

STRATÉGIE COMMUNE D'INTERVENTION  
POUR MONTRÉAL  
2008-2013

Le  
français,  
notre 5  
affaire à tous

Un plan d'action quinquennal issu du  
Rendez-vous des gens d'affaires et des partenaires  
socioéconomiques d'octobre 2008

**RAPPORT 2008-2011**

Montréal, le 3 juin 2011

Madame Christine St-Pierre  
Ministre de la Culture, des Communications et de la Condition féminine  
et ministre responsable de l'application de la Charte de la langue française  
225, Grande Allée Est, bloc A, 1<sup>er</sup> étage  
Québec (Québec) G1R 5G5

Madame la Ministre,

C'est avec plaisir que je vous transmets le rapport 2008-2011 des réalisations découlant de la Stratégie commune d'intervention pour Montréal 2008-2013, *Le français, notre affaire à tous*.

Ce document est déposé conformément à l'entente signée à Montréal, le 10 octobre 2008, à l'issue du Rendez-vous des gens d'affaires et des partenaires socioéconomiques. Il y avait été convenu de confier au Comité directeur des orientations le mandat d'effectuer le bilan des réalisations prévues par la Stratégie et d'en faire rapport annuellement au gouvernement.

Ce deuxième rapport témoigne des efforts soutenus, fournis par un ensemble de partenaires dans le développement de la francisation des entreprises à Montréal, notamment celles qui emploient moins de 50 employés.

Veillez agréer, Madame la Ministre, l'expression de mes sentiments les meilleurs.



Michel Leblanc  
Président du Comité directeur des orientations  
de la Stratégie commune  
Président et chef de la direction  
Chambre de commerce du Montréal métropolitain  
380, rue Saint-Antoine Ouest, bureau 6000  
Montréal (Québec) H2Y 3X7

Montréal, le 26 mai 2011

Monsieur Michel Leblanc  
Président du Comité directeur des orientations  
de la Stratégie commune  
Président et chef de la direction  
Chambre de commerce du Montréal métropolitain  
380, rue Saint-Antoine Ouest, bureau 6000  
Montréal (Québec) H2Y 3X7

Monsieur le Président,

Nous avons le plaisir de vous transmettre le rapport 2008-2011 des réalisations découlant de la Stratégie commune d'intervention pour Montréal 2008-2013, *Le français, notre affaire à tous*.

Les données incluses dans ce deuxième bilan couvrent deux années financières : celle du 1<sup>er</sup> avril 2009 au 31 mars 2010 et celle du 1<sup>er</sup> avril 2010 au 31 mars 2011. Nous y adjoignons également les premiers mois qui ont suivi la signature de la Stratégie, soit du 11 octobre 2008 au 31 mars 2009. Les données ainsi présentées correspondent aux exercices financiers du gouvernement et favorisent les comparaisons annuelles.

Ce rapport a été préparé conformément au mandat confié au Comité de suivi des activités. Le contexte ayant mené à la signature de la Stratégie commune et les engagements pris par les signataires y sont rappelés, de même que les résultats atteints pour chacune des mesures envisagées. Le rapport se termine sur un court bilan des activités et sur les perspectives qui s'ouvrent d'ici le terme prévu de la Stratégie commune, en 2013.

En tant que coprésidents du Comité de suivi des activités, nous avons supervisé la mise en œuvre de la Stratégie commune. Les données contenues dans le présent rapport correspondent à l'état de la situation telle qu'elle se présentait aux différents partenaires le 31 mars 2011.

Les coprésidents du Comité de suivi des activités,



**Eric Prud'Homme**  
Vice-président, Stratégie et Affaires publiques  
Chambre de commerce du Montréal métropolitain



**Jacques Gosselin**  
Sous-ministre associé  
responsable de l'application de la politique linguistique  
Secrétariat à la politique linguistique

# TABLE DES MATIÈRES

## PREMIÈRE PARTIE : Rappel de la Stratégie commune d'intervention pour Montréal 2008-2013

1. Éléments de contexte.....	4
1.1 L'origine de la Stratégie commune.....	4
1.2 Le contexte sociolinguistique.....	5
2. Les principes et les objectifs.....	5
3. Le cadre de gestion et les ressources de la Stratégie commune.....	7
3.1 Le Comité directeur des orientations.....	7
3.2 Le Comité de suivi des activités.....	8
3.3 Le Secrétariat de la Stratégie commune.....	8

## DEUXIÈME PARTIE : La mise en œuvre de la Stratégie commune

1. L'état des mesures initiales.....	10
1.1 Les mesures en cours.....	10
1.2 Les mesures réalisées.....	22
1.3 Les mesures abandonnées.....	27
2. Les nouvelles mesures.....	28
2.1 Le démarchage auprès des petites entreprises montréalaises.....	28
2.2 La sensibilisation de la population étudiante des universités montréalaises.....	29
2.3 La promotion de l'utilisation du français auprès des milieux d'affaires multiculturels de Montréal.....	30
2.4 Le label « francoresponsable ».....	30
2.5 La sensibilisation à l'histoire du français au Québec.....	31

## TROISIÈME PARTIE : Les conclusions du Comité de suivi des activités

1. Le bilan.....	32
1.1 Un portrait global.....	32
1.2 Le guichet unique : un outil prometteur.....	36
1.3 Les cours de français en entreprises : une progression.....	37
1.4 La promotion du français par les associations : des partenaires qui s'impliquent.....	37
1.5 Une mobilisation croissante.....	38
2. Le temps de la consolidation.....	39
3. Conclusion.....	40

## ANNEXES

Annexe 1 : Les signataires de la Stratégie commune.....	41
Annexe 2 : Les mesures de la Stratégie commune.....	44
Annexe 3 : Les membres du Comité directeur des orientations.....	46
Annexe 4 : Lettre envoyée par le gouvernement aux chefs d'entreprise de 11 à 49 employés.....	47

# PREMIÈRE PARTIE

## Rappel de la Stratégie commune d'intervention pour Montréal 2008-2013

### 1 ÉLÉMENTS DE CONTEXTE

#### 1.1 L'ORIGINE DE LA STRATÉGIE COMMUNE

Le 10 octobre 2008, à l'issue du Rendez-vous des gens d'affaires et des partenaires socioéconomiques, le gouvernement du Québec et un comité de gens d'affaires et de partenaires socioéconomiques, présidé par la Chambre de commerce du Montréal métropolitain, signaient une entente intitulée *Le français, notre affaire à tous – Stratégie commune d'intervention pour Montréal 2008-2013*. Parmi les signataires, on comptait, outre le premier ministre du Québec, sept ministres du gouvernement, cinq représentants des milieux syndicaux, de l'éducation ou de la culture et 21 représentants de gens d'affaires de la région montréalaise<sup>1</sup>.

Rappelons que le Rendez-vous des gens d'affaires et des partenaires socioéconomiques avait réuni à Montréal quelque 250 personnalités du monde des affaires, du travail et de l'éducation pour discuter de la question du français dans les milieux de travail et dans les commerces, particulièrement à Montréal. Cet exercice de concertation constituait l'une des mesures annoncées par la ministre de la Culture, des Communications et de la Condition féminine et ministre responsable de l'application de la Charte de la langue française, M<sup>me</sup> Christine St-Pierre, dans son plan d'action *Réussir ensemble en français*, lancé en mars 2008. Quelques mois plus tard, le gouvernement du Québec invitait les gens d'affaires et les partenaires socioéconomiques montréalais à ce rendez-vous en vue d'établir des partenariats concrets entre l'État, les petites entreprises et les organisations syndicales pour consolider le visage français de la métropole.

Devant l'importance des enjeux et l'ampleur du défi que représentait la recherche de solutions pour renforcer la francisation à Montréal, la réponse très favorable des gens d'affaires et des partenaires socioéconomiques à cette invitation de même que la participation de plusieurs ministères et organismes ont donné à cette rencontre un caractère inédit. L'entente qui en a résulté constitue un projet unique et prometteur, porté par une coalition de partenaires engagés.

<sup>1</sup> La liste des signataires forme l'annexe 1 du présent rapport.

## 1.2 LE CONTEXTE SOCIOLINGUISTIQUE

Pour guider les travaux des participants au Rendez-vous, il fallait disposer d'un portrait actualisé de la situation linguistique à Montréal. À cette fin, l'Office québécois de la langue française (OQLF) a réalisé une étude en 2008<sup>2</sup> et Léger Marketing<sup>3</sup> a mené, pour le compte du Secrétariat à la politique linguistique, un sondage au cours de la même année. En voici les grandes lignes.

### L'utilisation du français dans les petites et moyennes entreprises

Dans le domaine de l'utilisation du français au travail, l'étude publiée par l'OQLF révélait qu'en 2008, dans les entreprises de l'île de Montréal qui employaient de 11 à 49 employés, le français coexistait davantage avec l'anglais qu'ailleurs au Québec. On notait, en particulier, que :

- 69 % d'entre elles avaient le français comme langue principale de travail, comparativement à 86 % pour tout le Québec;
- 59 % affichaient exclusivement en français, comparativement à 76 % pour tout le Québec;
- 71 % employaient du personnel qui a une connaissance fonctionnelle du français, comparativement à 85 % pour tout le Québec;
- leur environnement informatique était moins francisé qu'ailleurs au Québec;
- au cours de l'année, 25 % avaient exigé uniquement la connaissance du français à l'embauche, comparativement à 47 % pour l'ensemble du Québec; 40 % avaient exigé la connaissance de l'anglais pour tous les postes, cette dernière proportion étant deux fois plus élevée que pour l'ensemble du Québec.

### L'utilisation du français dans les commerces montréalais

Quant à l'utilisation du français dans les commerces de Montréal, le sondage réalisé en septembre 2008 par la firme Léger Marketing faisait ressortir que :

- la clientèle montréalaise était majoritairement accueillie en français dans les commerces de Montréal, mais davantage dans ceux de l'est et du centre de l'île que dans ceux de l'ouest;
- la majorité des clients montréalais accueillis dans une autre langue que le français ne demandait pas à être servie en français;
- les types de commerces dans lesquels il est moins facile d'obtenir des services en français étaient les boutiques, les restaurants et les magasins d'alimentation de Montréal, ainsi que les entreprises de services de l'ouest de Montréal.

## 2 LES PRINCIPES ET LES OBJECTIFS

Forts des résultats des sondages et enquêtes que l'Office québécois de la langue française et la firme Léger Marketing ont rendu publics lors du Rendez-vous du 10 octobre 2008, les participants ont pu prendre le pouls de la situation du français dans les petites entreprises montréalaises.

À la lumière des échanges intervenus lors de cette journée, les signataires de la Stratégie commune se sont mis d'accord sur un ensemble de mesures reposant sur les dix principes suivants :

1. Le français est la langue officielle du Québec.
2. La primauté de la langue française constitue une caractéristique incontournable et une valeur fondamentale de la société québécoise.
3. La Charte de la langue française garantit aux Québécois et aux Québécoises le droit de travailler, d'être informés et d'être servis en français.

<sup>2</sup> Pierre Bouchard, *Les entreprises de 11 à 49 employés. Portrait de leur situation linguistique*, Office québécois de la langue française, août 2008, 53 pages.

<sup>3</sup> Léger Marketing, *Perception des Montréalais quant à la langue de service dans les petites entreprises de l'île de Montréal*, septembre 2008.

4. Le gouvernement, les gens d'affaires, les associations, les syndicats et la population dans son ensemble partagent la responsabilité de faire du français la langue normale et habituelle de la vie publique.
5. Cet objectif est poursuivi dans un esprit d'ouverture et dans le respect de la communauté de langue anglaise et des communautés culturelles ainsi que des nations amérindiennes et de la nation inuite, constituantes de la société québécoise.
6. L'influence déterminante de Montréal dans la démographie, l'économie et l'immigration confère à la métropole un rôle particulier pour assurer la vitalité et l'avenir de la langue française au Québec.
7. Les signataires de la Stratégie commune d'intervention pour Montréal 2008-2013 sont déterminés à promouvoir le français et à renforcer son utilisation dans les produits et services, dans l'affichage ainsi que dans les milieux de travail, particulièrement à Montréal, auprès des entreprises et des commerces employant de 11 à 49 personnes.
8. Les signataires reconnaissent que les petites entreprises montréalaises constituent un carrefour unique où convergent deux forces majeures d'intégration des talents à la société québécoise, le travail et la langue, comme facteurs d'intégration à la vie économique ainsi qu'à la vie sociale et culturelle. Cette situation fait de ces entreprises des acteurs privilégiés pour consolider l'identité de Montréal comme métropole francophone, diversifiée et inclusive.
9. Les signataires reconnaissent que le français est une des forces pouvant contribuer, directement et indirectement, au succès des petites entreprises et que cette force s'exprime à travers la langue d'accueil et de service, la langue d'affichage et la langue de travail, tout cela grâce à des actions sur les fronts de la promotion et de la sensibilisation, de la formation et de l'accompagnement.
10. Les actions proposées sont élaborées en tenant compte de la réalité profonde des petites entreprises, où le défi quotidien de réussir et de prospérer mobilise la quasi-totalité de l'énergie de leurs dirigeants.

Les signataires ont ensuite choisi d'entreprendre ensemble diverses actions de promotion et de sensibilisation, de formation et d'accompagnement, destinées à renforcer la place du français dans les commerces et les milieux de travail, notamment dans les petites entreprises, de façon à consolider l'utilisation du français à Montréal. Au total, trente<sup>4</sup> mesures ont été envisagées, constituant le noyau dynamique de la Stratégie commune. Ces mesures ont été regroupées sous les six thèmes suivants :

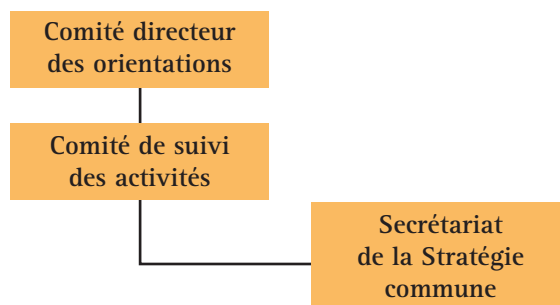
1. Mieux répondre aux besoins des entreprises et des travailleurs par une offre souple et diversifiée.
2. Renforcer l'accompagnement des personnes qui souhaitent mieux s'intégrer au marché du travail.
3. Célébrer la contribution des leaders en matière de francisation dans les petites entreprises.
4. Faire une promotion du français axée sur la fierté.
5. Faciliter l'accès à l'offre gouvernementale en francisation par un guichet unique.
6. Prévoir un mécanisme de suivi efficace.

Enfin, les signataires se sont donné cinq ans pour réaliser l'ensemble des mesures de la Stratégie commune d'intervention pour Montréal 2008-2013.

<sup>4</sup> Les trente mesures sont décrites dans la partie 2 et répertoriées dans l'annexe 2 du présent rapport.

### 3 LE CADRE DE GESTION ET LES RESSOURCES DE LA STRATÉGIE COMMUNE

Un mécanisme a été institué pour assurer le suivi de la Stratégie commune. Il inclut deux comités et un secrétariat permanent.



#### 3.1 LE COMITÉ DIRECTEUR DES ORIENTATIONS

Le Comité directeur des orientations<sup>5</sup> est présidé par M. Michel Leblanc, président et chef de la direction de la Chambre de commerce du Montréal métropolitain. Il est composé des membres du Comité des gens d'affaires et des partenaires socioéconomiques (plus d'une vingtaine de personnes), de la ministre responsable de l'application de la Charte de la langue française et du ministre responsable de la région de Montréal. La ministre de l'Immigration et des Communautés culturelles s'est jointe à ce comité en décembre 2010 en raison du nombre important de mesures qui concerne son ministère.

