

# PLAN STRATÉGIQUE 2018 - 2023



OFFICE QUÉBÉCOIS  
DE LA LANGUE FRANÇAISE  
ET COMMISSION DE TOPONYMIE

MISE À JOUR : FÉVRIER 2020

Le contenu de cette publication a été produit par la Direction de la recherche, de l'évaluation et de la vérification interne avec la participation de toutes les directions de l'Office québécois de la langue française et de la Commission de toponymie.

Pour de plus amples renseignements, veuillez vous adresser à :

Office québécois de la langue française  
Édifice Camille-Laurin  
125, rue Sherbrooke Ouest  
Montréal (Québec) H2X 1X4

Téléphone : 514 873-6565  
Sans frais : 1 888 873-6202  
Télécopieur : 514 864-0933

Site Web : [www.oqlf.gouv.qc.ca](http://www.oqlf.gouv.qc.ca)  
Courriel : [info@oqlf.gouv.qc.ca](mailto:info@oqlf.gouv.qc.ca)

Il est possible de consulter ce plan dans le site Web de l'Office.

Dépôt légal – 2020  
Bibliothèque et Archives nationales du Québec

ISBN 978-2-550-82642-2 (PDF, 2<sup>e</sup> édition, 2020)  
ISBN 978-2-550-81538-9 (version imprimée, 1<sup>re</sup> édition, 2018)  
ISBN 978-2-550-81539-6 (PDF, 1<sup>re</sup> édition, 2018)

© Gouvernement du Québec, 2020

La reproduction totale ou partielle de ce document est autorisée à la condition que la source soit mentionnée.



**P L A N**  
**STRATÉGIQUE**  
**2018 - 2023**

**OFFICE QUÉBÉCOIS  
DE LA LANGUE FRANÇAISE  
ET COMMISSION DE TOPONYMIE**

**MISE À JOUR : FÉVRIER 2020**

# MISE À JOUR 2020

Le Plan stratégique 2018-2023 de l'Office québécois de la langue française et de la Commission de toponymie a été mis à jour en 2020. Il tient notamment compte des constats dégagés dans le *Rapport sur l'évolution de la situation linguistique au Québec*, publié en avril 2019. La version modifiée du plan stratégique a été ajustée pour que ces constats y soient reflétés.

La mise à jour concerne certains indicateurs et certaines cibles de la planification. Les indicateurs et les cibles de la version originale du Plan stratégique 2018-2023, de même que leurs résultats, sont présentés dans le *Rapport annuel de gestion 2018-2019* de l'Office et de la Commission.

Le 4 septembre 2019, le premier ministre du Québec, M. François Legault, annonçait la création du ministère de l'Immigration, de la Francisation et de l'Intégration. Ce ministère relève de M. Simon Jolin-Barrette, qui est aussi ministre responsable de la Langue française. L'Office et la Commission sont maintenant sous sa responsabilité.

La présidente-directrice générale,

**Ginette Galarneau**

Février 2020



# MESSAGE DE LA MINISTRE



À titre de ministre responsable de la Protection et de la Promotion de la langue française, j'ai le plaisir de vous présenter le Plan stratégique 2018-2023 de l'Office québécois de la langue française et de la Commission de toponymie.

Produit conformément aux exigences de la *Loi sur l'administration publique*, ce document expose la mission, la vision et les orientations de l'Office et de la Commission ainsi que les objectifs qu'ils s'engagent à atteindre au cours des cinq prochaines années.

Le contenu de ce plan démontre que l'Office est bien ancré dans une société en constante évolution et que, à ce titre, il se veut de plus en plus performant pour continuer à assurer la vitalité et la qualité du français dans les milieux de travail et l'espace public québécois.

D'ailleurs, je me réjouis de constater que ce nouveau plan stratégique fait une large place à la promotion de la langue française. En effet, les actions qui seront réalisées et les mesures qui seront adoptées dans le cadre de ce plan contribueront grandement aux orientations gouvernementales en matière de langue française qui sont portées notamment par la Stratégie partenariale de promotion et de valorisation de la langue française 2016-2021 – *Le français, notre affaire!*

En terminant, je tiens à remercier l'ensemble du personnel de l'Office et de la Commission pour son professionnalisme, son dynamisme ainsi que son engagement constant à travailler à une plus grande cohésion sociale au Québec par la protection et la promotion de la langue française.

La ministre de la Culture et des Communications  
et ministre responsable de la Protection  
et de la Promotion de la langue française,

Marie Montpetit

# MESSAGE DU PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL



C'est avec beaucoup de satisfaction que je vous présente le Plan stratégique 2018-2023 de l'Office québécois de la langue française et de la Commission de toponymie.

Tout en soulignant l'importance de continuer d'agir auprès de l'Administration, des entreprises et des organismes pour que le français soit la langue normale et habituelle de leurs activités, ce nouveau plan quinquennal prend appui sur des enjeux importants, dont celui de faire du français un facteur déterminant de la cohésion sociale au Québec. Ainsi, pendant la durée du plan stratégique, nous travaillerons activement à promouvoir la langue française en tant que richesse de la société québécoise et à accroître le sentiment de fierté associé à sa connaissance et à son utilisation.

Ce plan stratégique témoigne de l'importance accordée aux besoins exprimés par les différentes clientèles de l'Office et de la Commission. Nous allons ainsi bonifier l'offre de certains produits et services (davantage de nouveaux termes dans *Le grand dictionnaire terminologique* et de vocabulaires électroniques ainsi que de nouveaux examens de français offerts aux candidates et candidats aux ordres professionnels). Nous prévoyons aussi augmenter le niveau de satisfaction globale de nos clientèles envers nos services. Nous réaliserons un sondage dès la première année d'application du plan et nous élaborerons, puis mettrons en œuvre une stratégie visant l'amélioration de nos services.

