



Place des Arts
Québec ☐☐

**POLITIQUE RELATIVE À L'EMPLOI ET
À LA QUALITÉ DE LA LANGUE FRANÇAISE**

Septembre 2018

Table des matières

OBJECTIF	3
PORTÉE	3
CADRE DE RÉFÉRENCE	3
PLAN	3
MISE EN ŒUVRE ET REDDITION DE COMPTES	4
ENTRÉE EN VIGUEUR	5
1. LANGUE DES DOCUMENTS, ENTENTES ET COMMUNICATIONS DE LA SOCIÉTÉ	5
2. LANGUE DES SERVICES AU PUBLIC	7
3. LANGUE DE TRAVAIL	9
4. CLARTÉ ET CORRECTION DE LA LANGUE ADMINISTRATIVE	10
5. UTILISATION DU FRANÇAIS DANS LES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION	11
6. LANGUE DE L’AFFICHAGE, DE LA PUBLICITÉ COMMERCIALE ET COMMUNICATIONS DIVERSES AVEC LE PUBLIC DES SPECTACLES	11
7. LANGUE DES CONTRATS D’ACHAT DE BIENS ET DE SERVICES	13

OBJECTIF

Le but de la présente politique est d'établir et faire connaître à tout le personnel de la Société de la Place des Arts de Montréal (ci-après désignée la « Société »), de quelle manière la *Charte de la langue française* (L.R.Q., c. C-11) (« Charte ») doit s'appliquer au sein de l'organisme, pour tout ce qui a trait à ses activités. Tout en tenant compte des pratiques en vigueur et à la lumière de l'expérience acquise, cette politique vient aussi préciser les règles qui entourent la diffusion de l'information dans les sites Web et autres plateformes de diffusion. Elle renforcera et complétera si nécessaire des points où son application exige des décisions d'ordre administratif. L'action de la Société doit s'aligner sur la *Politique linguistique gouvernementale relative à l'emploi et à la qualité de la langue française dans l'Administration*. La Société associe à sa démarche tous les membres de son personnel qui, pris individuellement, réalisent une partie de sa mission. Aussi leur incombe-t-il de s'approprier comme priorité l'emploi d'un français de qualité, oralement, dans les textes ou autrement. Il résultera de la participation de tous un effet d'entraînement auprès de nos partenaires et de nos publics.

Dans le but de permettre à l'Administration de jouer un rôle exemplaire et moteur dans l'application de la Charte (L.R.Q., c. C-11), le gouvernement du Québec s'est doté d'une politique privilégiant l'emploi et la qualité du français et visant à assurer sa primauté dans les activités de l'Administration.

La Société privilégie l'unilinguisme français dans ses activités afin de bien marquer le fait que le français est à la fois la langue officielle et la langue normale et habituelle de l'Administration et de l'espace public ainsi que l'instrument premier de la cohésion sociale du Québec.

PORTÉE

La présente politique constitue une directive interne et comporte des règles qui devront être suivies par tous les employés et membres du conseil d'administration de la Société, quel que soit leur statut ou leur catégorie professionnelle. La Société qui est aussi propriétaire et gestionnaire de l'Amphithéâtre Fernand-Lindsay, à Joliette, entend mettre en œuvre cette politique aussi pour ce lieu.

La présente politique comporte également des règles pour les entreprises qui s'associent à la Société. Toutefois, le contenu de cette politique ne constitue pas une interprétation juridique des dispositions de la Charte.

CADRE DE RÉFÉRENCE

Cette politique prend en compte la *Politique gouvernementale relative à l'emploi et à la qualité de la langue française dans l'Administration* dont les prescriptions complètent celles déjà inscrites dans la Charte de la langue française ainsi que dans la *Politique d'utilisation du français dans les technologies de l'information et des communications* et dans la *Directive concernant la gestion des contrats d'approvisionnement, de services et de travaux de construction des organismes publics*.

PLAN

La présente politique comporte sept parties qui portent respectivement sur la langue des communications écrites, la langue des services au public, la langue de travail, la clarté et la correction de la langue administrative, l'utilisation du français dans les technologies de l'information, la langue de l'affichage, de la publicité commerciale et communications diverses avec le public des spectacles et la langue des contrats d'achat de biens et services.

