

De : [Trudel Nicolas](#)

A : [REDACTED]

Objet : Rectification demandée au [REDACTED]

Date : [REDACTED]

Pièces jointes : [image001.png](#)

[image002.png](#)

[image003.png](#)

[image004.png](#)

Bonjour [REDACTED]

Il semblerait que [REDACTED] ont parlé de ce sujet plus tôt dans leur émission : [REDACTED]

Pour information, voici un échange [REDACTED]. Bon nombre d'informations dans son article étaient fausses et non vérifiées au préalable avec l'Office.

Merci et bonne journée,

Nicolas Trudel

Directeur des communications

Direction des communications
Office québécois de la langue française
276, rue Saint-Jacques, bureau 400
Montréal (Québec) H2Y 1N3
oqlf.gouv.qc.ca

Suivez-nous sur



De : Trudel Nicolas

Envoyé : [REDACTED]

À : [REDACTED]

Cc : [REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]

Objet : RE: [REDACTED] demande

Bonjour,

À la lecture de votre article de ce matin, nous déplorons un manque de nuance et de rigueur. Certaines informations erronées auraient eu avantage à être vérifiées auprès de nous.

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

La prédominance n'est pas exigée pour les inscriptions sur les produits, mais l'équivalence. Les entreprises qui offrent des produits en vente au Québec doivent s'assurer que les inscriptions qui se trouvent sur le produit, sur son contenant ou sur son emballage ainsi que sur un document ou un objet qui l'accompagne sont en français. Cette règle s'applique autant pour les produits destinés à la vente en gros que pour ceux destinés à la vente au détail. Les inscriptions sur les produits peuvent être à la fois en français et dans une autre langue, à la condition qu'aucune inscription dans une autre langue ne soit plus visible, plus grande ou plus fréquente que celle qui est rédigée en français. De plus, l'inscription en français sur les produits doit être accessible dans des conditions au moins aussi favorables. L'article 51 existe depuis 1977 et les nouvelles dispositions qui sont entrées en vigueur le 1^{er} juin 2025 n'y ont rien changé.

La Charte a pour objectif, notamment en matière de conformité des produits, de garantir au consommateur québécois l'accès à des produits et services en français, en protégeant ainsi son droit fondamental d'être servi dans sa langue.

Lorsque des produits commercialisés au Québec ne respectent pas ces exigences, l'Office intervient en demandant aux entreprises concernées de mettre en œuvre des mesures correctives. Il les accompagne dans ce processus, en leur offrant la possibilité d'échelonner les délais de mise en conformité, afin de favoriser l'adoption de solutions durables répondant aux exigences de la Charte.

[REDACTED]

[REDACTED]

Les entreprises doivent entreprendre une démarche de francisation, qui comprend une analyse de la situation linguistique.

Dans les trois mois suivant la date de délivrance de l'attestation d'inscription, l'entreprise évalue la situation de l'utilisation du français dans le cadre de son fonctionnement général ainsi que dans ses communications internes et externes, et elle transmet les renseignements pertinents à l'Office. Si, après avoir examiné l'analyse de la situation linguistique de l'entreprise, l'Office estime que l'utilisation du français est généralisée à tous les niveaux de celle-ci, il lui délivre un certificat de francisation. L'entreprise devra ensuite assurer la permanence de l'utilisation du français. Si, au contraire, l'Office estime que l'utilisation du français n'est pas généralisée dans l'entreprise, il l'avise qu'elle doit élaborer et adopter un programme de francisation. Ce programme de francisation vise à identifier les mesures correctives qu'une entreprise doit adopter pour se conformer aux exigences légales,

notamment en matière de langue de travail et de droit d'être servi en français. Cela comprend, entre autres, l'affichage en français sur les emballages des produits, la disponibilité de manuels d'utilisation en français, ainsi que l'émission de factures rédigées en français.

L'Office accompagne les entreprises tout au long de cette démarche. D'ailleurs, cet accompagnement a permis à des milliers d'entreprises installées au Québec d'obtenir leur certificat de francisation. Les deux tiers d'entre elles l'ont obtenu sans avoir à mettre en œuvre un programme de francisation.

Toutes les entreprises, peu importe leur taille, ont des obligations en ce qui concerne la langue du travail ainsi que la langue du commerce et des affaires. Elles ont notamment l'obligation de respecter le droit fondamental des travailleurs et travailleuses d'exercer leurs activités en français. Elles sont aussi tenues de respecter le droit des consommateurs et consommatrices de biens et de services d'être informés et servis en français. C'est dans la Charte depuis 1977.

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

L'Office tient compte dans son analyse des particularités des entreprises, notamment, en ce qui concerne son secteur d'activité ainsi que de ses relations avec l'étranger.