Ce plan stratégique rend compte également des enjeux, des orientations et des objectifs des cinq prochaines années de la Commission de toponymie, qui est intégrée administrativement à l'Office. Ainsi, la Commission veillera à ce que les toponymes soient témoins de l'évolution de la société québécoise dans toute sa diversité. Pour ce faire, elle encouragera notamment l'adoption de bonnes pratiques en matière de toponymie, entre autres l'attribution de noms représentatifs de l'ensemble de la société québécoise et la mise en valeur du patrimoine toponymique québécois.

Enfin, notre organisation aura à cœur de poursuivre les travaux de transformation qu'elle a entrepris ces dernières années en adaptant la gouvernance et le développement organisationnel aux besoins des clientèles et des partenaires.

Comme vous pouvez le constater, le Plan stratégique 2018-2023 est ambitieux et comporte des défis de taille. Toutefois, je suis persuadé que nous pourrons les relever grâce à la compétence et au professionnalisme de nos employées et de nos employés.

D'ailleurs, je tiens à remercier l'ensemble du personnel ainsi que les partenaires qui contribueront à l'atteinte de nos objectifs. À titre de président-directeur général de l'Office et de président de la Commission, je suis heureux de pouvoir compter sur une équipe aussi dévouée.

Le président-directeur général,

Robert Vézina

# LA VISION

Concourir à une plus grande cohésion sociale au Québec par la protection et la promotion du français, langue commune des Québécois et des Québécoises.

# LA MISSION

## **OFFICE QUÉBÉCOIS DE LA LANGUE FRANÇAISE**

S'assurer du respect de la *Charte de la langue française* et de la francisation de l'administration publique et des entreprises pour que le français soit la langue normale et habituelle du travail, des communications, du commerce et des affaires, promouvoir l'usage et la qualité de la langue française, et surveiller l'évolution de la situation linguistique au Québec.

## **COMMISSION DE TOPONYMIE**

S'assurer que le territoire du Québec est nommé avec justesse pour permettre le déplacement efficace des biens ainsi que des personnes, et inventorier, officialiser, diffuser et mettre en valeur les noms de lieux.



# LES VALEURS

L'Office et la Commission ont adopté en 2018 cinq nouvelles valeurs organisationnelles.

## **LA COLLABORATION**

Le personnel fait preuve d'initiative et encourage le travail d'équipe ainsi que le partage d'information. Il s'adapte aux différentes façons de faire et trouve des solutions innovantes pour faire avancer les projets, en plus d'encourager les autres directions et les collègues à s'impliquer et à se rendre disponibles pour participer à l'effort collectif.

## **LA RESPONSABILITÉ**

Le personnel fait preuve de cohérence et d'impartialité. Il s'implique dans les mandats qui lui sont confiés et doit répondre des actions posées et des décisions prises. La contribution optimale de tous et de toutes est nécessaire à l'atteinte des objectifs organisationnels.

## **LA RIGUEUR**

Le personnel fait preuve de professionnalisme. Il remplit ses engagements et offre un service de qualité, en respectant les normes établies et les règles administratives. Le personnel présente de l'information claire, juste et complète.

## **LE SENS DU SERVICE PUBLIC**

Le personnel prend connaissance de l'interrelation entre la mission de l'organisme, les cibles à atteindre et les besoins des usagers et des usagères. Il assure un traitement équitable et respectueux des règles éthiques et veille à ce que ses actions soient conformes aux orientations et aux priorités organisationnelles.

## **LA SOLIDARITÉ**

Le personnel fait preuve d'entraide, d'ouverture d'esprit et d'empathie, autant avec les collègues qu'avec les usagers et les usagères ou avec la population en général. Ses interrelations visent un objectif commun, soit l'accroissement de la cohésion sociale et du mieux-être au travail.



# TABLE DES MATIÈRES



## Partie 1

LE CONTEXTE .....	1
-------------------	---

## Partie 2

LES ENJEUX, LES ORIENTATIONS, LES OBJECTIFS ET LES INDICATEURS .....	4
---	---

### ENJEU 1

Le français comme facteur déterminant de la cohésion sociale .....	5
--	---

### ENJEU 2

Des toponymes témoins de l'évolution de la société québécoise dans toute sa diversité .....	11
--	----

### ENJEU 3

Une organisation efficiente et mobilisée vers un service à la clientèle de qualité .....	13
--	----

## Conclusion

.....	16
-------	----

## Tableau synoptique du Plan stratégique 2018-2023

.....	18
-------	----

# PARTIE 1

Le contexte





## LE CONTEXTE EXTERNE

L'application de la *Charte de la langue française* a permis, au fil des ans, de faire de grandes avancées dans de nombreux secteurs de l'espace public : le français est la langue d'enseignement de la grande majorité des élèves du primaire et du secondaire, il a progressé dans les milieux de travail, et sa présence de plus en plus marquée dans l'affichage commercial a grandement contribué à augmenter le caractère français du paysage visuel québécois. Or, malgré ces percées significatives, la langue française demeure, dans certains secteurs, un objet de préoccupation réel puisque, encore aujourd'hui, l'influence de l'anglais est omniprésente.

En effet, l'arrivée de nouvelles plateformes de communication et l'avènement du numérique (Internet, médias sociaux, commerce en ligne, services de diffusion en continu, etc.) ont des répercussions importantes dans le paysage linguistique québécois et se traduisent par une présence accrue de l'anglais dans différents secteurs. Au-delà de la langue française, c'est toute la culture québécoise qui est touchée par cette révolution du numérique. À l'ère du numérique, dans une économie ouverte, il est donc essentiel de promouvoir l'utilisation du français dans les entreprises qui exercent des activités au Québec dans les sphères du travail, du service à la clientèle et de la pratique des affaires.

