

350
.075
+24
S182C
1976
MCLF



RÉGIE DE LA LANGUE FRANÇAISE

comment formuler
une
raison sociale
en
français

règles d'écriture
des
raisons sociales

©1976 l'Éditeur officiel du Québec
Dépôt légal: 4^e trimestre 1976
Bibliothèque nationale du Québec

ISBN 0-7754-2668-7

CES RÈGLES ONT ÉTÉ PRÉPARÉES PAR

Bernard SALVAIL
chef du service de la
Promotion du français
dans l'administration publique
à la Régie de la langue française

Danielle DEMERS-LARIVIÈRE
terminologue

SOUS LA DIRECTION DE

Jean-Claude CORBEIL
directeur de la Terminologie
à la Régie de la langue française



AVANT-PROPOS

Depuis toujours, et particulièrement depuis deux ans, la Régie de la langue française s'intéresse à l'aspect linguistique de la publicité. D'une manière arbitraire, mais qui rejoint la pratique de cette activité, nous avons regroupé sous ce terme des éléments très divers: l'étiquetage des produits, la rédaction des modes d'emploi et des notices d'entretien, l'affichage public et industriel, les annonces dans les journaux, à la radio ou à la télévision, les raisons sociales, les marques de commerce, en fait tous les éléments qu'un publicitaire peut avoir à manipuler lors de la préparation d'un message ou d'une campagne de publicité. Au cours de nos travaux, nous nous sommes familiarisés avec la structure économique du monde de la publicité, nous avons répertorié, lu et médité les textes des lois et règlements qui le régissent et qui sont édictés par les trois niveaux de gouvernement (fédéral, provincial, municipal), nous avons rencontré aussi bien les fonctionnaires responsables de l'application des lois et règlements que les représentants des grandes agences. En somme, le monde de la publicité nous est devenu familier.

L'ouvrage que nous publions aujourd'hui illustre un aspect de nos recherches en ce domaine. Il s'agit ici des raisons sociales, au sens large du terme, c'est-à-dire du nom que se donne une entreprise, une association, un commerçant.

Nous avons voulu dire, sous forme de règles et en termes simples, comment composer une raison sociale pour qu'elle soit conforme aux règles de la langue française, de bonne frappe et de bon goût. Étant donné que la présentation de ces règles peut surprendre le lecteur, nous croyons nécessaire d'expliquer rapidement l'origine du texte qui suit.

A la suite d'une longue étude que nous avons menée sur les raisons sociales, publiée par la Régie sous le titre "Problématique de la francisation des raisons sociales", nous avons tiré trois conclusions: la traduction pure et simple d'une raison sociale est impossible; les génériques des raisons sociales devraient être définis et normalisés; enfin, il est nécessaire de préciser clairement comment une raison sociale est conforme à la langue française. Nous avons, en effet, observé qu'en raison de la prédominance écrasante de l'anglais dans les raisons sociales au Québec, beaucoup de personnes ne savent plus inventer une raison sociale en français et que le calque, souvent le plus brutal, est le réflexe le plus spontané.

Pour identifier les points qui devraient faire l'objet de règles, nous sommes partis des questions les plus fréquentes que nous posent les avocats, les notaires ou les fonctionnaires. Nous avons également traité un échantillon de cinq cents raisons sociales, fourni par le ministère des Consommateurs, Coopératives et Institutions financières. Le texte des règles a été élaboré à la Régie et soumis aux fonctionnaires du service des Compagnies, chargés de l'application de la Loi des compagnies et coopératives: nous voulions ainsi nous assurer que nos règles étaient conformes au texte et à l'esprit de cette loi et des règlements qui l'accompagnent.

L'ouvrage que nous publions constitue l'opinion de la Régie de la langue française en matière de raisons sociales.

Le directeur de la Terminologie

Jean-Claude CORBEIL

NOTE LIMINAIRE

Toute entreprise voulant faire affaire au Québec doit se donner un nom qui lui confère une personnalité juridique distincte. Pour les besoins de notre étude, nous appellerons ce nom "raison sociale" quel que soit le type de constitution juridique auquel il se rapporte.

Toute entreprise est également tenue d'utiliser son nom officiel dans l'exercice de ses fonctions ce qui entraîne une apparition fréquente de ce nom dans l'affichage et la publicité. La raison sociale constitue donc un véhicule linguistique important; elle doit contribuer à l'amélioration du visage français du Québec.

En conséquence, afin de faciliter la tâche de ceux qui ont à manipuler quotidiennement ce type de formulation, la Régie de la langue française a rassemblé dans le document qui suit une série de règles d'écriture qui permettront de concevoir correctement une raison sociale en français.



NOTE CONCERNANT L'ÉDITION REVUE ET CORRIGÉE

L'essentiel de l'édition précédente des règles d'écriture des raisons sociales a été repris ici. Nous n'avons apporté qu'un certain nombre de nuances qui nous ont été dictées par les problèmes que nous avons décelés à travers les appels téléphoniques reçus au service de la consultation. Ces problèmes indiquaient les difficultés que rencontrent chaque jour ceux qui sont à la recherche d'une raison sociale rédigée en français. Nous avons tenu compte également d'un grand nombre de discussions que nous avons eues avec les fonctionnaires du service des Compagnies, entre autres avec le directeur de ce service, monsieur Pierre Desjardins, à qui nous savons gré de ses judicieuses remarques et de ses précieux conseils.



règles d'écriture
des
raisons sociales



INTRODUCTION

La conception de la raison sociale en français constitue le point de départ d'une francisation véritable en ce domaine. Ceci implique donc l'existence d'un modèle linguistique qui régit la composition de la formulation commerciale.

Généralement une raison sociale comporte une partie générique qui informe le public sur la nature de l'entreprise et une partie distinctive qui particularise cette entreprise par rapport à toutes les autres.

Nous avons donc étudié chacune de ces parties en déterminant les catégories de génériques qui peuvent être utilisées dans la raison sociale ainsi que les types d'éléments susceptibles d'apparaître dans la partie distinctive. Enfin, nous avons relevé les contraintes syntaxiques qui régissent l'agencement de ces éléments.



1. LE GÉNÉRIQUE

Le générique de la raison sociale est d'abord et avant tout un élément descriptif qui doit rendre compte de la réalité commerciale. On doit donc le concevoir à partir de l'activité principale exercée par l'entreprise.

Il y a différents types de formulations possibles du générique:

1.1. le générique peut désigner un "lieu de commerce":

ex.: "épicerie":

endroit où l'on vend différents produits alimentaires;

"boulangerie":

endroit où l'on fabrique et vend le pain;

"magasin":

endroit où l'on vend; plus explicitement: "magasin de vêtements": endroit où l'on vend des vêtements;

"manufacture":

endroit où l'on fabrique; plus explicitement: "manufacture de jouets": endroit où l'on fabrique des jouets;

"atelier":

endroit où l'on exerce une activité autre que la vente; plus explicitement: "atelier de réparation automobile": endroit où l'on répare les différentes parties de l'automobile;

etc.

- 1.2. le générique peut désigner l'activité exercée par l'entreprise sans faire mention du lieu où cette activité est exercée:

ex.: "réparation":
action de réparer; plus explicitement:
"réparation de machines à coudre": endroit
où l'on répare les machines à coudre;

"location":
action de louer; plus explicitement:
"location de vêtements";

etc.

- 1.3. le générique peut désigner le service offert par l'entreprise (avec ou sans mention du lieu où est offert ce service):

ex.: "publicité"
ou
"agence de publicité"

- 1.4. le générique peut désigner la profession ou le métier exercé par les personnes dans l'entreprise:

Le générique de la raison sociale sert généralement à désigner un lieu commercial ou un service offert par une entreprise. Ainsi, quand le français nous permet de nommer une même réalité selon deux points de vue: lieu commercial ou profession, le générique devrait désigner le lieu commercial:

ex.: "boucherie"
plutôt que "boucher"

"plomberie"
plutôt que "plombier"

La mention de la profession ou du métier comme générique devrait être réservée aux cas où il n'existe pas de termes spécifiques pour nommer le lieu où s'exercent ces activités.

ex.: "concessionnaire"
"architecte"

L'élément distinctif de ces formulations doit être le nom de la ou des personnes qui exercent cette profession.

ex.: Léon Beaulieu, architecte

1.5. le générique peut désigner un produit fini ou semi-fini:

ex.: Automobiles Lalonde
Pneus Duval
Chaussures Bédard
Appareils ménagers Leblond

Comme on le suppose facilement à la suite de cette description, le générique devient une classification normalisée des types de commerces puisque toutes les entreprises qui ont la même activité principale auront un générique semblable.

