



Les produits

La règle générale dit que les **inscriptions** sur les produits offerts par les entreprises du Québec, y compris leurs étiquettes, leur emballage, leur mode d'emploi et tout autre document d'accompagnement, **doivent être en français**. Elles peuvent être rédigées dans une autre langue, pourvu que le français soit présent de façon au moins aussi équivalente.

Langue de travail et du commerce

De même, la règle générale dit que **tous les travailleurs ont le droit d'exercer leurs activités en français**. Les documents qui sont produits à l'intention de ceux-ci doivent aussi être rédigés en français (offres de promotion, formulaires de demande d'emploi, conventions collectives, avis, directives, bulletins de paye, etc.) Les entreprises peuvent rédiger ces documents dans une autre langue, pourvu qu'ils soient disponibles en français de façon au moins équivalente.

Les communications orales avec les clients et les fournisseurs devraient aussi être faites en français à moins que ceux-ci exigent explicitement une autre langue.

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

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
- **Section générale de l'Office québécois de la langue française sur la francisation pour les entreprises**
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/
- **Office de la propriété intellectuelle du Canada**
www.ic.gc.ca

Ce dépliant a été conçu à partir du *Guide des normes de l'affichage en français 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  

En horticulture,
ça pousse mieux
en français!



Pour une
communauté
du végétal et
du paysage
qui s'affiche
en français!

RÉSUMÉ DES OBLIGATIONS LINGUISTIQUES EN
ENTREPRISES 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!
Utiliser le français dans le milieu des affaires, ça présente plusieurs avantages économiques.

Entre autres, ça permet de :

1 Mieux servir la clientèle locale

Commercialiser ses produits et services en français vous permet de vous de mieux servir la clientèle locale et de vous démarquer de la concurrence nord-américaine. Alors que l'achat local a le vent dans les voiles, saisissons l'occasion de miser sur la clientèle qui nous entoure !

2 Accroître la productivité du personnel

Adopter le français, c'est aussi gage d'une meilleure productivité de nos employés puisqu'ils comprennent mieux les directives et travaillent ainsi plus efficacement.

Et c'est une obligation ! Travailler au français est un droit au Québec pour tous les travailleurs. En déployant leurs activités en français, les employeurs de notre secteur démontrent leur écoute, leur bienveillance et leur souci de prendre soin de nos employés. De plus, en ayant une langue commune, les nouveaux employés seront plus facilement intégrés.

“ [...] les gens comprennent mieux et plus rapidement ce qu'on attend d'eux et ils travaillent plus vite tout en commettant moins d'erreurs quand ils travaillent dans la langue de leur formation ou dans leur langue maternelle; ils exploitent à leur plein potentiel les ressources mises à leur disposition, notamment les outils informatiques; ils sont plus créatifs, plus attentifs, plus vigilants et ils sont moins stressés. Ils prennent aussi plus d'initiatives. ”

– cmm.ca



3 Être conforme, c'est payant !

Le fait de ne pas respecter ses obligations peut engendrer des plaintes à l'endroit d'une entreprise et éventuellement, mener à des amendes. En étant conforme, on s'assure d'avoir l'esprit tranquille et de respecter sa clientèle et ses employés.

La Charte de la langue française, c'est quoi?

La loi 101 a été adoptée par l'Assemblée nationale du Québec en 1977*. Son objectif? Assurer la qualité et le rayonnement de la langue française. Notamment, elle vise à faire du français la langue du commerce et des affaires ainsi que la langue normale et habituelle de travail.

La Charte réaffirme la volonté des Québécoises et des Québécois de faire du français la langue normale et habituelle de la vie publique, dans sa dimension sociale, culturelle, intellectuelle et économique.

Les obligations linguistiques des entreprises, ça touche à quoi ?

Sans être exhaustif, voici un rapide tour d'horizon des obligations linguistiques des entreprises québécoises en regard de la Charte de la langue française.

L'affichage public et la publicité commerciale

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**.



Internet et les médias sociaux

La Charte a été adoptée avant l'arrivée d'Internet et des médias sociaux, mais ils doivent tout de même en respecter les dispositions. Les différents **articles de la Charte** relatifs à la **langue du travail et à la langue du commerce et des affaires** s'appliquent, quel que soit le moyen de diffusion utilisé. En résumé, la règle générale dit qu'**un site Internet ou média social** utilisé par une entreprise établie au Québec pour commercialiser des biens ou offrir des services au Québec, soit en faisant la promotion de ceux-ci, soit en les offrant au public, **doit être en français**.



*Source educaloqi.qc.ca