Le Comité directeur a pour mandat de faire « un bilan des réalisations découlant de la Stratégie commune 2008-2013 et d'en faire rapport annuellement au gouvernement »<sup>6</sup>. À cette fin, il est secondé par le Comité de suivi des activités.

S'appuyant sur la diversité et l'expérience de ses membres, le Comité directeur oriente également les nouvelles actions qui sont mises en œuvre dans le cadre de la Stratégie commune. Ainsi, grâce aux antennes qu'ils ont dans les différents milieux qu'ils représentent, certains membres ont pu transmettre leur vision de la situation ou encore faire état de problèmes pressentis ou d'occasions à saisir, ce qui a permis de guider les opérateurs de la Stratégie vers de nouvelles pistes d'intervention.

Enfin, dans la mesure de leur disponibilité et de leurs moyens, plusieurs membres du Comité directeur apportent leur contribution concrète dans la Stratégie commune en réalisant des projets axés sur la promotion du français dans les petites entreprises.

Conformément aux dispositions de la Stratégie commune d'intervention pour Montréal 2008-2013, les membres du Comité directeur des orientations doivent se réunir « au moins une fois l'an »<sup>7</sup>. Ainsi, depuis octobre 2008, deux réunions ont eu lieu, le 28 août 2009 et le 9 avril 2010. Une rencontre plus informelle des membres du Comité directeur s'est tenue lors du lancement du guichet *Carrefour francisation*, le 13 décembre 2010.

Pour approuver le présent rapport 2008-2011 qui rend compte de la situation au 31 mars 2011, le Comité directeur s'est réuni de nouveau le 27 mai 2011, soit une troisième fois en moins de trois ans.

<sup>5</sup> La liste des membres du Comité directeur des orientations se trouve à l'annexe 3 du présent rapport.

<sup>6</sup> Texte de la Stratégie commune, p. 2, point 12.c).

<sup>7</sup> Texte de la Stratégie commune, p. 7, point 3.

## 3.2 LE COMITÉ DE SUIVI DES ACTIVITÉS

Le Comité de suivi des activités a été créé en juin 2009. Il est composé de huit membres dont trois sont désignés par le gouvernement. Les cinq autres membres proviennent du monde des affaires et du travail. Au 31 mars 2011, en faisaient partie :

pour le gouvernement :

- M. Jacques Gosselin, sous-ministre associé responsable de l'application de la politique linguistique,
- M<sup>me</sup> Louise Marchand, présidente-directrice générale de l'Office québécois de la langue française,
- M. Yvan Turcotte, sous-ministre adjoint à la Performance et à la Francisation du ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles;

les gens d'affaires et les partenaires socioéconomiques :

- M<sup>me</sup> Claudette Carbonneau, présidente de la Confédération des syndicats nationaux (représentée par M. Michel Forget),
- M. Norman Chenail, président de la Chambre de commerce et d'industrie de Saint-Laurent,
- M. Gaston Lafleur, président du Conseil québécois du commerce de détail,
- M. François Meunier, vice-président aux affaires publiques de l'Association des restaurateurs du Québec,
- M. Eric Prud'Homme, vice-président, Stratégie et Affaires publiques, à la Chambre de commerce du Montréal métropolitain.

M. Réjean Charbonneau, directeur des services aux entreprises et des mesures de formation à Emploi-Québec s'est joint au comité en décembre 2009, compte tenu de l'importante contribution de son organisme au dossier de la francisation à Montréal.

Le Comité de suivi des activités est coprésidé par M. Jacques Gosselin, pour le gouvernement, et par M. Eric Prud'Homme, pour les gens d'affaires et les partenaires socioéconomiques.

Ce comité assure donc le suivi des activités, ainsi que la préparation des rapports annuels sur l'état d'avancement de la Stratégie commune. De plus, conformément à son mandat, le Comité de suivi des activités peut proposer « de nouvelles actions en fonction des besoins pour améliorer la performance de l'utilisation du français comme langue du commerce et des affaires ». Il peut également choisir d'abandonner les mesures qui s'avèrent peu performantes ou difficilement réalisables.

Le Comité de suivi a tenu six rencontres depuis l'adoption de la Stratégie commune en octobre 2008, soit :

- en 2009 : le 19 août et le 11 décembre;
- en 2010 : les 9 et 22 mars, et le 27 septembre;
- en 2011 : le 12 mai.

Il s'est aussi réuni le 13 décembre 2010, de façon informelle, lors du lancement du guichet *Carrefour francisation*.

## 3.3 LE SECRÉTARIAT DE LA STRATÉGIE COMMUNE

Créé en avril 2009, le Secrétariat de la Stratégie commune assure le soutien des deux comités mentionnés précédemment, de même que le suivi des activités de mise en œuvre de la Stratégie. Son effectif inclut un conseiller à temps partiel, M. Pierre-Paul Clermont, et une agente de secrétariat à temps complet, M<sup>me</sup> Andréanne Choquette, tous deux en poste à Montréal.

Le Secrétariat à la politique linguistique (SPL) assume les frais administratifs du Secrétariat de la Stratégie commune et, sous la direction de M<sup>me</sup> Hélène Binette, il coordonne la réalisation de l'ensemble de la Stratégie en s'appuyant sur son effectif permanent.

## DEUXIÈME PARTIE

### La mise en œuvre de la Stratégie commune

En octobre 2008, au moment de la signature de la Stratégie commune d'intervention pour Montréal 2008-2013, les partenaires gouvernementaux avaient proposé à la fois des mesures nouvelles et des mesures correspondant à des interventions existantes, en apportant toutefois une bonification à ces dernières.

Il était aussi prévu qu'en cours de réalisation de la Stratégie, de nouvelles mesures puissent être élaborées et d'autres, abandonnées. Le comité chargé du suivi de la réalisation des mesures a ainsi procédé, éliminant en 2010-2011 quelques mesures non performantes ou difficilement réalisables, et mettant en place de nouvelles mesures.

L'état de réalisation des différentes mesures décrit ci-dessous, et fait en date du 31 mars 2011, est divisé en deux grandes sections :

1. les mesures initiales inscrites dans la Stratégie commune en octobre 2008;
2. les nouvelles mesures élaborées en 2010-2011.

La présentation des mesures initiales, dans la première section, est elle-même divisée en trois sous-sections<sup>8</sup> :

- les mesures toujours en cours de réalisation;
- les mesures réalisées;
- les mesures abandonnées.

Lorsqu'une mesure a été appliquée sur plus d'un exercice, des données sur trois exercices ont été fournies, soit pour 2008-2009, 2009-2010 et 2010-2011, afin que les résultats s'interprètent sur une base comparative<sup>9</sup>.

<sup>8</sup> On retrouve en annexe 2 la liste initiale des mesures dont les numéros suivent l'ordre habituel et correspondent à ceux dont il est fait mention dans la présente section.

<sup>9</sup> Comme la Stratégie commune a été signée en milieu d'exercice gouvernemental, en octobre 2008, il était difficile pour les partenaires gouvernementaux, lorsque la mesure était déjà en cours de réalisation, de départager les données « d'avant » de celles « d'après » la Stratégie. C'est pourquoi les données de l'année 2008-2009 inscrites dans le présent rapport ne peuvent constituer une base comparative exclusivement liée à la Stratégie.

# 1 L'ÉTAT DES MESURES INITIALES

## 1.1 LES MESURES EN COURS

**Mesure 1 : Conclure de nouvelles ententes pour la francisation dans le cadre du programme de francisation des milieux de travail.**

Responsable : le ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles (MICC)

	2008-2009 (partiel)	2009-2010	2010-2011	Cumulatif 2008-2011
Nombre de rencontres organisées	11	64	28	103
Industries ou secteurs visés par la mesure	Technologie de l'information, métaux, hôtellerie pharmaceutique, courtier en douane, textile, vêtement et autres	Technologie de l'information, jeux vidéo, logiciels, pharmaceutique, courtier en douane et transport, textile, plastiques, entretien et autres	Technologie de l'information, jeux vidéo, logiciels, pharmaceutique, courtier en douane et transport, textile, plastiques, entretien et autres	Technologie de l'information, jeux vidéo, logiciels, hôtellerie pharmaceutique, courtier en douane et transport, textile, plastiques et autres
Nombre de cours en entreprise mis sur pied (nombre de travailleurs ayant suivi ces cours de français)	20	72	74 (1 355)	166
Autres actions (nombre d'entreprises touchées)	Sondage (31), enquête plastique (187), enquête textile (99)	-	Contacts ou références (262)	-
Coût de la mesure	303 343 \$	210 049 \$	148 717 \$	662 109 \$

En 2010-2011, il y a eu une augmentation du nombre d'entreprises ayant mis en place des cours de français en milieu de travail et du nombre de travailleurs inscrits. Ces résultats positifs découlent des mesures et des actions entreprises par le MICC et de l'augmentation des fonds déboursés par la Commission des partenaires du marché du travail et Emploi-Québec pour la francisation en milieu de travail. Les entreprises rejointes proviennent de plusieurs secteurs d'activité économique, notamment du textile, des produits électriques et électroniques, des technologies de l'information, de l'hôtellerie et de la restauration, du courtage en douane et des transports, des produits pharmaceutiques, de l'environnement, des plastiques et composites, et autres.

Le MICC a joué un rôle important dans la concertation des partenaires grâce à son Comité de gouvernance sur la francisation en milieu de travail, qui regroupe des représentants des milieux gouvernemental, institutionnel, patronal et syndical.

Plusieurs entreprises sont très satisfaites de pouvoir offrir de la formation gratuite à leur personnel. Si ce n'était de la gratuité, il y aurait moins de cours. Toutefois, un grand nombre de dirigeants ne veulent pas offrir des cours de français à leurs employés. Les raisons évoquées le plus souvent sont la situation économique, le ralentissement des activités de l'entreprise et le surcroît de travail.

Cette mesure a été réalisée avec la collaboration des partenaires suivants :

- la Fédération des travailleurs et travailleuses du Québec (FTQ);
- la Confédération des syndicats nationaux (CSN)<sup>10</sup>;
- le Comité sectoriel de main-d'œuvre – industrie du textile;
- le Comité sectoriel de main-d'œuvre – industrie des plastiques et des composites;
- la Chambre de commerce du Montréal métropolitain;
- l'organisme Formation de base pour le développement de la main-d'œuvre (FBDM);
- l'Office québécois de la langue française (OQLF);
- les trois commissions scolaires de l'île de Montréal : la Commission scolaire de Montréal (CSDM), la Commission scolaire Marguerite-Bourgeoys (CSMB) et la Commission scolaire de la Pointe-de-l'Île (CSPI);
- la Commission des partenaires du marché du travail (CPMT);
- Emploi-Québec (EQ).

Au cours des prochaines années, des démarches seront entreprises pour conclure des ententes avec d'autres comités sectoriels de main-d'œuvre, dont celui de l'industrie des produits électriques et électroniques, celui des technologies de l'information et des communications et celui de l'aéronautique et de l'aérospatiale.

### Mesure 3 : Favoriser la francisation des milieux de travail par :

- le nouveau Programme de soutien aux associations pour la promotion de la francisation dans les entreprises;
- le nouveau Programme des associations partenaires pour la francisation des petites entreprises;
- le nouveau Programme de soutien à la francisation par les technologies de l'information et des communications;
- la poursuite de l'aide financière aux centrales syndicales pour la francisation.

Responsable : l'Office québécois de la langue française (OQLF)

	2008-2009 (complet)	2009-2010	2010-2011	Cumulatif 2010-2011
Programme de soutien aux associations* (grand Montréal seulement)				
. aide financière accordée	499 525 \$	507 300 \$	852 633 \$	1 859 458 \$
. nombre d'associations touchées	9	10	15	34
Programme de soutien à la francisation par les technologies de l'information et des communications (Montréal seulement)				
. aide financière accordée	223 212 \$	558 449 \$	539 965 \$	1 321 626 \$
. nombre d'entreprises touchées	12	22	25	59
Aide aux centrales syndicales pour la francisation (tout le Québec)				
. aide financière accordée	475 000 \$	475 000 \$	475 000 \$	1 425 000 \$
. nombre de centrales syndicales touchées	3	3	3	(3 mêmes centrales chaque année)
Coût de la mesure (Montréal principalement)	1 197 737 \$	1 540 749 \$	1 867 598 \$	

\* En décembre 2008, le Programme de soutien aux associations pour la promotion de la francisation dans les entreprises et le Programme des associations partenaires pour la francisation des petites entreprises ont été fusionnés.

<sup>10</sup> Notons que c'est dans le cadre d'une entente avec le MICC que la CSN a préparé son *Guide d'action syndicale sur la francisation des personnes issues de l'immigration* qu'elle diffusera au sein de ses effectifs.

En 2010-2011, le financement accordé dans le cadre du *Programme de soutien aux associations pour la promotion de la francisation dans les entreprises* a donné lieu à l'aboutissement ou à la réalisation de plusieurs initiatives importantes sur le territoire montréalais. On y abordait la question de la langue du travail aussi bien que celle de la langue du commerce et des affaires. Mentionnons :

- Le portail [www.languedutravail.com](http://www.languedutravail.com), réalisé par la Fédération des travailleurs et travailleuses du Québec (FTQ), constitue un premier outil interactif de formation et de référence mis à la disposition des membres des comités de francisation et portant sur des questions liées à la francisation des entreprises et à l'utilisation du français dans tous les aspects du travail. D'abord développé pour les travailleurs du secteur de l'aérospatiale, cet outil s'est étendu au cours de 2010-2011 au secteur des télécommunications.

Au cours de ses deux premières semaines d'activité, le portail a enregistré quelque 3 500 visites d'utilisateurs uniques. Ce nombre a continué de s'accroître au fil des mois : après avoir atteint 9 050 utilisateurs uniques en septembre 2010, il a poursuivi son ascension au cours des mois suivants, dépassant même les 10 340 utilisateurs uniques en décembre 2010.

- Au cours de l'année 2010-2011, le mouvement Impératif français a mené trois campagnes publicitaires, principalement à Montréal et en Outaouais : *Moi, je parle français* (été 2010) pour favoriser l'emploi du français avec les immigrants, *Travaillons en français* (novembre 2010) pour favoriser le travail en français dans les entreprises du Québec, et finalement *Services en français* (décembre 2010) pour encourager le public à faire des emplettes de Noël en français. Les journaux, la radio et la télévision ont été les canaux de communication utilisés, selon le sujet de la campagne.
- La Chambre de commerce du Montréal métropolitain a réalisé le portail *Carrefour francisation*, en collaboration avec des partenaires gouvernementaux pour la rédaction des contenus. Le lancement a eu lieu en décembre 2010. Ce portail, faisant l'objet de la mesure 26, est décrit plus en détail dans les pages qui suivent.
- À l'automne 2010, l'Association des restaurateurs du Québec (ARQ) a mené, auprès de ses membres, la campagne de sensibilisation *Servez le français à volonté* qui visait à accroître l'utilisation de la langue française et à promouvoir la qualité du français au travail, tout en démontrant les avantages concurrentiels de l'usage du français dans les services de restauration. L'ARQ a développé différents outils de communication des plus originaux, dont l'affiche représentant un bol à salade composé d'une vingtaine de mots les plus couramment utilisés dans le secteur de la restauration. Cette campagne a permis à l'ARQ de rejoindre 4 500 entreprises de la grande région de Montréal employant au total plus de 45 000 personnes.
- La Société de développement du boulevard Saint-Laurent a mené, en septembre 2010, une campagne de sensibilisation auprès de ses membres, comportant notamment la distribution d'un guide pratique permettant d'améliorer l'accueil et les services en français. Les 600 commerces installés le long de cette importante artère de la métropole ont reçu ce guide, dont une version électronique est disponible dans la section « membre » du site de la Société ([boulevardsaintlaurent.com](http://boulevardsaintlaurent.com)).
- En 2010-2011, huit associations partenaires ont collaboré à la mise sur pied d'une équipe de neuf agents démarcheurs. Ce projet est lié au portail *Carrefour francisation*.

