

**La langue des produits informatiques vendus  
chez les détaillants de l'île de Montréal**

**Résultats d'une vérification ponctuelle**

**Pierre Bouchard**  
**Service de la recherche et des ressources documentaires**

**Mars 2000**

## **Remerciements**

Le projet a été coordonné par Jean Roy qui a distribué l'échantillon des détaillants à visiter, s'est assuré de la qualité du travail et du respect de l'échéancier. Il a aussi supervisé la saisie des données faite par Lucie Dion.

La collecte des données chez les détaillants sélectionnés a été faite, à l'aide d'une grille prédéterminée, par Claude Drapeau, Richard Gauthier, Réjean Kirouac, Raymond Leclair, Gérald Paradis, Jean-Marie Roy, Pierre Sourdif, Rachel Tremblay et Tony Trudel.

Nous remercions toutes ces personnes de leur collaboration et, surtout, de leur disponibilité, que ce soit pour la préparation de la collecte ou pour la collecte elle-même.

## Table des matières

Objectif du projet	4
Méthodologie	4
Analyse des données	5
1. La langue des logiciels et des ludiciels	5
1.1 La langue des logiciels	5
1.1.1 La présence du français chez les détaillants de logiciels	6
1.1.2 La conformité linguistique chez les détaillants de logiciels	6
1.2 La langue des ludiciels	9
1.2.1 La présence du français chez les détaillants de ludiciels	9
1.2.2 La conformité linguistique chez les détaillants de ludiciels	10
1.3 Conclusion	12
2. La langue des équipements informatiques en montre	12
2.1 La langue des microordinateurs	12
2.1.1 La langue des systèmes d'exploitation	12
2.1.2 La langue des logiciels installés	13
2.1.3 La langue des claviers	14
2.2 La langue des panneaux de commande des imprimantes en montre	15
2.3 Conclusion	16
Conclusion	17
Annexe 1 : Méthodologie	19
Annexe 2 : Liste et langue des logiciels et ludiciels retenus	24

## **Objectif du projet**

L'objectif de ce projet est d'estimer la place accordée au français chez les détaillants de produits informatiques (microordinateurs et imprimantes, logiciels et ludiciels) et, par voie de conséquence, à évaluer le respect ou non des articles 51 et 52 de la Charte de la langue française. Il consiste aussi à suivre l'évolution de la situation dans ce domaine et, si besoin est, à aider à déterminer des interventions ciblées.

## **Méthodologie**

Sans entrer dans le détail, il nous apparaît important de faire état de quelques éléments méthodologiques, qui ont présidé à la réalisation de cette recherche et qui sont nécessaires à une juste appréciation du texte qui suit. Le lecteur intéressé trouvera à l'annexe 1 le dossier complet relatif à cette question.

D'abord, il faut mentionner que seuls les détaillants ayant un lieu d'affaires dans l'île de Montréal pouvaient faire partie de l'échantillon de cette recherche.

Le modèle d'échantillonnage élaboré aux fins de cette étude est de type aléatoire. La liste des détaillants admissibles [tous les détaillants de produits informatiques de l'environnement Windows] a été établie à partir du cédérom PRO PHONE et complétée à l'aide des pages jaunes de l'annuaire téléphonique. Les détaillants de l'échantillon ont été sélectionnés à l'aide du progiciel SPSS.

La collecte des données a été réalisée par des observateurs qui se sont rendus dans les établissements sélectionnés et y ont observé la langue des logiciels et des ludiciels offerts, ainsi que la langue des microordinateurs et des imprimantes en montre.

La recherche a porté sur un nombre limité de logiciels et de ludiciels, soit les plus vendus [selon certains sites Internet] et quelques incontournables. Il importe de dire que l'existence d'une version française du logiciel ou du ludiciel n'a pas été considérée au moment de sa sélection. On trouvera à l'annexe 2 la liste des logiciels et ludiciels retenus, avec la mention de la ou des langues dans lesquelles ils sont actuellement offerts.

En ce qui a trait à la langue des microordinateurs et des imprimantes en montre, nous nous sommes limités à relever la présence du français ou de l'anglais (ou des deux langues) relativement à la langue des systèmes d'exploitation (Windows ou autres) et des logiciels les plus couramment installés (Office 2000 ou comparables) sur les microordinateurs en montre, ainsi que celle des claviers et des panneaux de commandes des imprimantes.

Enfin, mentionnons que la collecte des données a été réalisée entre le 14 février et le 3 mars 2000.

## **Analyse des données**

Les données portent sur un très petit nombre de détaillants. En effet, ces données ont été recueillies auprès de 31 détaillants de l'île de Montréal qui offrent des produits utilisés sous Windows. Ainsi, on trouvera certains détaillants qui ne vendent que des logiciels ou des ludiciels, d'autres seulement des équipements informatiques et d'autres encore qui, en plus des produits informatiques dont il vient d'être question, offrent une foule d'autres produits qui n'ont rien à voir avec l'informatique.

Les données rendent compte, selon nos estimations, de l'activité de quelque 120 détaillants de l'île de Montréal.