MISE EN ŒUVRE ET REDDITION DE COMPTES

Le président-directeur général est responsable de l'application de la Charte et de la politique gouvernementale. Il désigne un mandataire qui travaille en étroite collaboration avec l'Office québécois de la langue française.

Comité de la politique linguistique

Aux fins de l'élaboration et de la mise en œuvre de la politique linguistique de la Société, le président-directeur général crée un comité permanent sous sa responsabilité. La directrice des communications et du marketing préside ce comité. Elle est responsable de veiller à l'application de la politique linguistique de la Société et, s'il y a lieu, de suggérer les correctifs qui s'imposent. Le comité comprend de plus trois membres désignés par la direction générale de la Société :

- Secrétaire général et directeur des affaires corporatives;
- Directeur des finances et de l'administration;
- Directrice des services à la clientèle et de la billetterie.

La Société élabore sa politique linguistique et la fait approuver, après avoir obtenu l'avis de l'Office québécois de la langue française, par le président-directeur général. La Société transmet à l'Office québécois de la langue française la politique ainsi approuvée.

Après avoir obtenu l'avis de l'Office québécois de la langue française, elle fait, s'il y a lieu, approuver les modifications par le président-directeur général qui la transmet à son conseil d'administration aux fins de son adoption. La Société transmet à l'Office québécois de la langue française la politique linguistique ainsi révisée, approuvée et adoptée.

Responsabilités des gestionnaires (cadres, directeurs et superviseurs)

Tout gestionnaire de la Société est responsable :

- D'instaurer les mécanismes visant l'application et le respect de la présente politique par chaque membre du personnel de son unité administrative;
- De veiller à ce que les contrats qu'il conclut avec des fournisseurs de biens et services soient conformes à la présente politique, cette obligation s'étendant aux contrats d'approvisionnement ou d'acquisition de biens et de services;
- De sensibiliser les membres du personnel au respect de la présente politique;
- De mettre à la disposition des membres du personnel l'information nécessaire.

Tout employé et membre du conseil d'administration de la Société est tenu de se conformer à la présente politique.

Reddition de compte

La Société fait état, dans le rapport annuel, de l'application de sa politique linguistique et des mesures prises pour faire connaître sa politique linguistique et assurer la formation de son personnel.

La Société fait rapport annuellement à l'Office québécois de la langue française de l'application de la Politique d'utilisation du français dans les technologies de l'information et des communications.

La Société fait rapport à l'Office québécois de la langue française, dans le délai fixé par ce dernier, de l'application de l'article 3 de la *Directive concernant la gestion des contrats d'approvisionnement, de services et de travaux de construction des organismes publics*.

La Société doit, le cas échéant, être en mesure de justifier auprès de l'Office québécois de la langue française des dérogations à sa politique linguistique ou à la politique linguistique gouvernementale, notamment au regard des articles 7, 12, 17, 22 ou 25 de cette dernière.

ENTRÉE EN VIGUEUR

La présente politique entre en vigueur le jour de son adoption par le conseil d'administration de la Société après avoir obtenu l'avis de l'Office québécois de la langue française. Cette politique devra faire l'objet d'une révision au moins tous les cinq (5) ans à compter de son adoption.

1. LANGUE DES DOCUMENTS, ENTENTES ET COMMUNICATIONS DE LA SOCIÉTÉ

- 1.1. De façon générale, la Société emploie exclusivement le français dans ses documents, ententes ou communications, quel qu'en soit le support.

Principes généraux

- 1.1.1. La Société ainsi que ses directions et services ne sont désignés que par leur dénomination française.
- 1.1.2. La Société utilise le français dans ses textes et ses documents de même que dans ses communications écrites internes ou externes.

1.2. Règles

Entreprises établies au Québec

- 1.2.1. Les communications écrites adressées à des entreprises établies au Québec se font en français seulement.

Les communications écrites adressées à des entreprises dont le siège est à l'extérieur du Québec, et qui possèdent au Québec un établissement, une filiale ou une division, sont en français.

Entreprises non établies au Québec

- 1.2.2. Les communications écrites adressées à des entreprises non établies au Québec et qui n'ont pas le français comme langue d'usage peuvent être accompagnées d'une traduction.