Remarque:

L'article défini en français est "celui qui se met devant un nom pris dans un sens complètement déterminé; il individualise l'être ou l'objet nommé"¹. La fonction de l'élément distinctif qui suit le générique est sensiblement le même: individualiser ce commerce par rapport à tous les autres.

ex.: Épicerie Lalonde
Épicerie Ouimet

¹ GREVISSE, Maurice, Le bon usage, éd. J. Duculot, Librairie Hatier, Paris, 1969, p. 255-256.

La présence de l'article dans le générique ne fait qu'amplifier cette individualisation donnée par l'élément distinctif et prête donc à la raison sociale un caractère emphatique réservé généralement au texte publicitaire.

De plus, la présence de l'article devant le générique entraîne des problèmes d'ordre grammatical. On sait que la raison sociale doit être reprise intégralement dans le cours des affaires de l'entreprise. Or, si nous avons comme raison sociale "Le Garage Lalonde" et que nous voulons l'insérer dans un contexte, nous devons lui faire suivre les règles grammaticales qui régissent l'emploi de l'article contracté. Par exemple, dans un texte publicitaire:

"Venez à Le Garage Lalonde pour un ..."
deviendra "Venez au Garage Lalonde pour un ..."

La raison sociale sera donc modifiée par le fait même.

Nous pouvons également parler d'un principe général qui veut que la composition de la raison sociale soit la plus brève possible. L'absence de l'article joue en faveur de ce principe.

On réservera donc l'emploi de l'article défini devant l'élément générique d'une raison sociale à des cas bien précis où cet élément générique ne spécifie pas le type d'activité ou le genre de service offert par l'entreprise.

ex.: La compagnie Beauséjour
La société Sanschagrin
Les entreprises Touche-à-Tout
Les établissements Delavigne

2. L'ÉLÉMENT DISTINCTIF

L'élément distinctif de la raison sociale sert à particulariser une entreprise.

2.1. Peuvent être employés comme éléments distinctifs:

2.1.1. LES PATRONYMES

Les noms propres de personnes peuvent être employés comme éléments distinctifs (qu'ils soient français, anglais, italiens ou autres). Les patronymes évocateurs (personnage historique, mythologique, etc.) devraient être formulés dans leur version française et en caractères latins, sauf dans les cas mentionnés au paragraphe 2.1.9.

2.1.2. LES SIGLES ET LES INITIALES

Les sigles et les initiales peuvent être employés comme éléments distinctifs à condition qu'ils soient en caractères latins. De plus, chaque lettre du sigle sera séparée de la suivante par un point. Il en sera de même pour les suites arbitraires de lettres:

ex.: C.I.P.
O.L.F.
A.B.C.

2.1.3. LES NOMS DE LIEUX (pays, province, ville, village, lac, etc.)

Les noms de lieux en français peuvent être employés comme éléments distinctifs. Les noms de lieux en langue

étrangère sont utilisés dans cette langue seulement s'ils n'ont pas de version française connue (ex.: "West-mount", "Maniwaki", etc.). Par contre, s'ils ont une version française, on devrait utiliser celle-ci (ex.: "Milan" pour "Milano") sauf dans les cas mentionnés au paragraphe 2.1.9.

2.1.4. LES CRÉATIONS

Les mots inventés peuvent être employés comme éléments distinctifs à condition qu'ils respectent les règles de l'orthographe française et qu'ils soient écrits en caractères latins.

ex.: Eurocoustique
Modelor
Préciforme

2.1.5. LES NOMS COMMUNS

Les noms communs peuvent être employés comme éléments distinctifs à condition que le rapport qui s'établit entre le générique - élément neutre et descriptif - et l'élément distinctif évoque des idées agréables, des images poétiques, et manifeste une certaine volonté de recherche et d'originalité.

ex.: Salon de coiffure Vogue
Boutique Fétiche

Ce type de rapport est assez difficile à cerner puisqu'il implique des notions très subjectives de goût, de bon sens. Les seules restrictions que nous pouvons faire sont les suivantes:

Un nom commun qui peut faire partie d'un générique ne peut être employé comme élément distinctif d'une raison sociale qui relève du même domaine.

ex.: Boutique Coiffure
Garage Transmission

Un nom commun désignant un groupe d'individus ne peut jamais être employé seul. Il doit être accompagné d'un article; il entre alors dans la catégorie des expressions.

ex.: Restaurant Les fonctionnaires
et non Restaurant Fonctionnaires.

Pour les noms communs en langue étrangère, voir le paragraphe 2.1.9.

2.1.6. LES ADJECTIFS

Les adjectifs peuvent être employés comme éléments distinctifs, mais leur emploi devrait être limité à des cas où leur caractère distinctif ne souffre aucune ambiguïté. De plus leur emploi doit respecter les règles d'accord de la syntaxe française.

Ainsi, "Les éditions UNIVERSEL" ne respecte pas la règle d'accord, mais "Les éditions UNIVERSELLES" est trop général ou trop vague. On pourrait cependant employer "Les éditions RADICALES" ou "Les éditions INTRINSEQUES".

La nuance étant cependant très ténue et très subtile, l'on ne devrait pas abuser des adjectifs comme éléments distinctifs.

2.1.7. LES EXPRESSIONS

Les expressions françaises peuvent être employées comme éléments distinctifs aux mêmes conditions que les noms communs (voir le paragraphe 2.1.5.).

On entend par "expressions" les suites de mots formées d'un nom commun accompagné d'un article, d'un adjectif, d'un adverbe ou même d'une préposition ("à", "chez", "sur", "dans", etc.; pour les particules "de", "du", "des", voir le paragraphe 3.3.).

ex.: Restaurant A la mère Catherine
Lingerie Belle de nuit

La remarque faite en 2.1.5. sur l'utilisation d'un nom commun générique comme élément distinctif vaut aussi pour les noms communs servant de noyau aux expressions. Ainsi, on refusera les raisons sociales suivantes:

Restaurant Au meilleur restaurant
Garage La belle transmission

Pour les expressions en langue étrangère, voir le paragraphe 2.1.9.

2.1.8. LES CHIFFRES

Les chiffres peuvent être employés comme éléments distinctifs.

ex.: Boutique 777

2.1.9. L'ÉLÉMENT DISTINCTIF EN LANGUE ÉTRANGÈRE

Les patronymes évocateurs en langue étrangère, les noms de lieux qui ont, outre leur version française, une version dans une autre langue, les noms communs et les expressions en langue étrangère peuvent être employés tels quels comme éléments distinctifs. Il faut cependant que les activités exercées par le commerce ou l'entreprise fassent référence à une culture étrangère donnée. Cette référence peut ne pas être exprimée par le générique.

Les domaines dans lesquels on peut appliquer ce principe sont les suivants:

- la restauration
- l'artisanat
- les centres de recherche
- les écoles de langue
- les librairies spécialisées

Les domaines d'application de cette règle sont en nombre très restreint. Seuls ces domaines sont possibles à cause des valeurs culturelles importantes qu'ils véhiculent. Une quincaillerie, par exemple, qu'elle fasse affaire au Québec, aux États-Unis ou en Italie vend sensiblement les mêmes produits. Par contre, le fait qu'une librairie se spécialise uniquement dans la vente de livres écrits en espagnol, implique une donnée culturelle qu'il peut être pertinent d'indiquer dans la raison sociale même. Nous admettons donc que, dans ces cas bien précis, l'élément distinctif soit écrit en langue étrangère et exprime ainsi cette nuance, à condition qu'un générique français précède obligatoirement l'élément distinctif.

2.2. Ne peuvent être employés comme éléments distinctifs:

LES POINTS CARDINAUX

Les points cardinaux ne peuvent être employés comme éléments distinctifs sauf s'ils font partie intégrante d'un nom de lieu.

ex.: "Montréal-Nord"
et non Nord de Montréal
Est du Québec
etc.



3. LA SYNTAXE DE LA RAISON SOCIALE

Nous admettons deux formes possibles de raisons sociales:

3.1. Raison sociale formée d'un élément distinctif seul

Lorsqu'une raison sociale est formée uniquement d'un élément distinctif, seules les catégories suivantes peuvent servir d'éléments distinctifs:

- les patronymes (voir 2.1.1.)
- les créations (voir 2.1.4.)
- les expressions (voir 2.1.7.)

Ces éléments distinctifs suivent les mêmes règles que dans les raisons sociales où le générique est exprimé. Par exemple, un restaurant ne pourra pas s'appeler:

Au meilleur restaurant

puisque l'on peut sous-entendre que le générique serait, dans ce cas, "restaurant".