### **1. La langue des logiciels et des ludiciels**

Il n'est jamais simple de décrire la réalité linguistique d'une entreprise, et celle d'un détaillant de produits informatiques n'échappe pas à cette règle. Afin de nous faciliter la tâche ainsi que celle du lecteur, nous avons synthétisé l'information dans une typologie de détaillants établie selon la langue des produits qu'ils offrent.

Ainsi, nous avons des détaillants qui offrent tous leurs produits, les logiciels et les ludiciels en l'occurrence, en français seulement (F dans les tableaux ci-après), en anglais seulement (A) ou dans les deux langues (AF). Mais la situation est souvent plus complexe : des détaillants offrent certains produits en anglais seulement et d'autres produits dans les deux langues (A et AF dans les tableaux ci-après); des détaillants offrent certains produits en français seulement et d'autres dans les deux langues (F et AF) et, enfin, un certain nombre où toutes les situations (A, F, AF) se rencontrent.

Avant d'aller plus avant à l'aide de cette typologie, il y a lieu d'évaluer de manière générale la présence du français chez les détaillants qui vendent des logiciels. Ensuite, nous reviendrons à notre typologie pour déterminer la conformité linguistique des logiciels vendus. Et nous procéderons de la même façon dans le cas des ludiciels.

#### **1.1 La langue des logiciels**

La plupart des détaillants visités (23/31) vendent des logiciels utilisés dans l'environnement Windows et ils le font, nous l'avons déjà dit, sur une échelle plus ou moins grande, puisqu'ils offrent entre 1 et 17 des logiciels retenus, ce qui donne une moyenne de 6,6 logiciels.

### **1.1.1 La présence du français chez les détaillants de logiciels**

Selon les données que nous avons recueillies, tous les détaillants qui vendent des logiciels (100 %) ont au moins une version française de l'un ou l'autre des logiciels retenus pour l'étude, ce qui constitue en quelque sorte une amélioration significative par rapport à la situation observée en 1999. En effet, en 1999, seulement 73 % des détaillants étaient dans cette situation.

Cette donnée mérite cependant d'être un peu plus documentée, car elle ne constitue qu'un pâle reflet, et simpliste de surcroît, de la situation dont nous souhaitons rendre compte. Dans cette perspective, il nous apparaît essentiel de présenter cette présence du français en distinguant notamment les détaillants où tous les logiciels vendus sont en français des autres détaillants où on trouve une plus ou moins grande quantité de versions de logiciels en anglais seulement. Ainsi, on constate avec intérêt qu'en 2000, plus de la moitié des détaillants visités (57 %) offraient une version française de tous les logiciels qu'ils distribuent (voir tableau 1), ce qui constitue une augmentation appréciable de la présence du français par rapport à la situation de 1999, où le tiers des détaillants visités (33 %) étaient dans cette situation. En contrepartie, la place de l'anglais, ou sa prédominance [pourcentage de logiciels en français = < 50 %], a diminué chez quelque 25 % des détaillants visités entre 1999 et 2000<sup>1</sup>. Ce constat a sûrement de quoi nous réjouir, car, si l'anglais a longtemps marqué l'informatique et continue toujours à le faire à l'étape de la conception, il semble qu'actuellement, le consommateur peut de plus en plus facilement obtenir des logiciels en français, et ce, plus particulièrement dans le cas des produits les plus usuels. Notons d'ailleurs que les populaires produits d'ADOBE seront prochainement offerts en français au Québec.

Après avoir constaté une certaine progression de la présence du français chez les détaillants de logiciels de l'île de Montréal, il nous importe maintenant d'observer la conformité linguistique de ces détaillants. C'est ce que nous ferons dans la prochaine section.

### **1.1.2 La conformité linguistique chez les détaillants de logiciels**

Une analyse des données à l'aide de la typologie présentée précédemment nous amène aux constats suivants (tableau 2) :

⇒ Plus de la moitié des détaillants de logiciels (57 %) offrent une version française (F) ou une version française et une version anglaise (AF) des logiciels retenus aux fins de cette étude. On remarque ainsi une augmentation importante de la place du français entre 1999 et 2000, soit une augmentation de 24 %, mais cette augmentation n'est pas statistiquement significative. Il va sans dire que, de ce fait, en 2000, plus de la moitié des détaillants de logiciels de l'île de Montréal (57 %) sont conformes à la Charte de la langue française ;

---

<sup>1</sup> Il s'agit d'une diminution statistiquement significative.

**Tableau 1**

**Présence du français  
chez les détaillants de l'île de Montréal  
selon le pourcentage de logiciels en français**

<b>Pourcentage de logiciels en français</b>	<b>Année d'observation</b>	
	<b>1999 (%)</b>	<b>2000 (%)</b>
<b>&lt; 50 %</b>	29	4
<b>50 % &lt; &gt; 74 %</b>	20	26
<b>75 % &lt; &gt; 99 %</b>	17	13
<b>100 %</b>	33	57
<b>Total (N)</b>	<b>30</b>	<b>23</b>

⇒ Quant aux autres détaillants, ils offrent des logiciels en version anglaise uniquement. Dans ce cas, deux situations sont possibles : a) le détaillant offre uniquement la version anglaise de l'un ou l'autre des logiciels retenus, alors que la version française existe ; b) le détaillant offre la version anglaise de l'un ou l'autre des logiciels retenus, la version française étant inexistante.