La version traduite dans une autre langue est présentée sur papier sans en-tête ni signature et la mention *traduction* dans la langue visée y est ajoutée. Lorsqu'elle est transmise par courriel, la communication est rédigée en français et la version dans une autre langue est jointe dans un fichier distinct et portant le nom de *traduction* dans la langue visée. Le texte du fichier est présenté sans en-tête ni signature et affiche la mention *traduction* dans la langue visée.

Gouvernements fédéral, provincial et territoriaux

- 1.2.3. Quand un membre du personnel communique par écrit avec un membre du gouvernement fédéral ou le gouvernement d'une autre province ou territoire

qui a le français comme langue officielle, il utilise toujours et exclusivement le français.

Les communications écrites adressées à un gouvernement provincial ou territorial n'ayant pas le français comme langue officielle sont en français, mais elles peuvent être accompagnées d'une version dans une autre langue, sur papier sans en-tête ni signature et avec la mention *traduction* dans la langue visée.

Gouvernements étrangers, organisations et artistes à l'international

- 1.2.4. Les communications écrites adressées à un gouvernement étranger, à une organisation ou à un artiste à l'international qui n'ont pas le français comme langue officielle ou comme langue de travail peuvent être à la fois en français et dans une autre langue, les diverses versions faisant foi.

Ministères et autres organismes de l'Administration

- 1.2.5. Toute communication écrite avec un ministère ou un autre organisme de l'Administration (municipalité, établissement d'enseignement, établissement de santé ou de services sociaux, etc.) doit être faite uniquement en français.

Seule la dénomination française d'un ministère, d'un organisme ou d'une association ou société rattachée au gouvernement du Québec figure dans les contrats, répertoires et documents officiels établis par la Société.

Au sein de la Société

- 1.2.6. Toute communication écrite d'un membre du personnel de la Société avec un destinataire également membre du personnel de la Société doit être faite en français.
- 1.2.7. Lorsqu'une version française de la raison sociale d'une entreprise existe, elle doit être utilisée dans les documents et dans les répertoires de la Société.

Dans un contrat d'aide financière conclu avec une personne morale ou une entreprise, la Société stipule que l'affichage public et la publicité commerciale liés à sa réalisation respectent les prescriptions de la Charte et la réglementation en vigueur. Si les circonstances le justifient, notamment en fonction de la nature du contrat et des sommes en jeu, la Société peut exiger que le français occupe une place plus importante.

Coproduction

- 1.2.8. Les partenaires de la Société en matière de production, de coproduction, de diffusion et de codiffusion de spectacles, expositions ou autres activités sont aussi liés par la présente politique dans leurs communications écrites et orales lorsqu'il s'agit de spectacles, d'expositions ou d'activités diffusés par la Société.

Site Web de la Société

- 1.2.9. Le site Web de la Société est en français et la page d'accueil doit être offerte par défaut en français.

L'information dans une autre langue doit figurer dans une section distincte qui évite de reproduire l'ensemble de l'information disponible en français, à moins que cela ne soit requis et qu'une autorisation ne soit donnée à cette fin par le sous-ministre ou le dirigeant de la Société.

Normalement, il n'est pas nécessaire de traduire en anglais des documents administratifs ou d'ordre général déposés sur le site Web.

Documents destinés à une diffusion massive

1.2.10. Seule la version française d'un document d'information peut faire l'objet d'un publipostage, d'une diffusion non personnalisée ou par réponse électronique automatisée.

Documents pour lesquels une traduction peut être envisagée

1.2.11. Les documents papier ou électroniques suivants peuvent être traduits en anglais ou en d'autres langues, sur un support distinct et avec la mention *Texte original en français* dans la langue visée :

- Invitations électroniques envoyées à des partenaires à l'international qui n'ont pas le français comme langue officielle ou de travail, dans le cadre d'un événement produit par la Société;
- Communiqués de presse et documents d'information (par exemple, rapport de presse et rapports statistiques) envoyés à ces mêmes personnes;
- Contrats envoyés par la Direction de la programmation à des organisations ou à des artistes à l'international et qui n'ont pas le français comme langue officielle ou de travail;
- Réponses à des plaintes formulées par des clients qui n'ont pas le français comme langue d'usage.