Depuis les années 1970, la connaissance du français au Québec a progressé, tant chez les anglophones que chez les allophones. Toutefois, on estime qu'environ 19,4 % de la population immigrante au Québec ne parlent pas français<sup>1</sup>. Cette situation est préoccupante, dans la mesure où le taux d'emploi des personnes immigrantes reste plus bas que celui des personnes nées au pays, malgré la proportion importante de nouveaux immigrants et de nouvelles immigrantes qui possèdent une formation professionnelle approfondie. L'apprentissage du français favorise non seulement l'accès et le maintien en emploi, mais permet également l'intégration et la pleine participation à la société d'accueil.

La réflexion qui a entouré l'élaboration du Plan stratégique 2018-2023 a donc pris appui sur un certain nombre de préoccupations actuelles et de travaux en cours, notamment ceux relatifs au renouvellement de la politique culturelle québécoise. En effet, ce projet accorde une place importante à la langue française, présentée comme un élément indissociable de la culture québécoise. Les travaux font également une place de choix à la préservation du patrimoine, notamment à celui des peuples autochtones.

Le Plan stratégique 2018-2023 fait aussi écho au fait que la société québécoise, pour laquelle les valeurs d'égalité et d'équité sont fondamentales, est de plus en plus diversifiée. La reconnaissance de l'apport des femmes, des nations autochtones et des personnes de minorités ethnoculturelles à la collectivité apparaît donc plus que jamais essentielle et nécessaire. Pour cette raison, il importe notamment que le paysage toponymique québécois mette plus justement en valeur la contribution de l'ensemble des personnes qui ont façonné et qui façonnent la société québécoise.

Ce plan stratégique tient compte également des orientations associées à la Stratégie partenariale de promotion et de valorisation de la langue française 2016-2021 – *Le français, notre affaire!*. En 2016, le gouvernement a lancé une nouvelle stratégie relative à la langue française, qui met l'accent avant tout sur la promotion et la valorisation de la langue officielle à travers des activités de mise en valeur, de sensibilisation et d'éducation. Cette stratégie, qui réunit à la fois des ministères et des organismes gouvernementaux, mais aussi des syndicats, des organisations ainsi que des chambres de commerce, poursuit un seul et même objectif, soit celui d'augmenter la présence du français dans l'espace public en soutenant des projets de promotion et de valorisation de la langue.

<sup>1</sup> STATISTIQUE CANADA, *Recensement en bref : l'intégration linguistique des immigrants et les populations de langue officielle du Canada*, n° 98-200-X2016017 au catalogue, 2016, p. 3.

# LE CONTEXTE INTERNE

Ces dernières années, l'Office québécois de la langue française et la Commission de toponymie ont entrepris la modernisation de leurs processus et de leurs façons de faire. L'objectif de cette démarche est d'accroître la performance de l'organisation pour lui permettre de mieux répondre aux exigences gouvernementales (en matière de gestion axée sur les résultats, par exemple) ainsi qu'aux besoins de ses clientèles. À cet égard, l'Office et la Commission désirent, entre autres, offrir des services qui correspondent davantage aux attentes de leurs clientèles, comme c'est le cas avec l'implantation de nouveaux examens de français mieux adaptés au contexte professionnel des candidats et des candidates.

Pour ce faire, des changements ont déjà été apportés, tant sur le plan de la gouvernance (notamment avec la création du Secrétariat général et de la Direction de la recherche, de l'évaluation et de la vérification interne) que sur le plan des programmes offerts (révision, par exemple, de certains processus). Toutefois, des travaux restent à effectuer pour que soit complété le virage en cours. Certains éléments prévus dans le présent plan stratégique permettront de poursuivre la démarche entreprise.

Enfin, le plan stratégique prévoit des mesures d'accompagnement et de la formation (notamment en ce qui concerne le service à la clientèle) pour le personnel qui sera particulièrement touché par les changements apportés.

# PARTIE 2

Les enjeux, les orientations,  
les objectifs et les indicateurs





# ENJEU 1



## LE FRANÇAIS COMME FACTEUR DÉTERMINANT DE LA COHÉSION SOCIALE

La politique linguistique a fait du français, langue officielle du Québec, la langue commune des Québécois et des Québécoises. À ce titre, le français joue un rôle important dans la poursuite d'une plus grande cohésion sociale. En effet, la notion de « cohésion sociale » peut être mise en relation étroite avec celle de « langue commune ». Cette relation est bidirectionnelle, puisque la connaissance de la langue commune est un facteur qui contribue à la cohésion sociale, et que cette cohésion favorise l'apprentissage et l'usage de la langue commune. Parmi les éléments servant à définir la cohésion sociale en tant que caractéristique souhaitable d'une société dans une perspective d'intégration linguistique<sup>2</sup>, deux apparaissent comme fondamentaux :

- une société où tous les membres peuvent compter sur l'égalité d'accès aux ressources communes comme l'éducation, le travail et la culture;
- une société dans laquelle un haut degré d'interaction sociale entre les individus et entre les différentes communautés permet que des liens sociaux nombreux se tissent.

Puisque le Québec est une société de plus en plus diversifiée qui accueille chaque année des milliers de nouveaux arrivants et de nouvelles arrivantes, il importe que l'apprentissage et la maîtrise du français soient véritablement des facteurs favorisant l'intégration sociale des néo-Québécois et des néo-Québécoises. Pour cela, il faut que ces personnes retirent des bénéfices concrets de leur connaissance de la langue commune. Autrement dit, la langue française doit, entre autres, leur permettre d'améliorer leur sort et d'accéder à des emplois qui mettent à profit leurs compétences.

