

# En horticulture, ça pousse mieux *en français!*

GUIDE DES OBLIGATIONS LINGUISTIQUES EN ENTREPRISE  
POUR LE SECTEUR DE L'HORTICULTURE ORNEMENTALE

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



# Les *avantages* de faire des affaires en français

## Le français, langue du commerce et des affaires

Le français est la langue officielle du Québec et c'est aussi la langue préférée des consommateurs, donc de nos clients.

Dans certaines régions du Québec, le maintien du français dans le milieu des affaires connaît pourtant un équilibre fragile. Et si l'utilisation du français présentait des avantages économiques ?



## Trois bonnes raisons de faire des affaires en français

Extrait et inspiré de l'article paru dans le site : [www.ccm.ca/fr/blog-acclr/developpement-d-affaires/trois-avantages-de-travailler-et-de-faire-des-affaires-en-francais/](http://www.ccm.ca/fr/blog-acclr/developpement-d-affaires/trois-avantages-de-travailler-et-de-faire-des-affaires-en-francais/)



**1** **Bâtir une clientèle locale et la retenir**



**2** **Accroître la productivité du personnel**



**3** **Être conforme, c'est payant**



## Mieux servir la clientèle locale et la retenir

**Le français confère un caractère distinctif à la société québécoise. Pourquoi ne pas en tirer profit ? Alors que l'achat local a le vent dans les voiles, miser sur le renforcement d'une clientèle de proximité est une excellente stratégie.**

La commercialisation de nos produits et services en français nous permet aussi de mieux servir notre clientèle locale en nous démarquant de la concurrence canadienne hors Québec et nord-américaine.

Que ce soit par l'affichage, notre site Internet et nos médias sociaux, nos communications en français ont une incidence positive sur notre image auprès des clientèles locales, en plus de rendre nos produits et services plus accessibles dans leur langue de préférence.

En effet, la langue officielle du Québec est aussi la langue préférée des consommateurs. Seriez-vous surpris d'apprendre qu'environ 70 % de la clientèle de la RMR de Montréal préfère le français comme langue d'accueil ? <sup>2</sup>

De plus, l'utilisation d'un français de qualité dans nos messages crée un lien de confiance en démontrant notre professionnalisme.

*Utiliser le français comme langue des affaires en horticulture ornementale, c'est stratégique !*

C'est :

- acquérir des clientèles de proximité;
- développer + consolider une image positive et professionnelle;
- se démarquer de la concurrence anglophone en répondant mieux aux besoins des Québécois;
- rendre nos produits plus accessibles;
- créer un lien de confiance.

Source : Langue d'accueil et langue de service dans les commerces de la RMR de Montréal en 2018 (gouv.qc.ca)



## Accroître la productivité du personnel

La productivité du personnel, ça s'entretient aussi ! En adoptant le français, nous pouvons espérer une meilleure productivité de nos employés. Qui dit productivité, dit aussi rentabilité !

Dans le guide des *Bonnes pratiques linguistiques dans les entreprises*, on découvre que travailler dans la langue dans laquelle on a été formé – notre langue maternelle – assure des gains de productivité.

De plus, avec le français comme langue commune, vos nouveaux employés seront plus facilement intégrés au sein de votre entreprise et dans la société.

Enfin, adopter le français langue maternelle sur le milieu de travail favorise la rétention du personnel : celui-ci se sent alors « rejoint » dans sa culture. Par cet effort de déployer les activités en français, l'employeur démontre son écoute, sa bienveillance, qu'il prend soin des besoins de ses employés. Voir le Guide de Québec Vert–Langue de travail.

*Pour résumer, l'usage de la langue des travailleurs assure :*

- un meilleur rendement;
- des produits de meilleure qualité;
- une meilleure relation avec les clients et les fournisseurs.

“ [...] 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. ”

– ccmm.ca

# 3



## Être conforme, c'est payant !

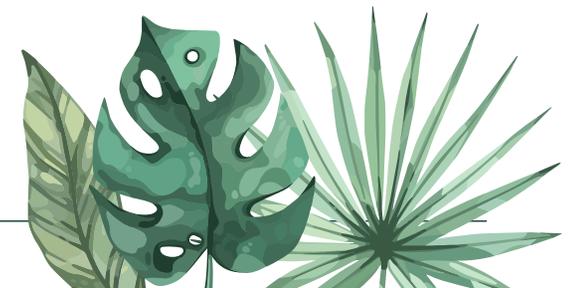
La Charte de la langue française comporte des dispositions en matière de langue du travail, du commerce et des affaires qui s'appliquent à toute entreprise faisant des affaires au Québec, peu importe sa taille.

Précisément, l'Office québécois de la langue française révèle que 70% des plaintes reçues visent des entreprises employant moins de 50 personnes. Ainsi, en nous conformant aux règlements linguistiques, nous nous assurons une tranquillité d'esprit.

