

Francisation des entreprises

Guide pratique d'implantation du français

*Office québécois de la langue française
Service des communications*

Québec 

Introduction

Tout en les obligeant à se conformer à des dispositions législatives spécifiques pour que le français y devienne et y demeure la langue normale et habituelle du travail, du commerce et des affaires, la Charte de la langue française propose aux milieux de travail une démarche et un objectif **d'implantation du français** dans leurs activités québécoises.

L'implantation du français signifie que la généralisation de l'utilisation du français doit être réelle à tous les niveaux d'un milieu de travail, dans toutes ses activités québécoises, et qu'on a pris les moyens pour qu'elle soit durable.

Des conseillers et conseillères en francisation de l'Office québécois de la langue française ont préparé ce guide pratique à l'intention des personnes responsables de la francisation de leur milieu de travail pour les aider dans la démarche d'implantation du français.

Le guide pratique d'implantation du français reprend les principaux éléments qui composent la situation linguistique d'un milieu de travail :

- la connaissance du français;
- l'affichage interne;
- les communications officielles et interpersonnelles dans le milieu de travail;
- les documents de travail et les technologies de l'information;
- les communications avec la clientèle, le public et les organismes publics au Québec;
- l'affichage public et la publicité commerciale affichée;
- les communications avec les fournisseurs du Québec;
- les communications avec les fournisseurs de l'extérieur du Québec;
- la qualité du français et les termes techniques.

Pour chacun des éléments qui composent la situation linguistique d'un milieu, ce guide offre les pistes de réflexion et d'action suivantes :

- les tâches à faire;
- des points à vérifier;
- des exemples ou moyens à prendre;
- une liste des publications et des services de l'Office qui peuvent être très utiles selon les situations à corriger ou à améliorer.

Table des matières

LA CONNAISSANCE DU FRANÇAIS.....	4
L’AFFICHAGE INTERNE.....	5
LES COMMUNICATIONS OFFICIELLES ET INTERPERSONNELLES DANS LE MILIEU DE TRAVAIL	7
LES DOCUMENTS DE TRAVAIL ET LES TECHNOLOGIES DE L’INFORMATION	9
LES COMMUNICATIONS AVEC LA CLIENTÈLE, LE PUBLIC ET LES ORGANISMES PUBLICS AU QUÉBEC	10
L’AFFICHAGE PUBLIC ET LA PUBLICITÉ COMMERCIALE AFFICHÉE	12
LES COMMUNICATIONS AVEC LES FOURNISSEURS DU QUÉBEC	14
LES COMMUNICATIONS AVEC LES FOURNISSEURS DE L’EXTÉRIEUR DU QUÉBEC.....	16
LA QUALITÉ DU FRANÇAIS ET LES TERMES TECHNIQUES.....	17
LES BUREAUX DE L’OFFICE QUÉBÉCOIS DE LA LANGUE FRANÇAISE.....	19
BLOC-NOTES	20

LA CONNAISSANCE DU FRANÇAIS

Tâches à faire :

- s'assurer que les cadres et tous les membres du personnel ont une connaissance fonctionnelle du français;
- s'assurer que les nouveaux membres du personnel ont déjà ou s'engagent à acquérir le plus tôt possible une connaissance fonctionnelle du français;
- s'assurer que l'exigence d'une autre langue, en plus du français, n'est pas répandue au point d'entraîner des obstacles à la présence francophone et à l'utilisation du français.

Points à vérifier :

- la connaissance fonctionnelle du français est-elle une condition d'emploi essentielle pour les nouveaux employés?
- les cadres et les membres du personnel appelés à communiquer avec d'autres membres du personnel dans leur travail ont-ils tous une connaissance fonctionnelle du français?
- si, pour l'accès à certains postes, votre entreprise exige aussi une autre langue que le français, cette exigence est-elle vraiment nécessaire, est-elle limitée à quelques postes pour assurer la communication institutionnelle faite régulièrement dans cette autre langue avec l'extérieur du Québec ou avec la clientèle d'expression anglaise?

