

# Bilan de l'évolution de la situation linguistique au Québec Langue du commerce et des affaires

Faits saillants

Mai 2012



# Faits saillants

## Langue d'affichage commercial – Résultats d'enquêtes sur le terrain

### Enquête de 2010

En 2010, les observateurs ont analysé les devantures de 2894 commerces sur rue ainsi que celles de 631 commerces de centres commerciaux de l'île de Montréal. Au total, 22 583 messages ont été analysés sous trois angles : l'affichage général (nom d'entreprise et autres messages), le nom d'entreprise seulement et les autres messages sans le nom d'entreprise.

### Les constats :

1. Soixante-douze pour cent des commerces étaient totalement conformes à la Charte de la langue française. En d'autres termes, tous leurs messages affichés (nom d'entreprise et autres messages) respectaient la loi. C'est donc dire que 28 % ne respectaient pas parfaitement la Charte. Plus précisément, 73 % des commerces sur rue et 64 % des commerces de centres commerciaux avaient un affichage totalement conforme.
2. Pour ce qui est de l'affichage du nom d'entreprise, dans l'ensemble de l'île, 83 % des commerces respectaient la Charte de la langue française, soit 83 % des commerces sur rue et 79 % des commerces des centres commerciaux.
3. Pour le centre-ville de Montréal, le taux de conformité de l'affichage du nom d'entreprise n'était que de 77 %.
4. Quant à l'affichage des autres messages (sans le nom d'entreprise), 84 % des commerces se conformaient à cette loi. Des 16 % des commerces sur rue qui présentaient toujours des messages non conformes sur leur devanture, 8 % étaient situés dans l'est et 24 % étaient dans l'ouest de l'île.

5. Le français était présent dans l'affichage, seul ou avec d'autres langues, sur la devanture de 94 % des commerces (nom d'entreprise et autres messages).
6. Dans tous les types de commerces, et même dans ceux dont l'affichage respectait la Charte, 41 % des commerces présentaient de l'anglais dans leur nom d'entreprise et leurs messages. Par contre, seulement 2 % des commerces affichaient la totalité de leurs messages en anglais.
7. Quatre-vingt-cinq pour cent des 22 583 messages affichés sur les devantures (nom d'entreprise et autres messages) étaient rédigés en français uniquement ou en français nettement prédominant.
8. Entre 1997 et 2010, à l'exclusion du nom d'entreprise, le taux de conformité des messages affichés sur les devantures des commerces sur rue avait augmenté significativement, de 77 % à 84 %.

## Enquête de 2012

Pour actualiser les données relatives à l'affichage du nom d'entreprise, l'Office a fait effectuer une nouvelle enquête en 2012. Compte tenu des résultats observés en 2010, cette enquête, cette fois-ci, s'est limitée au centre-ville de Montréal, soit le territoire au sud de la rue Sherbrooke, entre l'avenue Papineau et l'avenue Atwater. Des observateurs ont donc visité 302 commerces sur rue et 99 commerces situés dans des centres commerciaux du centre-ville de Montréal afin d'évaluer l'affichage du nom d'entreprise.

### Les constats :

1. L'affichage du nom d'entreprise était conforme à la Charte de la langue française dans 82 % des commerces. Cette conformité est plus élevée dans les commerces sur rue, à 85 %, que dans les commerces des centres commerciaux, à 73 %.
2. Parmi les commerces dont l'affichage du nom d'entreprise n'est pas conforme, soit 18 %, 63 % utilisaient une marque de commerce dans une autre langue que le français et sans générique en français.
3. Entre 2010 et 2012, la proportion de commerces, tous types confondus, dont le nom d'entreprise est conforme à la Charte a augmenté de 77 % à 82 %.
4. Entre 2010 et 2012, la proportion de commerces sur rue dont le nom d'entreprise est conforme à la Charte a augmenté de 78 % à 85 %, alors qu'elle est restée stable dans les commerces des centres commerciaux, à 72 %.

## Langue d'accueil et de service – Résultats d'enquêtes sur le terrain<sup>1</sup>

### Enquête de 2010

En 2010, des observateurs ont visité 2292 commerces de détail (1687 commerces sur rue et 605 commerces situés dans des centres commerciaux) de l'île de Montréal afin de vérifier la langue d'accueil et de service.

### Les constats :

#### La langue d'accueil

1. Dans l'ensemble de l'île, 84 % des commerces accueillent leur clientèle en français seulement.
2. Dans le centre-ville, l'accueil était en français seulement dans 89 % des cas et bilingue (français, anglais) dans 1 % des commerces.
3. Dans l'ensemble de l'île, l'accueil était bilingue dans 4 % des cas. Plus particulièrement, cet accueil se faisait dans les deux langues dans environ 3 % des commerces sur rue et dans 7 % des commerces de centres commerciaux. L'accueil était en anglais seulement dans 13 % des commerces sur rue et dans 9 % des commerces de centres commerciaux.
4. Le français était la langue d'accueil dans plus de 95 % des commerces de l'est de l'île. Il l'était dans près de 90 % des commerces de la zone nord et dans 70 % des commerces dans l'ouest.
5. Entre 1988 et 2010, l'usage du français lors de l'accueil avait fait des progrès importants dans les commerces sur rue. Il était passé de 72 % à 96 % pour les commerces du boulevard Saint-Laurent. Par contre, il avait connu un recul significatif, de 60 % à 44 %, dans les commerces sur rue des quartiers Côte-des-Neiges et Snowdon.
6. Entre 1988 et 2010, l'accueil en français était resté relativement stable dans les commerces des centres commerciaux des quartiers Côte-des-Neiges et Snowdon : 83 % en 1988 et 84 % en 2010.