Le Programme de soutien à la francisation par les technologies de l'information et des communications a appuyé 25 entreprises montréalaises comptant entre 11 et 99 employés dans leur démarche de francisation. Les entreprises bénéficiaires qui comptaient entre 11 et 49 employés ont entrepris cette démarche de façon volontaire. Grâce à ce financement, toutes les entreprises ont pu mener à bien leur projet de francisation à moindre coût, dans le but d'offrir un environnement de travail francisé à leur personnel et de servir le public en français.

L'Aide financière aux centrales syndicales pour la francisation a été versée à trois grandes centrales : la Fédération des travailleurs et travailleuses du Québec (FTQ), la Confédération des syndicats nationaux (CSN) et la Centrale des syndicats démocratiques (CSD). Ce programme de soutien constitue en lui-même un canal privilégié qui permet aux travailleurs d'exprimer leur dynamisme en faveur de l'implantation du français dans les milieux de travail. D'année en année, les projets réalisés par les centrales se font plus nombreux et plus diversifiés; ces projets rejoignent davantage de travailleurs.

À titre d'exemple, deux des trois centrales syndicales ont distribué, en 2010-2011, le questionnaire d'autodiagnostic de la situation linguistique produit par l'OQLF, destiné à faire prendre conscience aux travailleurs de l'étendue de leur droit d'exercer leurs activités en français.

Notons que les trois centrales rejoignent 60 % des 79 504 personnes travaillant dans 1 056 PME où un syndicat est présent. Dans les grandes entreprises de 100 employés ou plus, elles représentent 25 % des 7 426 travailleurs.

**Mesure 5 : Développer rapidement une offre diversifiée des modes et des lieux de formation en français afin de mieux répondre aux besoins des petites entreprises. Par exemple : formations regroupées sur les artères commerciales et dans les centres commerciaux.**

**Responsables :** Emploi-Québec, le ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles, la Commission des partenaires du marché du travail et le ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport

#### Bilan des réalisations de la Direction régionale d'Emploi-Québec, île de Montréal

	2009-2010	2010-2011	Cumulatif 2008-2011
Cours à temps partiel à l'extérieur de l'entreprise (nombre de travailleurs)	493	246	739
Cours offerts en entreprise (nombre de travailleurs)	1 595	2 006	3 601
Nombre d'entreprises touchées par cette mesure	108 <sup>11</sup>	223	331
Pourcentage global d'entreprises de moins de 50 employés qui ont été desservies	46 %	49 %	-
Coût de la mesure	2,9 M\$	4,5 M\$ Inclus dans mesure 8a	7,4 M\$

En septembre 2009, les discussions entreprises avec deux partenaires de l'ouest de l'île de Montréal n'ont donné aucun résultat. Cependant, avec l'aide du PACTE pour l'emploi Plus, trois ententes de services ont pu être conclues pour la mesure de formation MFOR-entreprises, avec les collèges Marie-Victorin, de Maisonneuve et de Bois-de-Boulogne. En décembre 2010, ce dernier partenaire s'est retiré du projet, laissant les deux autres collèges associés à cette mesure, Marie-Victorin et de Maisonneuve, répondre à tous les besoins exprimés. À ce jour, ceux-ci suffisent à la tâche en offrant des formations à temps partiel, financées à partir de 2010-2011 par le programme Soutien régionalisé aux entreprises du Fonds de développement et de reconnaissance des compétences de la main-d'œuvre. Pour l'année 2010-2011, l'ensemble des projets en francisation ont nécessité un investissement de 4,5 M\$.

<sup>11</sup> Ce chiffre comprend uniquement le nombre d'entreprises aidées par le programme Soutien régionalisé aux entreprises.

En 2010-2011, 113 entreprises ont permis à 246 travailleurs de suivre des cours de français dans les deux collèges partenaires, à l'extérieur de l'entreprise. De ces 113 entreprises, 54 % (61) avaient moins de 50 employés et étaient principalement des centres de la petite enfance, des entreprises de services et des commerces de détail.

Quant aux travailleurs qui ont suivi les activités de francisation en entreprise à Montréal, ils étaient au nombre de 2 006 et provenaient de 110 entreprises, dont 44 % (48) avaient moins de 50 employés. Aucune d'entre elles ne provenait du secteur du commerce de détail.

Pour 2010-2011, le coût des cours offerts à l'extérieur de l'entreprise est maintenant inclus dans la mesure 8a du présent rapport, mais il faut noter que la majorité des entreprises qui participent à ces activités de francisation ne reçoivent pas de subvention pour rembourser les salaires des travailleurs participants.

En 2011-2012, Emploi-Québec compte travailler étroitement avec les agents démarcheurs du *Carrefour francisation* afin d'augmenter le nombre de travailleurs provenant du secteur du commerce de détail.

### Mesure 6 : Mettre en œuvre le cours de français en ligne pour les immigrants à l'étranger et au Québec.

Responsable : le ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles (MICC)

	2008-2009 (partiel)	2009-2010	2010-2011	Cumulatif 2008-2011
Nombre de personnes inscrites dans les différentes formules (Montréal seulement)	1 661	4 146	4 563 (1 082)	10 370
Coût de la mesure	735 694 \$	1 465 758 \$	1 464 234 \$	3 665 686 \$

Le cours de français en ligne de niveau intermédiaire du MICC comporte une formule standard, lancée en 2008, et une formule en autoformation, disponible depuis janvier 2009. Il a d'abord visé les personnes de l'étranger prévoyant venir au Québec, puis à compter de juin 2009, il a été offert aux personnes immigrantes déjà installées au Québec.

En 2010-2011, 2 945 élèves étaient inscrits à la francisation en ligne (FEL) à partir de l'étranger et 1 618 l'étaient à partir du Québec, dont 1 082 à Montréal. Le coût pour les seuls élèves montréalais a atteint 373 807 \$ en 2010-2011.

Le MICC est d'avis que la souplesse des formules du cours FEL permet d'attirer une clientèle croissante de travailleurs immigrants installés sur tout le territoire du Québec, qui désirent se franciser. Des cours de français de niveau avancé et des modules d'autoapprentissage dans certains domaines professionnels sont actuellement en développement avec des partenaires institutionnels.

### Mesure 7 : Concevoir de nouveaux cours de français spécialisés dans certains domaines : sciences infirmières, santé, génie, administration, etc.

Responsable : le ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles (MICC)

	2008-2009 (partiel)	2009-2010	2010-2011	Cumulatif 2008-2011
Nombre d'étudiants touchés par la mesure	148	396	387	931
Coût de la mesure	42 544 \$	231 306 \$	172 975 \$	446 825 \$

Deux cours élaborés pour les différents ordres professionnels du domaine de la santé et le cours du domaine de l'ingénierie ont été donnés tout au long de l'année, selon différentes formules, à des personnes en démarche d'accès à un ordre professionnel. En 2010-2011, ces cours ont été suivis par 300 étudiants au cégep du Vieux-Montréal et au collège de Maisonneuve.

Le cours du domaine de l'ingénierie a été donné en collaboration avec l'Ordre des ingénieurs du Québec à 87 étudiants répartis en cinq groupes, au cégep du Vieux-Montréal.

Les travaux d'élaboration du cours de niveau avancé du domaine du droit, de l'administration et des affaires ont été menés en 2010-2011. L'édition de la version finale du cours, des activités en ligne et de l'ensemble des documents doit se réaliser au cours de 2011-2012, et sera suivie d'une phase d'expérimentation. La durée prévue du cours est de 200 heures, soit 100 heures avec un enseignant et 100 heures d'activités complémentaires à réaliser en ligne.

### Mesure 8a : Faire mieux connaître le programme Soutien régionalisé aux entreprises et le programme Soutien aux promoteurs collectifs<sup>12</sup> et en tirer davantage parti.

Responsables : la Commission des partenaires du marché du travail (Commission) et Emploi-Québec

	2008-2009 <sup>13</sup> (partiel)	2009-2010	2010-2011	Cumulatif 2008-2011
Nombre de participants	1 097	1 648	2 077	4 822
Nombre de dossiers	66	107	118	
Coûts des programmes (montant engagé)	2 735 092 \$	4 938 964 \$	5 407 199 \$	13 081 255\$

Tous les participants à ce programme étaient des travailleurs de l'île de Montréal.

Selon la Direction régionale d'Emploi-Québec de l'Île-de-Montréal et la Commission, cette mesure répond, sous sa forme actuelle, aux besoins des employeurs et des travailleurs. La demande pour la francisation des travailleurs est croissante, car ceux qui ne parlent pas ou parlent peu le français veulent acquérir une compétence dans cette langue pour être plus polyvalents, améliorer leur potentiel de mobilité et conserver leur emploi.

De leur côté, les entreprises constatent que la francisation des travailleurs augmente la productivité liée à un meilleur travail d'équipe, étant donné que les employés peuvent mieux communiquer entre eux, avec les clients et avec les fournisseurs. De plus, les directives sont mieux comprises et le climat de travail est bonifié parce que des liens de collaboration peuvent désormais se créer entre employés.

<sup>12</sup> Les promoteurs collectifs sont : les comités sectoriels de main-d'œuvre, les tables sectorielles et les organismes paritaires reconnus par la Commission, les comités d'intégration de la main-d'œuvre en emploi, les mutuelles de formation reconnues en vertu du Règlement sur les mutuelles de formation, les associations d'employeurs membres d'une organisation représentant les employeurs à la Commission et les associations de travailleuses et de travailleurs légalement constituées.

<sup>13</sup> Notons qu'en 2008-2009, le programme Soutien aux promoteurs collectifs n'était pas en vigueur.

**Mesure 8b : Faire mieux connaître les cours de français en milieu de travail et en tirer davantage parti.**

Responsable : le ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles (MICC)

	2008-2009 (partiel)	2009-2010	2010-2011	Cumulatif 2008-2011
Nombre d'entreprises touchées par la mesure	14	30	25	69
Nombre de participants inscrits aux cours	368	588	609	1 565
Coût de la mesure	106 657 \$	225 054 \$	188 405 \$	520 116 \$

En 2010-2011, aux cours de français en entreprise offerts par le MICC dont les résultats paraissent ci-dessus, il faut ajouter les cours de trois commissions scolaires de l'île de Montréal, soit les commissions scolaires de Montréal, de la Pointe-de-l'Île et Marguerite-Bourgeoys, dont les résultats paraissent ci-dessous :

	Commission scolaire de Montréal	Commission scolaire de la Pointe-de-l'Île	Commission scolaire Marguerite-Bourgeoys
Nombre d'entreprises touchées par la mesure	36	5	28
Nombre de participants inscrits aux cours	747	76	451
Nombre d'heures de francisation	6 207	726	6 000

Ici encore, tous les participants travaillaient sur l'île de Montréal.

**Mesure 8c : Faire mieux connaître et tirer davantage parti du crédit d'impôt pour la francisation en milieu de travail.**

Responsables : le ministère des Finances, Revenu Québec (RQ) et le ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles (MICC)

	2008-2009	2009-2010	2010-2011
Promotion	RQ : envoi d'un dépliant à 245 000 mandataires MICC : envoi d'un dépliant à 12 800 entreprises	Promotion en continu	
Nombre d'entreprises qui se sont prévaluées du crédit d'impôt	-	2	3
Coût de la mesure	-	18 000 \$	1 593 \$

Les trois entreprises auxquelles le crédit d'impôt a été accordé en 2010-2011 appartiennent aux secteurs d'activités suivants : le commerce de gros du médicament, la pose de revêtement de planchers en bois dur et l'industrie des produits du verre.

**Mesure 9 : Faciliter et soutenir l'apprentissage du français, avant même leur arrivée, des immigrants sélectionnés par le Québec.**

Responsable : le ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles (MICC)

	2008-2009 (complet)	2009-2010	2010-2011	Cumulatif 2008-2011
Nombre de recours à la banque d'exercices en ligne	81 107	75 607	85 583	242 297
Nombre de remboursements de cours de français suivis à l'étranger	-	106	313	419
Coût de la mesure	4 580 \$	52 642 \$	181 804 \$	239 026 \$

Cette mesure du MICC favorise une intégration plus rapide des immigrants lorsqu'ils arrivent au Québec. Elle comprend deux volets : une banque d'exercices en ligne et le remboursement des cours suivis à l'étranger.

La banque d'exercices en ligne a été utilisée 45 646 fois pour des exercices de niveau débutant, 21 941 fois pour des exercices de niveau intermédiaire et 16 996 fois pour des exercices de niveau avancé. La provenance des utilisateurs ne peut cependant pas être identifiée. Le coût de la banque d'exercices en ligne est de 4 580 \$ par année.

En 2010-2011, le MICC a versé 177 224 \$ en allocations à des immigrants à Montréal pour rembourser des cours de français suivis à l'étranger, répondant ainsi à 313 des 397 demandes reçues.

**Mesure 10 : Élargir le réseau de partenaires à l'étranger pour offrir davantage de cours de français avant l'arrivée au Québec.**

Responsable : le ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles (MICC)

	2008-2009 (complet)	2009-2010	2010-2011	Cumulatif 2008-2011
Nombre d'ententes signées ou renouvelées avec des partenaires	10	34	10	54
Fonds documentaires envoyés aux partenaires	25	27	15	67
Nombre de formations offertes au Québec à des partenaires étrangers	1	1	1	3
Coût de la mesure	220 896 \$	138 860 \$	295 362 \$	655 118 \$

Le MICC estime que la connaissance du Québec est au centre de l'apprentissage du français par les immigrants et favorise leur intégration à la société québécoise. C'est pourquoi il envoie des fonds documentaires sur le Québec à des partenaires étrangers et organise un stage en didactique, « Culture et société québécoises », à l'intention des professeurs étrangers.

Le stage est offert à des professeurs de différents pays qui, à leur tour, donnent des cours de français chez les partenaires étrangers du Québec. En 2008-2009, ce stage a été offert à 30 professeurs provenant de 11 pays et donnant des cours de français chez 21 partenaires. L'année suivante, 33 professeurs provenant de 15 pays et donnant des cours de français chez 31 partenaires étrangers ont bénéficié du stage. La troisième édition du stage a eu lieu en juillet 2010 et 28 partenaires y étaient représentés.

Mentionnons que 10 nouvelles ententes ont été signées en 2010-2011, dont quatre avec la Chine et deux avec l'Espagne, portant à 97 le nombre total de partenaires à l'étranger pour la formation des immigrants.

Au cours de la prochaine année, le MICC songe à soutenir l'envoi de stagiaires québécois qui enseigneraient le français chez les partenaires étrangers, ce qui permettrait notamment à ces partenaires d'enrichir leur connaissance du Québec.