3.2. Raison sociale formée d'un générique et d'un élément distinctif

3.2.1. La règle générale concernant l'ordre des éléments est la suivante : LE GÉNÉRIQUE PRÉCÈDE L'ÉLÉMENT DISTINCTIF. Il lui est immédiatement juxtaposé.

ex.: Bijouterie Gontran
Restaurant Aux fines bouches
Agences de Voyage Le Tour du Monde

3.3.2.2. lorsque l'élément distinctif fait référence à un lieu géographique connu et ne reproduit pas l'appellation complète de ce lieu:

ex.: Restaurant du Lac

Si l'appellation est reprise en entier, l'apparition de la particule est optionnelle:

ex.: Restaurant Le Lac noir
(voir 3.3.1.1.)

Restaurant Lac noir
(voir 3.3.1.1.)

Restaurant du Lac noir

Remarque: Les articles contractés DU et DES sont constitués de la préposition DE et des articles LE et LES (DU = DE LE, DES = DE LES).

3.2.2. L'ordre précité sera inversé dans un seul cas: lorsque le générique désigne une profession et que l'élément distinctif désigne la ou les personnes exerçant cette profession. Dans ce cas, l'élément distinctif précédera le générique et en sera séparé par une virgule (voir le paragraphe 1.4.):

ex.: Lalonde, concessionnaire Ford
Poitras & Masson, architectes

3.3. Emploi de la préposition "DE"

3.3.1. L'emploi de la préposition "DE" est optionnel (voir remarque).

3.3.1.1. devant les noms de lieux

ex.: Boucherie de Paris
ou
Boucherie Paris

Restaurant de la
Gaspésie
ou
Restaurant Gaspésie

3.3.1.2. devant un élément distinctif faisant référence à un groupe de personnes

ex.: Café des Sportifs
ou
Café Les Sportifs

3.3.2. L'emploi de la préposition "DE" est obligatoire (voir remarque).

3.3.2.1. lorsque l'élément distinctif désigne un lieu physique qui peut lui-même être un générique dans une autre raison sociale:

ex.: Taverne du Stade
Restaurant du Théâtre



4. REMARQUES

4.1. Abréviation des indices d'appartenance juridique

Les indices d'appartenance juridique utilisés dans les raisons sociales devront s'abrèger ainsi:

"Incorporée" en "Inc."
"Enregistrée" en "Enr."
"Limitée" en "Ltée" ou "Ltée"
"Compagnie" en "Cie" ou "Cie"

Le mot "Compagnie" ne s'abrège pas en "Cie" quand il est dans le corps de la raison sociale.

ex.: Compagnie Air Canada
et non Cie Air Canada

4.2. Le signe "&"

Le signe "&", appelé perluète, est utilisé très fréquemment dans les raisons sociales pour juxtaposer deux éléments du même ordre.

Une mise en garde s'impose toutefois quant à l'utilisation abusive de ce caractère. On réserve son emploi pour coordonner les noms propres qu'on retrouve dans la formulation de l'élément distinctif. C'est ainsi que l'on peut se servir de la perluète dans le cas des expressions commerciales très figées comme:

Lalonde & Jutras
Lalonde & Fils

Quand il y a coordination de noms communs dans le générique, on ne peut utiliser la perluète pour remplacer "et".

ex.: Réparation et installation de climatiseurs Lalonde & Jutras et non Réparation & installation de climatiseurs Lalonde & Jutras.

4.3. Les expressions "et Fils", "et Frères", "et Associés"

Le partage des responsabilités dans une entreprise commerciale peut être exprimé de différentes façons:

4.3.1. Si le commerçant partage les responsabilités avec ses fils, il le mentionnera dans sa formulation commerciale de la façon suivante:

J.B. Rolland & Fils
J.B. Rolland et Fils
J.B. Rolland, Père et Fils

4.3.2. Si le commerçant partage ses responsabilités avec ses frères, il l'indiquera ainsi:

J.B. Rolland et Frères
Les frères Rolland

Remarque: La juxtaposition immédiate (sans particule) de "Frères" au patronyme (p. ex. Sauvé Frères - Martin Frères) est acceptable en français.

4.3.3. Si le commerçant partage les responsabilités avec deux ou plusieurs personnes non identifiées au niveau de la raison sociale, il procédera ainsi:

J.B. Rolland et Associés

4.4. Les majuscules

4.4.1. Le premier mot du générique et de l'élément distinctif prend toujours une majuscule:

ex.: Restaurant A la bonne bouffe
Réparation de transmissions
automobiles Jobin

4.4.2. Les particules "de", "du", "des" ne prennent jamais la majuscule:

ex.: Boucherie de Paris
Café des Sportifs

AUTRE PUBLICATION DE LA
RÉGIE DE LA LANGUE FRANÇAISE

Problématique de la francisation EQQ 2440 \$1.00
des raisons sociales

en vente chez l'Éditeur officiel du Québec



L'ÉDITEUR OFFICIEL DU QUÉBEC
SERVICE DE LA REPROGRAPHIE

Décembre 1976

ISBN 0-7754-2668-7

Code 34-P-5025-A

Les raisons sociales



Gouvernement du Québec
Office de la
langue française

Les raisons sociales

La Charte de la langue française et les raisons sociales	page 3
Comment formuler une raison sociale en français	page 5
Le générique	page 6
Le distinctif	page 7
Syntaxe de la raison sociale ...	page 8
Cas particuliers	page 9
Emploi de l'article défini	page 10
Emploi de l'adjectif qualificatif	page 11
Emploi du signe &	page 12
Emploi de « fils », « frères », « associés », « compagnie » ...	page 13
Emploi des majuscules	page 15
Indication du statut juridique	page 16
Les droits linguistiques fondamentaux	page 17
Renseignements	page 18

© Éditeur officiel du Québec
Dépôt légal — 3^e trimestre 1980
Bibliothèque nationale du Québec

ISBN 2-550-01401-4

La Charte de la langue française et les raisons sociales

3

LES RAISONS SOCIALES DES ENTREPRISES FAISANT DES AFFAIRES AU QUÉBEC DOIVENT ÊTRE EN LANGUE FRANÇAISE.

On entend ici par raison sociale toute dénomination d'une entreprise. Cette expression comprend, entre autres, les dénominations sociales, les noms de compagnies, les noms de sociétés, les noms sous lesquels des individus font des affaires, les noms de coopératives et les noms d'associations.

Toute nouvelle entreprise doit, au moment de sa création, se donner une raison sociale en langue française. Elle peut néanmoins joindre à sa raison sociale en langue française une version dans une autre langue.

Les entreprises qui possèdent déjà une raison sociale en langue française ainsi que sa version dans une autre langue doivent utiliser leur raison sociale française.

Seule la raison sociale en langue française peut être utilisée au Québec, notamment dans l'affichage public et la publicité commerciale.

Cependant, des règles particulières s'appliquent dans les cas suivants:

- si un produit est offert à la fois au Québec et à l'extérieur du Québec, la raison sociale en langue française peut être accompagnée d'une version dans une autre



4

langue dans les inscriptions figurant sur ce produit, sur son contenant ou sur son emballage, ou sur des documents qui l'accompagnent;

- si une entreprise est établie exclusivement hors du Québec, elle peut utiliser au Québec une raison sociale dans une ou plusieurs autres langues que le français dans l'affichage public, la publicité commerciale ainsi que dans les inscriptions figurant sur ses produits, sur leur contenant ou sur leur emballage, ou sur des documents qui les accompagnent;

- si un document est rédigé en une ou plusieurs langues autres que le français, la raison sociale peut apparaître uniquement dans une ou plusieurs de ces langues;

- si un document est rédigé à la fois en français et en une ou plusieurs autres langues, la raison sociale peut apparaître à la fois en français et en une ou plusieurs de ces autres langues;

- peut apparaître à la fois en français et en une ou plusieurs autres langues la raison sociale placée à l'intérieur ou à l'extérieur de tout moyen de transport, notamment les véhicules, avions, trains ou navires si ceux-ci servent habituellement au transport de passagers ou de marchandises à la fois au Québec et à l'extérieur du Québec. La raison sociale peut apparaître en une ou plusieurs autres langues que le français si elle apparaît sur des moyens de transport servant presque exclusivement à l'extérieur du Québec.



Comment formuler une raison sociale en français

5

Il se crée chaque année, au Québec, plus de 20 000 raisons sociales.