- ◆ En 2000, deux détaillants de logiciels sur cinq (43 %) offrent uniquement la version anglaise de l'un ou l'autre des logiciels à l'étude, alors que la version française existe. Il s'agit d'une diminution de 24 % par rapport à la situation observée en 1999<sup>1</sup>. Il demeure cependant qu'en 2000, il y a encore plus de deux détaillants sur cinq qui ne se conforment pas à la Charte de la langue française.
- ◆ Quant à l'autre sous-catégorie de détaillants (ceux qui offrent des logiciels en version anglaise uniquement, la version française étant inexistante), elle est forcément peu importante, étant donné que seulement deux des logiciels retenus (MS Greetings 2000 et World Book Millenium 2000) n'avaient pas de version française. Selon les données recueillies, 26 % des détaillants de logiciels sont dans cette situation, et aucun n'offre ces logiciels avec un emballage en français. Ces derniers dérogent ainsi à l'article 51 de la Charte de la langue française.

<sup>1</sup> Cette diminution n'est pas statistiquement significative.

**Tableau 2**

**Typologie des détaillants  
selon la langue des logiciels en vente**

Logiciels	Pourcentage de détaillants	Catégories regroupées de détaillants (en pourcentage)	
		1999	2000
En version française seulement (F)	39		
En version anglaise seulement (A)	0		
Dans les deux versions (AF)	0		
A et AF	9		
F et AF	17		
F et A	9		
A et F et AF	26		
<b><i>En versions conformes</i></b>			
(F + AF + F AF)		33	57
<b><i>En versions non conformes (A)</i></b>			
		67	43

<b><i>En version anglaise uniquement (A), même s'il existe une version française</i></b>		67	43
<b><i>En version anglaise uniquement (A), la version française étant inexistante</i></b>			
<b>Avec emballage et mode d'emploi en anglais uniquement</b>		100	100
<b>Avec emballage et mode d'emploi comportant un texte français</b>		0	0



Bref, il ressort de cette analyse que la situation relative à la conformité linguistique des détaillants de logiciels n'a pas évolué au cours de la dernière année.

## **1.2 La langue des ludiciels**

Il y a autant de détaillants de ludiciels que de détaillants de logiciels dans l'île de Montréal, soit 23 des 31 détaillants visités, ceux-ci en offrant cependant un éventail plus important, soit entre 1 et 21 des ludiciels retenus, ce qui donne une moyenne de 8,7 ludiciels.

### **1.2.1 La présence du français chez les détaillants de ludiciels**

La très grande majorité de ces détaillants de ludiciels (96 %) offrent l'un ou l'autre des ludiciels retenus en version française. Dans ce cas, la situation est donc demeurée semblable à celle observée en 1999, où 92 % des détaillants offraient à ce moment-là l'un ou l'autre des ludiciels retenus en version française.

Comme dans le cas des logiciels, il nous semble important de documenter un peu plus cette donnée, car, selon nous, elle est trop générale pour refléter adéquatement la réalité étudiée. Dans cette perspective, nous présenterons cette présence du français en distinguant notamment les détaillants où tous les ludiciels vendus sont en français des autres détaillants où on trouve une plus ou moins grande quantité de versions de ludiciels en anglais seulement. Ainsi, en 2000, seulement le tiers des détaillants de ludiciels visités (35 %) offrent uniquement des ludiciels en version française, alors qu'en 1999, un détaillant sur deux (49 %) étaient dans cette situation (voir tableau 3). Il s'agit, en fait, d'une diminution de quelque 15 points de pourcentage par rapport à 1999. En contrepartie, la place de l'anglais, ou sa prédominance [pourcentage de logiciels en français = < 50 %], a augmenté entre 1999 et 2000 chez quelque 18 % des détaillants visités<sup>1</sup>.

Bref, si la situation semble s'améliorer dans le cas des logiciels, force est de constater une certaine stabilité dans la situation relative aux ludiciels, du moins statistiquement parlant. Voyons maintenant ce qu'il en est de la conformité linguistique des détaillants de ludiciels.

---

<sup>1</sup> Ces changements percentuels sont statistiquement non significatifs.