2. LANGUE DES SERVICES AU PUBLIC

2.1. Chaque membre du personnel de la Société doit disposer de lignes de conduite dans ses rapports avec le public afin de bien refléter le rôle que la Société entend jouer sur le plan de la promotion du français au Québec. La promotion du français et l'efficacité de la communication sont les deux facteurs à considérer dans les choix linguistiques quotidiens.

Principes généraux

2.1.1. La langue utilisée dans les contacts du personnel avec le public doit refléter le statut du français, langue officielle du Québec.

2.1.2. On ne doit jamais présumer qu'une personne désire recevoir sa correspondance dans une autre langue ou qu'elle est incapable de comprendre le français.

2.2. Règles

Premier contact

- 2.2.1. Le personnel s'adresse en français au public, au téléphone ou en personne. Toutefois, si l'interlocuteur demande au membre du personnel de communiquer avec lui dans une autre langue que le français en raison du fait qu'il ne parle pas ou ne maîtrise pas le français, il est alors permis au membre du personnel, s'il connaît cette langue et s'il le juge nécessaire, de poursuivre la conversation dans la langue de l'interlocuteur.

Communication écrite à une personne physique

- 2.2.2. Quand un membre du personnel écrit à une personne physique au Québec et qu'il a l'initiative de la communication, il utilise toujours uniquement le français.

Réponse à une personne physique

- 2.2.3. Quand un membre du personnel répond à une lettre écrite par une personne physique dans une autre langue que le français, il lui est permis, s'il connaît cette langue et s'il le juge nécessaire, de répondre dans la langue de son correspondant.

Répondeurs téléphoniques

- 2.2.4. Le message d'un système interactif de réponse vocale sont en français doit être énoncé au complet et, s'il y a lieu, ceux énoncés dans une autre langue doivent être accessibles de façon distincte. À cet égard, le message d'accueil en français doit être énoncé au complet, y compris le renvoi au menu technique, avant que ne soit donné l'accès à un message dans une autre langue.

Les messages des boîtes vocales sont exclusivement en français.

Réunions avec des représentants d'organismes internationaux, de gouvernements ou d'entreprises

- 2.2.5. Les réunions tenues en sol québécois avec des représentants d'organismes internationaux ou encore des gouvernements fédéral, provinciaux, territoriaux et étrangers ayant le français comme langue officielle ou comme langue de travail se déroulent en français et le compte rendu est rédigé en français. Il en est de même des réunions avec des représentants d'entreprises établies au Québec.

Par ailleurs, les réunions avec des représentants d'entreprises qui ne sont pas établies au Québec ou avec des représentants d'organismes internationaux ou de gouvernements qui n'ont pas le français comme langue officielle ou comme langue de travail peuvent se dérouler dans une autre langue lorsque les circonstances le justifient. Le compte rendu de ces réunions sera rédigé en français et, sur demande, une traduction pourra être fournie.

Conférences

- 2.2.6. Les conférences et allocutions prononcées par un membre du personnel de la Société sont en français. Les conférences et allocutions peuvent être, sur

autorisation donnée à cette fin par le dirigeant de la Société ou par la personne qu'il désigne, être prononcées dans une autre langue lorsque les circonstances le justifient.

Lorsque la Société participe à un congrès, à une exposition ou à une autre exposition publique, elle s'assure que l'information la concernant est offerte en français.

Cartes professionnelles

2.2.7. Les cartes professionnelles sont en français. Toutefois, dans le cadre d'activités internationales, elles peuvent être en français d'un côté et, de l'autre, dans une autre langue.

Relations de presse

2.2.8. Les communiqués destinés aux médias sont rédigés en français. Si le communiqué de presse s'adresse à des organes d'information de l'extérieur du Québec, il peut être accompagné d'une traduction. S'il arrive que la Société juge qu'il est nécessaire de rédiger un communiqué de presse dans une autre langue que le français pour un média québécois diffusant dans cette autre langue, l'autorisation écrite du président-directeur général à cet effet apparaît nécessaire, puisque cette pratique s'écarte du français exclusif dans les communications avec les entreprises et personnes morales du Québec.

Les entrevues accordées à la presse électronique peuvent se dérouler dans la langue de diffusion du média en s'assurant que l'information communiquée soit rendue disponible en français, par exemple sur le site Web de la Société.

Les messages publicitaires diffusés dans les médias sont rédigés en français, mais ils peuvent paraître aussi dans une autre langue dans un média diffusant uniquement dans cette langue.