Afin d'aider les entreprises à se donner une raison sociale qui respecte à la fois les exigences de la Charte de la langue française et les règles de la grammaire française, et en vue d'assurer une certaine uniformité dans la rédaction des raisons sociales, l'Office de la langue française a élaboré des règles d'écriture dont on trouvera ici l'essentiel.

Une raison sociale comporte généralement deux parties:

- une partie générique, qui sert à identifier de façon générale une entreprise;
- une partie distinctive (le « spécifique »), qui sert à distinguer nettement une entreprise d'une autre.



Le générique

6

Le générique sert à identifier de façon générale une entreprise et peut désigner, entre autres:

- un lieu de commerce (ex.: épicerie, magasin, restaurant, atelier, boutique);
- l'activité exercée par l'entreprise (ex.: réparation, location, importation, distribution);
- le service offert par l'entreprise (ex.: publicité, conseil, prêt, assurance);
- la profession ou le métier exercé par les personnes dans l'entreprise (ex.: pharmacien, boucher, assureur, dessinateur, rembourreur);
- un produit fini ou semi-fini (ex.: automobiles, appareils ménagers, produits chimiques, tapis, chaussures).



Le distinctif

7

Le distinctif sert à distinguer nettement une entreprise d'une autre. Les distinctifs que l'on peut trouver dans une raison sociale sont, entre autres:

- les patronymes, c'est-à-dire les noms propres de personnes ou ceux de personnages historiques, mythologiques ou autres (ex.: Tremblay, Jupiter, Louis XIV);
- les prénoms (ex.: Lucienne, Pierre, François);
- les toponymes, c'est-à-dire les noms de lieux (ex.: Montréal, Saint-Laurent, Gaspésie, Rivière Noire);
- les noms communs évocateurs (ex.: fétiche, élite, abeille, breloque);
- les adjectifs (ex.: moderne, central, classique, universel);
- les expressions, les créations, les dénominations fantaisistes (ex.: Chez la mère Catherine, Les Mille et une nuits, Modelor);
- les combinaisons de lettres (ex.: ABC, UTA, AMCO);
- les combinaisons de syllabes, les acronymes (ex.: Eurocoustique, Éconauto, Bocado);
- les chiffres (ex.: 123, 747, 4/21).



Syntaxe de la raison sociale

8

Une fois qu'on a choisi les différents éléments qui doivent composer la raison sociale, il importe de les placer dans un ordre qui respecte les règles de la grammaire française.

1) Une raison sociale est généralement composée d'un générique suivi d'un distinctif. C'est la structure que recommande l'Office de la langue française (ex.: Épicerie Germain, Restaurant Mogador, Importations Cosmos, Salon La mèche rebelle);

2) dans certaines raisons sociales, cependant, le générique peut suivre le distinctif. C'est notamment le cas lorsque le générique désigne un métier ou une profession. La règle veut toutefois que, dans ce cas, le générique soit séparé du distinctif par une virgule (ex.: Gilles Germain, conseiller en placements; Paul Tremblay, pharmacien; Jean Leboeuf, boucher);

3) une raison sociale peut également ne contenir qu'un élément distinctif (ex.: Aux mille trouvailles, Sogenag, Cofagi, Benoît Beaulieu). Il est à noter, cependant, que les toponymes ne sont jamais utilisés seuls, alors que les patronymes ne le sont que s'ils sont accompagnés d'un prénom, à moins que la raison sociale ne soit composée de plusieurs patronymes (ex.: Boutin & Beaudin).



Cas particuliers

9

Une raison sociale en langue française est généralement composée d'un élément générique et d'un élément distinctif en langue française.

La Charte de la langue française permet cependant l'utilisation de mots ou d'expressions empruntés à d'autres langues que le français, aux conditions suivantes:

- 1) les mots ou expressions empruntés à d'autres langues que le français ne peuvent être utilisés que dans la partie distinctive de la raison sociale;
- 2) la partie distinctive doit être accompagnée d'une partie générique en langue française

ex.: Restaurant La Costa del Sol
Pneus Southern
Assurances Good Life
Société de gestion Moneymaker.



Emploi de l'article défini

On ne devrait jamais utiliser l'article défini (le, la, les, l') devant l'élément générique d'une raison sociale. En effet, d'une part, le rôle de l'article étant d'individualiser le nom qu'il accompagne, il devient superflu de l'utiliser devant un générique, puisque le distinctif a justement pour rôle d'individualiser une entreprise par rapport aux autres.

On écrira donc Hôtel Beauséjour
Appareils ménagers Leblond
Société d'investissements ABC

plutôt que L'hôtel Beauséjour
Les appareils ménagers Leblond
La société d'investissements ABC.

D'autre part, l'absence de l'article permet d'éviter des difficultés d'ordre grammatical en même temps qu'elle élimine certains risques de confusion.

Hôtel Beauséjour inc. (nom d'une entreprise, sur une enseigne)
Je descendrai à l'hôtel Beauséjour (nom d'un établissement).



Emploi de l'adjectif qualificatif

11

L'emploi de l'adjectif qualificatif, comme distinctif dans une raison sociale, doit être limité aux cas où, en qualifiant le générique, il sert à distinguer une entreprise de toutes les autres, sans qu'elle prétende pour autant à l'exclusivité de cette qualité

ex: Boucherie Moderne • Hôtel Central • Boutique Fleurie.

Dans tous les cas, l'adjectif doit être compatible avec le générique qu'il qualifie et il doit s'accorder en genre et en nombre avec lui

ex.: l'adjectif «archéologique» n'est pas compatible avec le générique «boucherie».

Quand l'adjectif qualificatif ne sert pas à distinguer une entreprise de toutes les autres ou quand il semble prêter à l'entreprise l'exclusivité d'une qualité, il ne peut être considéré comme distinctif. Il peut cependant faire partie du générique mais, dans ce cas, la raison sociale doit être complétée par un distinctif

ex: Meubles métalliques SOLIDEX
Compagnie forestière BEAUBOIS
Outils électriques PERCETOIT.



Emploi du signe &

On ne doit pas abuser de l'emploi de la perluète (&). Ce signe est souvent utilisé pour remplacer la conjonction «et» dans les raisons sociales. Il ne doit l'être, cependant, qu'entre des patronymes, ou entre des prénoms ou leurs initiales (Allaire & Bédard; Allaire, Bédard & Collin; A. & P. Bédard), ainsi que dans certaines expressions figées (& Fils, & Associés, & Cie).

Il ne doit, en aucun cas, remplacer la conjonction «et» entre deux noms communs

ex.: Pièces et accessoires d'automobiles
et non
Pièces & accessoires d'automobiles.



Emploi de « fils », « frères », « associés », « compagnie »

13

Lorsque le père partage la responsabilité de son entreprise avec ses fils (ou avec l'un de ses fils), la raison sociale peut s'écrire:

Blouin et Fils
J.-P. Blouin & Fils
Jean Blouin & Fils.

Lorsque des frères se partagent la responsabilité d'une entreprise, la raison sociale peut s'écrire:

Girard Frères
Les frères Girard
Jean et Paul Girard.

Dans des cas particuliers, où l'un des frères aurait une plus grande part de responsabilité que les autres, on peut écrire:

J.-P. Girard et Frères
Jean-Pierre Girard & Frères.



Lorsqu'une personne partage sa responsabilité dans une entreprise avec d'autres personnes qui ne sont pas toutes identifiées dans la raison sociale, on écrira, selon le cas:

Paul Cantin & Associés

Paul Cantin & Cie

Allard, Bédard, Collin et Associés.

Note: On n'abrège le mot « compagnie » en « Cie » ou « Cie » que dans l'expression « et Cie » ou « & Cie ». Quand il se trouve dans la partie générique de la raison sociale, il ne doit pas s'abrèger:

Compagnie forestière Beaubois

et non

Cie forestière Beaubois.



Emploi des majuscules ¹

15

On ne doit pas abuser des majuscules. En plus des mots qui prennent normalement la majuscule (noms de personnes, noms de lieux, etc.), seuls le premier mot du générique et le premier mot du distinctif prennent la majuscule, à moins que toute la raison sociale ne soit écrite en majuscules

ex.: Pièces et accessoires d'automobile Henri Gauthier
Épicerie Le chou vert
AGENCE DE VOYAGES AVENTURE.

1- Un avis de recommandation de l'Office de la langue française, paru à la Gazette officielle du Québec du 26 mai 1979, précise «que les majuscules prennent les accents, le tréma et la cédille lorsque les minuscules équivalentes en comportent».