Les obligations linguistiques des entreprises sont parfois méconnues. Le non respect des obligations linguistiques pourraient entraîner des plaintes et, éventuellement, des amendes coûteuses pour notre réputation.

*Se conformer à la Charte, c'est :*

- se bâtir une bonne réputation;
- gagner temps et énergie en évitant des frais (amendes) et la gestion des plaintes;
- s'assurer une tranquillité d'esprit.



# Rappel de l'esprit de la Charte de la langue française



## Les motivations à la source de la Charte

La situation de la langue française en Amérique du Nord reste précaire et doit faire l'objet d'une vigilance constante. C'est pourquoi, à partir de la fin des années 1960, les gouvernements québécois successifs ont choisi de doter le Québec d'une loi pour la protéger.

La pièce maîtresse de cette loi linguistique est la Charte de la langue française, **aussi appelée « loi 101 »**, adoptée par l'Assemblée nationale du Québec en 1977\*. Elle avait pour **but** d'assurer la qualité et le rayonnement de la langue française. Elle fait du français la langue de l'État, de l'enseignement, du commerce et des affaires ainsi que la langue normale et habituelle du travail.

\*Source : [educaloi.qc.ca](http://educaloi.qc.ca)

## Les progrès accomplis

Un règlement rendait déjà obligatoire l'usage du français dans l'étiquetage des produits agricoles en 1967. La Charte a évolué au fil des ans pour s'adapter à nos réalités.

Aujourd'hui, on constate les progrès suivants :

- L'affichage public et commercial a en partie retrouvé un visage plus français, notamment à Montréal.
- Les consommateurs francophones obtiennent davantage de services dans leur langue.
- Les écarts de revenus et de statuts, autrefois défavorables aux francophones, se sont atténués.
- L'usage du français s'est accru chez les travailleurs et dans la vie des entreprises.



*Ça poussera mieux en français si...*

- On offre aux consommateurs francophones des biens et services dans leur langue;
- On maintient l'usage du français dans la vie de l'entreprise.

Malgré ces avancées, des progrès importants doivent encore être réalisés pour que le français demeure la langue habituelle des communications publiques au Québec.

En effet, des pressions s'exercent quotidiennement sur la langue française dans notre province, surtout dans le contexte de la mondialisation de l'économie où règnent les nouvelles technologies de l'information et des communications. C'est pourquoi la politique linguistique québécoise est un outil mis à notre disposition qui garde toute sa pertinence.

## Ce que dit la Charte

**La Charte confère au français le statut de langue officielle du Québec.**

De plus, elle énonce des droits linguistiques fondamentaux (articles 2 à 6) :

- Toute personne a le droit que communiquent en français avec elle l'Administration, les services de santé et les services sociaux, les entreprises d'utilité publique, les ordres professionnels, les associations de salariés et les diverses entreprises exerçant au Québec.
- En assemblée délibérante, toute personne a le droit de s'exprimer en français.
- Toute personne admissible à l'enseignement au Québec a droit de recevoir cet enseignement en français.
- Les travailleurs ont le droit d'exercer leurs activités en français.
- Les consommateurs de biens ou de services ont le droit d'être informés et servis en français.

# Pour aller plus loin...

## Liens généraux :

- **Page de Québec Vert dédiée à la francisation :**  
[www.horticultureenfrancais.com](http://www.horticultureenfrancais.com)
- **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/)
- **Liens spécifiques à la thématique « Affichage public et publicité commerciale » :**  
[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)
- **Vidéo de 3'39 de l'Office québécois de la langue française :** « Affichage des marques de commerce : votre affichage est-il conforme ? »  
[www.youtube.com/watch?v=LMQluBfGrDQ](http://www.youtube.com/watch?v=LMQluBfGrDQ)

## Autres sources consultées pour les besoins de ce Guide :

- [www.cslf.gouv.qc.ca/vivre-en-francais-au-quebec/politique-linguistique-et-charte-de-la-langue-francaise/](http://www.cslf.gouv.qc.ca/vivre-en-francais-au-quebec/politique-linguistique-et-charte-de-la-langue-francaise/)
- [www.ccm.ca/fr/blog-acclr/developpement-d-affaires/trois-avantages-de-travailler-et-de-faire-des-affaires-en-francais/](http://www.ccm.ca/fr/blog-acclr/developpement-d-affaires/trois-avantages-de-travailler-et-de-faire-des-affaires-en-francais/)

Un projet de :



3230 rue Sicotte, local E-300 Ouest  
Saint-Hyacinthe, Québec J2S 2M2  
T. 450 774-2228

[horticultureenfrancais@quebecvert.com](mailto:horticultureenfrancais@quebecvert.com)

Le contenu de ce document est uniquement informatif et n'a pas de valeur légale. Veuillez consulter le site de l'Office québécois de la langue française pour les renseignements les plus à jour.

En horticulture,  
ça pousse mieux  
*en français!*

Avec la contribution financière de :

Office québécois  
de la langue  
française

Québec