**Tableau 3**

**Présence du français  
chez les détaillants de l'île de Montréal  
selon le pourcentage de ludiciels en français**

<b>Pourcentage de ludiciels en français</b>	<b>Année d'observation</b>	
	<b>1999 (%)</b>	<b>2000 (%)</b>
<b>&lt; 50 %</b>	12	30
<b>50 % &lt; &gt; 74 %</b>	21	22
<b>75 % &lt; &gt; 99 %</b>	18	13
<b>100 %</b>	49	35
<b>Total (N)</b>	24	23

**1.2.2 La conformité linguistique chez les détaillants de ludiciels**

Une analyse des données à l'aide de la typologie présentée précédemment nous amène aux constats suivants (tableau 2) :

- ⇒ Seulement le tiers des détaillants visés (35 %) offrent actuellement une version française de tous leurs ludiciels en vente dans leur établissement comparativement à 49 % en 1999. Ceux-là offrent soit uniquement des versions françaises (F), soit les versions françaises et les versions anglaises (AF) des ludiciels offerts ;
- ⇒ Quant aux autres (65 %), ils offrent uniquement la version anglaise de l'un ou l'autre des ludiciels à l'étude, alors que la version française existe, ce qui constitue une augmentation non négligeable, mais non statistiquement significative, de 14 % par rapport à la situation observée en 1999.
  - ◆ Dans le cas des ludiciels, il n'y a que Planescape Torment et Roller Coaster Tycoon qui n'ont pas de version française. Ils sont tout de même vendus par 17 % des détaillants de ludiciels visités et aucun n'offre ces logiciels avec un emballage en français. Ces derniers dérogent ainsi à l'article 51 de la Charte de la langue française.

Bref, il ressort de cette analyse que la situation relative à la conformité linguistique des détaillants de ludiciels n'a pas évolué au cours de la dernière année.

**Tableau 4**

**Typologie des détaillants  
selon la langue des ludiciels en vente**

<b>Ludiciels</b>	<b>Pourcentage de détaillants</b>	<b>Catégories regroupées de détaillants</b> <i>(en pourcentage)</i>	
		1999	2000
	2000		
En version française seulement (F)	35		
En version anglaise seulement (A)	4		
Dans les deux versions (AF)	0		
A et AF	4		
F et AF	0		
F et A	26		
A et F et AF	30		
<b><i>En versions conformes</i></b>			
(F + AF + F AF)		49	35
<b><i>En versions non conformes (A)</i></b>			
		51	65
<b><i>En version anglaise uniquement (A), même s'il existe une version française étant existante</i></b>		51	65
<b><i>En version anglaise uniquement (A), la version française étant inexistante</i></b>			
		21	17
<b>Avec emballage et mode d'emploi en anglais uniquement</b>		100	100
<b>Avec emballage et mode d'emploi comportant un texte français</b>		0	0

### **1.3 Conclusion**

En terminant cette section relative à la langue des logiciels et des ludiciels offerts, nous en arrivons à la conclusion que, si le français semble progresser dans le cas des logiciels, notamment en ce qui a trait à l'importance de sa présence, il en va tout autrement pour les ludiciels où on n'observe pas de changements statistiquement significatifs, qu'il s'agisse de la présence du français ou de la conformité à la Charte.

## **2. La langue des équipements informatiques en montre**

### **2.1 La langue des microordinateurs**

#### **2.1.1 La langue des systèmes d'exploitation**

La majorité des détaillants de produits informatiques visités (23/31) vendent des microordinateurs.

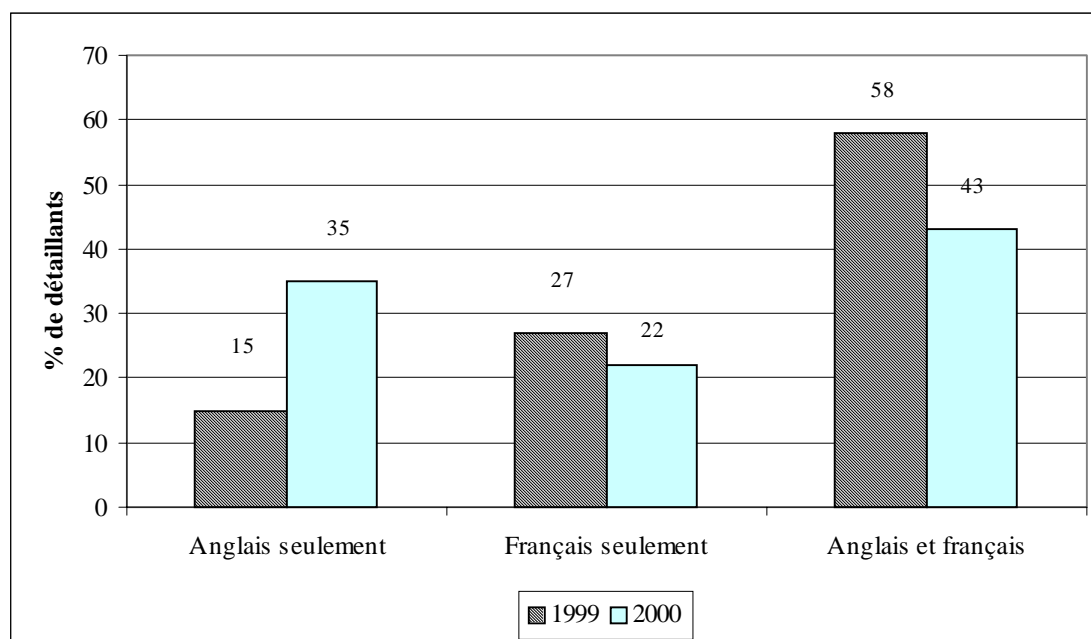
Les observateurs avaient reçu la directive de déterminer la langue du système d'exploitation (ex. : Windows, Linux, Os2, etc.) de chacun des microordinateurs en montre.