3. LANGUE DE TRAVAIL

3.1. En tant qu'employeur, la Société se doit de garantir à tous les membres de son personnel le droit fondamental de travailler en français, en conformité avec l'article 4 de la Charte.

Principes généraux

3.1.1. Tout membre du personnel doit être informé des garanties que prévoit la Charte concernant la langue de travail.

3.1.2. Tout membre du personnel a le devoir d'utiliser un français correct et conforme au bon usage dans ses rapports avec ses collègues et avec le public.

3.2. Règles

Connaissance appropriée du français

3.2.1. Tout candidat à un poste ou à une fonction doit avoir une connaissance appropriée de la langue française parlée et écrite. La Société n'exige la connaissance ou un niveau de connaissance spécifique d'une autre langue que le français pour l'accès à un emploi ou à un poste, comme le prévoit la

Charte, que si l'accomplissement de la tâche nécessite une telle connaissance.

Examen de français

- 3.2.2. La Société se réserve le droit d'imposer à un candidat, parallèlement au processus de sélection, un examen de français dont les résultats pourront, au besoin, justifier son inscription à un cours de perfectionnement.

Perfectionnement

- 3.2.3. Les plans de formation élaborés par la Direction des ressources humaines doivent comprendre un volet portant sur le perfectionnement du français des membres du personnel.

Appareils utilisés par le personnel

- 3.2.4. Aucun appareil, y compris le matériel informatique et les logiciels, ne doit être mis à la disposition du personnel sur les lieux de travail si ses inscriptions ne sont pas en français ou si son utilisation nécessite la connaissance d'une autre langue que le français conformément aux dispositions pertinentes de la *Politique d'utilisation du français dans les technologies de l'information et des communications*.

Exceptions

- 3.2.5. Dans le cas d'un équipement qui n'est pas disponible en français sur le marché québécois et qui est indispensable à la poursuite des activités de la Société, le gestionnaire concerné peut autoriser son utilisation pendant une période déterminée et par un nombre limité de personnes, avec l'accord du comité de la politique linguistique. La non-disponibilité de cet équipement ne se présume pas, et doit être démontrée par les experts consultés à la satisfaction du comité qui juge également des mesures palliatives proposées, s'il en est.

4. CLARTÉ ET CORRECTION DE LA LANGUE ADMINISTRATIVE

- 4.1. La Société a le devoir de mobiliser les ressources dont elle dispose afin que les textes et les documents qu'elle publie donnent l'exemple d'une langue administrative claire et correcte.

Principes généraux

- 4.1.1. La Société entend promouvoir l'utilisation d'un français correct et conforme au bon usage dans la rédaction des textes et documents administratifs.
- 4.1.2. Cette responsabilité incombe à chacun des membres du personnel de la Société et de ses partenaires dès qu'il est chargé de la rédaction d'un texte ou d'un document.
- 4.1.3. La Société offre aux membres de son personnel, particulièrement ceux qui sont appelés à communiquer fréquemment par écrit, les outils nécessaires à leur perfectionnement en français.

4.2. **Règles**

Règle générale

- 4.2.1. Tous les textes ou documents officiels ainsi que tout autre écrit destiné à la publication doivent être rédigés avec le souci d'une langue claire et correcte. De plus, ils doivent respecter les avis de normalisation terminologique et faire usage de la terminologie proposée par l'Office québécois de la langue française ainsi que respecter les avis de la Commission de toponymie.

La Société met à la disposition des employés les instruments linguistiques nécessaires pour l'exécution de leur travail.

Documents visés

- 4.2.2. Le rapport annuel, les communiqués de presse et tout autre document diffusé par la Société ou ses partenaires doivent faire l'objet d'une attention particulière.

5. UTILISATION DU FRANÇAIS DANS LES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION

- 5.1. La Société doit mettre à la disposition du personnel responsable de la mise en place des technologies de l'information les outils nécessaires lui permettant de créer les interfaces de communication (rapports, écrans, formulaires) entre les usagers (internes et externes) et l'ordinateur en français intégral.