Indication du statut juridique

Certaines lois ou règlements obligent les entreprises à faire suivre leur raison sociale d'une expression qui sert à indiquer leur statut juridique. Il n'entre pas dans la compétence de l'Office de la langue française de proposer l'utilisation de l'une ou l'autre de ces expressions. Nous proposons cependant quelques règles sur la façon d'utiliser les plus courantes.

Ainsi, les expressions « limitée », « incorporée » et « enregistrée » devraient toujours s'écrire sous leur forme abrégée: ltée ou ltée, inc., enr.

De plus, elles devraient s'écrire avec la minuscule, sauf lorsque la raison sociale est toute écrite en majuscules

ex.: Salaison La belle viande inc.
PRODUITS PHARMACEUTIQUES RX LTÉE .
Restaurant À la bonne fourchette enr.



Les droits linguistiques fondamentaux

17

1. Le français est la langue officielle du Québec.
2. Toute personne a le droit que communiquent en français avec elle l'Administration, les services de santé et les services sociaux, les entreprises d'utilité publique, les ordres professionnels, les associations de salariés et les diverses entreprises exerçant au Québec.
3. En assemblée délibérante, toute personne a le droit de s'exprimer en français.
4. Les travailleurs ont le droit d'exercer leurs activités en français.
5. Les consommateurs de biens ou de services ont le droit d'être informés et servis en français.
6. Toute personne admissible à l'enseignement au Québec a le droit de recevoir cet enseignement en français.



Pour plus de renseignements,
veuillez vous adresser à l'Office de la langue française.

18

Montréal

Tour de la Bourse, C.P. 316
800, place Victoria
Montréal (Québec) H4Z 1G8
Tél.: 873-6565

Bas-Saint-Laurent — Gaspésie Estrie

Centre administratif
337, rue Moreault
Rimouski (Québec) G5L 1P4
Tél.: 722-3508

Saguenay — Lac-Saint-Jean

Édifice Marguerite Belley
3950, boulevard Harvey
2^e étage
Jonquièrre (Québec) G7X 8L6
Tél.: 547-6608

Québec

700, boulevard Saint-Cyrille Est
Québec (Québec) G1R 5G7
Tél.: 643-1908

Trois-Rivières

100, rue Laviolette — 3^e étage
Trois-Rivières (Québec)
G9A 5S9
Tél.: 376-4433

195, rue Belvédère Nord
Sherbrooke (Québec)
J1H 4A7
Tél.: 569-9707

Outaouais

Édifice Jos-Montferrand
170, rue de l'Hôtel-de-ville
6^e étage
Hull (Québec) J8X 4E2
Tél.: 770-7713

Abitibi-Témiscamingue

Pavillon Laramée
1, 9^e Rue, 4^e étage
Noranda (Québec) J9X 2B1
Tél.: 762-6571

Côte-Nord

Centre commercial Laflèche
625, boulevard Laflèche
Bureau 300
Hauterive (Québec) G5C 1C5
Tél.: 589-7842

Montérégie

201, place Charles-Lemoyné
6^e étage
Longueuil (Québec) J4K 2T5
Tél.: 670-6780

Laurentides — Lanaudière

85, rue de Martigny Ouest
4^e étage
Saint-Jérôme (Québec)
J7Y 3R8
Tél.: 432-1393



Les directeurs, administrateurs et chefs d'entreprises ont désormais à leur disposition un numéro de téléphone spécial, à Montréal et à Québec, qu'ils peuvent composer pour obtenir de l'aide de l'Office de la langue française pour la francisation de leur raison sociale.

MONTRÉAL: 873 }
QUÉBEC: 643 } -5608

Service des publications
Direction des communications
Office de la langue française
Montréal 1983

Remarque

La Commission de toponymie a publié récemment le **Guide des raisons sociales**. Nous croyons que cette publication peut s'avérer utile lorsqu'on utilise des noms de lieux dans les raisons sociales. Il s'agit d'un guide sur les principes d'écriture et de choix de toponymes dans les raisons sociales.

Il est en vente dans les librairies de l'Éditeur officiel du Québec au coût de 1,95 \$.

Pour plus de renseignements, veuillez communiquer avec la Commission de toponymie au numéro de téléphone (418) 643-9705.

Commission de toponymie
220, Grande-Allée Est, bureau 160
Québec (Québec)

AIDE-MÉMOIRE SUR LA FORMULATION DES RAISONS SOCIALES (DÉNOMINATIONS SOCIALES ET NOMS D'ÉTABLISSEMENTS)

Charte de la langue française, art. 63 à 71
Règlement sur la langue du commerce et des affaires, art. 27

Les raisons sociales des entreprises établies au Québec doivent être en français. Une dénomination sociale française est nécessaire à l'obtention de la personnalité juridique au Québec (sociétés par actions, associations «incorporées», coopératives, etc.), et une dénomination sociale ou un nom d'établissement doivent être en français pour être immatriculés au registre des entreprises en vertu de la Loi 95.

La loi prévoit qu'on peut assortir une raison sociale française d'une version dans une autre langue et précise dans quels cas celle-ci peut être utilisée dans l'affichage public et dans la publicité commerciale.

PRINCIPES ET RÈGLES D'ÉCRITURE	EXEMPLES
<p>1. Une raison sociale est normalement composée d'un générique et d'un spécifique.</p> <p>Le générique sert à désigner l'activité générale d'une entreprise, alors que le spécifique sert à distinguer nettement une entreprise d'une autre.</p>	Vêtements Picard
<p>2. Si le spécifique est dans une autre langue, le générique français est obligatoire.</p>	Coffrages Power inc. Importations Quicktrading inc.
<p>3. Le générique est facultatif, quoique recommandé, si le spécifique est formé d'un nom de famille ou d'une combinaison artificielle de lettres, de syllabes ou de chiffres.</p>	Thompson Canada inc. ou Gestion Thompson Canada inc. K3i Canada inc.
<p>4. Le générique est normalement placé avant le spécifique.</p>	Boucherie Maxime
<p>5. Le nom d'une profession doit être placé après le nom de ceux qui l'exercent.</p>	Taillon et Tremblay, ingénieurs

UNE RAISON SOCIALE N'EST PAS EN FRANÇAIS SI...	EXEMPLES
<p>1. Elle se termine par Ltd.</p>	Maxteck Ltd
<p>2. Le générique est dans une autre langue.</p>	ABC Caterers
<p>3. Il y a deux génériques qui ont le même sens, l'un en français l'autre dans une autre langue.</p>	Épicerie Doucet Grocery Auberge Final Exit Inn
<p>4. Le spécifique est dans une autre langue et le générique n'est pas un terme descriptif.</p>	Société General Accounting Compagnie Big Power inc.
<p>5. Le spécifique est en anglais, le générique est un terme qui a le même sens en français et en anglais, et il est placé après le spécifique.</p>	Red Book Garage Little Beaver Construction Drive Yourself Transport inc.

LA LANGUE DU COMMERCE ET DES AFFAIRES AU QUÉBEC

Abrégé

Le français est à la fois la langue officielle du Québec et la langue maternelle de plus de 80 % de sa population.

La Charte de la langue française, adoptée en 1977, a réaffirmé la volonté de la majorité des Québécois de faire du français la langue normale et habituelle du travail, du commerce et des affaires.

Les raisons sociales

Les renseignements relatifs aux raisons sociales se trouvent dans la **Charte de la langue française (articles 63 à 71)** et dans la **section IV du Règlement sur la langue du commerce et des affaires (article 27)**.

Article 63 (Charte)

Les raisons sociales doivent être en langue française.

Article 64 (Charte)

Une raison sociale en langue française est nécessaire à l'obtention de la personnalité juridique.

Article 66 (Charte)

Les articles 63, 64 et 65 s'appliquent également aux raisons sociales déclarées au registre constitué en vertu de la Loi sur la publicité légale des entreprises individuelles, des sociétés et des personnes morales (1993, chapitre 48).

Article 67 (Charte)

Peuvent figurer, comme spécifiques, dans les raisons sociales, conformément aux autres lois ou aux règlements du gouvernement, les patronymes et les toponymes, les expressions formées de la combinaison artificielle de lettres, de syllabes ou de chiffres ou les expressions tirées d'autres langues.

Article 68 (Charte)

Une raison sociale peut être assortie d'une version dans une autre langue que le français pourvu que, dans son utilisation, la raison sociale de langue française figure de façon au moins aussi évidente.

Toutefois, dans l'affichage public et la publicité commerciale, l'utilisation d'une raison sociale dans une autre langue que le français est permise dans la mesure où cette autre langue peut, en application de l'article 58 et des règlements édictés en vertu de cet article, être utilisée dans cet affichage ou cette publicité.