Quelques exemples d'implantation du français :

- plusieurs entreprises ont adopté une politique linguistique comprenant des exigences en matière de connaissance du français, ainsi qu'un programme de remboursement de frais de cours d'apprentissage ou de perfectionnement du français;
- certaines entreprises publient dans leur journal interne le nom des personnes en formation linguistique, pour encourager le reste du personnel à communiquer en français avec elles;
- pour vaincre la timidité d'une personne qui apprend le français, de plus en plus d'entreprises ont recours au parrainage informel, c'est-à-dire qu'elles font appel à un membre du personnel avec qui la personne en période d'apprentissage se sent plus à l'aise de converser en français.

Services de l'Office :

- la référence à certains cours, à certains établissements d'enseignement;
- l'aide à la rédaction d'une politique linguistique;
- les tests de connaissance du français et les jeux linguistiques dans le site Web de l'Office www.oqf.gouv.qc.ca.

L'AFFICHAGE INTERNE

Tâche à faire :

- s'assurer que l'affichage interne est en français, en privilégiant l'utilisation seule du français et, dans les cas où on utilise à la fois le français et une autre langue, en veillant à ce que le français y figure de façon prédominante ou tout au moins équivalente.

Points à vérifier :

- les inscriptions suivantes sont-elles rédigées systématiquement en français seulement ou à la fois en français et dans une autre langue, le français étant prédominant ou tout au moins équivalent :
 - les affiches ayant trait à la santé et à la sécurité;
 - les renseignements sur vos tableaux d'affichage (avis, notes, rapports);
 - la désignation de vos locaux, de vos services, de vos sorties; les inscriptions sur les machines (boutons de commande, mises en garde);
 - la désignation de vos produits, de vos pièces en magasin ou en entrepôt;
 - les claviers et les écrans d'appareils, d'ordinateurs, de caisses enregistreuses;
 - quels moyens ou mesures sont en cours pour assurer de manière continue la place et la qualité du français?

Quelques exemples d'implantation du français :

- certaines entreprises utilisent parfois des pictogrammes en plus des inscriptions en français, pour s'assurer que le message est bien compris;
- les fournisseurs d'appareils de bureau, de machines d'atelier et d'usine devraient livrer des appareils dont les inscriptions sont en français ou disposer d'autocollants en français pour les produits déjà livrés (faites-en la demande à vos acheteurs ou directement à vos fournisseurs);
- un bon nombre d'entreprises adoptent et diffusent une politique d'achat, ou un mécanisme semblable, précisant les exigences en matière d'inscriptions sur les machines;
- pour assurer la qualité du français avant même de recevoir la marchandise achetée, certaines entreprises offrent à leurs fournisseurs, notamment à ceux de l'étranger, de leur faire parvenir la terminologie française appropriée ou encore de réviser la terminologie française choisie par ces fournisseurs (la prévention coûte moins cher et occasionne moins de problèmes que la correction).

Publications de l'Office :

- plusieurs dizaines d'affiches et de micro-lexiques (mécanique, outillage, assemblage, manutention, micro-ordinateur et imprimante);
- les vocabulaires et lexiques (en vente aux Publications du Québec);
- le dépliant *La permanence de la francisation*;
- des guides linguistiques pour les fournisseurs.

Services de l'Office :

- les consultations téléphoniques personnalisées (frais d'appel);
- l'assistance et les renseignements fournis dans le site Web de l'Office (Grand dictionnaire terminologique – Banque de dépannage linguistique – Banque PIF des produits informatiques en français - Section Ressources, sur les divers outils d'assistance linguistique – Section Vivre en français, sur les droits et obligations linguistiques);
- les renseignements sur la Charte de la langue française, l'aide à la rédaction d'une politique d'achat ou d'avis aux fournisseurs, les conseils de votre conseillère ou de votre conseiller en francisation en matière de diffusion de la terminologie française.
- Le Téléphone linguistique (Service téléphonique automatisé donnant accès gratuitement et en tout temps à plus de 215 textes enregistrés sur les difficultés courantes de la langue française. Notez que la liste des sujets et les textes du Téléphone linguistique se trouvent aussi dans le site Web de l'Office, dans la section Ressources, Publications et services linguistiques).

