

Office québécois
de la langue
française

Québec 

Pour vendre ou distribuer vos produits au Québec

Infoguide à l'intention des fabricants
et des distributeurs

Service des communications

Novembre 2002

Pour vendre ou distribuer vos produits au Québec

Voici tout ce qu'il faut savoir sur les principales dispositions de la Charte de la langue française.

*Le Conseil québécois du commerce de détail et
l'Office québécois de la langue française*

**ont uni leurs efforts pour offrir le présent document
d'information, dans lequel vous trouverez :**

- le contexte linguistique du Québec;
- les principales dispositions de la loi en matière de langue du commerce et des affaires.
- ce que ces exigences linguistiques signifient concrètement pour votre entreprise;
- des réponses à vos questions;
- quelques conseils utiles;
- un aide-mémoire sur la Charte de la langue française.

Le contexte linguistique

Le français est la langue d'usage courant de la majorité de la population québécoise et d'une minorité francophone dans les provinces voisines de l'Ontario et du Nouveau-Brunswick.

Au Québec, plus de 84 % de ses sept millions et demi d'habitants ont le français pour langue maternelle, et un plus grand nombre encore ont exprimé leur volonté de continuer d'utiliser le français comme langue d'usage. C'est ce qui a amené le gouvernement du Québec à adopter, il y a maintenant 23 ans, la Charte de la langue française. Cette loi linguistique visait à réaffirmer la volonté de la grande majorité des Québécois de faire du français la langue normale et habituelle du travail, de l'enseignement, des communications, du commerce et des affaires.

La Charte de la langue française a établi une série de droits et d'obligations, c'est-à-dire d'une part le droit pour les consommateurs d'être informés et servis en français et, d'autre part, l'obligation pour l'industrie du commerce de détail d'offrir au Québec des produits en français, accompagnés de documents en français. Il en résulte que

- Les détaillants ont la responsabilité de s'assurer que les inscriptions sur les produits et sur leur emballage, ainsi que les documents qui les accompagnent, sont conformes à la loi;
- Les fabricants et les distributeurs ont la responsabilité de livrer aux détaillants des produits et des documents qui sont effectivement conformes à la loi.

Mais quelles sont, au juste, les principales dispositions de la loi en matière de langue du commerce et des affaires?

Les principales dispositions de la loi en matière de langue du commerce et des affaires

La conformité aux dispositions de la Charte de la langue française comporte quatre volets :

- L'étiquetage des produits;
- La documentation commerciale;
- L'affichage commercial;
- La langue des logiciels.

L'étiquetage des produits

Par étiquetage des produits, on entend les inscriptions sur les produits eux-mêmes, sur les contenants et les emballages ainsi que les documents qui accompagnent les produits (modes d'emploi, notices d'utilisation, manuels de montage, certificats de garantie, etc.).

Le français est obligatoire dans l'étiquetage de tous les produits vendus au Québec. L'usage d'une ou de plusieurs autres langues en plus du français est cependant possible, dans la mesure où les inscriptions rédigées en français sont au moins équivalentes aux versions dans les autres langues.

Sauf les quelques exceptions prévues dans le Règlement sur la langue du commerce et des affaires, toute inscription rédigée dans une autre langue que le français doit être accompagnée d'une inscription équivalente rédigée en français.

La documentation commerciale

Par documentation commerciale, on entend les imprimés publicitaires tels que les catalogues, les dépliants, les brochures, les annuaires commerciaux et les messages dans un site Web.

La documentation commerciale distribuée au Québec doit être en français. Ici aussi, on peut utiliser une ou plusieurs autres langues, la version française devant alors avoir une importance au moins équivalente aux versions rédigées dans toute autre langue.

L'affichage commercial

Les affiches promotionnelles, les présentoirs, etc. ont pour but d'attirer l'attention des consommateurs sur vos produits. Ces supports publicitaires, lorsqu'on les utilise au Québec, doivent eux aussi être en français. Si l'on utilise l'anglais ou toute autre langue en plus du français, il faut s'assurer que les messages affichés en français soient nettement prédominants, c'est-à-dire que leur impact visuel soit beaucoup plus important.