### Mesure 12 : Démarrer rapidement l'offre de cours de français de niveau avancé pour les personnes immigrantes.

Responsable : le ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles (MICC)

	2008-2009 (partiel)	2009-2010	2010-2011
Nombre d'inscriptions, niveau avancé du programme régulier			
. temps complet (étudiants à Montréal)	960 (690)	2 045 (1 863)	(261)
. temps partiel (étudiants à Montréal)	674 (604)	1 491 (1 215)	(1 222)
Coût de la mesure	1 360 082 \$	4 947 590 \$ <sup>14</sup> (3 710 693 \$)	189 767 \$

Les cours de niveau avancé pour le programme régulier, en classe, ont débuté en novembre 2008. Les cours spécialisés à temps complet ont été suspendus à compter d'avril 2010. Ils sont offerts à temps partiel.

### Mesure 13 : Ajouter un nouvel outil d'évaluation de la connaissance du français.

Responsable : le ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles (MICC)

Le MICC prévoit implanter cette mesure en 2012. Évaluée à 101 540 \$, celle-ci est en lien avec l'harmonisation des programmes et des services de francisation du MICC, du ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport et d'Emploi-Québec. Lorsqu'il sera implanté, le test standardisé donnera :

- aux travailleurs, une pièce justificative additionnelle pour faire reconnaître leur employabilité ou leur admissibilité à des études supérieures;
- aux employeurs, une information précise sur les compétences langagières en français des candidats qui sollicitent un emploi auprès d'eux;
- aux citoyens, une information sur les résultats des services de francisation.

En 2010-2011, les travaux suivants ont été réalisés :

- mise à jour de l'échelle québécoise des niveaux de compétence en français;
- élaboration d'indicateurs spécifiques pour 16 fonctions de travail en demande;
- rédaction des tâches d'évaluation pour les tests de positionnement.

<sup>14</sup> Le nombre élevé d'étudiants, principalement des travailleurs qualifiés recevant une allocation de participation de 115 \$ par semaine, explique la hausse des coûts en 2009-2010.

**Mesure 14a : Favoriser une meilleure intégration au marché du travail par le Programme d'aide à l'intégration des immigrants et des minorités visibles en emploi (PRIIME).**

Responsable : Emploi-Québec

	2008-2009 <sup>15</sup>	2009-2010	2010-2011	2008-2011
Nombre de participants	757	752	911	2 420
Coût de la mesure	3 687 987 \$	3 891 429 \$	5 330 744 \$	12 910 160 \$

Le programme PRIIME d'Emploi-Québec existe depuis 2005 et connaît d'excellents résultats.

Sur un total de 911 participants en 2010-2011, on en dénombre 694 qui ont profité d'activités d'accompagnement en entreprise et 170 qui ont reçu une formation liée au travail.

En 2010-2011, 66 % des entreprises qui ont bénéficié de la subvention ont moins de 25 employés. Par ailleurs,

- 24 % des entreprises appartiennent au secteur des services professionnels, scientifiques et techniques;
- 18 % aux secteurs de la fabrication;
- un peu plus de 12 %, au secteur du commerce (gros et détail);
- un peu plus de 10 %, au secteur de l'information et des industries culturelles.

**Mesure 14b : Favoriser une meilleure intégration au marché du travail par la mesure de formation de la main-d'œuvre – Volet individus (Île de Montréal seulement)**

Responsable : Emploi-Québec

	2008-2009	2009-2010	2010-2011	Cumulatif 2008-2011
Nombre de participants inscrits à des cours de français à temps plein	2 699	3 526	2 816	9 041
Coût de la mesure	13 178 700 \$	21 032 900 \$	20 590 300 \$	54 801 900 \$

Cette mesure d'Emploi-Québec existe depuis de nombreuses années. Elle s'adresse à des personnes<sup>16</sup> en recherche d'emploi qui doivent apprendre le français pour améliorer leurs chances d'être embauchées. Les personnes sont inscrites à des cours de français à temps plein, offerts par le ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles ou dans les réseaux du ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport. Elles reçoivent un montant à titre de soutien du revenu.

La baisse des inscriptions en 2010-2011 est notamment attribuable à la baisse du nombre de chômeurs, puisqu'une personne ayant trouvé du travail ne peut suivre des cours de français à temps plein.

<sup>15</sup> Les données couvrent la période du 1<sup>er</sup> avril 2008 au 31 mars 2009.

<sup>16</sup> À noter que ce ne sont pas seulement des personnes immigrantes.

## Mesure 24 : Effectuer une promotion active des cours de français et de leur importance pour une intégration réussie.

**Responsable :** le ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles (MICC)

En 2010-2011, le MICC a produit les outils promotionnels suivants :

- Une brochure présentant l'ensemble des services de francisation autant au Québec qu'à l'étranger ainsi que les différentes formules des cours, disponible en ligne.
- Des affiches et des signets pour promouvoir les différents programmes de francisation au Québec et à l'étranger.

Puis il a tenu les activités promotionnelles suivantes :

- En août 2010, les brochures « Le succès parle français » ont été distribuées en espagnol et en anglais.
- Des signets ont été distribués afin de promouvoir les cours (15 000 en français, 3 000 en anglais, 2 500 en espagnol).
- Des signets ont été distribués afin de promouvoir la francisation en ligne.
- Des signets seront distribués aux employeurs afin de promouvoir les cours de français en milieu de travail. Une stratégie de diffusion des signets est en cours d'élaboration.
- Des signets ont été distribués afin de promouvoir le remboursement des cours suivis à l'étranger (20 000 en français, 7 000 en anglais, 3 000 en espagnol).

Le coût de ces mesures a été de 4 489 \$. Par une telle stratégie de promotion, le MICC vise une augmentation annuelle de 5 % de la clientèle fréquentant les services de francisation.

Pour cette année, les résultats de fréquentation des cours de français du MICC se chiffrent à :

- 8 588 étudiants aux cours à temps complet à Montréal (augmentation de 6,9 %);
- 10 426 étudiants aux cours à temps partiel à Montréal (diminution de 3,4 %).

	2008-2009	2009-2010	2010-2011	Cumulatif 2008-2011
Coût de la mesure	184 837 \$	-	4 489 \$	189 326 \$

## Mesure 25 : Mener une campagne en français et en d'autres langues pour mieux faire connaître l'ensemble des programmes gouvernementaux touchant la francisation et pour rejoindre toutes les clientèles potentielles.

**Responsables :** le Secrétariat à la politique linguistique (SPL), le ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles (MICC), l'Office québécois de la langue française (OQLF) et Emploi-Québec (EQ)

En décembre 2010, les partenaires de la Stratégie commune ont procédé au lancement du *Carrefour francisation*, constitué d'un portail Web conçu expressément pour faciliter la francisation des petites entreprises montréalaises ([www.carrefourfrancisation.com](http://www.carrefourfrancisation.com)), et d'un service d'accompagnement personnalisé (service d'aide téléphonique et équipe de démarcheurs sur le terrain). Ce nouvel outil, qui constitue la mesure 26 décrite à la page 26, vise l'objectif de la présente mesure, soit de mieux faire connaître l'offre gouvernementale de services de francisation ainsi qu'une gamme de renseignements et documents qui s'y rapporte (outils de rédaction, explications de la Charte de la langue française, lexiques, etc.).

Une nouvelle campagne en lien avec le *Carrefour francisation* se prépare pour 2011-2012. S'appuyant sur la réalisation, en 2010-2011, d'outils promotionnels (slogan, affiche, microsite avec capsules vidéo, autocollants, signets, annonce publicitaire et plan de relations publiques), cette campagne interministérielle

SPL-MICC-OQLF visera à promouvoir l'utilisation du français dans les petits commerces de trois milieux d'affaires multiculturels de Montréal, soit le quartier chinois, le secteur Côte-des-Neiges et l'arrondissement Saint-Laurent. Le coût de production des outils promotionnels s'élève à 300 000 \$.

Par ailleurs, les nombreux partenaires communautaires du MICC ont pu réaliser, avec la collaboration de ce dernier, des activités de promotion et de publicité par l'entremise de leurs différentes publications, de leurs sites Web et lors de leurs différentes activités communautaires.

### **Mesure 27b : Améliorer l'accès des entreprises aux services d'Emploi-Québec dans la région de Montréal.**

**Responsable :** Emploi-Québec

En 2010-2011, l'équipe de la direction régionale de Montréal d'Emploi-Québec s'est employée à réaliser les activités suivantes, nécessitant des déboursés totaux de 196 000 \$ :

- Une rencontre interministérielle réunissant 120 participants, qui s'est tenue le 24 novembre 2010, ayant pour objectifs de faire connaître les programmes et services aux entreprises des différents ministères et organismes et de développer une approche intégrée de services aux entreprises. Cette rencontre regroupait les professionnels et dirigeants des organismes gouvernementaux offrant des services aux entreprises.
- Trois journées des Relayeurs réunissant 140 participants ont été réalisées au mois de mars 2011, ayant pour objectif de faire connaître les programmes et services aux entreprises des différents ministères et organismes. Ces rencontres regroupaient des organismes et partenaires non gouvernementaux offrant des services aux PME.
- Un projet de conception d'un site Web en partenariat avec la Chambre de commerce du Montréal métropolitain est en cours depuis novembre 2010. Ce site vise à faciliter l'accès à l'information relative à l'ensemble des programmes et services gouvernementaux dédiés aux entreprises.
- Un comité consultatif impliquant huit partenaires gouvernementaux a été créé dans le cadre de la concertation pour une offre de services intégrés.
- À l'automne 2010, la réalisation d'un sondage auprès de 560 PME visait à évaluer l'accessibilité des programmes et services gouvernementaux destinés aux entreprises.

### **Mesure 27c : Harmoniser l'offre de service en francisation.**

**Responsables :** le ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles (MICC), le ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport (MELS) et Emploi-Québec (EQ)

En 2010-2011, les travaux d'actualisation de l'échelle des niveaux de compétence ont permis la production de l'Échelle québécoise des niveaux de compétence en français des personnes immigrantes adultes.

Les travaux conjoints MICC-MELS pour l'élaboration du programme-cadre en francisation des immigrants adultes ont mené à la production du Programme-cadre de français pour les personnes immigrantes adultes au Québec. Un plan d'implantation et de communication pour l'année 2011-2012 a aussi été conçu.

Sous la responsabilité du MICC, le projet d'instauration d'un guichet unifié pour la clientèle qui désire suivre des cours de français, à temps partiel comme à plein temps, a franchi les étapes du développement de l'architecture d'affaires et du dépôt du dossier d'affaires. Le guichet unifié sera réalisé en 2011-2012 et mis en fonction en 2012-2013. Il pourra attirer un grand nombre d'utilisateurs provenant des clientèles du MICC, du MELS et du ministère de l'Emploi et de la Solidarité sociale (MESS).

Quant à la mise sur pied d'un programme d'aide financière unifié, un échange de données entre le MICC et le MELS est en cours afin de documenter les chevauchements et les transferts de la clientèle d'un réseau à l'autre et d'en évaluer les coûts. Des scénarios d'aide financière ont été déposés aux autorités du MICC en octobre 2010.

Le coût de tous ces travaux est de 2 458 170 \$ en 2010-2011.

## 1.2 LES MESURES RÉALISÉES

### Mesure 11 : Effectuer une enquête pour connaître les besoins spécifiques des clientèles immigrantes qui utilisent peu les services de francisation.

Responsable : le ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles (MICC)

Le MICC a organisé cinq groupes de discussion en novembre et décembre 2009, et deux autres, en janvier 2010, réunissant un total de 54 participants. Le rapport sur les résultats de l'enquête a été déposé en mai 2010 par la firme Léger Marketing. Le MICC a élaboré des recommandations et des propositions de travail pour la réalisation d'actions découlant du rapport. Un plan de travail comportant 12 mesures a été approuvé par les autorités du MICC et est actuellement mis en œuvre. Ces mesures consistent notamment à réexaminer les besoins de la clientèle en termes de formules et d'intensité des cours, et à inclure systématiquement l'acquisition de la phonétique française et autres.

L'enquête a coûté 31 850 \$ en 2009-2010 et n'aura pas à être renouvelée. Ses conclusions seront toutefois utiles pour mieux comprendre les besoins des clientèles immigrantes.

### Mesure 16 : Établir de nouveaux mérites du français pour les petites entreprises.

Responsable : l'Office québécois de la langue française (OQLF)

L'OQLF récompense chaque année des entreprises, ministères, municipalités, organismes et publicitaires qui font rayonner le français dans les milieux de travail, dans les services offerts au public ou dans la publicité. Ces « mérites du français » sont remis chaque printemps à Montréal, dans le cadre des activités de la *Francofête*.

En collaboration avec la Chambre de commerce du Montréal métropolitain, l'OQLF a remis le premier Mérite du français dans la PME en mars 2010, au Centre régional de récupération et de recyclage Laval. En mars 2011, c'était au tour de l'entreprise Conception Génik de recevoir ce prix attribué à une entreprise de moins de 50 employés.

### Mesure 17 : Ajouter de nouvelles activités dans les petites entreprises dans le cadre de la Francofête.

Responsable : l'Office québécois de la langue française (OQLF)

Depuis 15 ans, l'OQLF organise chaque année la Francofête pour célébrer la vitalité du français au Québec. Dans le cadre des activités 2010-2011, l'OQLF a effectué l'envoi promotionnel d'un exemplaire du cahier de jeux et de l'affiche de la Francofête à 10 000 petites entreprises situées dans la grande région de Montréal ainsi que dans la région de l'Outaouais.

En 2010-2011, cette mesure a coûté 4 725 \$, y compris l'impression et les frais postaux.

	2008-2009	2009-2010	2010-2011
Nombre d'entreprises ayant reçu un cahier d'information et de jeux dans tout le Québec (plus particulièrement à Montréal)	27 000	26 389	10 000
Coût de la mesure (plus particulièrement à Montréal)	22 198 \$	22 146 \$	4 725 \$

**Mesure 18 : Instaurer un sceau de qualité pour l'accueil en français dans les commerces et entreprises (par exemple, un autocollant à placer dans la vitrine).**

Responsable : l'Office québécois de la langue française (OQLF)

Cette mesure s'est terminée en mars 2009. Les coûts de cette mesure étaient inclus dans ceux de la mesure 21 relatifs à la campagne « Faire des affaires en français ».

**Mesure 19 : Renforcer la fierté d'utiliser le français par une vaste campagne gouvernementale de promotion.**

Responsable : le Secrétariat à la politique linguistique (SPL)

	2008-2009	2009-2010	2010-2011	Cumulatif 2008-2011
Coût de la mesure	1 300 000 \$	-	-	1 300 000 \$

Une campagne intitulée « La langue française, notre fierté, notre affaire à tous » s'est déroulée du 11 octobre au 1<sup>er</sup> novembre 2008. Elle comportait la diffusion de messages radiophoniques, la publication de messages dans les médias imprimés, un affichage dans le métro de Montréal, sur les autobus des réseaux de transport en commun de diverses villes, sur des panneaux-réclames et dans Internet.

La campagne a coûté 1 300 000 \$ et a connu une assez bonne visibilité puisqu'un Québécois sur trois s'est par la suite spontanément rappelé l'avoir vue, lue ou entendue.

**Mesure 20 : Envoyer une communication écrite officielle du gouvernement aux chefs d'entreprise de 11 à 49 employés.**

Responsables : le Secrétariat à la politique linguistique (SPL), l'Office québécois de la langue française (OQLF) et le ministère du Développement économique, de l'Exportation et de l'Innovation (MDEIE)

Cette mesure visait à rappeler aux petites entreprises l'importance que le gouvernement accorde au dossier de la francisation. Compte tenu de l'ampleur que prenait le guichet unique, les partenaires gouvernementaux responsables de cette mesure ont convenu que l'envoi de cette communication écrite s'effectuerait après le lancement du guichet, pour en promouvoir l'utilisation.