LES COMMUNICATIONS OFFICIELLES ET INTERPERSONNELLES DANS LE MILIEU DE TRAVAIL

Tâche à faire :

S'assurer que les communications officielles entre la direction de l'entreprise et son personnel se font en français, de même que les communications écrites entre les membres du personnel.

Points à vérifier :

- les communications écrites entre la direction et le personnel (avis, directives, notes de service, bulletin ou journal d'entreprise, communications relatives aux avantages sociaux ou à la rémunération) se font-elles couramment en français seulement ou à la fois en français et dans une autre langue?
- la langue utilisée dans les réunions de travail et les séances de formation est-elle toujours le français?
- les communications écrites entre groupes de personnes (comptes rendus, notes) sont-elles toujours en français?

Quelques exemples d'implantation du français :

- des entreprises nomment des personnes dont une partie de la tâche consiste à conseiller et à aider des collègues de travail dans l'écriture en français de leurs communications officielles et interpersonnelles au sein du milieu de travail;
- les réunions de travail et les séances de formation sont des occasions tout à fait appropriées pour sensibiliser le personnel à l'utilisation de la terminologie française au moyen d'affiches, de mini-lexiques et de documents vidéo qui mettent en évidence les termes appropriés.

Publications de l'Office :

- *Le français au bureau**;
- les vocabulaires et lexiques (en vente);
- le *Vocabulaire des conventions collectives**;

* En vente à prix populaire dans les librairies qui distribuent les Publications du Québec.

Services de l'Office :

- l'assistance et les renseignements fournis dans le site Web de l'Office (Grand dictionnaire terminologique – Banque de dépannage linguistique – Banque PIF sur les produits informatiques en français - Section Ressources, sur les divers outils d'assistance linguistique – Section Vivre en français, sur les droits et obligations linguistiques);
- les renseignements sur la Charte de la langue française, l'aide à la rédaction d'une politique d'achat ou d'avis aux fournisseurs, les conseils de votre conseillère ou de votre conseiller en francisation en matière de diffusion de la terminologie française.

LES DOCUMENTS DE TRAVAIL ET LES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION

Tâche à faire :

S'assurer que les documents de travail et les technologies de l'information sont en français.

Points à vérifier :

- les documents de travail d'usage courant (formulaires, méthodes de travail, plans et devis, fiches et feuilles de travail, rapports, timbres de caoutchouc) sont-ils imprimés et remplis en français?
- vos documents et outils reliés aux technologies de l'information (menus, pages-écran, rapports, messagerie électronique, robotique, télécopieurs) sont-ils disponibles en français? le personnel utilise-t-il toujours la version française?
- vos documents de référence (manuels, normes, codes) sont-ils toujours rédigés en français?
- quels moyens et mesures sont en place pour assurer la qualité du français?

Quelques exemples d'implantation du français :

- des entreprises conservent un dossier de révision linguistique dans lequel on trouve une liste ou un exemplaire de chaque formulaire et de chaque rapport utilisé au Québec ainsi qu'une liste, mise à jour annuellement, du matériel informatique et des logiciels;
- tous les exemples d'implantation mentionnés dans la section sur l'affichage interne conviennent également ici.

Publications de l'Office :

- *Le français au bureau* (en vente);
- le dépliant *Les technologies de l'information*;
- les vocabulaires et lexiques (en vente).

Services de l'Office :

- les consultations téléphoniques personnalisées (frais d'appel) et le Téléphone linguistique;
- l'assistance et les renseignements fournis dans le site Web de l'Office (Grand dictionnaire terminologique – Banque de dépannage linguistique – Banque PIF des produits informatiques en français - Section Ressources, sur les divers outils d'assistance linguistique – Section Vivre en français, sur les technologies de l'information);
- les consultations en francisation de l'informatique;
 - consultation sur place;
 - les bibliothèques;
 - prêt de documents aux entreprises.

LES COMMUNICATIONS AVEC LA CLIENTÈLE, LE PUBLIC ET LES ORGANISMES PUBLICS AU QUÉBEC

Tâches à faire :

- s'assurer que votre entreprise est en mesure d'informer et de servir en français en tout temps sa clientèle du Québec;
- s'assurer que votre entreprise communique en français avec le public et les organismes publics faisant affaire au Québec.

