

# Médias sociaux



## **Votre entreprise utilise des médias sociaux pour se faire connaître ou pour faire connaître ses produits ou ses services au Québec?**

Depuis le 1<sup>er</sup> juin 2022, le droit des consommatrices et consommateurs d'être informés et servis en français a été renforcé.



Voici ce qu'il y a à savoir sur les principales règles applicables aux publications sur les médias sociaux.

### **Important**

Les renseignements contenus dans ce document ne constituent pas une interprétation juridique de la *Charte de la langue française* et de ses règlements et n'ont pas force de loi.

En cas de divergence entre ce document et la *Charte* ou ses règlements, les textes législatif et réglementaires publiés à la *Gazette officielle du Québec* prévalent.

# Les publications commerciales sur les médias sociaux

---

La *Charte de la langue française* prévoit que toutes les publications commerciales diffusées par une entreprise au sujet de produits ou de services destinés au marché québécois doivent être en français. Ainsi, les publications sur un média social, y compris les vidéos, les textes insérés dans une image ainsi que tout autre contenu – que celui-ci soit permanent ou éphémère –, doivent être en français.

L'entreprise doit également s'assurer que les informations ou les documents qu'elle diffuse sur ses comptes de médias sociaux sont en français, et ce, même s'ils proviennent d'un tiers. En effet, la responsabilité de diffuser du contenu en français appartient à celui ou à celle qui rend disponible du contenu au public.

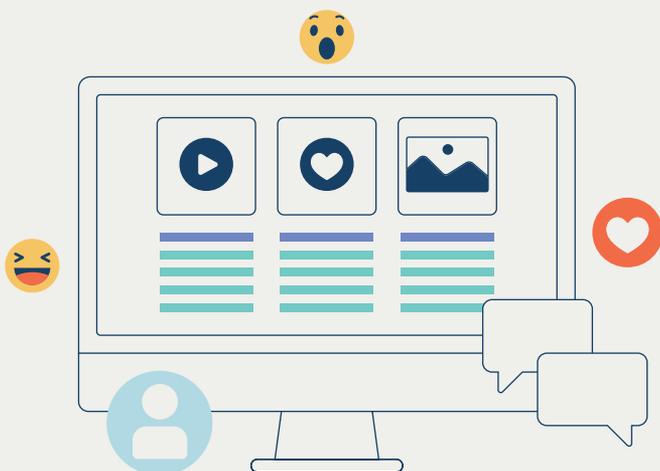
Si les publications sont aussi diffusées dans une autre langue que le français, la version française doit être au moins équivalente à la version dans cette autre langue. La version française doit également être accessible dans des conditions au moins aussi favorables.

# Qu'entend-on par conditions au moins aussi favorables?

---

Cela signifie que le consommateur ou la consommatrice ne doit pas avoir à fournir un effort additionnel ou à effectuer une manipulation supplémentaire pour accéder à la version française des publications sur un média social : il ou elle doit y avoir accès sans devoir modifier les paramètres de son compte de média social ou du support utilisé (ordinateur, tablette ou téléphone intelligent). Si les paramètres doivent être modifiés, cela veut dire que la version française n'est pas accessible dans des conditions aussi favorables que la version dans une autre langue.

Une entreprise peut avoir deux versions d'un même compte de média social, par exemple une version en anglais et une version en français d'un même compte Facebook. Dans ce cas, l'entreprise doit s'assurer que tout contenu publié dans la version anglaise de son compte est publié simultanément en français dans la version française de ce dernier.



# Exceptions

---

Une publication peut demeurer uniquement dans une autre langue que le français si elle :

- s'adresse exclusivement à des personnes appartenant à un même groupe ethnique;
- porte sur un produit culturel ou éducatif dans cette autre langue;
- concerne un congrès, un colloque, une foire ou une exposition qui est destiné uniquement à un public spécialisé, restreint ou venant de l'extérieur du Québec, et dont le contenu est dans cette autre langue;
- consiste en un message de type religieux, politique, idéologique ou humanitaire, pourvu que ce message ne soit pas à but lucratif.

Une marque de commerce qui est dans une autre langue que le français et qui est reconnue au sens de la *Loi sur les marques de commerce* peut être utilisée dans les publications commerciales d'une entreprise, sauf si une version française de la marque de commerce existe. Dans un tel cas, la version française de la marque de commerce doit également figurer dans ces publications.

# Les interactions avec le public

---

Les commentaires publiés par les consommateurs et consommatrices sur les comptes de médias sociaux d'une entreprise peuvent être rédigés dans la langue de leur choix. De plus, l'entreprise peut répondre aux commentaires du public dans la langue dans laquelle ceux-ci ont été rédigés. Toutefois, elle doit répondre en français à un ou une internaute qui a communiqué avec elle dans cette langue.

---

**En utilisant le français dans leur documentation commerciale, les entreprises s'assurent d'être bien comprises et démontrent leur engagement envers leur clientèle du Québec.**



# Guides et outils

L'Office québécois de la langue française propose des outils d'information pour aider les entreprises à mieux comprendre leurs obligations à l'égard de la *Charte de la langue française*. Visitez la page [www.oqlf.gouv.qc.ca/francisation/entreprises](http://www.oqlf.gouv.qc.ca/francisation/entreprises) pour les consulter.



## Guide sur les contrats d'adhésion



## Guide sur les marques de commerce sur les produits



## Guide sur l'affichage des marques de commerce et des noms d'entreprises

# Nous joindre

---

L'Office québécois de la langue française accompagne les entreprises de manière personnalisée à chacune des étapes de leur démarche de francisation. Il mise sur la collaboration avec les entreprises et tient compte de leurs particularités pour les aider à atteindre leurs objectifs et à faire des affaires en français.

**Pour joindre l'Office québécois de la langue française :**

**Formulaire *Nous joindre***

Téléphone : 514 873-6565

ou, sans frais, 1 888 873-6202 (partout au Québec)

**Pour obtenir tout renseignement sur la *Charte de la langue française* ou sur l'Office :**

**[www.oqlf.gouv.qc.ca](http://www.oqlf.gouv.qc.ca)**