En outre, dans les textes ou documents rédigés uniquement dans une autre langue que le français, une raison sociale peut apparaître uniquement dans l'autre langue.

Section IV du Règlement sur la langue du commerce et des affaires

Peut figurer comme spécifique dans une raison sociale, une expression tirée d'une autre langue que le français, à la condition qu'elle soit accompagnée d'un générique en langue française.

Principes et règles d'écriture

Une raison sociale en langue française est généralement composée d'un générique et d'un spécifique rédigés en français. L'usage d'un générique est facultatif mais recommandé. Il est normalement placé avant le spécifique.

Restaurant Richard

Si la partie spécifique est rédigée dans une autre langue que le français, l'usage d'un générique en langue française est nécessaire.

Quicktrading Inc. (non conforme)

Importations Quicktrading Inc. (conforme)

Peuvent figurer comme spécifiques les patronymes, les toponymes et les expressions formées de la combinaison artificielle de lettres, de syllabes ou de chiffres.

Thompson Canada Inc.

Gestlon Thompson Canada Inc.

K3i Canada Inc.

On ne doit pas répéter, dans une même raison sociale, la partie générique en français et dans une autre langue.

Épicerie Doucet Grocery (non conforme)

Épicerie Doucet - Doucet Grocery (conforme)

Si la partie spécifique est rédigée en anglais et que la partie générique est un terme qui a le même sens en français et en anglais, le générique doit être placé en premier.

Little Beaver Construction (non conforme)

Construction Little Beaver (conforme)



Les
RAISONS
sociales

Québec 

Sommaire

La Charte de la langue française et les raisons sociales	3
Règle générale	4
Exceptions à la règle générale	4
Publicité commerciale	5
La formulation des raisons sociales	6
Le générique	7
Le spécifique	8
Syntaxe de la raison sociale	9
Cas particuliers	11
Emploi de l'article défini	12
Emploi de l'adjectif qualificatif	13
Emploi du signe &	14
Emploi des mots <i>associés, compagnie, filles, fils, frères, sœurs</i>	15
Emploi des majuscules	16
Indication du statut juridique	17
Les services de l'Office de la langue française	18
Liste des bureaux régionaux	20

La Charte de la langue française et les raisons sociales

Les raisons sociales des entreprises établies au Québec doivent être en français. Une dénomination sociale française est nécessaire à l'obtention de la personnalité juridique au Québec (sociétés par actions, associations « incorporées », coopératives, etc.), et une dénomination sociale ou un nom d'établissement doivent être en français pour être immatriculés au registre des entreprises en vertu de la Loi sur la publicité légale des entreprises individuelles, des sociétés et des personnes morales (loi 95).

La loi prévoit qu'on peut assortir une raison sociale française d'une version dans une autre langue et précise dans quels cas celle-ci peut être utilisée dans l'affichage public et dans la publicité commerciale.

Règle générale

En matière d'affichage public et commercial, la règle est simple : il est obligatoire d'utiliser une raison sociale en français. Toutefois, une version distincte dans une autre langue peut également être affichée à la condition que la raison sociale française figure de façon nettement prédominante.

Selon le règlement du gouvernement, la nette prédominance du français dans l'affichage est respectée lorsque l'impact visuel de la raison sociale française est beaucoup plus important que celui des raisons sociales dans toute autre langue. Le règlement prévoit plusieurs façons de s'en assurer : espace deux fois plus grand réservé au français, caractères deux fois plus grands, etc. Mais la règle de base demeure toujours la même : il faut que la raison sociale française soit bien visible et que son impact visuel soit beaucoup plus important.

Exceptions à la règle générale

Obligation d'utiliser exclusivement la raison sociale française :

- sur les grands panneaux-réclames (16 m² et plus);
- dans les transports en commun et leurs accès, et sur les abribus.

4

Possibilité d'utiliser une raison sociale dans une autre langue sur un pied d'égalité avec la raison sociale française, notamment dans les cas suivants :

- sur les véhicules circulant à la fois au Québec et hors du Québec;
- dans le cadre de manifestations internationales.

Possibilité d'employer la raison sociale exclusivement dans une autre langue, notamment dans les cas suivants :

- dans les messages religieux, politiques, idéologiques et humanitaires, pourvu qu'ils ne soient pas à but lucratif, de même que dans les messages relatifs à des produits culturels ou éducatifs, à des activités culturelles ou éducatives, à la promotion d'un organe d'information, s'ils sont dans une autre langue que le français;
- au cours de congrès, foires ou colloques réservés à un public spécialisé;
- s'il s'agit de raisons sociales d'entreprises non établies au Québec.

Publicité commerciale

Dans le cas d'un document publicitaire, la règle est la suivante : c'est celle de l'équivalence entre le français et une autre langue. On peut toujours employer une autre langue (ou d'autres langues) en plus du français et sur un pied d'égalité avec celui-ci. Les différentes versions peuvent être à l'intérieur d'un même document ou constituer plusieurs documents distincts. Le même régime s'applique aux annuaires commerciaux.

5

La formulation des raisons sociales

Il se crée chaque année, au Québec, plusieurs milliers de raisons sociales.

Afin d'aider les entreprises à se donner une raison sociale qui respecte à la fois les exigences de la Charte de la langue française et les règles de la grammaire française, et en vue d'assurer une certaine uniformité dans la rédaction des raisons sociales, l'Office de la langue française a élaboré des règles d'écriture dont on trouvera ici l'essentiel.

Une raison sociale comporte généralement deux parties :

- une partie générique, qui sert à dénommer de façon générale une entreprise;
- une partie spécifique, qui sert à distinguer nettement une entreprise d'une autre. Dans certains cas, cette partie spécifique peut être utilisée seule.

Le générique

Le générique d'une raison sociale sert à dénommer de façon générale une entreprise et peut désigner, entre autres :

- un lieu de commerce, par exemple : atelier, boutique, casse-croûte, centre commercial, épicerie, pâtisserie, tabagie;
- l'activité exercée par l'entreprise, par exemple : artisanat, importation, imprimerie, location, mécanique, réparation;
- le service offert par l'entreprise, par exemple : assurance, financement, placement de personnel, promotion immobilière, publicité;
- la profession ou le métier exercé par les personnes dans l'entreprise, par exemple : assureur, comptable, conseil en gestion, dessinatrice, ingénieure, nettoyeur, pharmacienne;
- un produit fini ou semi-fini, par exemple : appareils ménagers, automobiles, chaussures, matériel informatique, meubles, produits chimiques, vêtements.

Le spécifique

Le spécifique d'une raison sociale sert à distinguer nettement une entreprise d'une autre. Les spécifiques que l'on peut trouver dans une raison sociale sont, entre autres :

- les patronymes, c'est-à-dire les noms propres de personnes ou ceux de personnages historiques, mythologiques ou autres, par exemple : Champlain, Ésope, Lebel;
- les prénoms, par exemple : Emmanuelle, François, Pierre;
- les toponymes, c'est-à-dire les noms de lieux, par exemple : Gaspésie, Montréal, Saint-Laurent;
- les noms communs évocateurs, par exemple : élite, féerie, fétiche, soleil;
- les adjectifs, par exemple : central, classique, moderne, universel;
- les expressions, les créations, les dénominations fantaisistes, par exemple : Chez la mère Catherine, Les mille et une nuits, Modélor;
- les combinaisons artificielles de lettres et de chiffres, par exemple : A.B.C., K3i, UTA;
- les combinaisons de syllabes, les acronymes, par exemple : AMCO, Bocado, Éconauto;
- les chiffres, par exemple : 123, 4/21, 747.

Syntaxe de la raison sociale

Une fois qu'on a choisi les différents éléments qui doivent composer la raison sociale, il importe de les placer dans un ordre qui respecte les règles de la grammaire française.

— Le générique précède généralement le spécifique. C'est la structure que recommande l'Office de la langue française.

Exemples :

Épicerie fine Au gourmet
Importations Cosmos
Restaurant Chez Marco
Salon de coiffure La mèche rebelle

— Dans certaines raisons sociales, cependant, le générique doit suivre le spécifique. C'est le cas lorsque le générique désigne un métier ou une profession. La règle veut toutefois que, dans ce cas, le générique soit séparé du spécifique par une virgule et prenne la minuscule initiale.

Exemples :

Paul Tremblay, pharmacien
Lucie Germain, conseillère en placements
Chénard et Gagnon, avocats
Roy & Cartier, ingénieurs

— Une raison sociale peut également ne contenir qu'un élément spécifique en langue française.