Points à vérifier :

- la réception de la clientèle et du public (au téléphone ou en personne) se fait-elle en français seulement? d'abord en français et ensuite dans une autre langue si les interlocuteurs ont choisi d'utiliser cette autre langue?
- les documents administratifs, commerciaux et publicitaires destinés à la clientèle et au public du Québec (factures, bons de livraison, connaissements, bons de caisse, catalogues, brochures, fiches techniques, listes de prix, cartes professionnelles, papier à en-tête) sont-ils imprimés et remplis en français seulement? en français et dans une autre langue pourvu que le texte français soit équivalent à l'autre?
- les documents qui accompagnent vos produits (mode d'emploi, garantie, guide d'installation, d'entretien, de réparation, fiches signalétiques), la correspondance avec la clientèle et le public, les inscriptions sur vos emballages et sur vos produits vendus au Québec (nom générique, caractéristiques, mode d'emploi, mises en garde) sont-ils toujours rédigés et disponibles en français, ou en français et dans une autre langue pourvu que le texte français soit équivalent à l'autre?
- les marques de commerce de votre entreprise sont-elles en français et les utilise-t-elle dans leur version française au Québec?
- quels moyens ou mesures sont en cours pour assurer la qualité du français?

Quelques exemples d'implantation du français :

- bon nombre d'entreprises avisent systématiquement leur clientèle québécoise qu'elles sont en mesure de la servir en français et de lui fournir tous les renseignements pertinents en français;
- certaines entreprises utilisent la première lettre d'un code postal au Québec pour assurer l'utilisation du français dans la correspondance avec leur clientèle québécoise;
- plusieurs des exemples d'implantation mentionnés dans les sections sur l'affichage public et sur l'affichage interne sont également appropriés ici.

Publications de l'Office :

- la série de dépliants sur *la langue du commerce et des affaires*;
- le dépliant *Les noms d'entreprises*.

Services de l'Office :

- l'assistance et les renseignements fournis dans le site Web de l'Office (Grand dictionnaire terminologique – Banque de dépannage linguistique – Banque PIF des produits informatiques en français - Section Ressources, sur les divers outils d'assistance linguistique – Section Vivre en français, sur les droits et obligations linguistiques);
- les consultations téléphoniques personnalisées (frais d'appel) et le Téléphone linguistique;
- la bibliothèque :
 - télé référence et bibliographies;
 - prêt de documents aux entreprises;
- l'aide des conseillers et conseillères en francisation.

L’AFFICHAGE PUBLIC ET LA PUBLICITÉ COMMERCIALE AFFICHÉE

Tâches à faire :

- s'assurer que l'affichage public et la publicité commerciale affichée au Québec sont bien en français, conformément à la Charte et au Règlement sur la langue du commerce et des affaires;
- s'assurer que, de manière continue, dans l'affichage public et la publicité commerciale affichée au Québec, on privilégie l'utilisation seule du français ou tout au moins que le français y figure de manière nettement prédominante;
- veiller à ce que la qualité du français devienne et demeure un critère de première importance.

Points à vérifier :

- les inscriptions sur les enseignes, les panneaux-réclames, les affiches ou les stands publicitaires de votre entreprise sont-elles rédigées en français seulement? à la fois en français et dans une autre langue, le français étant nettement prédominant?
- la même révision est à faire pour les inscriptions sur les véhicules, dans le parc de stationnement, dans le hall d'entrée, dans la salle d'attente, dans les salles d'exposition, sur les distributeurs automatiques et autres appareils accessibles au public;
- la dénomination officielle de votre entreprise dans l'affichage public et la publicité commerciale affichée est-elle présentée en français et conforme aux règles d'écriture du français?
- quels moyens ou mesures sont en place pour assurer la qualité du français?

Quelques exemples d'implantation du français :

- les fournisseurs de produits et de services d'affichage et de publicité, ainsi que le personnel responsable de l'entreprise sont systématiquement avisés des exigences linguistiques par l'adoption et la diffusion d'une politique d'achat ou de tout autre moyen semblable (avis type sur bon de commande, lettre aux fournisseurs);
- les fournisseurs de distributeurs automatiques et d'autres appareils accessibles au public devraient déjà disposer d'autocollants pour franciser les inscriptions sur leurs machines : faites-en la demande;
- la responsabilité d'assurer la qualité du français fait partie de la description de tâches et des attentes du personnel chargé de l'affichage public et de la publicité commerciale.