Ainsi, le vendredi 21 janvier 2011, près d'un mois après le lancement du guichet *Carrefour francisation*, une lettre<sup>17</sup> a été envoyée à plus de 7 000 entreprises situées sur l'île de Montréal, dont 5 000 comptaient de 11 à 25 employés et environ 2 000 autres en comptaient de 26 à 49. Ces entreprises couvraient tous les secteurs d'activités, y compris des garderies, des garages, des usines, des services alimentaires et une multitude d'autres services ou commerces.

M<sup>me</sup> Christine St-Pierre, ministre responsable de l'application de la Charte de la langue française, et M. Clément Gignac, ministre du Développement économique, de l'Exportation et de l'Innovation, ont signé cette lettre. Ils y rappelaient la tenue du Rendez-vous des gens d'affaires et des partenaires socioéconomiques et la signature de la Stratégie commune, et annonçaient le lancement du *Carrefour francisation* (voir mesure 26). De plus, les ministres réitéraient la volonté du gouvernement de s'assurer que le français soit la langue du travail au Québec et invitaient les chefs d'entreprises à collaborer à la réalisation de cet objectif.

<sup>17</sup> Cette lettre est reproduite à l'annexe 4.

Le fichier d'adresses a été monté par l'OQLF à partir des données récentes du Registre des entreprises du Québec. Le coût de réalisation de cette mesure a été de 8 803 \$ se répartissant comme suit :

	2010-2011
Impression des enveloppes	1 036 \$
Traitement postal	2 911 \$
Frais postaux	4 856 \$
Coût total de la mesure	8 803 \$

### Mesure 21 : Tenir une campagne de promotion « Faire des affaires en français ».

Responsable : l'Office québécois de la langue française (OQLF)

En 2010-2011, aucune campagne de promotion n'a été orchestrée directement par l'OQLF. Toutefois, par l'entremise du Programme de soutien aux associations (voir mesure 3), l'organisme *Impératif français* a mené trois campagnes promotionnelles, l'une ayant porté sur la sensibilisation des immigrants à parler français, la deuxième ayant mis l'accent sur l'importance de travailler en français dans les entreprises et finalement la dernière campagne ayant porté sur l'obligation de servir la clientèle en français dans les petits commerces. Ces trois campagnes se sont tenues principalement dans la région de Montréal et dans l'Outaouais. Les crédits dépensés dans le cadre de ces activités relèvent du Programme de soutien aux associations et ils sont inclus dans la mesure 3.

Le coût des campagnes précédentes de l'OQLF se présente comme suit :

	2008-2009	2009-2010	2010-2011	Cumulatif 2008-2011
Campagne « Faire des affaires en français » (phase 1) y compris l'affichette « Ici on commerce en français »	457 959 \$	-	-	457 959 \$
Campagne « Merci de me servir en français » (phase 2)	-	544 561 \$	-	544 561 \$
Coût de la mesure	457 959 \$	544 561 \$	-	1 002 520 \$

## Mesure 22 : Conduire des actions de sensibilisation et d'information ciblées pour l'accueil et les services en français dans les commerces.

Responsable : l'Office québécois de la langue française (OQLF)

Les subventions octroyées par l'OQLF en 2010-2011, dans le cadre du Programme de soutien aux associations pour la promotion de la francisation dans les entreprises (voir mesure 3), ont contribué de façon notable à la réalisation de plusieurs projets de sensibilisation portant sur l'accueil et les services en français dans les commerces, dont :

- le portail *Carrefour francisation*, réalisé par la Chambre de commerce du Montréal métropolitain;
- une équipe de démarcheurs mise sur pied, en lien avec le *Carrefour francisation*;
- la campagne de sensibilisation *Servez le français à volonté* menée par l'Association des restaurateurs du Québec auprès de ses membres;
- un guide pratique de la Société de développement du boulevard Saint-Laurent et une campagne de sensibilisation auprès des commerces de la rue Saint-Laurent;
- trois campagnes publicitaires d'Impératif français tout au long de l'année 2010 : *Moi, je parle français* (été 2010), *Travaillons en français* (novembre 2010) et *Services en français* (décembre 2010).

Les crédits dépensés dans le cadre de ces activités relèvent du Programme de soutien aux associations et ils sont inclus dans la mesure 3.

## Mesure 23 : Mieux faire connaître auprès des travailleurs et de leurs employeurs les dispositions de la Charte de la langue française touchant la langue de travail ainsi que les recours, dont la médiation, afin d'assurer le respect de ses dispositions.

Responsables : l'Office québécois de la langue française (OQLF), le ministère du Travail (MTRAV) et des partenaires socioéconomiques

Depuis 2009, plusieurs actions ont été réalisées auprès des travailleurs et de leurs employeurs afin de mieux faire connaître les dispositions de la Charte de la langue française, grâce notamment aux différents programmes de subvention en vigueur à l'OQLF.

Parmi ces réalisations, mentionnons les deux projets suivants qui sont décrits dans les pages du présent rapport, respectivement aux mesures 3 et 26 :

- le portail *Langue du travail*, [www.languedutravail.com](http://www.languedutravail.com), réalisé par la Fédération des travailleurs et des travailleuses du Québec;
- le portail *Carrefour francisation*, [www.carrefourfrancisation.com](http://www.carrefourfrancisation.com), réalisé par la Chambre de commerce du Montréal métropolitain en collaboration avec de nombreux partenaires gouvernementaux.

De même, le Programme de soutien à la francisation pour les centrales syndicales<sup>18</sup> a permis de financer plusieurs projets visant l'information et la formation d'un nombre accru de travailleurs de moyennes et de grandes entreprises, et ce, dans la plupart des régions du Québec. Parmi les projets réalisés par les centrales syndicales au cours de 2010-2011, il convient de mentionner, à titre d'exemple :

- plusieurs sessions de formation organisées par la FTQ et par la CSN à l'intention des membres de comités de francisation affiliés aux deux centrales;
- des tournées régionales de sensibilisation effectuées par la FTQ et la CSN;
- la diffusion par les centrales syndicales (FTQ, CSD) d'un questionnaire d'autodiagnostic destiné à faire prendre conscience aux travailleurs de l'étendue de leur droit d'exercer leurs activités en français;
- la réalisation de la brochure sur les droits linguistiques réalisée par la FTQ.

<sup>18</sup> Soit la Fédération des travailleurs et travailleuses du Québec (FTQ), la Confédération des syndicats nationaux (CSN) et la Centrale des syndicats démocratiques (CSD).

Tous ces projets ont été réalisés grâce au programme de subvention de l'OQLF destiné aux centrales syndicales, à l'intérieur de l'enveloppe annuelle de 475 000 \$ mentionnée à la mesure 3.

**Mesure 26 : Travailler avec tous les partenaires, y compris ceux du milieu de l'éducation, pour la création d'ici la fin de 2009 d'un guichet unique (service sur mesure) de l'offre gouvernementale en francisation (formation, nouvelles technologies, processus de francisation, programmes, etc.) pour accompagner et soutenir les entreprises.**

**Responsables :** le Secrétariat à la politique linguistique (SPL) et la Chambre de commerce du Montréal métropolitain (CCMM), en collaboration avec l'Office québécois de la langue française (OQLF), le ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles (MICC)

Le guichet unique *Carrefour francisation* a été lancé à Montréal, le 13 décembre 2010, au cours d'une conférence de presse donnée par la ministre responsable de l'application de la Charte de la langue française, M<sup>me</sup> Christine St-Pierre, accompagnée du ministre responsable de la région de Montréal, M. Raymond Bachand, de la ministre de l'Immigration et des Communautés culturelles, M<sup>me</sup> Kathleen Weil, ainsi que de M. Michel Leblanc, président et chef de la direction de la Chambre de commerce du Montréal métropolitain.

Il est constitué de trois éléments :

- Un portail Web, [www.carrefourfrancisation.com](http://www.carrefourfrancisation.com), rassemble l'information sur les nombreux outils et services de francisation que le gouvernement du Québec propose aux entreprises, tels que des cours de français, des programmes de subvention, des modèles de correspondance et des lexiques.
- Un service téléphonique, 514 940-1633, relie les entrepreneurs à des préposés aux renseignements capables de les mettre directement en communication avec la bonne ressource, lequel service est assuré par le MICC.
- Une équipe de neuf démarcheurs sur le terrain rencontrent et sensibilisent les propriétaires de commerces et d'entreprises à l'importance d'offrir leurs services en français et les accompagnent dans la poursuite de cet objectif.

Le guichet unique a été rendu possible grâce à l'apport des quatre partenaires suivants :

- Le SPL a piloté la réalisation du projet et en assure la coordination.
- L'OQLF a financé la CCMM pour la réalisation du portail, ainsi que les associations qui embauchent les agents démarcheurs.
- Le MICC permet d'offrir une aide personnalisée aux entrepreneurs, notamment à ceux dont la première langue n'est pas le français, grâce à ses préposés aux renseignements.
- La CCMM a mis en œuvre le portail et en assure l'hébergement, de même qu'elle coordonne les communications avec l'équipe des agents démarcheurs.

D'autres ministères et organismes ont collaboré au contenu du portail *Carrefour francisation*. Ce sont Emploi-Québec, le ministère du Revenu et Services Québec.

Depuis novembre 2008 à ce jour, 192 823 \$ ont été déboursés pour développer le guichet unique et assurer sa mise en service jusqu'en juin 2011. Cette somme, qui ne comptabilise que les investissements publics, se répartit comme suit :

- 152 958 \$ pour la réalisation du portail Web par la CCMM ainsi que pour la production d'outils promotionnels liés à ce portail;
- 39 865 \$ pour le développement et le fonctionnement d'une ligne téléphonique au MICC, pour 2010-2011.

Au 31 mars 2011, soit quelque trois mois après le lancement du guichet *Carrefour francisation*, les résultats suivants ont été observés :

Portail Web :

- 4 070 visiteurs uniques,
- 13 616 pages vues,
- une moyenne de 3,35 de pages vues par visite;

Ligne téléphonique :

- 40 appels traités par les préposés aux renseignements du MICC;

Agents démarcheurs (ou agents de francisation) :

- plus de 350 entreprises contactées par deux premiers agents embauchés (Chambre de commerce et d'industrie de Saint-Laurent et Centre d'intégration multi-services de l'ouest de l'île),
- 180 entreprises référées vers le *Carrefour francisation* par ces démarcheurs,
- un bulletin d'information envoyé à 900 et à 600 membres respectivement de Culture Montréal et de la Corporation de développement économique communautaire (CDEC) Côte-des-Neiges-Notre-Dame-de-Grâce.

### Mesure 27a : Améliorer l'actuel portail gouvernemental.

Responsable : Services Québec

En tant que responsable du portail gouvernemental, Services Québec a mis à jour son portail de services aux entreprises dans les semaines suivant le lancement du guichet *Carrefour francisation*, en décembre 2010. Cet ajustement a été réalisé sans frais.

On peut trouver l'hyperlien menant au *Carrefour francisation* dans la section « Gérer son entreprise – Français au sein de l'entreprise » du portail Services Québec - Entreprises.

## 1.3 LES MESURES ABANDONNÉES

### Mesure 2 : Mettre en œuvre un nouveau programme de soutien à la promotion des programmes gouvernementaux par les associations issues de communautés culturelles provenant de l'immigration.

Responsable : le ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles (MICC)

	2008-2009 (partiel)	2009-2010	2010-2011	Cumulatif 2008-2010
Nombre de participants	32	317	Mesure abandonnée	349
Coût de la mesure	88 439 \$ <sup>19</sup>	63 900 \$		152 339 \$

Au cours de la période, des ententes ont été conclues avec les organismes suivants :

- Accueil aux immigrants de l'Est de Montréal (AIEM);
- Carrefour d'intercultures de Laval (CIL);
- Centre d'appui aux communautés immigrantes de Bordeaux-Cartierville (CACI).

Compte tenu de la faible participation des clientèles visées, le MICC a mis fin à cette mesure le 26 mai 2010.

<sup>19</sup> Comme il s'agissait d'une nouvelle mesure, les budgets alloués tenaient compte des démarches à faire, des ressources à recruter et des moyens à mettre en place pour rejoindre une clientèle particulière.

#### Mesure 4 : Élaborer un programme de mentorat avec l'Association des retraités de l'enseignement du Québec pour la formation en français dans les entreprises.

Responsable : le ministère de la Famille et des Aînés (MFA)

	2008-2009	2009-2010	2010-2011
Étude de faisabilité	-	45 000 \$	Mesure abandonnée
Coût de la mesure	-	45 000 \$	

En 2009-2010, l'Association des retraitées et retraités de l'enseignement du Québec (AREQ), qui était coresponsable de cette mesure avec le MFA, a procédé à une étude de faisabilité et a conclu une entente avec Cégep@distance pour l'embauche éventuelle de retraités qui participeraient à des projets pilotes de francisation en ligne. Comme les partenaires de cette mesure ont décidé ne pas aller plus loin dans sa réalisation, le Comité de suivi des activités l'a abandonnée en septembre 2010.

#### Mesure 15 : Élaborer un programme de parrainage en entreprise visant à jumeler un employé maîtrisant le français avec un employé en apprentissage.

Responsables : le ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles, Emploi-Québec et l'Office québécois de la langue française

Cette mesure a été abandonnée en septembre 2010, en raison du taux de roulement très élevé au sein des petits commerces et entreprises, tant du côté des propriétaires que de celui des travailleurs. Ce taux de roulement rend difficile la mise sur pied d'un programme général d'activités de parrainage.

On notera, toutefois, que le programme PRIIME (mesure 14a) comprend un volet de parrainage en entreprise qui répond aux besoins exprimés.

## 2 LES NOUVELLES MESURES

Le point 5c de l'annexe 2 de la Stratégie commune d'intervention pour Montréal 2008-2013 précise que le Comité de suivi des activités doit « proposer, le cas échéant, de nouvelles actions en fonction des besoins pour améliorer la performance de l'utilisation du français comme langue du commerce et des affaires ».

Dans cette perspective, cinq nouvelles mesures ont été amorcées au cours de l'année 2010-2011.

### 2.1 LE DÉMARCHAGE AUPRÈS DES PETITES ENTREPRISES MONTRÉALAISES

En octobre 2008, les signataires de la Stratégie commune avaient convenu qu'un guichet unique soit mis en place. Une fois lancé, le portail *Carrefour francisation* ne pouvait cependant devenir une fin en soi. Il était clair que, dans un premier temps, il allait servir de référence, d'outil d'information pour amener les petites entreprises à utiliser les différents services mis à leur disposition par le gouvernement pour les aider à se franciser. Il était clair, également, que pour une petite entreprise, le désir de consulter le portail *Carrefour francisation* tout comme l'intérêt à se franciser n'allait pas forcément se déclencher spontanément.

Dans ces circonstances, il paraissait opportun, voire essentiel, d'établir un contact plus personnalisé avec les petites entreprises afin de les sensibiliser, une à une, à l'importance de l'utilisation du français à Montréal et au Québec. Pour favoriser les contacts, mettre en confiance les petites entreprises et les accompagner vers une plus grande francisation, il semblait préférable que les personnes ressources qui effectueraient le démarchage soient issues du même milieu que les entreprises ciblées.

Avant même que *Carrefour francisation* ne soit créé, une expérience pilote a été menée dans l'arrondissement Saint-Laurent, de mai à septembre 2010, grâce à la collaboration de la Chambre de commerce et d'industrie de Saint-Laurent. Au bout de cinq mois, cette première démarche s'est avérée concluante : sur les 124 responsables de petites entreprises rencontrés, 37 ont eu recours aux programmes gouvernementaux, principalement ceux donnant accès à des cours de français pour leurs employés.