À partir de cette donnée, nous avons établi trois catégories de détaillants, soit des détaillants où tous les systèmes d'exploitation installés (100 %) étaient en français [*uniquement en français*], ceux où tous les systèmes (100 %) étaient en anglais [*uniquement en anglais*] et ceux où il y avait des systèmes d'exploitation installés soit en français, soit en anglais.

Cela étant dit, il est possible de voir, à partir du graphique 1, que les systèmes d'exploitation installés uniquement en anglais se trouvent en 2000 chez 35 % des détaillants, alors que seulement un cinquième des détaillants (22 %) ont des systèmes installés uniquement en français. Si on compare cette situation à celle observée en 1999, force est de conclure que, malgré une augmentation apparente de l'unilinguisme anglais, il n'y a pas de changement significatif entre les deux années d'observation.

## Graphique 1

### Langue du système d'exploitation des microordinateurs en montre *Pourcentage de détaillants*



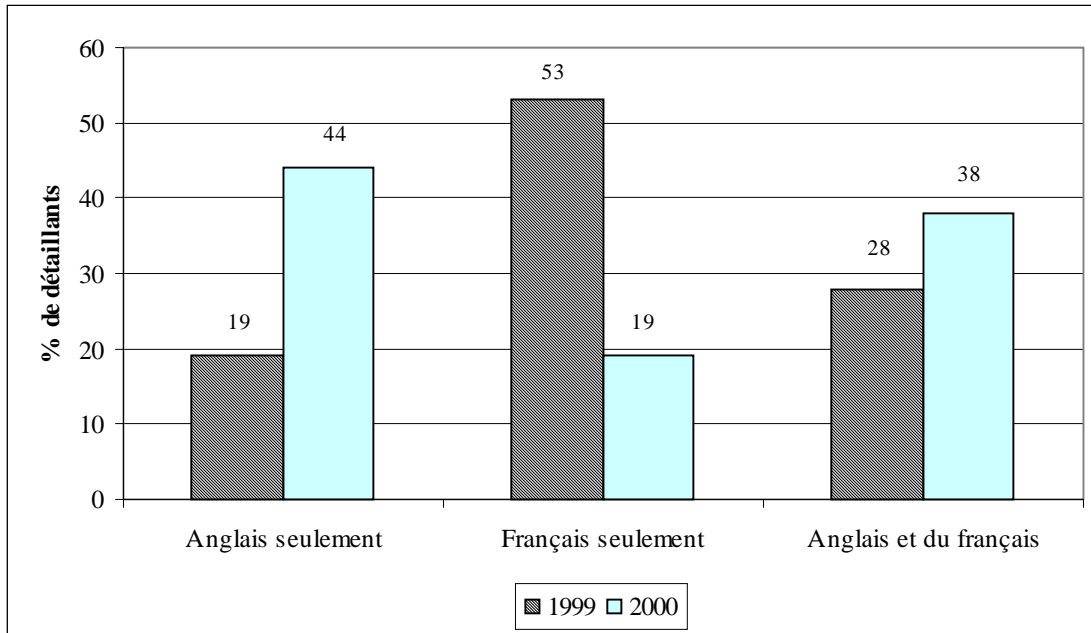
#### 2.1.2 La langue des logiciels installés

La détermination des logiciels installés sur les microordinateurs posait un certain nombre de problèmes de collecte, compte tenu du nombre possible de logiciels installés et de leur variété. Aussi, afin d'encadrer un peu plus l'opération de collecte et d'assurer la qualité de l'information recueillie, il a été décidé de circonscrire les logiciels à observer, en ciblant les suites les plus usuelles, soit Office, Wordperfect (Corel) et Works.

Les données recueillies nous ont permis de catégoriser les détaillants de la même manière que précédemment et, ainsi, d'établir trois grandes catégories que l'on retrouvera dans le graphique 2. Il en ressort, entre autres choses, que la prépondérance accordée au français en 1999 dans le cas des logiciels installés a diminué de façon significative au cours de la dernière année. Alors qu'en 1999, 53 % des détaillants visités avaient des microordinateurs sur lesquels il y avait des logiciels installés uniquement en français, on en trouve seulement 19 % en 2000 et, en contrepartie, on trouve une augmentation importante de détaillants chez qui les logiciels observés sont installés uniquement en anglais.