Dans ce contexte, on constate aisément que l'usage du français comme langue du travail est un enjeu non seulement pour les citoyens et les citoyennes qui ont le français comme langue maternelle ou comme langue d'usage, mais pour l'ensemble des Québécois et des Québécoises, quelles que soient leur origine et leur langue maternelle. Il en est de même de l'importance du français comme langue d'usage public et langue commune, qui favorise les interactions entre tous les individus et les groupes sociaux et donne accès notamment au savoir ainsi qu'à diverses manifestations de la vie culturelle québécoise.

**Au cours des cinq prochaines années, dans l'optique de susciter l'engagement de la collectivité à faire du français un facteur déterminant de la cohésion sociale, l'Office entend :**

- promouvoir la langue française en tant que richesse de la société québécoise;
- renforcer la compréhension et la connaissance des enjeux linguistiques au Québec.

<sup>2</sup> CONSEIL SUPÉRIEUR DE LA LANGUE FRANÇAISE, *Redynamiser la politique linguistique du Québec*, Québec, Le Conseil, 2013, p. 43-44.

# ORIENTATION 1

## Promouvoir la langue française en tant que richesse de la société québécoise

L'Office a créé et développé au fil des ans des outils linguistiques comme *Le grand dictionnaire terminologique* (GDT) et la Banque de dépannage linguistique (BDL), dont la renommée dépasse les frontières du Québec. Les programmes d'aide financière de l'Office offerts aux organismes contribuent à soutenir des projets ou des activités de valorisation et de promotion de la langue française au sein des milieux de travail.

Dans le cadre du présent plan stratégique, l'Office voit à accroître la portée de ses activités, et ce, afin de promouvoir davantage la langue française en tant que richesse de la société québécoise. En effet, le renforcement des actions de promotion de la langue française vise à rendre les différents milieux plus propices à l'usage normal et habituel du français comme langue commune et à faciliter l'intégration sociolinguistique des nouveaux arrivants et des nouvelles arrivantes.

## OBJECTIF 1

### Accroître la portée des activités de promotion

L'Office souhaite renforcer la portée de ses activités de promotion dans les secteurs d'activité économique jugés prioritaires selon l'analyse présentée dans le plus récent *Rapport de l'évolution de la situation linguistique au Québec*. Ces secteurs représentent des domaines où le français est moins utilisé. Il s'agit de la gestion de sociétés et d'entreprises, des secteurs de pointe et du numérique (édition de logiciels et systèmes informatiques), des services professionnels, scientifiques et techniques, du commerce de gros ainsi que du transport et de l'entreposage. Pour atteindre cet objectif, l'Office vise une augmentation de la proportion de projets soutenus dans le cadre du programme d'aide financière Le français, au cœur de nos ambitions dans ces secteurs.

INDICATEUR	CIBLES ANNUELLES
<p>1. Proportion d'activités de promotion qui visent les secteurs d'activité économique prioritaires</p> <p><i>En 2018-2019 : 34 % des activités de promotion réalisées par l'Office</i></p>	<p>40 % des activités de promotion en 2019-2020</p> <p>45 % des activités de promotion en 2020-2021</p>



# OBJECTIF 2

## Répondre à des besoins spécifiques des clientèles

Afin de promouvoir la langue française en tant que richesse de la société québécoise, l'Office compte également répondre à des besoins spécifiques de ses clientèles.

De manière à rendre accessible la terminologie française dans les domaines d'activité en émergence, l'Office produit des vocabulaires spécialisés qu'il rend disponibles dans son site Web et dont le contenu est également intégré dans le GDT. Soucieux de bien répondre aux besoins exprimés par les secteurs où les besoins terminologiques sont importants, l'Office s'engage à augmenter annuellement le taux de consultation en ligne des vocabulaires relatifs aux secteurs d'activité économique prioritaires, qui se mesure en nombre de visites. Cet indicateur est lié aux actions du premier objectif, qui touche les interventions dans les secteurs où l'usage du français est le moins répandu, répertoriés dans le *Rapport sur l'évolution de la situation linguistique au Québec*.

De plus, l'Office a pris l'initiative de produire des vocabulaires spécialisés destinés à soutenir les candidats et les candidates aux ordres professionnels dans leur préparation à l'examen de français. En effet, l'Office est responsable des examens de français que doivent passer les candidats et les candidates aux 46 ordres professionnels du Québec et à l'Organisme d'autoréglementation du courtage immobilier du Québec qui ne répondent pas aux exigences de l'article 35 de la *Charte de la langue française* et qui doivent obtenir une attestation prouvant qu'ils ont une connaissance du français appropriée à l'exercice de leur profession. En 2022-2023, au moins 80 % de ces candidats et candidates bénéficieront de nouveaux vocabulaires visant à les aider à mieux connaître la terminologie française de leur profession. Ces outils favoriseront leur réussite à l'examen ainsi que leur intégration professionnelle.

INDICATEURS	CIBLES ANNUELLES
<p>2. Taux de croissance du nombre de consultations en ligne des vocabulaires relatifs aux secteurs d'activité économique prioritaires</p> <p><i>Moyenne des années 2017-2018 et 2018-2019 : 14 676 visites</i></p>	<p>Augmentation de 5 % du nombre de consultations en ligne en 2019-2020</p> <p>Augmentation de 10 % du nombre de consultations en ligne en 2020-2021</p> <p>Augmentation de 15 % du nombre de consultations en ligne en 2021-2022</p> <p>Augmentation de 20 % du nombre de consultations en ligne en 2022-2023</p>
<p>3. Pourcentage de candidats et de candidates aux examens de français de l'Office pour lesquels des vocabulaires sont diffusés</p>	<p>32 % des candidats et des candidates en 2019-2020</p> <p>48 % des candidats et des candidates en 2020-2021</p> <p>64 % des candidats et des candidates en 2021-2022</p> <p>80 % des candidats et des candidates en 2022-2023</p>

# ORIENTATION 2

## Renforcer la compréhension et la connaissance des enjeux linguistiques au Québec

Pour renforcer la compréhension et la connaissance des enjeux linguistiques au Québec, l'Office s'est donné deux objectifs : fournir de l'information sur la situation linguistique au Québec et accroître le respect des engagements et des obligations des clientèles en matière de francisation.