Principes généraux

- 5.1.1. La Société entend faire l'acquisition de la version en français intégral des nouveaux logiciels informatiques et obtenir par la même occasion toute la documentation nécessaire dans cette langue.
- 5.1.2. La Société entend remplacer les logiciels existants par les versions en français intégral de ces mêmes logiciels lorsqu'ils seront disponibles sur le marché.

5.2. Règles

Communications internes

- 5.2.1. Tous les rapports, écrans et autres médias informatisés de communication à usage interne sont produits uniquement en français intégral.

Communications externes

- 5.2.2. Tous les rapports, écrans et autres médias informatisés de communication à usage externe sont produits uniquement en français intégral.

6. LANGUE DE L’AFFICHAGE, DE LA PUBLICITÉ COMMERCIALE ET COMMUNICATIONS DIVERSES AVEC LE PUBLIC DES SPECTACLES

- 6.1. La Société participe activement à la promotion des spectacles, expositions et autres activités présentés à la Place des Arts et à l’Amphithéâtre Fernand-Lindsay à Joliette et dispose de différentes installations à cet effet. Elle doit établir les normes relatives à l’affichage public dans ses lieux, la publicité commerciale et la distribution de dépliants, programmes et documents promotionnels et s’assurer de l’application de ces normes

par l'ensemble des partenaires et entreprises qui s'associent d'une manière ou d'une autre à la Société.

Principes généraux

- 6.1.1. L'affichage public et la publicité commerciale doivent se faire en français. Ils peuvent également être faits en français et dans une autre langue pourvu que le français y figure de façon nettement prédominante.
- 6.1.2. La Société entend promouvoir l'utilisation d'un français correct et conforme au bon usage dans ses dépliants, programmes et documents promotionnels et ceux produits par ses partenaires et qui sont distribués dans ses présentoirs ou lors de spectacles ou d'évènements destinés au public.

6.2. Règles spécifiques pour les partenaires de la Place des Arts

Affichage

- 6.2.1. Les textes des affiches, écriteaux, banderoles, panneaux publicitaires et autres outils promotionnels de même nature doivent être en français seulement. Ils peuvent être rédigés dans une autre langue que le français lorsque le contenu du spectacle, de l'activité culturelle ou de l'activité éducative est présenté dans cette autre langue. Un texte en français devra être inséré en bas de l'affiche indiquant que le spectacle, l'activité culturelle ou l'activité éducative se déroule dans une autre langue.

L'affichage public d'une exposition culturelle, d'un évènement destiné à un public international ou d'un évènement dont les participants viennent en majorité de l'extérieur du Québec peut se faire, lorsqu'il est relié directement à la nature et au but manifeste de l'évènement, à la fois en français et dans une autre langue, pourvu que le français y figure de façon au moins aussi évidente.

Catalogues, brochures, dépliants et programmes de spectacles

- 6.2.2. Les catalogues, les brochures, les dépliants, les programmes de spectacles et toute autre publication de même nature doivent être rédigés en français. Les documents visant les individus (personnes physiques) peuvent être traduits dans une autre langue mais doivent être imprimés sur des supports distincts. La version dans une autre langue que le français est remise sur demande.

Les catalogues, les brochures, les dépliants, les programmes de spectacle et toute autre publication de même nature concernant un produit culturel ou éducatif ou concernant une activité culturelle ou éducative tels un spectacle, un récital, un discours, une conférence, un cours, un séminaire ou une émission de radio ou de télévision ou faisant la promotion d'un organe d'information peuvent être rédigés uniquement dans une autre langue que le français si, selon le cas, le contenu du produit culturel ou éducatif est dans cette autre langue ou que l'activité se déroule dans cette autre langue. Dans ce cas, la Société fournira, si elle produit cette activité culturelle, ou exigera du partenaire qui la produit qu'il prépare et rende disponible avant cette activité, une traduction partielle ou complète en français du document préparé dans cette autre langue pour le public sur un support distinct qui sera inséré dans les catalogues, brochures, dépliants, programmes de spectacle et toute autre publication de même nature.

Certains documents destinés à une diffusion massive peuvent être traduits dans d'autres langues que le français mais doivent être imprimés sur des supports distincts. La version traduite de ce type de document est remise à une personne physique à sa demande ou avec son autorisation expresse.

Toutefois, seule la version française de ces documents peut faire l'objet d'un publipostage ou d'une diffusion non personnalisée.