## Graphique 2

### Langue des logiciels installés sur les microordinateurs en montre *Pourcentage de détaillants*



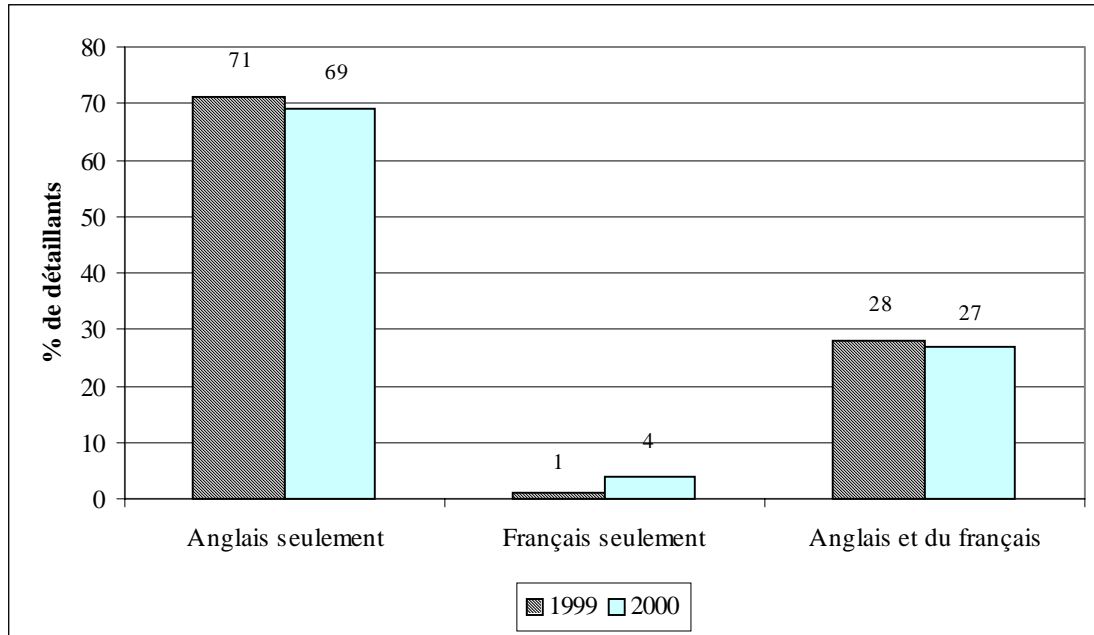
### 2.1.3 La langue des claviers

La détermination de la langue des claviers en montre pose moins de problèmes d'observation, même s'il faut souvent composer avec plusieurs normes. La question des normes ne devait cependant pas être prise en compte au moment de l'observation. L'opération consistait simplement à déterminer si les claviers en montre comportaient des pictogrammes ou les accents français. Notons que seulement 8 % des détaillants visités offrent des claviers avec pictogrammes.

Comme précédemment, les données recueillies ont permis d'établir trois catégories de détaillants que l'on retrouve dans le graphique 3. Il en ressort que 96 % des détaillants visités offrent des claviers non francisés, 69 % offrant même uniquement ce genre de claviers. Et rares sont les détaillants qui offrent uniquement des claviers francisés (4 %). Cette situation est tout à fait comparable à celle observée en 1999.

### Graphique 3

#### Langue des claviers en montre *Pourcentage de détaillants*



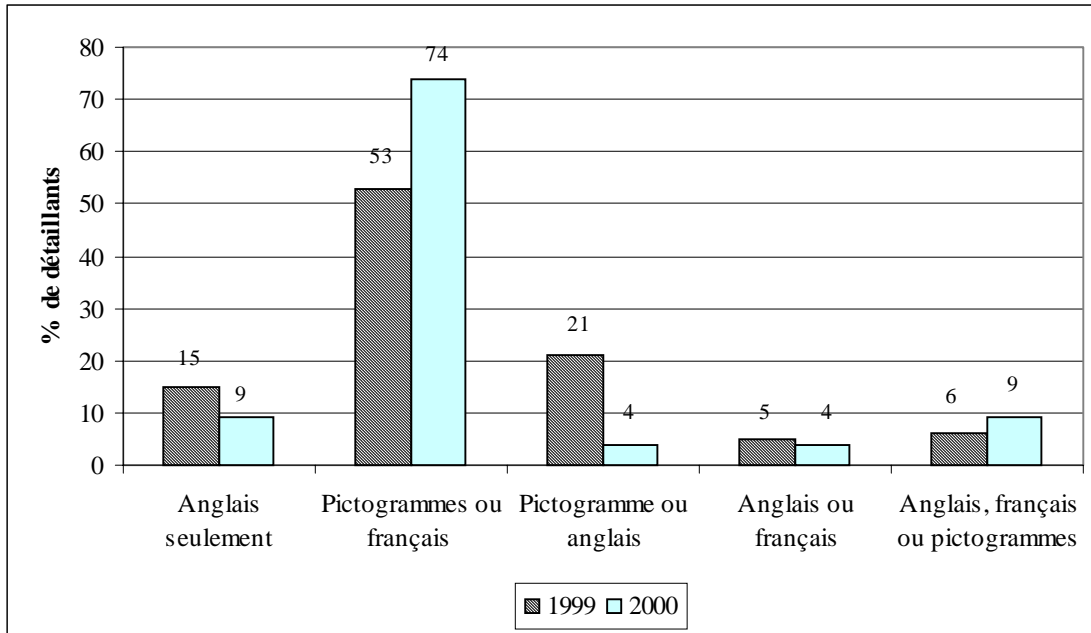
#### 2.2 La langue des panneaux de commande des imprimantes en montre

Plus de 70 % des détaillants de produits informatiques visités (23/31) vendent des imprimantes.