L'expérience a donc été renouvelée pour une année à Saint-Laurent et d'autres associations, chambres de commerce ou sociétés de développement commercial ont emboîté le pas, acceptant à leur tour d'embaucher un agent démarcheur chargé de sensibiliser les petites entreprises de leur territoire ou de leur secteur respectif. En 2010-2011, neuf agents démarcheurs sont embauchés par les associations suivantes :

- la Chambre de commerce et d'industrie de Saint-Laurent;
- Culture Montréal;
- le Centre d'intégration multi-services de l'Ouest de l'île (CIMOI);
- la Corporation de développement économique et communautaire (CDEC) Côte-des-Neiges-Notre-Dame-de-Grâce;
- la Société de développement commercial (SDC) Destination centre-ville;
- la Société de développement commercial (SDC) du Vieux-Montréal;
- la Chambre de commerce de l'Est de Montréal;
- la Société de développement du boulevard Saint-Laurent.

Ce projet a été financé par l'Office québécois de la langue française, dans le cadre de son Programme d'aide aux associations (mesure 3).

## **2.2 LA SENSIBILISATION DE LA POPULATION ÉTUDIANTE DES UNIVERSITÉS MONTRÉALAISES**

La nécessité d'établir un partenariat avec les universités montréalaises a été évoquée lors de discussions au Comité directeur des orientations en août 2009. On y avait alors évoqué le fait que des étudiants étrangers non francophones, ayant depuis quelques années obtenu le droit de travailler à temps partiel lorsqu'ils fréquentent une université québécoise, pouvaient créer une pression vers l'anglais dans le service à la clientèle au centre-ville de Montréal.

Après quelques rencontres entre l'équipe du Secrétariat de la Stratégie commune et des représentants universitaires, une évaluation sommaire chiffrait à 20 000 le nombre d'étudiants non francophones hors Québec (provenant d'autres provinces canadiennes ou de l'extérieur du Canada) qui fréquentaient les universités Concordia et McGill chaque année. Ce constat a été suffisant pour que démarre un projet de sensibilisation des étudiants universitaires à l'importance du français au Québec, dans quatre universités montréalaises : Concordia, McGill, HEC Montréal et UQAM.

Le projet se décline en trois volets :

1. Une campagne de sensibilisation de toute la communauté étudiante d'une université à la question linguistique au Québec, mettant l'accent sur l'importance du français au travail et dans le service à la clientèle, et sur l'importance d'une langue commune comme outil de cohésion sociale.
2. L'attribution de bourses de 500 \$ à des étudiants non francophones de l'extérieur du Québec pour les encourager à apprendre le français et les inciter à demeurer au Québec une fois leurs études complétées.
3. L'élaboration d'un portail de placement étudiant axé sur la promotion du français, où les employeurs qui cherchent des employés temporaires et les étudiants qui cherchent un emploi temporaire peuvent se rejoindre, mais non sans se faire rappeler, dans une approche ludique et pédagogique, la nécessité d'un service à la clientèle en français et, en conséquence, d'une connaissance appropriée de cette langue.

Le Secrétariat à la politique linguistique (SPL) a financé, pour un montant total de 288 400 \$, les projets des quatre universités, portant sur les volets 1 et 2 ci-dessus, ainsi que celui de Destination centre-ville, portant sur le projet de portail de placement étudiant axé sur la promotion du français.

Le projet de portail de placement étudiant axé sur la promotion du français, porté par la SDC Destination centre-ville, est soutenu par des associations qui en assureront, dans un premier temps, la promotion auprès de leurs membres. Le choix de ces partenaires s'est fait à partir du lien entre le territoire desservi par ces associations et la proximité des universités participantes. Outre Destination centre-ville, il s'agit de :

- la CDEC Côte-des-Neiges-Notre-Dame-de-Grâce;
- la SDC du Vieux-Montréal;
- la Société de développement du boulevard Saint-Laurent.

D'autres associations pourront s'ajouter à cette liste une fois que le portail aura été lancé et que l'expérience sur une certaine période aura été concluante.

### **2.3 LA PROMOTION DE L'UTILISATION DU FRANÇAIS AUPRÈS DES MILIEUX D'AFFAIRES MULTICULTURELS DE MONTRÉAL**

Certaines communautés culturelles se sont créées un milieu de vie sur le territoire de Montréal où elles peuvent aisément avoir accès à des biens et services dans leur langue. Ce phénomène est courant dans toutes les métropoles multiculturelles. À Montréal, cela a parfois pour conséquence que le français n'arrive pas toujours à occuper la place qui lui revient dans les zones où se concentrent ces communautés culturelles et que la population francophone peut alors avoir de la difficulté à obtenir des services en français.

Il paraissait nécessaire de sensibiliser les commerçants de zones fortement multiculturelles à l'utilisation du français afin qu'il soit la langue de la cohésion sociale au Québec. L'objectif était d'arriver, à long terme, à un décloisonnement linguistique qui favoriserait une affluente accrue de la clientèle francophone dans ces quartiers et qui y assurerait une meilleure vitalité du français.

À cet égard, le SPL, l'OQLF et le MICC ont utilisé leurs ressources en 2010-2011 pour créer des outils promotionnels en vue d'une campagne ciblée qui se déroulera en 2011-2012. Les sommes investies totalisent 300 000 \$.

Il s'agira d'une campagne sur le terrain, réalisée avec l'appui des agents démarcheurs (voir mesure précédente) dont le territoire de travail comporte des zones où se concentrent des communautés culturelles. Dans un premier temps, trois secteurs géographiques seront visés : le quartier chinois, le quartier Côte-des-Neiges et l'arrondissement Saint-Laurent. Si l'expérience est probante, elle pourrait être reprise ailleurs à Montréal.

## 2.4 LE LABEL « FRANCORESPONSABLE »

L'Hôtel Château Laurier Québec est à l'origine du label « francoresponsable » dont il est propriétaire. Il définit ce terme comme étant « une détermination ou un engagement de tout individu ou de toute institution à promouvoir la francophonie sous toutes ses formes, et ce, autant dans ses valeurs que dans ses traditions<sup>20</sup> ».

Le Château Laurier poursuit la définition du concept en ces termes :

« Au même titre que l'écoresponsabilité, qui démontre un respect de l'environnement et de la nature, la francoresponsabilité [...] témoigne d'un engagement clair envers le respect et la promotion de la francophonie, de son patrimoine, de sa culture et de sa langue. Une organisation ou une personne francoresponsable contribue au rayonnement de la langue française dans son milieu par des actions engagées et concrètes. L'objectif premier est de contribuer à rapprocher les francophones de partout dans le monde en s'appuyant sur des valeurs universelles de responsabilisation, de participation et de partage pour faire la promotion de la francophonie. »

Avec cette initiative en faveur du français, le Château Laurier a reçu un Mérite du français de l'OQLF, en mars 2011. Depuis, des démarches exploratoires ont été entreprises auprès de cet établissement hôtelier de Québec par le SPL, l'OQLF et le Conseil supérieur de la langue française, en vue d'étendre le concept à l'échelle du Québec. L'implication des organismes gouvernementaux s'inscrit exclusivement dans une perspective de soutien et d'accompagnement.

Un éventuel sceau de qualité « francoresponsable » est vu comme un moyen d'améliorer le service en français, notamment dans des petites entreprises de service. Aucune somme n'a encore été engagée dans ce projet par le gouvernement.

## 2.5 LA SENSIBILISATION À L'HISTOIRE DU FRANÇAIS AU QUÉBEC

En 2008, pour souligner l'anniversaire de la fondation de la ville de Québec, le SPL a publié une brochure intitulée *La langue française au Québec – 400 ans, quelques repères*. Cette brochure présente une chronologie des grandes dates qui, entre 1608 et 2008, ont marqué l'évolution de la langue française sur le territoire du Québec. Son contenu constitue une façon simple de s'initier à l'histoire de la langue française au Québec et de mieux saisir le contexte et les enjeux linguistiques actuels.

Le SPL a proposé à ses partenaires d'utiliser la brochure comme outil de sensibilisation auprès des nouveaux arrivants. La réponse fut enthousiaste. En 2010-2011, près de 20 000 exemplaires ont été distribués à des personnes immigrantes qui fréquentaient les classes de francisation dans les trois commissions scolaires de l'île de Montréal ou celles offertes par le MICC. Les universités montréalaises qui travaillent dans le cadre de la Stratégie commune ont également accepté de distribuer la brochure auprès de leurs étudiants, dans le cadre de leurs activités de sensibilisation au français.

La distribution de cette brochure n'a pas engendré de dépense significative.

<sup>20</sup> <http://hotelchateaulaurier.com/fr/hotel/franco-responsable>

## TROISIÈME PARTIE

### Les conclusions du Comité de suivi des activités

#### 1 LE BILAN

Les signataires de la Stratégie commune d'intervention pour Montréal 2008-2013 se sont donné un horizon de cinq ans pour atteindre des résultats significatifs en matière de renforcement de la place du français dans les commerces et les milieux de travail montréalais. En 2013, au terme de la Stratégie commune, un rapport global pourra être réalisé. Il pourra porter notamment sur les objets suivants :

- la langue d'accueil et de service, particulièrement à Montréal, dans les commerces et les entreprises employant de 11 à 49 personnes;
- la langue d'affichage de ces commerces et entreprises ainsi que celle de leurs produits;
- la langue de travail de ces commerces et entreprises.

Ce rapport pourra faire écho au portrait linguistique des petites entreprises de 11 à 49 employés, réalisé en 2008 par l'OQLF, ainsi qu'au sondage, réalisé par Léger Marketing la même année, sur la perception qu'avaient les Montréalais de la langue de service dans les petites entreprises. L'évolution des comportements linguistiques au sein des petites entreprises montréalaises et celle des perceptions de leurs clientèles permettront de mesurer les résultats de la Stratégie commune d'intervention pour Montréal 2008-2013.

Le présent rapport, qui fait état de la situation au 31 mars 2011, marque la mi-parcours de ce plan quinquennal. Le véritable impact des investissements consentis par les partenaires gouvernementaux et des efforts déployés par les partenaires des milieux d'affaires et des partenaires socioéconomiques, tels que décrits dans la deuxième partie du présent rapport, ne pourra être mesuré qu'au terme de la Stratégie commune, soit dans deux ans et demi.

#### 1.1 UN PORTRAIT GLOBAL

Comme le démontre le tableau ci-après des mesures rassemblées dans la Stratégie commune, et selon les explications fournies dans la deuxième partie, on peut constater qu'à ce jour :

- 14 mesures ont été réalisées;
- 18 mesures se réalisent en continu;
- 3 mesures ont dû être abandonnées;
- 5 nouvelles mesures se sont ajoutées en 2010-2011.

**Stratégie commune d'intervention pour Montréal 2008-2013**  
**Tableau sommaire de l'état de la mise en œuvre au 31 mars 2011**

MESURE	RÉALISÉE	EN CONTINU	ABANDONNÉE
1. Nouvelles ententes pour la francisation dans le cadre du programme de francisation des milieux de travail. (MICC)		◆	
2. Nouveau programme de soutien à la promotion des programmes gouvernementaux par les associations issues de communautés culturelles. (MICC)			◆
3. Francisation des milieux de travail par : - le programme de soutien aux associations pour la promotion du français dans les petites entreprises, - le programme de soutien à la francisation par les technologies de l'information et des communications, - la poursuite de l'aide financière aux centrales syndicales pour la francisation (OQLF)		◆	
4. Élaboration d'un programme de mentorat avec l'Association des retraités de l'enseignement du Québec (AREQ) pour la formation en français dans les entreprises (MFA)			◆
5. Développement rapide d'une offre diversifiée des modes et des lieux de formation en français afin de mieux répondre aux besoins des petites entreprises, par exemple : formations regroupées sur les artères commerciales et dans les centres commerciaux (EQ)		◆	
6. Mise en œuvre de cours de français en ligne pour les immigrants à l'étranger et au Québec (MICC)		◆	
7. Conception de nouveaux cours de français spécialisés dans certains domaines : sciences infirmières, santé, génie, administration, etc. (MICC)		◆	
8a. Promotion du programme de développement des compétences en entreprises et du programme de l'intervention régionale 2008-2009 (CPMT, EQ)		◆	
8b. Promotion de cours de français en milieu de travail (MICC)		◆	
8c. Promotion du crédit d'impôt pour la francisation en milieu de travail (RQ, MICC)		◆	
9. Facilitation et soutien, de l'apprentissage du français avant même leur arrivée, des immigrants sélectionnés par le Québec (MICC)		◆	
10. Élargissement du réseau de partenaires à l'étranger pour offrir davantage de cours de français avant l'arrivée au Québec (MICC)		◆	
11. Enquête pour connaître les besoins spécifiques des clientèles immigrantes qui utilisent peu les services de francisation (MICC)	◆		
12. Démarrage rapide de l'offre de cours de français de niveau avancé pour les personnes immigrantes (MICC)		◆	
13. Ajout d'un nouvel outil d'évaluation de la connaissance du français (MICC)		◆	

MESURE		RÉALISÉE	EN CONTINU	ABANDONNÉE
14a.	Meilleure intégration au marché du travail par le Programme d'aide à l'intégration des immigrants et des minorités visibles en emploi (PRIIME) (E-Q)		◆	
14b.	Meilleure intégration au marché du travail par la mesure de formation de la main-d'œuvre – Volet individus et volet entreprises (E-Q)		◆	
15.	Élaboration d'un programme de parrainage en entreprise visant à jumeler un employé maîtrisant le français avec un employé en apprentissage (MICC, E-Q, OQLF)			◆
16.	Établissement de nouveaux mérites du français pour les petites entreprises (OQLF)	◆		
17.	Ajout de nouvelles activités dans les petites entreprises dans le cadre de la Francofête (OQLF)	◆		
18.	Instauration d'un sceau de qualité pour l'accueil en français dans les commerces et entreprises (par exemple, un autocollant à placer dans la vitrine) (OQLF)	◆		
19.	Renforcement de la fierté d'utiliser le français par une vaste campagne gouvernementale de promotion (SCG, SPL)	◆		
20.	Envoi d'une communication écrite officielle du gouvernement aux chefs d'entreprises de 11 à 49 employés (SPL, OQLF, MDEIE)	◆		
21.	Campagne de promotion « Faire des affaires en français » (OQLF)	◆		
22.	Actions de sensibilisation et d'information ciblées pour l'accueil et les services en français dans les commerces (OQLF)	◆		
23.	Avec l'aide des partenaires socioéconomiques, meilleure diffusion de l'information aux travailleurs et à leurs employeurs sur les dispositions de la Charte de la langue française touchant la langue de travail ainsi que sur les recours, dont la médiation, afin d'assurer le respect de ces dispositions (OQLF et partenaires socioéconomiques)	◆		
24.	Promotion active des cours de français et de leur importance pour une intégration réussie (MICC)		◆	
25.	Campagne en français et en d'autres langues pour mieux faire connaître l'ensemble des programmes gouvernementaux touchant la francisation et pour rejoindre toutes les clientèles potentielles (CPMT, MICC, OQLF, E-Q, SPL, CCMM)		◆	
26.	En concertation avec tous les partenaires, y compris ceux du milieu de l'éducation, création d'ici la fin de 2009 d'un guichet unique (service sur mesure) de l'offre gouvernementale en francisation (formation, nouvelles technologies, processus de francisation, programmes, etc.) pour accompagner et soutenir les entreprises (SPL, OQLF, MICC, MELS, EQ, MESS, SQ)	◆		