Publications de l'Office :

- le dépliant *Les noms d'entreprises*;
- le dépliant *La langue des congrès, foires, expositions, colloques, salons tenus au Québec* (texte français et version anglaise pour l'extérieur du Québec);
- des guides à l'intention des fournisseurs sur *La langue du commerce et des affaires* (texte français et version anglaise pour l'extérieur du Québec);
- les dépliants sur *La langue du commerce et des affaires*.

Services de l'Office :

- l'assistance et les renseignements fournis dans le site Web de l'Office (Grand dictionnaire terminologique – Banque de dépannage linguistique – Banque PIF des produits informatiques en français - Section Ressources, sur les divers outils d'assistance linguistique – Section Vivre en français, sur les droits et obligations linguistiques);
- les renseignements sur la Charte de la langue française : communiquez avec votre conseillère ou votre conseiller en francisation;
- les consultations téléphoniques personnalisées (frais d'appel) et le Téléphone linguistique.

LES COMMUNICATIONS AVEC LES FOURNISSEURS DU QUÉBEC

Tâche à faire :

S'assurer que toutes les communications avec les fournisseurs du Québec se font en français.

Points à vérifier :

- votre entreprise, notamment votre personnel responsable des achats, utilise-t-elle le français de manière continue dans les communications écrites avec les fournisseurs du Québec (correspondance, bons de commande, système d'échange de données informatisé)?
- la documentation commerciale des fournisseurs du Québec (catalogues, brochures, listes de prix, fiches techniques) est-elle toujours disponible en français?
- les documents de vente (contrats, soumissions, factures, bons de réception, bons de livraison) sont-ils toujours demandés et reçus en français?
- quels moyens et mesures sont en cours pour obtenir des produits et des services livrés en français? et pour assurer la qualité du français utilisé par les fournisseurs?

Quelques exemples d'implantation du français :

- certaines entreprises qui ont informatisé leurs activités ont prévu dans leur système une mention spéciale demandant à leurs fournisseurs du Québec que les factures, la correspondance et la documentation soient en français. Cette mention s'imprime automatiquement sur les bons de commande rédigés dans une autre langue que le français;
- plusieurs entreprises ont adopté des politiques d'achat et ont prévu, parmi les clauses de leurs contrats d'achat, des clauses linguistiques qui stipulent que toutes les inscriptions et toute la documentation relative aux produits ou aux services commandés doivent être fournies en français;
- tous les exemples mentionnés dans la section sur l'affichage interne sont également appropriés ici.

Publications de l'Office :

- plusieurs dizaines d'affiches et de micro-lexiques dans des domaines techniques courants (organes mécaniques, manutention, organes d'assemblage, micro-ordinateur et imprimante);
- des guides linguistiques pour les fournisseurs;
- le dépliant *Les technologies de l'information*.

Services de l'Office :

- l'assistance et les renseignements fournis dans le site Web de l'Office (Grand dictionnaire terminologique – Banque de dépannage linguistique – Banque PIF sur les produits informatiques en français - Section Ressources, sur les divers outils d'assistance linguistique – Section Vivre en français, sur les droits et obligations linguistiques);
- les renseignements sur la Charte de la langue française, l'aide à la rédaction d'une politique d'achat ou d'avis aux fournisseurs, les conseils de votre conseillère ou de votre conseiller en francisation en matière de diffusion de la terminologie française;
- les consultations téléphoniques personnalisées (frais d'appel).

LES COMMUNICATIONS AVEC LES FOURNISSEURS DE L'EXTÉRIEUR DU QUÉBEC

Tâche à faire :

Obtenir de plus en plus de communications en français avec les fournisseurs de l'extérieur du Québec.