Comme précédemment, les données recueillies nous ont permis de catégoriser les détaillants et d'établir ainsi la place occupée par le français. Le graphique 4 est très explicite à cet effet : il montre que, chez 87 % des détaillants visités (74 % + 4 % + 9 %), il y a des imprimantes ayant des panneaux de commande avec pictogrammes et que, dans 74 % des cas, toutes les imprimantes observées ont des pictogrammes. Un examen plus approfondi du graphique nous amène aussi à remarquer que l'anglais a régressé au cours de la dernière année (24 %), alors que le français conserve à peu près la même importance. Notons enfin qu'il y a tout de même encore quelque 10 % des détaillants qui offrent des imprimantes avec des panneaux de configuration uniquement en anglais.

## Graphique 4

### Langue du panneau de commande des imprimantes en montre *Pourcentage de détaillants*



### 2.3 Conclusion

En terminant, nous devons dire que la situation du français nous apparaît préoccupante dans le cas des équipements informatiques en montre chez les détaillants de l'île de Montréal. En effet, si on constate depuis 1999 un recul de l'anglais au profit de pictogrammes dans le cas des panneaux de commande des imprimantes en montre, il est difficile d'en dire autant dans le cas des microordinateurs. Les claviers anglais [sans leurs correspondants français] continuent à être offerts chez la plupart des détaillants de ces produits informatiques et on trouve encore beaucoup de détaillants offrant des microordinateurs où les systèmes d'exploitation et les logiciels sont installés uniquement en anglais.



## **Conclusion**

De façon générale, il semble que, par rapport à la situation de 1999, le français a en 2000 à la fois fait des progrès (dans le cas des logiciels) et est demeuré à peu près stable (dans le cas des ludiciels). Dans le cas des équipements, la situation est moins claire. Si une légère régression de l'anglais au profit de pictogrammes a pu être enregistrée en ce qui a trait aux panneaux de commande des imprimantes, la très grande majorité des claviers en montre sont toujours en anglais. Dans le cas des logiciels installés, on observe une certaine stabilité (systèmes d'exploitation), mais une certaine anglicisation des suites [Office et Corel] installés. De ce fait, la situation du français nous paraît toujours aussi précaire et force nous est de convenir qu'il faut continuer à être vigilant en la matière et à suivre la situation de près. Il ressort donc qu'il y a encore du travail à faire pour assurer aux Québécois et aux Québécoises qui le désirent l'accès aux produits informatiques en français.

**Annexe 1**  
**Méthodologie**

Les pages qui suivent font état de la méthodologie spécialement élaborée pour ce projet.

## **Échantillon**

Les détaillants visés par ce projet ont été tirés du cédérom PRO PHONE qui regroupe l'ensemble des entreprises du Canada et que l'on trouve sous les codes d'activité suivants : 3679 Équipements électroniques; 5045 Équipements d'ordinateurs et de périphériques; 5734-01 Ordinateurs et logiciels; 5734-07 Magasins d'ordinateurs et de logiciels; 5943A Détaillants de livres techniques. Cette liste a été complétée à l'aide des pages jaunes.

On a fait ensuite une épuration sommaire (inscription en double, plusieurs dénominations à la même adresse, dénominations qui n'avaient rien à voir avec le projet, etc.). On a ainsi, a-t-on obtenu une banque épurée de 800 commerces reliés de près ou de loin à l'informatique dans la région de Montréal.

À partir de là, il a été décidé d'avoir recours à un échantillon aléatoire, de façon à avoir 200 commerces qui ont été soumis à une nouvelle épuration (par téléphone). Nous avons ainsi voulu vérifier si effectivement ces commerces faisaient affaire avec le public, avaient une salle d'exposition ouverte au public et vendaient les produits informatiques retenus (logiciels, ludiciels et équipements informatiques). Cette seconde opération de dépistage nous a permis de constituer un échantillon de 50 détaillants ayant un lieu d'affaires dans l'île de Montréal, qui, après la collecte, s'est soldé par un échantillon de seulement 31 commerces, les commerces non admissibles n'étant pas vraiment ouverts au public ou effectuant plutôt de la réparation ou du développement de logiciels spécialisés.

Enfin, notons que notre échantillon comprend des commerces qui ont comme activité principale la vente de produits informatiques (logiciels, ludiciels et équipements informatiques) dans l'île de Montréal, mais aussi d'autres commerces qui vendent un éventail d'autres produits, Costco par exemple.

## **Collecte des informations**

Les données ont été obtenues à l'aide d'une grille prédéterminée. Ainsi, une liste fermée de logiciels et de ludiciels a été établie et les données à recueillir relativement aux équipements informatiques ont été circonscrites. La collecte s'est déroulée entre le 14 février et le 3 mars 2000.

### *Logiciels et ludiciels*

La détermination de la langue des logiciels et des ludiciels constitue sans aucun doute la plus grande difficulté du projet, si on souhaite en faire une évaluation valable. En effet, les logiciels et les ludiciels ne sont pas placés de manière uniforme sur les rayons et leur présentation varie d'un commerce à l'autre.

