

## Traitement des dossiers par les conseillers – Grandes artères commerciales 2025

Ci-dessous, vous trouverez la marche à suivre afin de pouvoir traiter les dossiers qui vous seront assignés provenant du mandat des grandes artères commerciales. Ce traitement, pourra être modifié et bonifié au besoin au fil des différentes artères qui seront inspectées chaque année.

- Pour commencer, vous devez vérifier au PLT ainsi qu'au SDFT vos entreprises afin de savoir s'il existe un dossier en cours de traitement pour votre entreprise ou un dossier fermé au PLT pour la même contravention que celle qui est inscrite dans votre tableau.
- Vous pourrez ensuite procéder avec l'ouverture de vos dossiers au SOS pour chacune des entreprises qui vous ont été assigné. Dans le cas où vous avez une non-conformité pour une entreprise pour la langue de service, et pour une facture ou un terminal de paiement et pour l'affichage, vous devez ouvrir un dossier pour chaque contravention au SOS. Donc un dossier pour langue de service et un dossier pour facture + terminal de paiement et un dossier pour l'affichage. Dans le cas où il s'agit d'un manquement concernant une facture et un terminal de paiement, un seul dossier pourra être ouvert.
- Pour un dossier qui est en francisation, vous devrez envoyer le **courriel-type** au conseiller et lui indiquer, selon le type de dossier, la contravention relevée. Le document intitulé « Exemple courriel à envoyer à la francisation (gabarit), se retrouve dans le répertoire Sharpoint du mandat 2025 ». Vous devez également lui laisser la possibilité de prendre en charge le dossier et de le traiter à sa guise (pas d'obligation d'envoyer notre lettre). Cependant, dans le courriel vous devrez lui laisser un délai clair de 10 jours et en l'absence de réponse de sa part, vous pourrez poursuivre le traitement au MOS.
- Pour le PLT, advenant un dossier ouvert et assigné pour la même contravention, vous pourrez écrire au conseiller et lui mentionner, mais nous ne ferons pas d'intervention au MOS. Advenant un dossier fermé, regardez s'il s'agit des mêmes articles de loi visées et quelle lettre fut envoyée (incitative, avertissement). Cela vous permettra de savoir laquelle envoyer au MOS selon le type d'intervention dépendamment du type de contravention relevée (facture, terminal de paiement et/ou langue de service).

### Langue de service

- S'il y a présence d'un dossier au PLT : vérifier quel type de lettre a été envoyé au PLT. Si elle est incitative, on envoie une lettre d'avertissement et si c'est une lettre d'avertissement aux plaintes, on envoie une lettre d'intervention classique et on poursuit avec le processus régulier de traitement au MOS. À noter : la plainte fermée pour le même motif doit avoir été fermée il y a 12 mois ou moins.
- S'il n'y a aucun dossier au PLT : une lettre langue de service incitative sera envoyée et à la suite de l'envoi de cette lettre incitative, on ferme le dossier.
  - Lettre incitative art. 50.2
  - Lettre d'avertissement (si lettre incitative déjà envoyé au PLT ou lettre d'avertissement)

#### Factures / Appareils de paiement partiel (dossiers partiellement non conformes)

- Un dossier partiellement non conforme aurait quelques mots en anglais sur une facture ou sur le terminal de paiement. La grande majorité de la facture ou du terminal est bel et bien en français et conforme. Une lettre incitative sera envoyée si la facture ou l'appareil est partiellement dans une autre langue que le français (quelques mots). Si vous avez un doute concernant si c'est partiel ou non conforme, on en discute en groupe à la réunion d'équipe. À la suite de l'envoi de la lettre incitative, on ferme le dossier.
- Lettre incitative art. 57 et/ou 21

#### Factures / Appareils de paiement non conformes

- Une lettre normale sera envoyée si la facture et/ou l'appareil de paiement est non conforme. Nous irons jusqu'à lettre d'avertissement et ferons un traitement régulier au MOS. S'il y avait une plainte fermée pour le même motif, on passe à la lettre d'avertissement. À noter : la plainte fermée pour le même motif doit avoir été fermée il y a 12 mois ou moins.
- Lettre normale suivi 30 jours art. 57 et/ou 21
- Lettre d'avertissement art. 57 et/ou 21

#### Affichage extérieur

- Si l'affichage du nom de l'entreprise ou de la MC est non conforme, une lettre pour le traitement régulier sera envoyée. Un délai plus long sera octroyé compte tenu de l'entrée en vigueur du nouveau Règlement au 1<sup>er</sup> juin 2025. L'affichage devra être conforme en lien avec les nouvelles dispositions à compter du 1<sup>er</sup> juin 2025. Une deuxième inspection pour ce manquement sera faite après cette date. Toutefois, si l'affichage ne touche pas le nom d'entreprise ou de la MC, le dossier sera traité comme d'habitude et des corrections seront demandées selon les lois actuelles.