MESURE		RÉALISÉE	EN CONTINU	ABANDONNÉE
27a.	Amélioration de l'actuel portail gouvernemental (S-Q)	◆		
27b.	Amélioration de l'accès des entreprises aux services d'Emploi Québec dans la région de Montréal (E-Q)		◆	
27c.	Harmonisation de l'offre de service en francisation (MICC, MELS, EQ)		◆	
28.	Mise sur pied du Comité directeur des orientations (SPL)	◆		
29.	Mise sur pied du Comité de suivi des activités (SPL)	◆		
30.	Mise sur pied du secrétariat de ces deux comités (SPL)	◆		

NOUVELLE MESURE		RÉALISÉE	SE RÉALISE EN CONTINU	ABANDONNÉE
31.	Mise sur pied d'une équipe de démarcheurs pour rencontrer et sensibiliser les petites entreprises montréalaises à l'importance d'utiliser le français au travail et dans le service à la clientèle (SPL, OQLF, CCMM et associations partenaires)		◆	
32.	Sensibilisation des étudiants universitaires à l'importance du français au Québec, et promotion de la francisation auprès des étudiants hors Québec qui viennent étudier à Montréal et, parfois même, qui occupent un emploi temporaire dans un commerce ou une entreprise avoisinant l'université (SPL, universités partenaires et SDC Destination centre-ville)		◆	
33.	Campagne interministérielle visant à promouvoir l'utilisation du français dans les petits commerces de milieux d'affaires multiculturels de Montréal (SPL, OQLF, MICC et associations partenaires)		◆	
34.	Partenariat avec le Château Laurier de Québec, à l'origine du label « francoresponsable » dont il est propriétaire, en vue d'étendre le concept à l'échelle du Québec, dans une perspective non gouvernementale (SPL et Château Laurier)		◆	
35.	Distribution auprès des étudiants étrangers, des immigrants inscrits à des cours de français, ainsi que des élèves et enseignants de deux commissions scolaires de Montréal, de la brochure <i>La langue française au Québec – 400 ans, quelques repères</i> (SPL)		◆	

Légende :

AREQ Association des retraitées et retraités de l'enseignement du Québec

CCMM Chambre de commerce du Montréal métropolitain

CPMT Commission des partenaires du marché du travail

E-Q Emploi-Québec

FTQ Fédération des travailleurs et travailleuses du Québec

MDEIE Ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation

MELS Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport

MESS Ministère de l'Emploi et de la Solidarité sociale

MFA Ministère de la Famille et des Aînés

MICC Ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles

MTRAV Ministère du Travail

OQLF Office québécois de la langue française

RQ Revenu Québec

SCG Secrétariat à la communication gouvernementale

SDC Société de développement commercial

SPL Secrétariat à la politique linguistique

SQ Services Québec

## 1.2 LE GUICHET UNIQUE : UN OUTIL PROMETTEUR

L'outil de référence en francisation, le *Carrefour francisation*, est une réalité depuis décembre 2010. Ce guichet unique rassemble, dans un portail Web, toute l'offre et toute la documentation gouvernementales en matière de francisation et d'utilisation du français : programmes d'aide financière, cours de français aux travailleurs, outils terminologiques, références pour obtenir une aide-conseil personnalisée ou pour construire un argumentaire en faveur de la francisation, explications des droits et obligations, lien direct vers le *Grand dictionnaire terminologique*, etc.

Ce portail, administré par la Chambre de commerce du Montréal métropolitain, est appelé à se développer au cours des prochaines années afin de s'établir comme une référence, complète et actualisée, sur les ressources de francisation à Montréal, et afin de devenir, éventuellement, un lieu d'échanges virtuel au sein de la communauté d'affaires montréalaise. Quelque trois mois après le lancement du guichet *Carrefour francisation*, cet outil s'est révélé fort utile pour faciliter la démarche de francisation des entreprises avec plus de 4 000 visiteurs en un court laps de temps.

### Portail Web (décembre 2010-mars 2011) :

- 4 070 visiteurs uniques
- 3,35 pages vues, en moyenne, par visite

### Ligne téléphonique (décembre 2010-mars 2011) :

- 40 appels

### Premiers résultats de deux agents démarcheurs (septembre 2010-mars 2011) :

- 350 entreprises contactées
- 180 entreprises référées vers le *Carrefour francisation*
- 1 500 entreprises informées par un courrier de Culture Montréal et de la Corporation de développement économique communautaire (CDEC) Côte-des-Neiges-Notre-Dame-de-Grâce

### Sensibilisation des entreprises

- Plus de 7 000 petites entreprises montréalaises ont reçu une lettre d'information signée par la ministre responsable de l'application de la Charte de la langue française et par le ministre du Développement économique, de l'Exportation et de l'Innovation.

### 1.3 LES COURS DE FRANÇAIS EN ENTREPRISE : EN PROGRESSION

Déjà, le bilan de l'an dernier permettait de constater une hausse de la participation des entreprises aux différents programmes de francisation proposés par le gouvernement. La tendance semble se maintenir puisqu'en 2010-2011, on note de nouveau une augmentation de l'intérêt des entreprises et des travailleurs pour les cours de français offerts. Il en va de même pour les personnes qui souhaitent émigrer au Québec.

- Les cours de français en entreprise offerts par Emploi-Québec, le MICC et le MELS ont connu un succès qui mérite d'être souligné : 1 595 travailleurs inscrits en 2009-2010, et 2 006 en 2010-2011. Une hausse de 25,8 % (411 travailleurs).
- On note une augmentation de 10 % du nombre de personnes inscrites aux cours de français en ligne, passant de 4 146 en 2009-2010 à 4 563 en 2010-2011. Par ailleurs, 75 607 étudiants ont eu recours aux exercices proposés en 2009-2010 et 85 583 en 2010-2011. Une augmentation de 13 %.
- Le MICC a également remboursé trois fois plus de cours de français suivis avant l'immigration au Québec : 106 en 2009-2010 et 313 en 2010-2011.

### 1.4 LA PROMOTION DU FRANÇAIS PAR LES ASSOCIATIONS : DES PARTENAIRES QUI S'IMPLIQUENT

Le programme de soutien financier que l'OQLF a mis en place pour favoriser la réalisation de projets de promotion du français par des associations a porté fruit. Plusieurs associations, dont plus du tiers sont membres du Comité directeur des orientations de la Stratégie commune, se sont engagées dans des projets concrets de francisation, en marge de leurs activités associatives habituelles. Depuis la création du programme, en octobre 2008, ce sont 42 projets qui ont été soutenus pour promouvoir le français dans les milieux de travail. Le nombre est encourageant, de même que l'enthousiasme des associations qui les proposent. À l'avenir, toutefois, il faut souhaiter que de plus en plus d'associations et de gens d'affaires recourent au programme de l'OQLF.

- Portail [www.languedutravail.com](http://www.languedutravail.com), réalisé par la Fédération des travailleurs et travailleuses du Québec
- Campagnes publicitaires d'Impératif français à Montréal et en Outaouais
- Portail *Carrefour francisation* dans lequel s'est impliquée la Chambre de commerce du Montréal métropolitain
- Campagne de sensibilisation de l'Association des restaurateurs du Québec
- Campagne de sensibilisation de la Société de développement du boulevard Saint-Laurent
- Embauche de neuf démarcheurs par huit associations

## 1.5 UNE MOBILISATION CROISSANTE

Un des résultats positifs de la Stratégie a trait aux nouvelles initiatives qui ont émergé en 2010-2011. Bien que d'inégale importance dans leur déploiement, elles ont toutes leur importance dans la stratégie globale, puisqu'elles répondent à des besoins que les membres des comités et les opérateurs de la Stratégie commune ont identifiés à la suite de réflexions et de discussions.

Ainsi, l'équipe d'agents et d'agentes de francisation – ou agents démarcheurs –, embauchés par différentes associations et chambres de commerce, répond au besoin de travailler sur le terrain, d'aller directement vers les petites entreprises, pour les sensibiliser une à une à l'importance d'utiliser le français au Québec, la langue commune et l'instrument de la cohésion sociale. Conformément à l'objectif d'accompagnement de la Stratégie commune et aux attentes signifiées, chaque agent, sur son territoire, adopte une approche pédagogique et incitative et planifie des rencontres et des échanges personnalisés avec les petites entreprises. Les agents poursuivent tous un même but : tenter d'amener les petites entreprises de Montréal à se franciser volontairement, c'est-à-dire à refléter dans leurs pratiques entrepreneuriales ou commerciales le choix linguistique de la société québécoise en faveur du français.

De même, un travail de sensibilisation à la francisation s'est amorcé en 2010-2011 en collaboration avec des universités montréalaises. Il vise principalement les quelque 20 000 étudiants non francophones provenant de l'extérieur du Québec qui fréquentent chaque année ces universités. Ce travail est entrepris pour assurer ultimement un meilleur service à la clientèle dans les commerces du centre-ville où ces étudiants sont susceptibles d'occuper un emploi temporaire. Il a également pour but, dans une perspective plus large, de faire en sorte que tout ce bassin de main-d'œuvre potentielle pour le Québec de demain, en formation dans nos établissements universitaires, évolue en harmonie avec les objectifs linguistiques du Québec. Ces futurs acteurs de la vie sociale et économique québécoise doivent en effet bien saisir, avant même d'accéder au monde du travail, toute l'importance du français au Québec et les avantages de bien le maîtriser, et ils doivent s'y préparer en conséquence.

L'idée de la campagne de promotion portant sur l'utilisation du français et visant les milieux d'affaires multiculturels de Montréal, qui se prépare pour 2011-2012, est née d'un besoin de mieux outiller l'équipe de francisation qui est à l'œuvre dans certains secteurs de la métropole où se concentrent des communautés culturelles. Comment amener des dirigeants de petites entreprises de ces quartiers, où cohabitent plusieurs langues, à tirer avantage d'une pleine intégration au fait français? La diffusion de témoignages de gens d'affaires, issus de communautés culturelles et ayant réussi en affaires, est la piste qu'empruntera cette campagne, qui sera également assortie de divers outils promotionnels préparés en 2010-2011.

Enfin, en plus du travail réalisé sur le terrain par les agents de francisation et de la campagne de sensibilisation, la faisabilité de l'application d'un nouveau concept est explorée : la francoresponsabilité des commerces et entreprises. Ayant vu le jour à Québec, au sein de la communauté d'affaires, ce concept valorise l'offre d'un environnement en français aux consommateurs de biens et services qui habitent ou qui sont de passage au Québec. Non seulement il est un nouveau moyen d'action envisagé, mais il pourrait devenir un modèle d'affaires inédit s'établissant progressivement dans le paysage socioéconomique québécois. Tout comme cela a pu être observé dans le domaine de l'environnement, les comportements citoyens évoluent au fil des prises de conscience collectives. La conscience environnementale est maintenant omniprésente dans les préoccupations des citoyens, comme dans celles des décideurs publics et privés. La francoresponsabilité est l'un de ces filons prometteurs, qui émane de la base citoyenne et qui, si elle réussit à se répandre dans la conscience collective, pourra sans doute mener à des résultats insoupçonnés. L'exploration est lancée.

## 2 LE TEMPS DE LA CONSOLIDATION

À mi-parcours de sa réalisation, la Stratégie commune d'intervention pour Montréal 2008-2013 a permis que soient mises en place des conditions favorables à la francisation des petites entreprises montréalaises. Il reste que la réussite la plus prometteuse et déjà manifeste de la Stratégie tient au grand nombre d'acteurs montréalais qu'elle a mobilisés jusqu'à présent.

En octobre 2008, une trentaine de partenaires venus de différents horizons de la vie publique québécoise – économique, politique, syndical, scolaire et culturel – décidaient d'unir leurs efforts. Au lendemain de cet exercice de concertation, et partant du document signé par tous, les opérateurs de la Stratégie commune et, au premier chef, son secrétariat, avaient beaucoup à bâtir.

Il fallait d'abord mettre en place les comités prescrits par la Stratégie commune avec les partenaires désignés. Il a, par la suite, été nécessaire de réunir les partenaires sur qui reposait l'ensemble des mesures inscrites dans la Stratégie, tant pour la mise en œuvre que pour le financement. Cette mise en commun administrative nécessitait que tous les partenaires gouvernementaux se dotent d'un *modus operandi* favorisant la concertation, la consultation et la circulation de l'information. Il en a résulté une véritable synergie centrée sur la recherche d'objectifs communs. Ainsi, chaque ministère et organisme a veillé à remplir les engagements liés à ses mandats propres, tout en participant activement, en parallèle, au travail conjoint requis dans la Stratégie commune.

C'est dans ce contexte de bonne collaboration qu'a pu être créé le guichet *Carrefour francisation* avec ses trois composantes : le portail, la ligne téléphonique et l'équipe des agents démarcheurs ou agents de francisation. Cet outil d'information et de sensibilisation était à la base même de l'action qui suivrait sur le terrain. En effet, les agents de francisation allaient s'y référer, y trouver tous les renseignements utiles à leur travail. Une première association a embauché un démarcheur. Sept autres ont rapidement suivi. En 2011-2012, nous savons déjà que l'équipe qui sillonne le terrain va grandir.

Les membres du Comité directeur des orientations ont aussi concrétisé leur engagement en élaborant, à partir des outils fournis par la Stratégie, des projets à la mesure de leur précieux potentiel. Une quinzaine de projets ont ainsi pris forme en 2010-2011.

L'année 2010-2011 a aussi vu le milieu universitaire de Montréal emboîter le pas aux acteurs de la Stratégie, ce qui est un acquis considérable.

Les différents acteurs publics et privés sont donc plus que jamais mobilisés et les outils de base sont en place. Ceux-ci continueront d'évoluer au gré des besoins.

Après deux ans et demi d'administration de programmes et de gestion de projets dans les ministères et organismes partenaires, après plus d'une année de réalisation de nouveaux projets structurants, passant de la conception à la mise en œuvre et aux ajustements au fil de moult consultations, discussions et partenariats, la Stratégie franchit un cap important. L'heure est maintenant à la consolidation, au renforcement des partenariats établis, au travail de terrain que des collaborateurs associatifs et institutionnels ont accepté de mener, et ce, globalement, dans une recherche d'efficacité et de résultats concrets pour 2013.

### 3 CONCLUSION

La Stratégie commune d'intervention pour Montréal 2008-2013 tient jusqu'à présent ses promesses grâce à la mobilisation de tous les acteurs qui travaillent de près ou de loin à la mettre en œuvre. On dénombre plus d'une trentaine de partenaires publics ou privés qui y sont engagés activement.

L'administration publique à l'œuvre sur le territoire montréalais a constitué, dès le lendemain du Rendez-vous des gens d'affaires et des partenaires socioéconomiques d'octobre 2008, un mouvement de concertation inédit afin d'atteindre des résultats probants. Depuis le début de cette aventure, la Chambre de commerce du Montréal métropolitain soutient l'objectif de francisation des petites entreprises avec un dynamisme qui inspire toute la communauté d'affaires. Au cours de la dernière année, partout sur le territoire de la métropole, des associations, des sociétés de développement commercial, des chambres de commerce locales ont témoigné de leur intérêt pour la Stratégie commune et, dans certains cas, ont prêté main-forte en déployant des ressources auprès de leurs membres ou dans leur territoire d'activité.