Exemples :

Aux mille trouvailles
SOGÉNAG ou Sogénag

— Il faut noter que les toponymes (noms de lieux) utilisés comme spécifiques doivent être précédés d'une particule de liaison.

Exemples :

Société informatique des Laurentides
Matériel médical ABC du Canada

— Par contre, les odonymes (noms de rues) peuvent s'employer sans particule de liaison.

Exemples :

Boutique de fleurs Louis-Hébert

Tapis Notre-Dame

— Dans une raison sociale, les patronymes doivent généralement être accompagnés d'un prénom ou d'une ou de plusieurs initiales, à moins que la raison sociale ne soit composée de plusieurs patronymes.

Exemples :

Diane Santini

J.-P. Comeau

W.H. Brown

Bilodeau, Côté & Lavigne

L'exemple suivant est également acceptable :

Thompson du Canada

Cas particuliers

En principe, une raison sociale doit être composée d'un générique et d'un spécifique en langue française.

La Charte de la langue française permet cependant l'utilisation d'expressions ou de mots empruntés à d'autres langues que le français, aux conditions suivantes :

— les expressions ou mots empruntés à d'autres langues que le français (comme une marque de commerce qui n'a pas d'équivalent français) ne peuvent être utilisés que dans la partie spécifique de la raison sociale;

— la partie spécifique, empruntée à une autre langue, doit être accompagnée d'une partie générique en langue française.

Exemples :

Animalerie Niska

Créations Nueleumg

Pneus Southern

Restaurant La Costa del Sol

Société de gestion MoneyMaker

On ne doit toutefois pas utiliser dans une même raison sociale un générique français et son équivalent dans une autre langue.

Exemple :

Pneus Southern Tire

Emploi de l'article défini

Il faut éviter d'utiliser l'article défini (**le, la, les, l'**) devant l'élément générique d'une raison sociale.

On écrira donc :

Hôtel Beauséjour
Appareils ménagers Leblond
Société d'investissement A.B.C.
Atelier de nettoyage Sinet

plutôt que :

L'hôtel Beauséjour
Les appareils ménagers Leblond
La société d'investissement A.B.C.
L'atelier de nettoyage Sinet

L'absence de l'article permet d'éviter des difficultés d'ordre grammatical en même temps qu'elle élimine certains risques de confusion, comme le démontre la phrase suivante :

« **Veillez retourner la marchandise aux Établissements Dubois...** »

plutôt que :

« **Veillez retourner la marchandise à Les établissements Dubois...** »

Emploi de l'adjectif qualificatif

L'adjectif qualificatif peut parfois être utilisé comme spécifique dans une raison sociale. Dans ce cas, il doit s'accorder en genre et en nombre avec le générique qui le précède.

Exemples :

Boutique Fleurie
Carrosseries Modernes
Hôtel Central

Une entreprise peut utiliser les adjectifs *national* ou *international* dans sa raison sociale. Dans ce cas les mots *national* et *international* doivent qualifier le générique, et l'accord grammatical doit être respecté.

Exemples :

Productions internationales Tosca
plutôt que
Productions Tosca International
Transports internationaux Mercure
plutôt que
Transports Mercure International

Emploi du signe &

On ne doit pas abuser de l'emploi de la perluète (&). Ce signe est souvent utilisé pour remplacer la conjonction « et » dans les raisons sociales. Il ne doit l'être, cependant, qu'entre des patronymes, ou entre des prénoms ou des initiales.

Exemples :

Allaire & Bédard
A. & P. Bédard
Judith & Céline Dumas
Tricots Duval & Dumont

Il est également admis dans certaines expressions figées : & Associés, & C^e, & Filles, & Fils¹.

Il ne doit, en aucun cas, remplacer la conjonction « et » entre deux noms communs.

Exemples :

Vêtements et articles de sport Olympe
plutôt que
Vêtements & articles de sport Olympe

¹NOTE : Le mot *compagnie* ne s'abrège que dans l'expression *et C^e* ou *& C^e*. Quand il se trouve dans la partie générique de la raison sociale, il ne doit pas s'abrèger.

Exemple :

Compagnie d'assurance L'universelle
plutôt que
Cie d'assurance L'universelle

Emploi des mots *associés*, *compagnie*, *filles*, *fil*, *frères*, *sœurs*

Il existe diverses façons d'écrire les raisons sociales d'entreprises dont la propriété est partagée par plusieurs personnes ou dans lesquelles plusieurs personnes sont associées.

En voici quelques exemples :

Blouin et Fils
J.-P. Blouin & Filles
Jean Blouin & Fils

P.-É. Labrecque et ses frères
Julie Ménard et Sœurs

Paul Cantin & Associés
Allard, Bédard, Collin et Associés

Paul Martineau & C^e
Nicole Séguin et Compagnie

Girard Frères
Lise et Paul Girard
Les sœurs Girard

Emploi des majuscules

On ne doit pas abuser des majuscules. En plus des mots qui prennent normalement la majuscule (noms de personnes, noms de lieux, etc.), seule la première lettre du générique et la première lettre du spécifique prennent la majuscule, à moins que toute la raison sociale ne soit écrite en majuscules.

Exemples :

Entreprise de construction L'ancrage
Garage L'essentiel
Matériel de bureau Henri Gauthier
CINÉMA LUMIÈRE

NOTE : Un avis de recommandation de l'Office de la langue française, paru à la *Gazette officielle du Québec* du 26 mai 1979, précise que « les majuscules prennent les accents, le tréma et la cédille lorsque les minuscules équivalentes en comportent ».

16

Indication du statut juridique

Certaines lois ou certains règlements obligent les entreprises à faire suivre leur raison sociale d'une expression qui sert à indiquer leur statut juridique. Il n'entre pas dans la compétence de l'Office de la langue française de préconiser l'utilisation de l'une ou l'autre de ces expressions. Nous proposons cependant quelques règles sur la façon d'utiliser les plus courantes. Ainsi, les mots *limitée*, *incorporée* et *enregistrée* devraient s'écrire sous leur forme abrégée : ltée ou l^{tée}, inc. et enr.

De plus, ils devraient s'écrire en minuscules, sauf lorsque la raison sociale est entièrement écrite en majuscules.

Exemples :

Cabinet-conseil Excélor inc.
Restaurant À la bonne fourchette enr.
TRANSPORTS TREMBLAY LTÉE

Dans le cas d'une société en nom collectif ou d'une société en commandite, la raison sociale est suivie de cette appellation en toutes lettres ou sous forme abrégée : SENC ou S.E.N.C., SEC ou S.E.C.

Exemples :

Dupond & Dupont SENC
Résidence Bellevue SEC
Agence de placement Sommex, société en commandite

NOTE : Aux fins d'interprétation et d'application juridiques, on doit notamment se référer aux documents suivants :

- Charte de la langue française;
- Règlement sur la langue du commerce et des affaires;
- Règlement précisant la portée de l'expression « de façon nettement prédominante » pour l'application de la Charte de la langue française.

17

Les services de l'Office de la langue française

L'Office de la langue française offre toute une série de services et de publications afin d'aider les entreprises, les organismes publics, les associations et les syndicats dans leurs communications en français. Voici quelques-unes des ressources qui leur sont offertes :

- l'assistance de conseillers et conseillères en francisation dans l'élaboration et l'application de mesures et de programmes visant l'utilisation généralisée du français. Vous pouvez obtenir de plus amples renseignements, par téléphone, au (514) 873-3132, et par télécopie au (514) 864-3948;

- les demandes ponctuelles de consultation linguistique et terminologique, ainsi que les demandes d'aide à la francisation des raisons sociales peuvent être acheminées au Service des consultations en composant le (514) 873-7734 ou le (418) 643-8968, et par télécopie au (514) 873-2884 ou au (418) 643-3210;

- la francisation de l'informatique : l'Office fournit au public de l'information sur la documentation, le matériel et les outils qui existent en français dans le domaine de l'informatique. Il peut proposer des solutions aux obstacles qui freinent la francisation de l'informatique dans les milieux de travail. Pour avoir recours à ce service spécialisé, il suffit de composer le (514) 873-8268;

- l'évaluation de la connaissance du français : toute personne qui désire devenir membre d'un ordre professionnel doit avoir une connaissance appropriée de la langue française. Pour plus de renseignements, on peut appeler au (514) 873-8361;

18

- le traitement des plaintes : toute plainte doit être transmise, par écrit, à la présidente de l'Office. Pour obtenir des renseignements à ce sujet, on peut composer le (514) 864-2648;

- les lexiques, vocabulaires et guides linguistiques vendus par les Publications du Québec (pour commander, appeler sans frais au 1 800 463-2100) et dans la plupart des librairies du Québec. La liste peut être obtenue sur demande par télécopie au (514) 873-3488;

- Le Doc de l'Office de la langue française : disque optique compact comprenant les deux millions de termes techniques anglais et français de la Banque de terminologie du Québec, la banque de références documentaires, ainsi que la quatrième édition du *Français au bureau*. En vente aux Publications du Québec (pour commander, appeler sans frais au 1 800 463-2100; pour renseignements, appeler à l'Office de la langue française au (514) 873-7732);

- le Téléphone linguistique : service de renseignements linguistiques accessible aux personnes possédant un appareil téléphonique à clavier; composer le (418) 528-9999 pour la région de Québec et le (514) 873-9999 pour la région de Montréal. Pour se procurer le dépliant contenant les numéros de codes à composer, faire la demande par télécopie au (514) 873-3488;

- les publications gratuites (dépliants, affiches, etc.), dont la liste peut être obtenue sur demande par télécopie au (514) 873-3488;

- un service de renseignements au public sur l'application de la Charte et des règlements accessible au (514) 873-6565.