## OBJECTIF 3

### Fournir de l'information sur la situation linguistique au Québec

En vertu des modifications apportées à la *Charte de la langue française* en 2002, l'Office a le mandat de surveiller l'évolution de la situation linguistique au Québec. Pour ce faire, il doit établir, pour une période déterminée, une programmation des études qu'il réalisera, puis effectuer ou faire effectuer les études prévues dans cette programmation. Les études en question portent, notamment, sur les usages linguistiques dans différents secteurs d'activité (l'affichage commercial, l'espace public, etc.). Les études produites permettent de dresser l'état de la situation linguistique au Québec et d'en apprécier l'évolution par rapport aux données antérieures. De plus, tous les cinq ans, l'Office est tenu de faire rapport au ou à la ministre quant à l'évolution de la situation linguistique au Québec.

Dans le cadre du présent plan stratégique, l'Office s'engage à augmenter la diffusion des résultats des études produites par l'organisation afin de renforcer la compréhension et la connaissance des enjeux linguistiques au Québec dans différents milieux de la sphère publique.

INDICATEUR	CIBLES ANNUELLES
4. Nombre d'activités de diffusion des résultats des études produites par l'Office auprès de ses parties prenantes	7 activités de diffusion en 2019-2020 8 activités de diffusion en 2020-2021 9 activités de diffusion en 2021-2022 10 activités de diffusion en 2022-2023

# OBJECTIF 4

## **Accroître le respect des engagements et des obligations des clientèles en matière de francisation**

Les entreprises et les organismes de l'Administration ont des obligations à respecter en vertu de la *Charte de la langue française*. Par exemple, les entreprises qui emploient cinquante personnes et plus pendant une période de six mois consécutifs doivent s'inscrire auprès de l'Office et amorcer une démarche de francisation. Elles doivent alors faire la démonstration que le français est la langue normale et habituelle du travail, des communications, du commerce et des affaires, puis en généraliser et en maintenir l'utilisation à tous les niveaux de l'entreprise. Lorsque la généralisation de l'utilisation du français au sein de l'entreprise est constatée, celle-ci obtient un certificat de francisation. Les organismes de l'Administration, quant à eux, obtiennent un certificat de conformité de l'Office lorsqu'ils démontrent qu'ils assurent la généralisation de l'utilisation du français dans leur milieu.

Tout au long du processus, l'Office, par son soutien et ses conseils, accompagne les entreprises et les organismes de l'Administration dans leurs démarches pour se conformer à la *Charte* et à ses règlements. Une clientèle sensibilisée à ses engagements et à ses obligations, que ce soit dans le cadre du processus de francisation ou dans le cadre du processus de correction d'une contravention, est susceptible de mieux comprendre ce qui est attendu de sa part sur le plan légal. Elle peut également se familiariser davantage avec les enjeux linguistiques au Québec. Mieux comprendre ces enjeux peut se traduire par un plus grand respect des droits linguistiques.

C'est pour cette raison que l'Office entend, au cours des prochaines années, améliorer et renforcer la compréhension et la connaissance des enjeux linguistiques au Québec auprès des entreprises et des organismes de l'Administration.

L'Office compte ainsi veiller davantage au respect des engagements et des obligations des entreprises et des organismes de l'Administration. Dans le cas des entreprises, l'Office suivra le taux de croissance du nombre d'entreprises certifiées. L'Office vise une augmentation de 2 % d'entreprises certifiées par année.

De plus, afin d'assurer une plus grande présence du français dans l'affichage public, l'Office souhaite intervenir activement dans ce domaine auprès des entreprises. L'Office prévoit mettre en place diverses actions, dont des activités de surveillance, pour qu'au terme de sa planification stratégique, le taux d'entreprises conformes en matière d'affichage public soit plus élevé.

L'exemplarité de l'État dans le domaine linguistique est au cœur des priorités de l'Office. Ce dernier vise une augmentation du taux de maintien de la conformité des organismes de l'Administration ayant reçu un certificat de conformité de 2 % annuellement.

L'Office compte également évaluer le niveau de respect des engagements en matière de francisation en ce qui a trait aux dossiers de plainte. En effet, il entend mesurer le pourcentage de contraventions à la *Charte* corrigées sans procédure judiciaire à la suite de la réception d'une plainte. L'Office cible annuellement un minimum de 85 % des contraventions corrigées. Le processus judiciaire implique le transfert du dossier de plainte au Directeur des poursuites criminelles et pénales.