Il existe plusieurs façons de s'assurer de la nette prédominance du français : par exemple, en utilisant des caractères deux fois plus gros en français, ou encore en plaçant deux fois plus d'affiches en français, ou encore en agençant les couleurs et la taille des caractères de manière à faire ressortir davantage le texte français.

La langue des logiciels

Toutes les règles relatives à l'étiquetage des produits, à la documentation commerciale et à l'affichage commercial s'appliquent également aux logiciels.

Les logiciels sont également visés par une règle particulière :

« Les logiciels, y compris les ludiciels, doivent être disponibles en français au Québec, à moins qu'il n'en existe aucune version française ».

Ainsi, lorsqu'un logiciel existe en version française, on ne peut offrir la version anglaise que si l'on offre également la version française dans des conditions équivalentes.

Cependant, lorsqu'un logiciel n'existe pas en version française, on peut offrir la version anglaise, dans la mesure où elle respecte les dispositions relatives à l'emballage, à la documentation commerciale et à l'affichage commercial.

Ce que cela signifie concrètement pour votre entreprise...

Si votre entreprise fabrique ou distribue :

- des produits informatiques ou électroniques grand public;
- des produits pharmaceutiques et cosmétiques;
- des produits chimiques ou plastiques;
- des produits métalliques;
- des produits alimentaires;

et

si vous vendez actuellement ou si vous projetez de vendre vos produits **au Québec**,

et

si vos produits se vendent **dans un emballage et sont accompagnés**

- d'un mode d'installation, d'un mode d'emploi ou d'entretien;
- d'un guide d'installation ou d'un guide de référence (ou les deux);
- d'une garantie ou d'une carte de validation de garantie (ou les deux);
- de documents promotionnels ou publicitaires (papillons ou prospectus, fiches techniques, présentoirs ou affiches, bons de réduction, dépliants, liste de prix, catalogue, etc.),

assurez-vous d'inclure la version française de tous ces renseignements.

Si vos produits comportent des logiciels, c'est-à-dire un système d'exploitation, un ou plusieurs logiciels d'application, ou quelque forme d'interface utilisateurs ou de support d'information tel qu'un écran d'affichage, des menus et des fenêtres, etc.,

assurez-vous qu'ils sont en version française si la version française existe sur le marché, ou qu'ils offrent au moins le français comme choix de langue.

Si vos produits comportent des logiciels qui n'existent pas en version française sur le marché,

assurez-vous que la version anglaise respecte les dispositions relatives à l'emballage, à la documentation commerciale et à l'affichage commercial.

Des réponses à vos questions...

Notre entreprise fabrique des accélérateurs graphiques et d'autres composants pour ordinateurs, mais nous ne vendons pas nos produits au détail. Nos clients sont des équipementiers à qui nous vendons nos produits en vrac. Faut-il un emballage spécial pour pouvoir vendre nos produits au Canada et au Québec?

Non, dans la mesure où vos produits demeurent des produits intermédiaires et que le public ne risque pas de trouver vos produits dans leur emballage actuel, sur le marché de la consommation.

Nous avons toujours pris soin d'insérer un mode d'emploi et d'entretien en français dans nos emballages, mais nous n'avons qu'un seul emballage standard, et il est unilingue anglais. Allons-nous devoir modifier notre emballage pour répondre au marché canadien et québécois?

Oui. C'est déjà un bon début que d'inclure un mode d'emploi en français, mais les renseignements contenus sur votre emballage méritent aussi d'être en français. Vous savez, c'est d'abord l'emballage qui attire l'attention du consommateur sur vos produits.

Qu'est-ce qu'il faut à un ordinateur, pour être conforme à la Charte de la langue française?

Pour être entièrement conforme à la Charte de la langue française, un ordinateur doit comporter les éléments suivants :

- le système d'exploitation en français et, le cas échéant, les logiciels d'application, les programmes utilitaires et les ludiciels en français;
- un clavier dont les inscriptions, les boutons de commande et les touches sont en français;
- les inscriptions en français (ou en plus d'une langue, dont le français) sur le matériel.
- Les documents d'accompagnement en français, notamment :
 - le guide d'installation et d'utilisation en français;
 - les documents de formation et le matériel didactique en français;
 - les fiches techniques et les documents publicitaires en français;
 - l'entretien et le soutien technique en français.