#### Tableau Excel

- S'il vous plaît, consigner vos avancements dans vos dossiers respectifs au SOS ainsi que dans le fichier Excel avec les colonnes à compléter de façon hebdomadaire (Fichier Excel : colonne A pour le numéro de dossier au SOS ainsi que la colonne AA et les suivantes).
- Pour rechercher vos photos : vous devez vous rendre dans le fichier photos du dossier Grandes artères commerciales, ensuite vous devrez copier-coller le numéro ID interne et ajouter un astérisque \* à la fin de celui-ci. Vous devez également vérifier si vous avez plus d'une photo par dossier (voir les colonnes T et X s'il y a plus d'un "image.jpg"). Dans le cas où il y aurait plus d'une photo dans ces colonnes, vous devrez ajouter manuellement un "1", "2", "3", "4", etc., devant le numéro d'ID interne.

#### Exemple :

DIR-DPLF

Groupe privé | Teams Restreint

1132 MOS-Mandats > Grandes artères commerciales 2024-25 > Quartier latin > Fichiers photos

| Nom                   | Modifié          | Modifié par            | Fermeture | Taille du fichier |
|-----------------------|------------------|------------------------|-----------|-------------------|
| Affichage             | mercredi à 11:11 | Pluviose William       |           | 0 éléments        |
| Factures              | mercredi à 11:11 | Pluviose William       |           | 0 éléments        |
| Langue de service     | Il y a 5 minutes | Castro-Machado Glaubia |           | 0 éléments        |
| Terminaux de paiement | mercredi à 11:11 | Pluviose William       |           | 0 éléments        |

## Annexe

### Articles de la *Charte de la langue française*

**50.2.** L'entreprise qui offre au consommateur des biens ou des services doit respecter son droit d'être informé et servi en français.

L'entreprise qui offre à un public autre que des consommateurs des biens et des services doit l'informer et le servir en français.

**57.** Les factures, les reçus, les quittances et les autres documents de même nature sont rédigés en français.

Nul ne peut transmettre un tel document dans une autre langue que le français lorsque sa version française n'est pas accessible au destinataire dans des conditions au moins aussi favorables.

**58.** L'affichage public et la publicité commerciale doivent se faire en français.

Ils peuvent également être faits à la fois en français et dans une autre langue pourvu que le français y figure de façon nettement prédominante.

Toutefois, le gouvernement peut déterminer, par règlement, les lieux, les cas, les conditions ou les circonstances où l'affichage public et la publicité commerciale doivent se faire uniquement en français ou peuvent se faire sans prédominance du français ou uniquement dans une autre langue.

**68.** Le nom de l'entreprise peut être assorti d'une version dans une autre langue que le français pourvu que, dans son utilisation, le nom de langue française figure de façon au moins aussi évidente.

Toutefois, dans l’affichage public et la publicité commerciale, l’utilisation d’un nom dans une autre langue que le français est permise dans la mesure où cette autre langue peut, en application de l’article 58 et des règlements édictés en vertu de cet article, être utilisée dans cet affichage ou cette publicité.

En outre, dans les textes ou documents rédigés uniquement dans une autre langue que le français, un nom peut apparaître uniquement dans l’autre langue.

#### ***Article du Règlement sur la langue du commerce et des affaires***

**21.** L’affichage public du mode d’utilisation d’un appareil installé en permanence dans un lieu public peut être fait à la fois en français et dans une autre langue, pourvu que le français y figure de façon au moins aussi évidente.

D. 1756-93, a. 21.

#### ***Articles de la Charte de la langue française***

##### ***En vigueur à compter du 1<sup>er</sup> juin 2025***

**58.1.** Malgré l’article 58, dans l’affichage public et la publicité commerciale, une marque de commerce peut être rédigée, même en partie, uniquement dans une autre langue que le français, lorsque, à la fois, elle est une marque de commerce déposée au sens de la Loi sur les marques de commerce (L.R.C. 1985, c. T-13) et qu’aucune version correspondante en français ne se trouve au registre tenu selon cette loi.

Toutefois, dans l’affichage public visible depuis l’extérieur d’un local, le français doit figurer de façon nettement prédominante, lorsqu’une telle marque y figure dans une telle autre langue.

**68.1.** Dans l’affichage public visible depuis l’extérieur d’un local, le français doit figurer de façon nettement prédominante, lorsqu’y figure le nom d’une entreprise qui, en vertu de l’article 67, comporte une expression tirée d’une autre langue que le français, même si cet affichage est par ailleurs conforme au deuxième alinéa de l’article 68.

#### ***Article du Règlement sur la langue du commerce et des affaires***

##### ***En vigueur à compter du 1<sup>er</sup> juin 2025***

**25.1** Lorsqu’aucune version correspondante en français ne se trouve au registre tenu selon la Loi sur les marques de commerce (L.R.C. 1985, c. T-13), une marque de commerce reconnue au sens de cette loi, autre que celle visée par l’article 58.1 de la Charte de la langue française (chapitre C-11), tel qu’édicté par l’article 48 de la Loi sur la langue officielle et commune du Québec, le français (2022, chapitre 14), peut être rédigée dans l’affichage public et la publicité commerciale, même en partie, uniquement dans une autre langue que le français.