INDICATEURS	CIBLES ANNUELLES
<p>5. Taux de croissance du nombre d'entreprises certifiées</p> <p><i>En 2018-2019 : 6 094 entreprises certifiées</i></p>	<p>Augmentation de 2 % du nombre d'entreprises certifiées par année</p>
<p>6. Taux de croissance du nombre d'entreprises conformes en matière d'affichage public</p> <p><i>Taux de conformité défini en 2019-2020</i></p>	<p>Augmentation de 2 % du nombre d'entreprises conformes par année</p>
<p>7. Taux de conformité des organismes de l'Administration ayant reçu un certificat de conformité</p> <p><i>Taux de conformité défini en 2020-2021</i></p>	<p>Augmentation de 2 % du taux de conformité par année</p>
<p>8. Pourcentage de contraventions à la <i>Charte de la langue française</i> corrigées sans procédure judiciaire à la suite de la réception d'une plainte</p>	<p>85 % des contraventions corrigées chaque année</p>



## ENJEU 2



### DES TOPONYMES TÉMOINS DE L'ÉVOLUTION DE LA SOCIÉTÉ QUÉBÉCOISE DANS TOUTE SA DIVERSITÉ

La Commission de toponymie est l'organisme public responsable de la gestion des noms de lieux sur le territoire québécois. À ce titre, elle a pour mandat d'assurer leur inventaire, leur officialisation, leur conservation ainsi que leur diffusion.

Afin que les toponymes soient témoins de l'histoire et de l'évolution de la société québécoise dans toute sa diversité, la Commission entend continuer à susciter de bonnes pratiques en matière de toponymie.

Au cours des prochaines années, la Commission souhaite contribuer à l'augmentation de la présence des noms de femmes dans la toponymie officielle, et ce, dans le respect des compétences en matière de toponymie de ses partenaires, dont les municipalités au premier chef.

### ORIENTATION 3

#### Susciter de bonnes pratiques en matière de toponymie

Héritière de la Commission de géographie, créée en 1912, la Commission de toponymie a développé, depuis 1977, une expertise indéniable en ce qui concerne l'officialisation et la diffusion de dénominations toponymiques, expertise qui est reconnue partout dans le monde. Régulièrement, elle participe à des rencontres internationales et collabore avec d'autres organisations, comme la Commission de toponymie du Canada et le Groupe d'experts des Nations Unies pour les noms géographiques. Forte de cette renommée acquise au fil des années, la Commission demeure soucieuse d'officialiser des dénominations qui sont conformes aux meilleures pratiques dans le domaine, notamment en ce qui a trait au choix et à l'écriture des noms de lieux.

# OBJECTIF 5

## Contribuer à l'attribution de noms représentatifs de l'ensemble de la société québécoise

Au cours des prochaines années, la Commission souhaite contribuer à l'augmentation de la présence des noms de femmes dans la toponymie officielle, et ce, dans le respect des compétences en matière de toponymie de ses partenaires, dont les municipalités au premier chef. Pour ce faire, elle prévoit diffuser une banque de candidatures aux désignations toponymiques commémoratives dans laquelle ses partenaires pourront puiser. La proportion de candidatures féminines qui seront déposées dans cette banque chaque année devra être, au minimum, de 50 %.

INDICATEUR	CIBLE ANNUELLE
9. Proportion de nouvelles candidatures féminines dans la Banque de candidatures aux désignations toponymiques commémoratives	Minimum de 50 % des candidatures chaque année

# OBJECTIF 6

## Mettre en valeur le patrimoine toponymique québécois

Au cours de la même période, la Commission a également pour objectif de mettre en valeur le patrimoine toponymique québécois. Afin de souligner la contribution amérindienne et inuite à la connaissance du territoire québécois, la Commission prévoit accroître annuellement la proportion de noms de lieux autochtones qu'elle officialise chaque année.

INDICATEUR	CIBLES ANNUELLES
10. Proportion de noms de lieux autochtones officialisés par la Commission annuellement	<p>Au moins 10 % des noms officialisés par la Commission en 2019-2020</p> <p>Au moins 11,5 % des noms officialisés par la Commission en 2020-2021</p> <p>Au moins 13 % des noms officialisés par la Commission en 2021-2022</p> <p>Au moins 15 % des noms officialisés par la Commission en 2022-2023</p>



## ENJEU 3



### UNE ORGANISATION EFFICIENTE ET MOBILISÉE VERS UN SERVICE À LA CLIENTÈLE DE QUALITÉ

L'Office québécois de la langue française a rendu publique, en 2017, sa nouvelle Déclaration de services aux citoyennes et aux citoyens<sup>3</sup>. Dans cette déclaration, l'organisation prend des engagements précis à l'endroit de sa clientèle. Ceux-ci fixent, notamment, les délais de réponse à des demandes de renseignements généraux, ou encore à des demandes relatives à des questions linguistiques ou toponymiques, l'Office prenant au sérieux son devoir d'être à l'écoute des citoyens et des citoyennes.

Pour respecter ces engagements, mais aussi pour être une organisation performante et prête à affronter les nombreux défis des prochaines années, l'Office doit se montrer de plus en plus efficace et efficient. C'est pourquoi il a fait le choix, pour le présent plan stratégique, de poursuivre les travaux entrepris ces dernières années en matière de développement organisationnel et de gouvernance, de manière à pouvoir mieux répondre aux attentes de ses clientèles et de ses partenaires.

Afin de poursuivre l'implantation de bonnes pratiques en matière de gouvernance, un domaine d'activité est ciblé : les services transactionnels de l'Office.

## ORIENTATION 4

### Adapter la gouvernance et le développement organisationnel aux besoins des clientèles et des partenaires

Afin d'être en mesure d'adapter le contexte organisationnel aux différents besoins de ses clientèles et de ses partenaires, l'Office poursuit trois objectifs stratégiques.

<sup>3</sup> La Déclaration de services aux citoyennes et aux citoyens de l'Office inclut également les engagements de la Commission de toponymie.