#### La langue de service

1. Il était possible de se faire servir en français dans 96 % des commerces de l'île, sans grande variation d'une zone de l'île à l'autre. Le service était en français dans une proportion de 93 % dans l'ouest et de 99 % dans l'est de l'île.
2. Dans le centre-ville, le service en français était disponible dans 97 % des cas.
3. Entre 1988 et 2010, le service en français a augmenté de 91 % à 99 % dans les commerces sur rue du boulevard Saint-Laurent. L'usage du français comme langue de service est demeuré stable dans les commerces sur rue des quartiers Côte-des-Neiges et Snowdon, passant de 87 % à 86 %.

---

1. Il faut préciser que les observateurs parlaient uniquement français et demandaient un service en français quand il n'était pas spontanément offert.

## Enquête de 2012

Pour actualiser les données, l'Office a fait effectuer une nouvelle enquête en 2012. Compte tenu des résultats observés en 2010, cette enquête s'est limitée, cette fois-ci, au centre-ville de Montréal, soit le territoire au sud de la rue Sherbrooke, entre l'avenue Papineau et l'avenue Atwater. Des observateurs ont donc visité 299 commerces sur rue et 99 commerces situés dans des centres commerciaux du centre-ville de Montréal afin d'évaluer la langue d'accueil et de service. Généralement, chaque commerce a été visité deux fois, soit une fois le jour, du lundi au vendredi, et une fois le jeudi ou le vendredi soir ou le samedi dans la journée. Cela a conduit à 789 observations.

## Les constats

### La langue d'accueil

1. L'accueil s'est fait en français dans 74 % des commerces, qu'ils soient sur rue ou dans des centres commerciaux. Il a été bilingue (français et anglais) dans 13 % des cas et en anglais seulement dans 13 % des cas.
2. Lorsque l'accueil était bilingue (13 % des cas), il était plus répandu dans les commerces sur rue, à 14 %, que dans ceux des centres commerciaux, à 9 %. Dans les commerces sur rue, il était également plus pratiqué lors des visites de soir et du samedi, à 18 %, que lors des visites de jour, à 10 %.
3. Entre 2010 et 2012, l'accueil en français seulement est passé de 89 % à 74 %. Parallèlement, l'accueil bilingue a augmenté de 1 % à 13 %.

### La langue de service

1. Le service s'est fait en français dans 95 % des commerces, qu'ils soient sur rue ou dans des centres commerciaux. Cette situation était similaire lors des visites de jour et de celles de soir et du samedi.

## Langue d'accueil et de service – Résultats de sondages téléphoniques auprès des consommateurs

### Sondage téléphonique de 2010

En 2010, une enquête téléphonique a été menée auprès de 2413 adultes de la région métropolitaine de recensement (RMR) de Montréal en vue de connaître leur expérience quant à la langue d'accueil et de service dans les commerces du Québec.

Pour les besoins de l'étude, les répondants étaient interrogés sur leurs expériences d'accueil et de service dans une autre langue que le français, vécues au cours des six mois précédant l'enquête.

### La langue d'accueil

1. Vingt-sept pour cent des répondants ont affirmé qu'il leur est arrivé de ne pas être accueillis en français dans un commerce du Québec, au moins une fois au cours des six mois précédant l'enquête.
2. Plus des deux tiers des cas rapportés où le français n'était pas la langue d'accueil ont été vécus au centre-ville de Montréal et dans l'ouest de l'île de Montréal.
3. Les difficultés à être accueilli en français étaient plus fréquentes dans les établissements de restauration (cafés, bars, restaurants), dans les magasins de vêtements ou de chaussures ainsi que dans les dépanneurs.

### La langue de service

1. Vingt-cinq pour cent des répondants ont déclaré qu'il leur est arrivé, à au moins une occasion au cours des six mois qui ont précédé le sondage, de ne pas être servis en français dans un commerce du Québec.
2. C'est dans les commerces du centre-ville et de l'ouest de l'île de Montréal que plus des deux tiers des répondants affirment ne pas avoir été servis en français.
3. C'est dans les cafés, les bars ou les restaurants, dans les magasins de vêtements ou de chaussures ainsi que dans les dépanneurs que les répondants disent avoir eu plus de difficulté à se faire servir en français.
4. L'absence de service en français a suscité différentes réactions chez les répondants : 54 % de l'ensemble affirment être passés à l'anglais, ce taux étant de 40 % chez les francophones.