Consignes de sécurité au public avant spectacle

- 6.2.3. Les consignes de sécurité transmises au public avant un spectacle doivent être faites en français. Lorsque le spectacle ou l'activité culturelle ou éducative ou le contenu du produit culturel ou éducatif est dans une autre langue, elles peuvent être faites en français et dans cette autre langue.

Annonces générales au public avant spectacle

- 6.2.4. Il arrive que des annonces soient faites au public par le producteur avant un spectacle (changement au programme, remplacement d'artistes, message institutionnel, remise de prix, hommage à un mécène, consignes spéciales ou autre message de même nature). Ces annonces doivent être faites en français. Lorsque le spectacle ou l'activité culturelle ou éducative ou le contenu du produit culturel ou éducatif est dans une autre langue, elles peuvent être faites en français et dans cette autre langue.

7. LANGUE DES CONTRATS D'ACHAT DE BIENS ET DE SERVICES

- 7.1. L'usage d'une autre langue que le français est parfois nécessaire dans les contrats, ententes, protocoles, etc. conclus avec certains fournisseurs de biens et de services qui ne sont pas établis au Québec et qui n'ont pas le français comme langue d'usage, ou dans les contacts avec des interlocuteurs au Canada et à l'étranger.

Principes généraux

- 7.1.1. Le français est utilisé dans les contrats d'acquisition de biens ou de services et les documents s'y rattachant de même que dans les autres communications écrites.
- 7.1.2. Une autre langue peut aussi être utilisée si le contractant a son siège social ou son domicile à l'extérieur du Québec selon les règles décrites ci-dessous.

7.2. Règles

Contrats, ententes, protocoles, etc.

- 7.2.1. Les contrats et appels d'offres faits au Québec ainsi que tous documents qui s'y rattachent, signés au nom de la Société, sont en français seulement. La Société requiert des personnes morales et des entreprises que les documents qui font partie d'un dossier établi en vue de l'obtention d'une subvention, d'un contrat, d'un permis, de toutes autres formes d'autorisations ou, plus généralement, en vue du respect d'une obligation découlant d'une loi ou d'un règlement, soient rédigés en français.
- 7.2.2. Les contrats signés au nom de la Société sont en français seulement, sauf lorsque la Société contracte à l'extérieur du Québec, auquel cas, sur demande,

il en est fait une version dans une autre langue ; dans ce cas, les deux versions sont signées et ont la même valeur. Tout rapport fourni à la Société par un individu ou une entreprise dans le cadre d'un contrat doit être en français, et cette exigence doit être prévue dans tous les contrats.

- 7.2.3. La Société requiert des personnes morales et des entreprises que toutes les étapes du processus d'acquisition soient en français. Les documents d'acquisition et ceux qui accompagnent les biens et services, ainsi que les inscriptions sur le produit acquis, sur son contenant et sur son emballage, sont en français. De plus, lorsque l'emploi d'un produit ou d'un appareil nécessite l'usage d'une langue, celle-ci doit être le français.
- 7.2.4. La Société n'accorde ni contrat, ni subvention, ni avantage, quelle qu'en soit la valeur, à une entreprise assujettie aux articles 135 à 154 de la Charte, si cette entreprise ne possède pas d'attestation d'inscription, ou si elle n'a pas fourni, dans le délai prescrit, l'analyse de sa situation linguistique, ou si elle n'a pas d'attestation d'application de programme ni de certificat de francisation, ou si son nom figure sur la Liste des entreprises non conformes au processus de francisation publiée sur le site Web de l'Office québécois de la langue française. Les documents remis à ces fins à l'entreprise, notamment l'appel d'offres, font mention de cette exigence.

Factures et documents similaires

- 7.2.5. Les factures et tous documents similaires sont rédigés en français seulement et doivent utiliser, si elle existe, la version française de la raison sociale.

Exceptions

- 7.2.6. Sur demande, les contrats de production, de coproduction, de diffusion ou de codiffusion de spectacles ou d'activités culturelles ou éducatives avec des producteurs ou des personnes morales qui ne sont pas établis au Québec, pourront être préparés à la fois en français et dans cette autre langue, ou uniquement dans cette autre langue selon ce qui est le plus approprié.

Dans le présent document, l'emploi du masculin inclut le féminin et vise essentiellement à alléger le texte.