autre langue que le français, on doit assurer qu'il y a une présence suffisante du français dans l'affichage.

## La marque de commerce, ça peut être...

- Un mot, un son, un dessin ou une combinaison de ceux-ci qui servent à distinguer nos produits et services;
- Une certification qui désigne des produits et services répondant à une norme définie
- Un signe distinctif, qui démontre par la forme et le style d'emballage que des produits sont fabriqués par une personne ou une entreprise précise.

## Dans quelles situations s'applique le règlement\*?

Les normes portent sur l'affichage des marques de commerce à l'extérieur, c'est à dire...:

- A) À l'extérieur de l'immeuble commercial (lié à celui-ci ou fixé sur lui), y compris le toit. Cela inclut les dispositifs d'enseigne en saillie ou perpendiculaire;
- B) À l'extérieur d'un local situé dans l'immeuble ou un plus grand ensemble immobilier (par exemple, un centre commercial ou une galerie marchande, souterraine ou non);
- C) À l'intérieur de l'immeuble ou du local, si l'installation a pour but d'être vue de l'extérieur;
- D) Sur une structure indépendante, comme une borne ou une autre installation, y compris celle de type totem, seulement s'il n'y a pas d'autre affichage extérieur où figure la même marque.

\* Règlement sur la langue du commerce et des affaires

## Assurer une présence suffisante du français dans notre affichage, c'est simple!

Quatre astuces faciles:

1

Ajouter un **générique** en français



2

Afficher un **descriptif**



3

Promouvoir un **slogan** français



4

Inscrire des **mentions** pertinentes