# OBJECTIF 7

## Augmenter la satisfaction globale des clientèles

Pour augmenter la satisfaction globale des clientèles, l'organisation réalisera un sondage auprès de différents groupes chaque année afin de connaître leur degré de satisfaction à l'égard des services de l'Office et de la Commission. Ces groupes sont les usagers et les usagères des différents services de plainte, les entreprises inscrites à l'Office, les ministères et les organismes, les membres du Réseau de l'expertise linguistique, les usagers et les usagères des services toponymiques, les usagers et les usagères des services terminolinguistiques ainsi que les candidats et les candidates aux ordres professionnels.

INDICATEUR	CIBLE ANNUELLE
11. Taux de satisfaction globale des clientèles ciblées <i>Donnée de référence tirée du sondage réalisé en 2015 : 82 %</i>	85 % de la clientèle ciblée dans l'année

# OBJECTIF 8

## Poursuivre l'implantation de bonnes pratiques en matière de gouvernance

Afin de poursuivre l'implantation de bonnes pratiques en matière de gouvernance, un domaine d'activité est ciblé : les services transactionnels de l'Office. L'organisation s'engage à rendre disponibles en mode numérique, au terme de sa planification stratégique, 25 % de ses services transactionnels. Cet engagement s'inscrit dans les orientations de la Stratégie de transformation numérique gouvernementale 2019-2023.

INDICATEUR	CIBLES ANNUELLES
12. Taux de services transactionnels disponibles en mode numérique	0 % des services transactionnels en 2019-2020 12,5 % des services transactionnels en 2020-2021 12,5 % des services transactionnels en 2021-2022 25 % des services transactionnels en 2022-2023



# OBJECTIF 9

## Accroître les compétences du personnel

Le troisième et dernier objectif est d'accroître les compétences du personnel. Pour faire face aux nombreux défis qu'il devra affronter en période de modernisation, l'Office doit pouvoir continuer de miser sur un personnel compétent. Il s'engage donc, au cours des prochaines années, à parfaire la formation de son personnel, et ce, plus particulièrement dans le domaine du service à la clientèle et aux partenaires.

INDICATEUR	CIBLE ANNUELLE
13. Pourcentage du personnel formé pour répondre aux besoins des clientèles et des partenaires	90 % du personnel ciblé chaque année

# CONCLUSION





# CONCLUSION



Le Plan stratégique 2018-2023 de l'Office québécois de la langue française et de la Commission de toponymie est un plan que l'on peut qualifier d'ambitieux, puisqu'il comporte des défis de taille pour les prochaines années.

En tant que langue officielle et langue commune, le français joue un rôle majeur au Québec. En effet, il permet à tous et à toutes de participer pleinement à la vie publique et d'avoir accès au savoir, au travail ainsi qu'à la culture.

Grâce à lui, les nouveaux arrivants et les nouvelles arrivantes peuvent intégrer les réseaux sociaux que sont, entre autres, les milieux de travail, le quartier et l'école. Il importe donc de susciter de plus en plus l'engagement de l'ensemble des membres de la collectivité et de stimuler leur volonté de faire du français un facteur déterminant de la cohésion sociale. Ainsi, l'Office et la Commission ont privilégié, dans le présent plan stratégique, la promotion de la langue française comme richesse de la société québécoise, mais également le renforcement de la compréhension des enjeux linguistiques au Québec.

Les toponymes permettent quant à eux de faire valoir toute la richesse et l'originalité de la société québécoise, dans la mesure où ils témoignent de son histoire, de son évolution et de sa diversité. Dans ce plan stratégique, la Commission a choisi de mettre en valeur le patrimoine toponymique québécois en insistant davantage sur l'importance d'officialiser des noms représentatifs de l'ensemble de la société québécoise. Elle devra travailler étroitement avec ses partenaires, en particulier avec l'ensemble des municipalités, pour faire en sorte que cela devienne une vision partagée.

Pour faire face à tous ces défis, l'Office et la Commission doivent poursuivre leurs travaux de transformation entrepris ces dernières années, travaux qui permettront d'adapter la gouvernance et le développement organisationnel aux besoins des clientèles et des partenaires. Dans le Plan stratégique 2018-2023, ils choisissent, entre autres, d'être activement à l'affût des besoins de leurs clientèles afin de leur offrir une prestation de services à la hauteur de leurs attentes.

Enfin, en tant qu'organisation efficiente et mobilisée, l'Office va continuer de miser sur le développement de ses employés et de ses employées. Des mesures seront donc prises pendant la durée du plan stratégique en vue d'accroître les compétences du personnel.

# TABLEAU SYNOPTIQUE

**MISE À JOUR : FÉVRIER 2020**





### MISE À JOUR : FÉVRIER 2020

#### VISION

Concourir à une plus grande cohésion sociale au Québec par la protection et la promotion du français, langue commune des Québécois et des Québécoises.

#### MISSION DE L'OFFICE QUÉBÉCOIS DE LA LANGUE FRANÇAISE

S'assurer du respect de la *Charte de la langue française* et de la francisation de l'administration publique et des entreprises pour que le français soit la langue normale et habituelle du travail, des communications, du commerce et des affaires, promouvoir l'usage et la qualité de la langue française, et surveiller l'évolution de la situation linguistique au Québec.

#### MISSION DE LA COMMISSION DE TOPONYMIE

S'assurer que le territoire du Québec est nommé avec justesse pour permettre le déplacement efficace des biens ainsi que des personnes, et inventorier, officialiser, diffuser et mettre en valeur les noms de lieux.