Je vends des barres multiprises. Tout le monde sait à quoi sert une barre multiprise. Pourquoi faudrait-il du français sur mes emballages?

Si vous vendez vos produits sans emballage ailleurs en Amérique du Nord, vous n'avez pas besoin d'un emballage particulier pour le marché canadien et québécois. Mais si vous avez jugé bon de recourir à une quelconque forme d'emballage pour véhiculer des renseignements tels que la garantie ou des messages d'avertissement, il serait bon que tous ces renseignements sur l'emballage soient également en français.

Je dirige une petite entreprise. Je n'ai pas les moyens de gérer deux stocks d'emballages distincts, l'un en anglais, l'autre en français.

C'est tout à fait compréhensible. D'ailleurs, vous n'avez pas besoin de doubler vos emballages. Un emballage bilingue français – anglais, ou même un emballage multilingue comportant le français, convient parfaitement.

Notre entreprise vend ses produits au Québec depuis déjà bien des années. Tous nos produits sont vendus dans un emballage trilingue, anglais / français / espagnol, et ils sont accompagnés d'un mode d'emploi trilingue. La seule chose qui est uniquement en anglais, ce sont nos marques de commerce. Cela pose-t-il un problème?

Le choix de la marque de commerce fait généralement partie de la stratégie commerciale de l'entreprise. Il va sans dire qu'on atteint plus facilement le client en choisissant une marque de commerce qui lui dit quelque chose. Si votre entreprise dispose déjà d'une version française des marques de commerce des produits qu'elle commercialise au Québec, c'est la version française qu'il faut utiliser. Mais si vos marques de produits n'ont pas de version française, la loi ne vous oblige pas à en avoir.

Je distribue des logiciels partout en Amérique du Nord. Certains de mes produits sont multilingues, mais d'autres ont une version française qui n'est disponible qu'en Europe. Est-ce que je peux quand même vendre ces logiciels dans leur version anglaise au Québec?

Vous avez bien raison de dire qu'un grand nombre de logiciels existent dans plusieurs langues, et notamment en français. Cependant, vendre au Québec uniquement la version anglaise de vos produits aurait pour effet de multiplier la demande à l'égard de la version française, et de susciter ainsi une plus grande insatisfaction et des plaintes parmi les consommateurs. En vertu de l'article 52.1 de la Charte de la langue française, lorsqu'il existe une version française d'un logiciel, les détaillants ne peuvent offrir une version dans toute autre langue, à moins d'offrir également la version française.

Notre entreprise est un important distributeur de logiciels. La plupart de nos produits ne comportent pas de version française et n'offrent pas de choix de langue. Est-ce que votre Charte de la langue française s'applique également à nous?

Bien sûr! Les logiciels se vendent dans un emballage, et ils sont parfois accompagnés de documents tels que des directives d'installation ou d'utilisation. La présence du français sur l'emballage et les documents qui accompagnent le logiciel est d'autant plus importante que le logiciel lui-même n'est pas en français.

Nos périphériques se vendent dans un emballage bilingue anglais-français, avec directives d'installation et guide d'utilisation également bilingues, mais l'interface utilisateur de nos pilotes est unilingue anglaise. Qu'en pensez-vous?

Il est clair que l'interface utilisateur pose un problème. Une interface multilingue ou un choix de langue d'interface donnerait à vos produits un plus grand rayonnement mondial. Bon nombre de vos concurrents y ont déjà pensé. Pourquoi ne pas ajouter ce point à votre liste d'améliorations à apporter à vos produits?

Je n'ai qu'un seul client au Canada. Je ne vois pas l'utilité d'avoir des emballages bilingues, des modes d'emploi bilingues, des garanties bilingues, et tout ce tra-la-la...

Vous avez peut-être raison. Mais si ce client unique est une grande chaîne de magasins qui a des établissements au Québec, en Ontario et au Nouveau-Brunswick, votre raisonnement risque de créer des problèmes à ces détaillants.

Nous vendons déjà nos ordinateurs en France. L'emballage et la documentation qui accompagne nos produits ne nous posent aucun problème. Mais qu'en est-il des claviers?