### Sondage téléphonique de 2012

Pour actualiser les données, l'Office a fait effectuer un nouveau sondage téléphonique en 2012. Ce sondage a été réalisé auprès de 2583 adultes de la région métropolitaine de recensement (RMR) de Montréal. Il visait à connaître leur expérience quant à la langue d'accueil et de service dans les commerces de la RMR de Montréal.

**Pour les besoins de l'étude, les répondants étaient interrogés sur les expériences d'accueil et de service dans une autre langue que le français, vécues au cours des six mois précédant l'enquête.**

## La langue d'accueil

1. Quarante pour cent des répondants disent ne pas avoir été accueillis en français dans les commerces de la RMR de Montréal à au moins une occasion dans les six mois qui ont précédé l'enquête.
2. Parmi les personnes qui ont déclaré ne pas avoir été accueillies en français, 61 % ont déclaré avoir vécu cette situation dans un bar, un café ou un restaurant, alors que ce taux était de 55 % en 2010. Ces commerces étaient suivis par les dépanneurs, à 51 % en 2012 comparativement à 31 % en 2010, et par les magasins de vêtements ou de chaussures, à 44 % en 2012 et à 38 % en 2010.
3. Les zones où les consommateurs disent avoir été le plus fréquemment abordés dans une autre langue que le français sont le centre-ville, à 44 %, l'ouest de Montréal, à 36 %, et le nord de l'île, à 24 %.
4. Lorsque l'accueil n'est pas en français, 64 % des gens sondés disent réagir en répondant en français. Ce taux atteint 73 % chez les personnes qui parlent uniquement le français à la maison.
5. Lorsque les consommateurs répondent en français à un accueil fait dans une autre langue, 82 % des commerçants passent au français.

## La langue de service

1. En 2012, 23 % des personnes sondées ont déclaré avoir vécu un cas de service dans une autre langue que le français au cours des six mois qui ont précédé l'enquête. Parmi celles-ci, 9 % ont expérimenté cette situation très souvent, 31 %, souvent et 61 %, rarement.
2. Parmi les 23 % de personnes qui ont déclaré ne pas avoir été servies en français, 56 % de celles-ci ont affirmé avoir vécu cette situation dans un bar, un café ou un restaurant en 2012, alors qu'elles étaient 65 % à cibler ces commerces en 2010. En 2012, 48 % des répondants ont vécu au moins un cas de service qui n'était pas en français dans les dépanneurs, alors que ce taux était de 37 % en 2010. Pour ce qui est des magasins de vêtements ou de chaussures, le taux est passé de 28 % en 2010 à 35 % en 2012.
3. Pour tous les types de commerces confondus, 43 % des consommateurs montréalais ont indiqué avoir reçu un service dans une autre langue que le français au centre-ville, 29 %, dans l'ouest de l'île et 22 %, au nord.
4. Cinquante-sept pour cent des personnes qui parlent le français à la maison demandent à être servies en français lorsque le service en français ne leur est pas offert spontanément. Il en va de même pour 38 % des personnes qui parlent une langue tierce et des langues multiples.

## Langues utilisées dans les activités sur Internet à la maison – Résultats d'un sondage téléphonique

En 2010, une enquête téléphonique a été menée auprès de 2004 adultes du Québec en vue de connaître les langues qu'ils utilisent dans différentes activités pratiquées sur Internet.

### Les constats :

1. Près des trois quarts des personnes interrogées, soit 74 %, ont un accès à Internet à la maison.
2. Parmi les 72 % des répondants qui avaient consulté un site ou un catalogue en ligne afin de connaître la disponibilité d'un produit et son prix, 53 % ont consulté les sites ou les catalogues surtout en français, 24 % les ont surtout consultés en anglais, et 23 % les ont consultés en français et en anglais.
3. Plus du tiers des personnes, soit 35 %, ont acheté un produit ou un service sur le Web. Dans 93 % des cas, les achats effectués dans des commerces situés au Québec ont pu l'être en français. Pour les achats en ligne dans des commerces situés à l'extérieur du Québec, l'anglais a été utilisé dans 74 % des cas.
4. Quatre-vingt-onze pour cent des répondants ont utilisé au moins un outil électronique (courriels, réseaux sociaux, forums de discussion) pour échanger avec d'autres personnes ou pour transmettre de l'information ou des opinions. Soixante-seize pour cent de ces personnes utilisent surtout le français pour communiquer à l'aide de ces outils.
5. La langue des échanges électroniques est liée à la langue d'usage à la maison. Quatre-vingt-neuf pour cent des francophones utilisent surtout le français, 84 % des anglophones, l'anglais et 42 % des allophones, une langue tierce.
6. Le français est utilisé par 70 % des internautes québécois pour la lecture de journaux, de revues ou de livres, dans 60 % des cas pour l'écoute de la radio ou de la télévision, et dans 50 % des cas pour le téléchargement de livres.
7. Au cours des six mois précédant l'enquête, 30 % des répondants ont joué à des jeux vidéo en mode individuel sur Internet. Parmi eux, 48 % ont principalement joué avec des versions anglaises, et 33 %, avec des versions françaises. De plus, 15 % des répondants ont joué à des jeux vidéo en mode réseau. L'anglais est la langue de ces jeux dans 54 % de ces cas, et le français, dans 31 % des cas.