Pour pallier cette difficulté, il fut décidé d'observer la langue d'un nombre précis de logiciels et de ludiciels. Dans cette perspective, nous avons retenu les logiciels et les ludiciels qui sont généralement les plus vendus (voir liste ci-après). En plus, nous avons choisi d'ajouter quelques logiciels incontournables.

*A) Logiciels*

**1. Les logiciels les plus vendus**

1. Norton AntiVirus 2000
2. McAfee VirusScan v. 4,0
  
3. MS Greetings 2000
4. PrintMaster Platinum v. 8,0
  
5. Netscape Communicator v. 4,7
6. PcANYWHERE v. 9,0
  
7. Money 2000 Deluxe
8. Quicken 2000 (de base)
  
9. Ms Frontpage 2000
10. Paint Shop pro Publisher 2000
11. Suite graphique CorelDraw 9

**2. Quelques incontournables**

12. Microsoft Plus! 98
13. MS Windows 98
  
14. Encyclopédie Encarta 2000
15. World Book Millenium 2000 (standard)
  
16. Wordperfect Office 2000
17. MS Office 2000

## *B) Ludiciels*

1. Age of empires II : Age of Kings
2. Ceasar III
3. Chasseur de daims 3 (Deer Hunter)
4. Crusaders of Might and magic
5. Fifa 2000
6. Final fantasy VIII : the legend continues
7. Flight simulator 2000
8. Flight Unlimited III
9. Freespace 2
10. Half-Life : opposing force
11. Monaco Grand Prix racing simulator 2
12. Nascar Racing 3
13. Nba Live 2000
14. NHL 2000
15. Planescape torment
16. Quake III : Arena
17. Quest for Glory V : Dragonfire
18. Roller coaster Tycoon
19. Sid Meier's Alpha Centauri
20. Unreal tournament
21. Tomb Raider III

Au moment de la collecte des informations, la personne désignée avait à noter la langue du logiciel ou du ludiciel visé, ainsi que la langue de son emballage. Il était important aussi de vérifier si ce logiciel ou ludiciel existait en version française et en version anglaise (pour une même version ou pour deux versions différentes). Dans le cas d'un logiciel ou d'un ludiciel uniquement en anglais, l'observateur devait vérifier si l'emballage était conforme à l'article 51 de la Charte.

## *Micro-ordinateurs*

Il était aussi important d'examiner la place accordée au français dans tout ce qui concerne les microordinateurs et les imprimantes en montre.

Dans ce but, les personnes qui ont réalisé la collecte devaient déterminer :

- 1) la langue du système d'exploitation installé sur les microordinateurs en montre;
- 2) la langue des logiciels les plus couramment installés (Office, Suite WP et Works) ;
- 3) la langue des claviers en montre ;
- 4) la langue des emballages (visibles sur les lieux) .

## *Imprimantes*

Dans ce but, les personnes qui ont réalisé la collecte devaient déterminer :

- 1) la langue du panneau de commande des imprimantes en montre;
- 2) la langue des emballages (visibles sur les lieux) .

## **Annexe 2**

### **Liste et langue des logiciels et ludiciels retenus**

## A) Logiciels

Norton AntiVirus 2000	A + F
McAFEE VirusScan	A + F
MS Greetings 2000	A
PrintMaster Platinum	A + F
Netscape Communicator	A + F
PcAnywhere	A + F
Money 2000 Deluxe	A + F
MS Frontpage 2000	A + F
Quicken 2000 (de base)	A + F
MS Outlook 2000	A + F
Paint Shop Pro Publisher 2000	A + F
Suite graphique CorelDraw	A + F
Microsoft Plus 98	A + F
Encyclopédie Encarta 2000	A + F
MS Windows 98	A + F
World Book Millenium 2000	A
Wordperfect Office 2000	A + F
MS Office 2000	A + F

## B) Ludiciels

Age of empires II : Age of Kings	A + F
Cesar III	A + F
Chasseur de daims 3 (Deer Hunter)	A + F
Crusaders of Might and magic	A + F
Fifa 2000	A + F
Final fantasy VIII : the legend continues	A + F
Flight simulator 2000	A + F
Flight Unlimited III	A + F
Freespace 2	A + F
Half-Life : opposing force	A + F
Monaco Grand Prix racing simulator 2	A + F
Nascar Racing 3	A + F
Nba Live 2000	A + F
NHL 2000	A + F
Planescape torment	A
Quake III : Arena	A + F
Quest for Glory V : Dragonfire	A + F
Roller coaster Tycoon	A
Sid Meier's Alpha Centauri	A + F
Unreal tournament	A + F
Tomb Raider III	



Blade Runner	<b>A + F</b>	
Cinquième élément		<b>A + F</b>
Deer Hunter II	<b>A</b>	
F1 Racing Simulation 3D	<b>A + F</b>	
Fallout 2	<b>A + F</b>	
Half-Life	<b>A + F</b>	
Dune 2000	<b>A + F</b>	
NHL 99	<b>A + F</b>	
Tomb Rider III	<b>A + F</b>	