### ENJEU 1 – LE FRANÇAIS COMME FACTEUR DÉTERMINANT DE LA COHÉSION SOCIALE

#### Orientation 1 – Promouvoir la langue française en tant que richesse de la société québécoise

OBJECTIFS	INDICATEURS*	2018-2019**	CIBLES PAR RAPPORT À 2018-2019			
			2019-2020	2020-2021	2021-2022	2022-2023
1. Accroître la portée des activités de promotion	1. Proportion d'activités de promotion qui visent les secteurs d'activité économique prioritaires*** <i>En 2018-2019 : 34 % des activités de promotion réalisées par l'Office</i>		40 % des activités de promotion	45 % des activités de promotion	S. O.	S. O.
2. Répondre à des besoins spécifiques des clientèles	2. Taux de croissance du nombre de consultations en ligne des vocabulaires relatifs aux secteurs d'activité économique prioritaires*** <i>Moyenne des années 2017-2018 et 2018-2019 : 14 676 visites</i>		Augmentation de 5 % du nombre de consultations en ligne	Augmentation de 10 % du nombre de consultations en ligne	Augmentation de 15 % du nombre de consultations en ligne	Augmentation de 20 % du nombre de consultations en ligne
	3. Pourcentage de candidats et de candidates aux examens de français de l'Office pour lesquels des vocabulaires sont diffusés		32 % des candidats et des candidates	48 % des candidats et des candidates	64 % des candidats et des candidates	80 % des candidats et des candidates

#### Orientation 2 – Renforcer la compréhension et la connaissance des enjeux linguistiques au Québec

3. Fournir de l'information sur la situation linguistique au Québec	4. Nombre d'activités de diffusion des résultats des études produites par l'Office auprès de ses parties prenantes		7 activités de diffusion	8 activités de diffusion	9 activités de diffusion	10 activités de diffusion
4. Accroître le respect des engagements et des obligations des clientèles en matière de francisation	5. Taux de croissance du nombre d'entreprises certifiées <i>En 2018-2019 : 6 094 entreprises certifiées</i>		Augmentation de 2 % du nombre d'entreprises certifiées par année	Augmentation de 2 % du nombre d'entreprises certifiées par année	Augmentation de 2 % du nombre d'entreprises certifiées par année	Augmentation de 2 % du nombre d'entreprises certifiées par année
	6. Taux de croissance du nombre d'entreprises conformes en matière d'affichage public <i>Taux de conformité défini en 2019-2020</i>		Définition du taux de conformité	Augmentation de 2 % du nombre d'entreprises conformes par année	Augmentation de 2 % du nombre d'entreprises conformes par année	Augmentation de 2 % du nombre d'entreprises conformes par année
	7. Taux de conformité des organismes de l'Administration ayant reçu un certificat de conformité <i>Taux de conformité défini en 2020-2021</i>		S. O.	Définition du taux de conformité	Augmentation de 2 % du taux de conformité par année	Augmentation de 2 % du taux de conformité par année
	8. Pourcentage de contraventions à la <i>Charte de la langue française</i> corrigées sans procédure judiciaire à la suite de la réception d'une plainte		85 % des contraventions corrigées	85 % des contraventions corrigées	85 % des contraventions corrigées	85 % des contraventions corrigées

### ENJEU 2 – DES TOPONYMES TÉMOINS DE L'ÉVOLUTION DE LA SOCIÉTÉ QUÉBÉCOISE DANS TOUTE SA DIVERSITÉ

#### Orientation 3 – Susciter de bonnes pratiques en matière de toponymie

5. Contribuer à l'attribution de noms représentatifs de l'ensemble de la société québécoise	9. Proportion de nouvelles candidatures féminines dans la Banque de candidatures aux désignations toponymiques commémoratives		Minimum de 50 % des candidatures de l'année	Minimum de 50 % des candidatures de l'année	Minimum de 50 % des candidatures de l'année	Minimum de 50 % des candidatures de l'année
6. Mettre en valeur le patrimoine toponymique québécois	10. Proportion de noms de lieux autochtones officialisés par la Commission annuellement		Au moins 10 % des noms officialisés par la Commission au cours de l'année	Au moins 11,5 % des noms officialisés par la Commission au cours de l'année	Au moins 13 % des noms officialisés par la Commission au cours de l'année	Au moins 15 % des noms officialisés par la Commission au cours de l'année

### ENJEU 3 – UNE ORGANISATION EFFICIENTE ET MOBILISÉE VERS UN SERVICE À LA CLIENTÈLE DE QUALITÉ

#### Orientation 4 – Adapter la gouvernance et le développement organisationnel aux besoins des clientèles et des partenaires

7. Augmenter la satisfaction globale des clientèles	11. Taux de satisfaction globale des clientèles ciblées <i>Donnée de référence tirée du sondage réalisé en 2015 : 82 %</i>		85 % de la clientèle ciblée dans l'année	85 % de la clientèle ciblée dans l'année	85 % de la clientèle ciblée dans l'année	85 % de la clientèle ciblée dans l'année
8. Poursuivre l'implantation de bonnes pratiques en matière de gouvernance	12. Taux de services transactionnels disponibles en mode numérique		0 % des services transactionnels	12,5 % des services transactionnels	12,5 % des services transactionnels	25 % des services transactionnels
9. Accroître les compétences du personnel	13. Pourcentage du personnel formé pour répondre aux besoins des clientèles et des partenaires		90 % du personnel ciblé	90 % du personnel ciblé	90 % du personnel ciblé	90 % du personnel ciblé

\* Les indicateurs du Plan stratégique 2018-2023 ont fait l'objet d'une mise à jour en 2020.

\*\* Les cibles 2018-2019 ainsi que leurs résultats sont présentés dans le *Rapport annuel de gestion 2018-2019* de l'Office québécois de la langue française et de la Commission de toponymie.

\*\*\* Les secteurs d'activité économique prioritaires sont les suivants : gestion de sociétés et d'entreprises, secteurs de pointe et du numérique (édition de logiciels et systèmes informatiques), services professionnels, scientifiques et techniques, commerce de gros ainsi que transport et entreposage.