De leur côté, les centrales syndicales ont poursuivi avec constance et conviction leur travail de sensibilisation auprès de leurs travailleurs affiliés. Les commissions scolaires ont répondu avec intérêt au besoin sans cesse croissant de former les travailleurs et les immigrants, en dégageant les ressources appropriées. Les universités montréalaises ont joint le mouvement en proposant, elles aussi, de transmettre à leur population étudiante respectives, avant leur entrée sur le marché du travail, les valeurs linguistiques qui définissent le Québec. Enfin, le mouvement Culture Montréal s'est montré fidèle à ses engagements de mettre de l'avant la spécificité culturelle de la métropole, en intégrant concrètement à ses préoccupations la dimension linguistique francophone.

L'engagement de tous ces acteurs est une valeur ajoutée à la Stratégie commune, en plus des actions fructueuses qui se sont réalisées jusqu'à présent et des résultats qui se dégagent à ce jour. Dès lors, il est permis d'espérer qu'au cours de la deuxième moitié de réalisation du plan quinquennal, d'ici 2013, cet élan dynamique se poursuive et se consolide pour atteindre l'objectif fixé : une métropole qui affiche hautement et fièrement son caractère français.

## ANNEXE 1

### Les signataires de la Stratégie commune

Les 34 signataires de la Stratégie commune d'intervention pour Montréal 2008-2013 sont :

*Les coprésidents du Rendez-vous des gens d'affaires et des partenaires socioéconomiques*

**Jean Charest**

Premier ministre du Québec

**Isabelle Hudon**

Présidente et chef de la direction de la Chambre de commerce du Montréal métropolitain

*Les vice-présidents du Rendez-vous des gens d'affaires et des partenaires socioéconomiques*

**Raymond Bachand**

Ministre du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation,  
ministre du Tourisme et ministre responsable de la région de Montréal

**Christine St-Pierre**

Ministre de la Culture, des Communications et de la Condition féminine  
et ministre responsable de l'application de la Charte de la langue française

*Les ministres*

**Marguerite Blais**

Ministre responsable des Aînés

**Yolande James**

Ministre de l'Immigration et des Communautés culturelles

**Monique Jérôme-Forget**

Ministre des Finances, ministre responsable de l'Administration gouvernementale,  
ministre des Services gouvernementaux et présidente du Conseil du trésor

**Sam Hamad**

Ministre de l'Emploi et de la Solidarité sociale

**David Whissel**

Ministre du Travail, ministre responsable des régions de Lanaudière et des Laurentides

*Les représentants des gens d'affaires*

**Daniel Audet**

Premier vice-président du Conseil du patronat du Québec

**Michael Banks**

Président de la Société de développement commercial du Vieux-Montréal

**Andrée Bélanger**

Directrice générale de la Chambre de commerce de l'Ouest-de-l'Île de Montréal

**Pierre Bellerose**

Vice-président, Relations publiques, recherche et développement du produit de Tourisme Montréal

**Gordon Bernstein**

Président du conseil de la Société de développement du boulevard Saint-Laurent

**Guy Hébert**

Président de la Chambre de commerce et d'industrie de Saint-Laurent

**Hans Janiak**

Président de la Chambre de commerce gaie du Québec

**Francine Labelle**

Directrice de la Chambre de commerce et d'industrie de l'Est de l'île de Montréal

**Gaston Lafleur**

Président-directeur général du Conseil québécois du commerce de détail

**Daniel L'Africain**

Président de la Chambre de commerce et d'industrie du sud-ouest de Montréal

**Jean Lefebvre**

Vice-président aux affaires gouvernementales du Conseil des chaînes de restaurants du Québec

**François Meunier**

Vice-président aux affaires publiques de l'Association des restaurateurs du Québec

**Frédéric Michel**

Président de la Jeune Chambre de commerce de Montréal

**Sylvain Morissette**

Président-directeur général de l'Association des agences de publicité du Québec

**André Poulin**

Directeur général de Destination centre-ville

**Simon Prévost**

Vice-président de la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante

**Nelson Théberge**

Président de l'Association des hôteliers du Québec

**Jean-Luc Trahan**

Président-directeur général des Manufacturiers et exportateurs du Québec

**Helen Tyros**

Présidente de la Chambre de commerce hellénique du Montréal métropolitain

**Danielle Virone**

Directrice générale de la Chambre de commerce italienne

*Les représentants des partenaires socioéconomiques*

**Michel Arsenault**

Président de la Fédération des travailleurs et travailleuses du Québec

**Claudette Carbonneau**

Présidente de la Confédération des syndicats nationaux

**Diane De Courcy**

Présidente de la Commission scolaire de Montréal

**André Leclerc**

Membre du conseil d'administration de Culture Montréal

**René Roy**

Secrétaire général de la Fédération des travailleurs et travailleuses du Québec

## ANNEXE 2

### Les mesures de la Stratégie commune

1. Conclure de nouvelles ententes pour la francisation dans le cadre du programme de francisation des milieux de travail (MICC) :
  - ententes conclues ou à conclure avec la FTQ, le Comité sectoriel de main-d'œuvre de l'industrie du textile du Québec, la Chambre de commerce du Montréal métropolitain, la Confédération des syndicats nationaux et le Comité sectoriel de main-d'œuvre de l'industrie des plastiques et des composites et Emploi-Québec.
2. Mettre en œuvre un nouveau programme de soutien à la promotion des programmes gouvernementaux par les associations issues de communautés culturelles (MICC).
3. Favoriser la francisation des milieux de travail par :
  - le nouveau Programme de soutien aux associations pour la promotion du français dans les petites entreprises (OQLF);
  - le nouveau Programme des associations partenaires pour la francisation des petites entreprises (OQLF);
  - le nouveau Programme de soutien à la francisation par les technologies de l'information et des communications (OQLF);
  - la poursuite de l'aide financière aux centrales syndicales pour la francisation (OQLF).
4. Élaborer un programme de mentorat avec l'Association des retraités de l'enseignement du Québec pour la formation en français dans les entreprises (MFA).
5. Développer rapidement une offre diversifiée des modes et des lieux de formation en français afin de mieux répondre aux besoins des petites entreprises (MICC, CPMT, MELS, E-Q), par exemple : formations regroupées sur les artères commerciales et dans les centres commerciaux.
6. Mettre en œuvre le cours de français en ligne pour les immigrants à l'étranger et au Québec (MICC).
7. Concevoir de nouveaux cours de français spécialisés dans certains domaines : sciences infirmières, santé, génie, administration, etc. (MICC).
8. Faire mieux connaître et tirer davantage parti :
  - a. du Programme de développement des compétences en entreprise et du Programme de l'intervention régionale 2008-2009 (CPMT);
  - b. des cours de français en milieu de travail (MICC);
  - c. du crédit d'impôt pour la francisation en milieu de travail (RQ, MICC).
9. Faciliter et soutenir l'apprentissage du français, avant même leur arrivée, des immigrants sélectionnés par le Québec (MICC).
10. Élargir le réseau de partenaires à l'étranger pour offrir davantage de cours de français avant l'arrivée au Québec (MICC).
11. Effectuer une enquête pour connaître les besoins spécifiques des clientèles immigrantes qui utilisent peu les services de francisation (MICC).
12. Démarrer rapidement l'offre de cours de français de niveau avancé pour les personnes immigrantes (MICC).
13. Ajouter un nouvel outil d'évaluation de la connaissance du français (MICC).
14. Favoriser une meilleure intégration au marché du travail par :
  - a. le Programme d'aide à l'intégration des immigrants et des minorités visibles en emploi (MESS);
  - b. la mesure de formation de la main-d'œuvre (volet individus et volet entreprises) (E-Q).
15. Élaborer un programme de parrainage en entreprise visant à jumeler un employé maîtrisant le français avec un employé en apprentissage (ministères concernés).
16. Établir de nouveaux mérites du français pour les petites entreprises (OQLF).

17. Ajouter de nouvelles activités dans les petites entreprises dans le cadre de la Francofête (OQLF).
18. Instaurer un sceau de qualité pour l'accueil en français dans les commerces et entreprises (par exemple, un autocollant à placer dans la vitrine) (OQLF).
19. Renforcer la fierté d'utiliser le français par une vaste campagne gouvernementale de promotion (SCG, SPL).
20. Envoyer une communication écrite officielle du gouvernement aux chefs d'entreprises de 11 à 49 employés (SPL, OQLF, MDEIE).
21. Tenir une campagne de promotion « Faire des affaires en français » (OQLF).
22. Conduire des actions de sensibilisation et d'information ciblées pour l'accueil et les services en français dans les commerces (OQLF).
23. Mieux faire connaître auprès des travailleurs et de leurs employeurs les dispositions de la Charte de la langue française touchant la langue de travail ainsi que les recours, dont la médiation, afin d'assurer le respect de ces dispositions (OQLF, MTRAV, partenaires socioéconomiques).
24. Effectuer une promotion active des cours de français et de leur importance pour une intégration réussie (MICC).
25. Mener une campagne en français et en d'autres langues pour mieux faire connaître l'ensemble des programmes gouvernementaux touchant la francisation et pour rejoindre toutes les clientèles potentielles (ministères concernés).
26. Travailler avec tous les partenaires, y compris ceux du milieu de l'éducation, pour la création d'ici la fin de 2009 d'un guichet unique (service sur mesure) de l'offre gouvernementale en francisation (formation, nouvelles technologies, processus de francisation, programmes, etc.) pour accompagner et soutenir les entreprises (ministères et organismes concernés).
27. Améliorer l'actuel portail gouvernemental ainsi que l'accès des entreprises aux services d'Emploi-Québec dans la région de Montréal et harmoniser l'offre de services en francisation (E-Q, MICC, MELS, MESS).
28. Mettre sur pied un secrétariat pour le Comité directeur des orientations et pour le Comité de suivi des activités (SPL).
29. Mettre sur pied un Comité directeur des orientations (SPL).
30. Mettre sur pied un Comité de suivi des activités (SPL).

### Signification des sigles :

CPMT	Commission des partenaires du marché du travail
EQ	Emploi-Québec
FTQ	Fédération des travailleurs et travailleuses du Québec
MDEIE	ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation
MELS	ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport
MESS	ministère de l'Emploi et de la Solidarité sociale
MFA	ministère de la Famille et des Aînés
MICC	ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles
MTRAV	ministère du Travail
OQLF	Office québécois de la langue française
RQ	Revenu Québec
SCG	Secrétariat à la communication gouvernementale
SPL	Secrétariat à la politique linguistique

## ANNEXE 3

### Les membres du Comité directeur des orientations

#### *Le président*

Michel Leblanc, président et chef de la direction de la Chambre de commerce du Montréal métropolitain

#### *Les ministres*

Christine St-Pierre, ministre de la Culture, des Communications et de la Condition féminine et ministre responsable de l'application de la Charte de la langue française

Raymond Bachand, ministre des Finances et ministre responsable de la région de Montréal

Kathleen Weil, ministre de l'Immigration et des Communautés culturelles

#### *Les autres membres*

Dimitrios Antonopoulos, président de la Chambre de commerce hellénique du Montréal métropolitain

Michel Arseneault, président de la Fédération des travailleurs et travailleuses du Québec

Michael Banks, homme d'affaires du Vieux-Montréal

Brigitte Beauchemin, présidente de la Chambre de commerce et d'industrie du sud-ouest de Montréal

Pierre Bellerose, vice-président de Tourisme Montréal

Gordon Bernstein, président du conseil de la Société de développement du boulevard Saint-Laurent

Claudette Carbonneau, présidente de la Confédération des syndicats nationaux (représentée par M. Michel Forget)

Danielle Chayer, vice-présidente et directrice générale de l'Association des hôteliers du Québec

Norman Chenail, président de la Chambre de commerce et d'industrie de Saint-Laurent

Diane De Courcy, présidente de la Commission scolaire de Montréal

Yanik Deschênes, président-directeur général de l'Association des agences de publicité du Québec

Yves-Thomas Dorval, président du Conseil du patronat du Québec

José Jacome, directeur général des Manufacturiers et Exportateurs du Québec

Hans Janiak, président de la Chambre de commerce gaie du Québec

Isabelle Foisy, directrice de la Chambre de commerce de l'Est de Montréal

Gaston Lafleur, président du Conseil québécois du commerce de détail

Mario Lafrance, directeur général de la Société de développement commercial du Vieux-Montréal

André Leclerc, membre du conseil de Culture Montréal

Jean Lefebvre, vice-président affaires gouvernementales du Conseil des chaînes de restaurants du Québec

Alexandre Doire, président de la Jeune Chambre de commerce de Montréal

François Meunier, vice-président aux affaires publiques de l'Association des restaurateurs du Québec

André Poulin, directeur général de Destination centre-ville

René Roy, secrétaire général de la Fédération des travailleurs et travailleuses du Québec

Danielle Virone, directrice générale de la Chambre de commerce italienne

## ANNEXE 4

### Lettre envoyée par le gouvernement aux chefs d'entreprise de 11 à 49 employés

Montréal, le 18 janvier 2011

Madame, Monsieur,

Le 10 octobre 2008, le premier ministre du Québec, 21 regroupements de gens d'affaires montréalais, dont la Chambre de commerce du Montréal métropolitain, sept ministres du gouvernement et des représentants des milieux syndicaux, de l'éducation et de la culture se sont engagés à réaliser une série de mesures pour renforcer l'utilisation du français dans les commerces et les entreprises de la métropole. La *Stratégie commune d'intervention pour Montréal 2008-2010 – Le français notre affaire à tous* a ainsi pris forme.

À cette occasion, les gens d'affaires montréalais ont demandé au gouvernement de leur simplifier l'accès aux différents programmes et services qui leur étaient offerts pour la francisation de leur entreprise. Ils constataient, en effet, que ces programmes étaient nombreux et intéressants, mais souvent méconnus. Ils ont aussi fait part de leur difficulté à s'y retrouver et du peu de temps dont ils disposaient pour s'informer.

En réponse à cette demande, un guichet unique en francisation a été mis sur pied et lancé officiellement le 13 décembre 2010. Il comporte un portail informatique, un service d'aide téléphonique et une équipe d'agents sur le terrain, employés par des chambres de commerce ou d'autres associations de gens d'affaires et prêts à vous rencontrer.

Voici, plus en détail, en quoi consiste ce guichet unique.

Le portail Carrefour francisation regroupe désormais, sous une seule adresse ([www.carrefour-francisation.com](http://www.carrefour-francisation.com)), toutes les ressources pour franciser votre entreprise. Ce site est conçu pour faciliter vos recherches lorsque vous avez besoin de renseignements pour :

- franciser votre entreprise;
- obtenir une aide financière;
- apprendre et utiliser le français;
- connaître vos droits et obligations en matière de langue.

Par ailleurs, un seul numéro de téléphone (514 940-1633) vous relie maintenant à des préposés aux renseignements capables de vous mettre directement en communication avec la bonne ressource. Ce service, offert en français, peut l'être dans une autre langue afin de permettre aux gens qui ne maîtrisent pas encore le français de bien comprendre la démarche et les services de francisation.

Enfin, une équipe d'agents démarcheurs est à votre disposition pour vous accompagner dans vos démarches de francisation, en vous aidant à remplir les formulaires requis, par exemple. Ils peuvent vous guider en ce qui a trait aux services en français que vous devez offrir à votre clientèle, aussi bien que pour la francisation même de votre entreprise.

Le français est la langue officielle du Québec. Plus de 80 % de la population québécoise est d'expression française; il est donc normal, à ce titre, qu'elle puisse travailler en français et se faire servir en français dans les commerces. Votre rôle à ce chapitre est essentiel et nous comptons sur votre collaboration.

Veuillez agréer, Madame, Monsieur, l'expression de nos sentiments les meilleurs.

La ministre responsable  
de l'application de la Charte  
de la langue française,

Christine St-Pierre

Le ministre du Développement  
économique, de l'Innovation  
et de l'Exportation,

Clément Gignac