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

Lorsqu'une entreprise est appelée à mettre en œuvre des mesures de correction, un dialogue est engagé avec l'Office afin d'identifier des solutions viables, conformes aux exigences de la Charte de la langue française. L'Office s'appuie sur les dispositions de la Charte ainsi que sur ses règlements pour procéder à une analyse de la situation linguistique de l'entreprise, en tenant compte de ses réalités opérationnelles et sectorielles.

[REDACTED]

[REDACTED]

Le programme de francisation permet de mettre en place des mesures de correction tout en tenant compte de la complexité des ajustements à réaliser leur permettant de respecter les exigences linguistiques de manière progressive et réaliste, en fonction de leurs capacités et de leur contexte opérationnel.

Nous déplorons l'angle que vous avez choisi d'adopter [REDACTED]
[REDACTED] Il est désolant que vous ayez choisi d'ignorer la plupart des informations que nous vous avons fournies hier et que vos questions n'allaient pas dans le sens de l'angle que vous aviez en tête.

Des corrections à l'article seraient pertinentes et justifiées.

Merci,

Nicolas Trudel
Directeur des communications

Direction des communications
Office québécois de la langue française
276, rue Saint-Jacques, bureau 400
Montréal (Québec) H2Y 1N3

oqlf.gouv.qc.ca

Suivez-nous sur



De : Porte-Parole

Envoyé : 10 septembre 2025 16:26

À : [REDACTED]

Objet : RE: [REDACTED] - demande

Bonjour,

Voici donc quelques informations générales au sujet de l'inscription à l'Office des entreprises de 25 à 49 personnes.

Quelques données

La nouvelle obligation d'inscription touche entre 12 000 et 14 000 entreprises. Au 31 août 2025, près de la moitié de ces entreprises étaient déjà inscrites, ce qui témoigne de leur mobilisation.

L'Office continue d'inviter les entreprises de 25 à 49 personnes qui ne se sont pas encore inscrites à entamer dès maintenant une démarche de francisation. À l'automne 2025, il fera parvenir des demandes d'inscription aux entreprises visées non inscrites.

Démarche de francisation

La durée de la démarche de francisation est variable en fonction de la situation particulière de chaque entreprise.

Pour alléger la charge administrative des petites entreprises et mieux répondre à leurs besoins, l'Office a entrepris la transformation de son modèle d'affaires. Cette transformation inclut, entre autres, des formulaires allégés et une démarche de francisation modernisée offrant deux parcours : l'un simplifié, pour les entreprises de moins de 100 personnes au sein desquelles il n'y a pas d'enjeux linguistiques, et l'autre, standard, pour les autres entreprises.

Actions déployées par l'Office

L'Office a mis en place en 2024-2025 un plan d'action pour favoriser l'inscription de ces entreprises. En plus de transmettre des lettres à toutes les entreprises employant de 25 à 49 personnes pour les encourager à s'inscrire sans tarder, l'Office a mené plusieurs actions de communication pour les joindre. Du 6 mai au 2 juin 2024, l'Office a diffusé une campagne publicitaire radio intitulée *Charles est fier de faire des affaires en français* de même que des publicités sur divers sites Web, sur Spotify et sur LinkedIn, et a transmis des communications aux relayeurs d'information du milieu des affaires. Cette campagne a également été rediffusée à compter du 10 mars 2025. L'Office a aussi produit un balado qui s'intitule *Le français au travail : le bon réflexe* et qui compte quatre épisodes, accessibles sur plusieurs plateformes. Les épisodes portent sur les communications internes, les communications externes, les outils de travail et l'affichage public. En plus des différentes actions qu'il a mises en œuvre, l'Office a soutenu financièrement 12 projets de partenariat ayant pour but d'informer les entreprises de leurs obligations et a invité ses grands partenaires à relayer l'information dans leurs réseaux. La variété des moyens qu'a déployés l'Office pour joindre ces entreprises a amené un bon nombre d'entre elles à s'inscrire avant la date d'entrée en vigueur de la nouvelle obligation.

Bonne fin de journée,

Nicolas Trudel

Directeur des communications

Direction des communications
Office québécois de la langue française
276, rue Saint-Jacques, bureau 400
Montréal (Québec) H2Y 1N3
oqlf.gouv.qc.ca

Suivez-nous sur



De : [REDACTED]

Envoyé : 10 septembre 2025 10:25

À : Porte-Parole <porteparole@oqlf.gouv.qc.ca>

Objet : [REDACTED] - demande

Bonjour,

Nous venons de franchir les 100 jours des nouvelles règles de la loi 96.

Mon angle, pour un article publié demain, sera les PME de 25 à 49 employés et leur francisation.

1. Combien de PME se sont inscrites en 100 jours?
2. Combien d'entreprises l'OQLF accompagne-t-elle présentement dans le processus d'audit linguistique et d'analyse?
3. Combien d'entreprises sont en attente du processus?
4. Quelle est le délai moyen d'attente?

Mon heure de tombée est à 15h aujourd'hui. SVP me confirmer réception et me diriger vers le bon porte-parole.

--

[REDACTED]