Comme vous savez, on utilise en France le clavier AZERTY, alors qu'au Canada et au Québec, on utilise le clavier nord-américain de type QWERTY. Il y a une dizaine d'années, l'Association canadienne de normalisation, également connue sous son sigle CSA, a adopté une norme pour les claviers (CAN/CSA Z243.200-92), qui prévoit une disposition unique pour les caractères français et anglais. Ce nouveau clavier, recommandé par l'Office québécois de la langue française, se répand tranquillement sur le marché, mais on trouve encore également sur le marché le clavier canadien-français.

Quelques conseils utiles...

Vous cherchez une personne compétente pour traduire vos documents ?

Voici quelques associations de traducteurs reconnues:

Ordre des traducteurs, terminologues et interprètes du Québec www.otiaq.org	2021, avenue Union, bureau 1108 Montréal (Québec) H3A 2S9 Tél. : (514) 845-4411, poste 21 1 800 265-4815
Association des traducteurs et interprètes de l'Ontario (www.atio.on.ca)	1 rue Nicholas, bureau 1202 Ottawa (Ontario) K1N 7B7 Tél.: (613) 241-2846 Télécopie: (613) 241-4098
Corporation des traducteurs, traductrices, terminologues et interprètes du Nouveau-Brunswick www.ctinb.nb.ca	Case postale 427 Fredericton, (Nouveau-Brunswick) E3B 4Z9 Tél.: (506) 458-1519
Association des traducteurs et interprètes du Manitoba www.atim.mb.ca	200, av. de la Cathédrale P.O. Box 83, Saint-Boniface (Manitoba) R2H 0H7 Tél.: (204) 233-1757

Vous cherchez le texte exact des différents articles de la Charte de la langue française?

Tous les articles de la Charte et de ses principaux règlements vous sont accessibles gratuitement, en français et en anglais, sur le site Web de l'Office québécois de la langue française (www.oqlf.gouv.qc.ca).

Vous cherchez les bons termes français?

Voici le **Grand dictionnaire terminologique** : un dictionnaire informatisé de trois millions de termes essentiellement techniques, auquel vous avez accès gratuitement (www.oqlf.gouv.qc.ca).

Vous voulez communiquer avec nous?

Par courrier :	Office québécois de la langue française 125, rue Sherbrooke Ouest Montréal (Québec) H2X 1X4
Par téléphone :	(514) 873-6565 ou 1-888-873-6202
Par télécopieur :	(514) 873-3488
Par courriel	info@oqlf.gouv.qc.ca

Aide-mémoire
sur la langue du commerce et des affaires au Québec

Article de la loi	OBJET VISÉ PAR LA CHARTE DE LA LANGUE FRANÇAISE	RÈGLES RELATIVES AUX PRODUITS VENDUS AU QUÉBEC			
		TOUT PRODUIT OFFERT AU QUÉBEC	LOGICIELS QUI EXISTENT EN FRANÇAIS	LOGICIELS QUI N'EXISTENT PAS EN FRANÇAIS	REMARQUES
51	Inscriptions sur un produit	F ou FA	F ou FA	F ou FA	F : français obligatoire FA : on peut utiliser à la fois le français et une ou plusieurs autres langues pourvu que le français figure de façon aussi évidente que toute autre langue
51	Contenant ou emballage	F ou FA	F ou FA	F ou FA	
51	Mode d'emploi	F ou FA	F ou FA	F ou FA	
51	Certificat de garantie	F ou FA	F ou FA	F ou FA	
51	Carte d'enregistrement	F ou FA	F ou FA	F ou FA	
52- 55-57	Documentation commerciale (dépliants, catalogues, bons de réduction, contrats, factures, messages dans un site web)	F ou FA	F ou FA	F ou FA	
58	Affichage commercial (présentoirs, affiches)	F ou Fa	F ou Fa	F ou Fa	Fa : on peut utiliser à la fois le français et une ou plusieurs autres langues pourvu que le français figure de façon nettement prédominante.
52.2	Langue d'un logiciel		F	A	A : on peut offrir une version anglaise seulement pourvu que la version française n'existe nulle part ailleurs
51	CD d'installation		F ou FA	F ou FA	

NOTE : Pour de plus amples renseignements : (514) 873-6565 ou 1 888 873-6202, ou encore www.oqlf.gouv.qc.ca