Points à vérifier :

- votre entreprise demande-t-elle par écrit à ses fournisseurs de l'extérieur du Québec toute la documentation en langue française (catalogues, brochures, dépliants, fiches techniques, garanties)?
- votre entreprise demande-t-elle, à l'achat d'un nouvel appareil :
 - que les inscriptions sur le matériel (étiquettes, modes d'emploi, boutons de commande) soient en français?
 - que les manuels et autres documents d'accompagnement soient en français?

Quelques exemples d'implantation du français :

- plusieurs entreprises ont adopté des politiques d'achat et ont prévu, parmi les clauses de leurs contrats d'achat, des clauses linguistiques demandant à leurs fournisseurs que les inscriptions et la documentation relative aux produits ou aux services commandés soient fournies en français;
- bon nombre d'entreprises jugent bon de faire parvenir périodiquement à leurs fournisseurs de l'extérieur du Québec une lettre ou des avis écrits leur rappelant de fournir la documentation en français;
- plusieurs des exemples mentionnés dans la section sur l'affichage interne sont également appropriés ici.

Publications de l'Office :

- des guides linguistiques à l'intention des acheteurs et fournisseurs (texte français et version anglaise);
- le dépliant *Les technologies de l'information* (texte français et version anglaise).

Services de l'Office :

- l'assistance et les renseignements fournis dans le site Web de l'Office (Grand dictionnaire terminologique – Banque de dépannage linguistique – Banque PIF des produits informatiques en français - Section Ressources, sur les divers outils d'assistance linguistique – Section Vivre en français, sur les droits et obligations linguistiques);
- les renseignements sur la Charte de la langue française, l'aide à la rédaction d'une politique d'achat ou d'avis aux fournisseurs, les conseils de votre conseillère ou de votre conseiller en francisation en matière de diffusion de la terminologie française;
- les consultations téléphoniques personnalisées (frais d'appel).

LA QUALITÉ DU FRANÇAIS ET LES TERMES TECHNIQUES

Tâche à faire :

Généraliser la connaissance et l'utilisation, à l'oral et à l'écrit, de la terminologie française par tout le personnel.

Points à vérifier :

- les travailleurs connaissent-ils en français :
 - les appellations d'emploi utilisées dans votre entreprise?
 - le nom des locaux et des services (ex. : l'expédition, la réception, la comptabilité)?
 - le nom de vos produits et de vos services?
 - le nom des opérations et des traitements reliés à vos activités?
 - le nom des machines et des véhicules utilisés dans votre entreprise?
 - le nom des différentes parties ou composantes de vos produits?
- votre entreprise utilise-t-elle les bons termes français dans l'imprimé de ses documents?
- les travailleurs utilisent-ils les bons termes français dans les documents qu'ils remplissent?
- quels sont les anglicismes et les termes incorrects qui reviennent le plus souvent dans les communications et les documents au sein de l'entreprise?

Quelques exemples d'implantation du français :

- trouver les termes qui présentent des difficultés :
 - parfois sur l'imprimé des formulaires;
 - parfois entre guillemets dans les manuels;
 - souvent dans les notes manuscrites sur les documents de travail;
 - souvent lors des réunions de travail et des séances de formation.
- fabriquer un micro-lexique ou une affiche terminologique maison en :
 - dressant la liste des termes qui présentent des difficultés;
 - cherchant dans les dictionnaires techniques l'équivalent français de ces termes, et l'inscrire vis-à-vis du terme anglais correspondant;
 - en consultant votre conseillère ou votre conseiller en francisation sur la qualité du contenu du lexique ou de l'affiche.

- Diffuser un micro-lexique et une affiche terminologique maison en :
 - les fixant sur les différents tableaux d'affichage;
 - les affichant à chaque poste de travail;
 - les agrafant à l'enveloppe de paie;
 - les publiant dans le journal interne de l'entreprise;
 - les faisant connaître par la formation technique;
 - les faisant connaître par l'organisation de concours à l'intention des membres du personnel et de leur famille.

Publications de l'Office :

- *Le français au bureau* (en vente);
- les vocabulaires et les lexiques (en vente);
- les affiches, les micro-lexiques et les jeux linguistiques.

