

En horticulture, ça pousse mieux en français!

Comment
respecter
les normes de
l'affichage public
dans mon
entreprise ?

1. La prédominance du français

Au Québec, le français doit être **nettement dominant** dans l'affichage public et la publicité commerciale.

La dominance du français, c'est simple! Il y a 3 critères :

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**.

2. Et ma marque de commerce ?

Elle peut être dans une autre langue que le français, tant que le **français est suffisamment présent**. Le texte en français devrait porter sur le secteur d'activité de l'entreprise ou sur ses produits et services.

4 astuces faciles :

1

Ajouter un **générique** en français

2

Afficher un **descriptif** en français

3

Promouvoir un **slogan** français

4

Inscrire des **mentions** pertinentes en français

Une initiative de :

québecvert
La communauté du végétal
et du paysage



Pour plus d'information, consultez le site

horticultureenfrancais.com

Avec la contribution financière de :

Office québécois
de la langue
française

Québec