

**Campagne promotionnelle
auprès des commerçants du centre-ville de Montréal**

En vue de rappeler aux consommateurs leurs droits linguistiques et de sensibiliser les commerçants du centre-ville de Montréal à l'importance de s'afficher et de s'exprimer en français, l'Office a conçu une campagne de promotion à deux volets :

Premier volet :

La diffusion d'un message électronique promotionnel dans le métro de Montréal à l'intention du grand public, du 28 août au 22 septembre 2006 : « **À Montréal, on s'affiche en français et on s'exprime d'abord en français. Vous avez le droit d'être servis et informés en français. Utilisez-le! Demandez-le!** Un message de l'Office québécois de la langue française en campagne de sensibilisation auprès des commerçants du centre-ville de Montréal. »

Deuxième volet :

La deuxième partie de cette campagne, soit la distribution aux commerçants du centre-ville de Montréal, d'un feuillet promotionnel explicatif sur la langue d'accueil et de service, aussi bien que d'affichage et d'étiquetage, s'est déroulée du 10 octobre au 3 novembre 2006. La campagne de promotion était doublée du relevé d'un certain nombre de renseignements sur les commerces visités :

- Nom et adresse (partielle) des commerces;
- Interlocuteur (propriétaire, gérant, vendeur);
- Type de commerce;
- Langue d'affichage;
- Langue d'accueil;
- Possibilité d'être servi en français;
- Réaction des personnes rencontrées par rapport à la campagne de promotion.

Les représentants de l'Office ont également profité de l'occasion pour fournir des explications sur l'application de la Charte de la langue française et répondre aux questions qui leur ont été posées.

Méthodologie :

- **Nombre de commerces visités¹**
 - Rue Sainte-Catherine et centres commerciaux adjacents : 1 323
 - Vieux-Montréal : 539
 - Autres grandes artères commerciales : 609

 - Total : 2 471

Les visites ont été réparties en 57 parcours distincts dans les trois zones mentionnées ci-dessus.

Les représentants de l'Office n'étaient pas identifiés. Ils ont donc été accueillis comme de simples clients.

- Trente-trois personnes (dépêchées sur le terrain par équipe de deux) se sont réparti les parcours dans le centre-ville de Montréal et ont consacré l'équivalent de 108½ jours de travail aux visites auprès des commerçants.

¹ recensement complet de tous les commerces, à l'exception des entreprises de 50 employés ou plus et donc déjà visées par la Charte de la langue française.

Résultats :

Les résultats de ces visites ont fait l'objet d'une compilation informatique et ont été diffusés dans un communiqué de presse émis le 30 janvier 2007.

- L'accueil s'est fait en français dans les commerces visités du centre-ville de Montréal dans 83 % des cas.
- Le service a été offert en français dans 91 % des cas.
- L'affichage commercial public était conforme à la Charte plus de 7 fois sur 10, soit 71 %.

Le personnel de l'Office a généralement été très bien accueilli, puisque seulement 5 % des personnes rencontrées se sont montrées défavorables à la visite faite par l'Office.

OQLF/ 08-01-17