Services de l'Office :

- l'assistance et les renseignements fournis dans le site Web de l'Office (Grand dictionnaire terminologique – Banque de dépannage linguistique – Banque PIF des produits informatiques en français - Section Ressources, sur les divers outils d'assistance linguistique);
- les renseignements sur la Charte de la langue française, l'aide à la rédaction d'une politique d'achat ou d'avis aux fournisseurs, les conseils de votre conseillère ou de votre conseiller en francisation en matière de diffusion de la terminologie française;
- l'aide des conseillers et conseillères en francisation;
- les consultations téléphoniques personnalisées (frais d'appel) et le Téléphone linguistique.

PARTIE 6**LES BUREAUX DE L'OFFICE QUÉBÉCOIS DE LA LANGUE FRANÇAISE****Abitibi-Témiscamingue**

19, rue Perreault Ouest, bureau 450
 Rouyn-Noranda (Québec) J9X 6N5
 (819) 763-3572 (renseignements généraux)
 763-3382 (télécopie)

Bas-Saint-Laurent, Gaspésie – Îles-de-la-Madeleine

337, rue Moreault
 Rimouski (Québec) G5L 1P4
 (418) 727-3521 (renseignements généraux)
 727-3824 (télécopie)

Côte-Nord

(418) 295-4115 (renseignements généraux)
 1 800 554-2118 (sans frais)

Estrie

225, rue Frontenac, bureau 410
 Sherbrooke (Québec) J1H 1K1
 (819) 820-3173 (renseignements généraux)
 820-3930 (télécopie)

Mauricie – Bois-Francs

100, rue Laviolette, bureau 315
 Trois-Rivières (Québec) G9A 5S9
 (819) 371-6433 (renseignements généraux)
 371-6984 (télécopie)

Montréal-Laurentides-Lanaudière

Adresse postale :
 125, rue Sherbrooke Ouest
 Montréal (Québec) H2X 1X4
 (514) 873-6565 (renseignements généraux
 et raisons sociales)
 873-3488 (télécopie)

Outaouais

Édifice Jos-Montferrand, 4^e étage
 170, rue de l'Hôtel-de-Ville
 Gatineau (Québec) J8X 4C2
 (819) 772-3051 (renseignements généraux)
 772-3950 (télécopie)

Québec et Chaudière-Appalaches

750, boulevard Charest Est
 Québec (Québec) G1K 9K4
 (418) 643-1908 (renseignements généraux)
 643-3210 (télécopie)

Saguenay – Lac-Saint-Jean et Nord-du-Québec

1299, des Champs-Élysées, bureau 105
 Chicoutimi (Québec) G7H 6P3
 (418) 698-3772 (renseignements généraux)
 698-3546 (télécopie)

PARTIE 7

BLOC-NOTES

Vous pouvez utiliser cette partie du document pour constituer une liste des numéros de téléphone des représentants et des représentantes de l'Office québécois de la langue française, ou pour y inscrire tout autre renseignement relatif aux activités de francisation de votre entreprise.

Nom et numéro de téléphone de votre conseiller ou de votre conseillère en francisation :

Nom et numéro de téléphone du conseiller ou de la conseillère responsable de la francisation de l'informatique : _____

Service personnalisé d'assistance terminologique

De 9 h à midi et de 13 h 30 à 16 h 30.

Frais de 5 \$ par appel : 1 900 565-8899 (**accessible partout au Québec**)

Les raisons sociales

L'Office offre gratuitement un service d'assistance juridique et linguistique sur les raisons sociales.

Montréal :	(514) 873-6565
Québec :	(418) 643-1908
Baie-Comeau :	(418) 295-4115 (1 800 554-2118)
Chicoutimi :	(418) 698-3772
Gatineau :	(819) 772-3051
Laurentides-Lanaudière :	(514) 873-6565
Rimouski :	(418) 727-3521
Rouyn-Noranda :	(819) 763-3572
Sherbrooke :	(819) 820-3173
Trois-Rivières :	(819) 371-6433
Sans frais partout au Québec :	1 888 873-6202

Téléphone linguistique :	Montréal :	(514) 873-9999
	Québec :	(418) 528-9999
	Ailleurs :	1 888 829-8899

Bibliothèques de l'Office de la langue française :	Montréal :	(514) 873-2997
	Québec :	(418) 643-4575

Notes relatives au dossier de francisation de votre entreprise :