Toutefois, dans l’affichage public visible depuis l’extérieur d’un local, le français doit figurer de façon nettement prédominante lorsqu’une marque visée au premier alinéa y figure dans une autre langue.

**27.4** Dans l’affichage public et la publicité commerciale faits à la fois en français et dans une autre langue, le français figure de façon nettement prédominante lorsque le texte rédigé en français a un impact visuel beaucoup plus important que le texte rédigé dans une autre langue.

Dans l’évaluation de la nette prédominance du français, il est fait abstraction du texte rédigé en français d’heures d’ouverture, de numéros de téléphone, d’adresses, de chiffres, de pourcentages ou d’articles définis, indéfinis et partitifs.

Dans l’évaluation de l’impact visuel, il est fait abstraction, lorsque leur présence est spécifiquement permise dans le cadre d’une exception prévue par la Charte de la langue française (chapitre C-11) ou un règlement pris pour son application :

1° d’un patronyme ou d’un toponyme;

2° d’une marque de commerce, sauf celle qui figure dans l’affichage public visible depuis l’extérieur d’un local et rédigée, même en partie, uniquement dans une autre langue que le français;

3° d’autres termes dans une autre langue que le français.

**27.5.** Pour l’application du deuxième alinéa de l’article 58.1 et de l’article 68.1 de la Charte de la langue française (chapitre C-11), tels que respectivement édictés par les articles 48 et 49 de la Loi sur la langue officielle et commune du Québec, le français (2022, chapitre 14), du deuxième alinéa de l’article 25.1 et du paragraphe 2 du troisième alinéa de l’article 27.4, l’affichage public est visible depuis l’extérieur d’un local lorsqu’il peut être vu :

1° de l’extérieur d’un espace, fermé ou non, y compris sur un immeuble, un ensemble d’immeubles ou à l’intérieur d’un centre commercial;

2° sur une borne ou une autre structure indépendante, y compris celle de type enseigne pylône sauf, dans ce dernier cas, lorsque plus de deux marques de commerce ou noms d’entreprise figurent dans l’affichage public.

**27.6.** Pour l’application de l’article 27.4, un texte rédigé en français a un impact visuel beaucoup plus important lorsque, pour un même champ visuel, les conditions suivantes sont réunies :

1° l’espace consacré au texte rédigé en français est au moins deux fois plus grand que celui consacré au texte rédigé dans une autre langue;

2° sa lisibilité et sa visibilité permanente sont au moins équivalentes à celles du texte rédigé dans une autre langue.

Sont présumés satisfaire à ces exigences de lisibilité et de visibilité, l’affichage public et la publicité commerciale dont les composants rédigés en français sont permanents et qui, par rapport à ceux dans une autre langue, sont conçus, éclairés et situés de manière à permettre de les lire en tout temps, facilement et de manière simultanée.

Un « même champ visuel » réfère à une vue d'ensemble où tous les composants de l'affichage public et de la publicité commerciale sont visibles et lisibles en même temps sans qu'il soit nécessaire de se déplacer.

Pour l'application du premier alinéa, n'est pas considéré assurer une visibilité permanente, l'affichage public ou la publicité commerciale de nature précaire, par les matériaux ou les conditions suivant lesquelles le système d'affichage est fixé, notamment lorsqu'il est susceptible d'être facilement enlevé ou arraché, à moins que ce système ne fasse l'objet de mesures propres à en garantir la présence ou le remplacement.

Malgré le paragraphe 2 du premier alinéa, dans l'affichage dynamique qui comporte des textes rédigés en français et dans une autre langue s'affichant en alternance, le texte rédigé en français a un impact visuel beaucoup plus important lorsqu'il est visible au moins deux fois plus longtemps que celui rédigé dans une autre langue.

**27.7.** Pour l'application du deuxième alinéa de l'article 58.1 et de l'article 68.1 de la Charte de la langue française (chapitre C-11), tels que respectivement édictés par les articles 48 et 49 de la Loi sur la langue officielle et commune du Québec, le français (2022, chapitre 14), ainsi que du deuxième alinéa de l'article 25.1, pour assurer la nette prédominance du français, l'affichage public visible depuis l'extérieur d'un local d'une marque de commerce ou d'un nom d'entreprise doit être accompagné de termes en français, notamment un générique ou un descriptif des produits ou des services visés ou encore un slogan.

Pour l'application du premier alinéa :

1° un descriptif réfère à un ou plusieurs mots décrivant les caractéristiques des produits ou des services visés;

2° un générique réfère à un ou plusieurs mots décrivant la nature des produits ou des services visés.