Pour de plus amples renseignements, communiquer avec l'un des bureaux régionaux de l'Office de la langue française, ou avec le Service des communications de l'Office de la langue française au (514) 873-6565.

19

Liste des bureaux régionaux

Baie-Comeau

Renseignements généraux (418) 589-7843

Consultations (418) 589-7842

Hull

Renseignements généraux (819) 772-3051

Consultations (819) 772-3037

Jonquières

Renseignements généraux (418) 695-7967

Consultations (418) 695-7965

Télécopie (418) 695-7969

Québec

Renseignements généraux (418) 643-1908

Consultations (418) 643-8968

Télécopie (418) 643-3210

Rimouski

Renseignements généraux (418) 727-3509

Consultations (418) 727-3508

Télécopie (418) 727-3734

Rouyn-Noranda

Renseignements généraux (819) 762-6572

Consultations (819) 762-6571

Télécopie (819) 797-6449

Saint-Jérôme

Renseignements généraux (514) 569-3120

Consultations (514) 569-3118

Sherbrooke

Renseignements généraux (819) 820-3173

Consultations (819) 820-3707

Trois-Rivières

Renseignements généraux (819) 371-6433

Consultations (819) 371-6436

Conception et réalisation graphique : Liliane Bernier



Gouvernement du Québec
Office de la langue française

95.06-2131

AIDE-MÉMOIRE SUR LES RAISONS SOCIALES OU NOMS D'ENTREPRISES (DÉNOMINATIONS SOCIALES ET NOMS D'ÉTABLISSEMENTS)

Charte de la langue française, art. 63 à 71
Règlement sur la langue du commerce et des affaires, art. 27

Les noms adoptés ou utilisés par les entreprises établies au Québec doivent être en français. Une dénomination sociale française est nécessaire à l'obtention de la personnalité juridique au Québec (sociétés par actions, associations « incorporées », coopératives, etc.), et une dénomination sociale ou un nom d'établissement doivent être en français pour être immatriculés au registre des entreprises en vertu de la Loi 95.

La Charte prévoit qu'on peut assortir une raison sociale d'une version dans une autre langue, et précise dans quels cas celle-ci peut être utilisée dans l'affichage public et dans la publicité commerciale.

PRINCIPES ET RÈGLES D'ÉCRITURE*

1. Une raison sociale est normalement composée d'un générique et d'un spécifique : le générique désigne le type d'activité de l'entreprise, alors que le spécifique sert à distinguer une entreprise d'une autre.
2. Un générique français est normalement placé avant le spécifique.
3. Si le spécifique est une expression tirée d'une autre langue, il doit être accompagné d'un générique français. Sont assimilées à des expressions tirées d'une autre langue les tournures composites comportant un élément tiré d'une autre langue, et les expressions formées de plusieurs mots, dont certains sont en français et d'autres en anglais.
4. Le générique est facultatif, quoique recommandé, si le spécifique est formé d'un nom de lieu (toponyme), d'un nom de famille (patronyme**), ou d'une combinaison artificielle de lettres, de syllabes ou de chiffres.
5. Un générique français, qu'il soit obligatoire ou facultatif, peut être placé avant ou après le spécifique. Toutefois un générique qui est le même en français et en anglais*** doit précéder le spécifique, sauf :
 - 1° Si le spécifique est un mot (ou plusieurs mots) français; ou
 - 2° Si l'usage établi admet l'inversion dans ce contexte particulier.
6. Le nom d'une profession devrait normalement être placé après le nom des personnes qui l'exercent.

EXEMPLES

Vêtements Bizard

Boucherie Pégase

**Importations Quicktrade inc.
Midsummer Bistro et Bar
Transport ProMoving inc.
Studio Blue Azur**

**[Bistro] Dublin
[Gestion] Trent Canada inc.
[Construction] Optigrade**

**Restaurant Filthy Spoon
Blue Nose Quincaillerie**

**La Belle Époque Restaurant
Tremblay Sports
Grosjean Transport**

Biron et Tremblay, ingénieurs

PAR EXEMPLE, UNE RAISON SOCIALE N'EST PAS EN FRANÇAIS SI...

1. Elle se termine par Ltd., ou par le mot « corporation ».
2. Le générique est dans une autre langue que le français, ou il s'agit d'un mot français utilisé dans son sens anglais.
3. Il y a deux génériques, l'un en français, l'autre dans une autre langue.****
4. Le spécifique est dans une autre langue, et le générique français n'est pas assez descriptif.

**Maxtech Ltd.
Maxtech Corporation**

**ABC Pool Room
XYZ Capital**

**Épicerie Doucet Grocery
Auberge Final Exit Inn**

**Société Discreet Profits
Compagnie Power Trip inc.**

*ces règles sont formulées sous réserve de l'exception autorisant l'utilisation de marques de commerce dans l'affichage

**un mot de la langue courante ne doit pas être considéré comme un patronyme sauf s'il existe une personne de ce nom ayant un lien avec l'entreprise (fondateur, actionnaire) ou si on a un autre motif plausible de le considérer comme tel (nom de rue à proximité)

***automobile, boutique, centre, club, construction, design, garage, motel, restaurant, structure, studio, textiles...

****dans l'affichage, une telle raison sociale est admise si le générique français est nettement prédominant par rapport au générique anglais

LA LANGUE DU COMMERCE ET DES AFFAIRES AU QUÉBEC

Abrégé

Le français est à la fois la langue officielle du Québec et la langue maternelle de plus de 80 % de sa population.

La Charte de la langue française, adoptée en 1977, a réaffirmé la volonté de la majorité des Québécois de faire du français la langue normale et habituelle du travail, du commerce et des affaires.

Les raisons sociales

Les renseignements relatifs aux raisons sociales se trouvent dans la **Charte de la langue française (articles 63 à 71)** et dans la **section IV du Règlement sur la langue du commerce et des affaires. (article 27)**

Article 63 (Charte de la langue française)

Les raisons sociales doivent être en langue française.

Article 64 (Charte de la langue française)

Une raison sociale en langue française est nécessaire à l'obtention de la personnalité juridique.

Article 66 (Charte de la langue française)

Les articles 63, 64 et 65 s'appliquent également aux raisons sociales déclarées au registre constitué en vertu de la Loi sur la publicité légale des entreprises individuelles, des sociétés et des personnes morales. (1993, chapitre 48)

Article 67 (Charte de la langue française)

Peuvent figurer, comme spécifiques, dans les raisons sociales, conformément aux autres lois ou aux règlements du gouvernement, les patronymes et les toponymes, les expressions formées de la combinaison artificielle de lettres, de syllabes ou de chiffres ou les expressions tirées d'autres langues.

Article 68 (Charte de la langue française)

Une raison sociale peut être assortie d'une version dans une autre langue que le français pourvu que, dans son utilisation, la raison sociale de langue française figure de façon au moins aussi évidente.

Toutefois, dans l'affichage public et la publicité commerciale, l'utilisation d'une raison sociale dans une autre langue que le français est permise dans la mesure où cette autre langue peut, en application de l'article 58 et des règlements édictés en vertu de cet article, être utilisée dans cet affichage ou cette publicité.

En outre, dans les textes ou documents rédigés uniquement dans une autre langue que le français, une raison sociale peut apparaître uniquement dans l'autre langue.

Section IV du Règlement sur la langue du commerce et des affaires

Peut figurer comme spécifique dans une raison sociale, une expression tirée d'une autre langue que le français, à la condition qu'elle soit accompagnée d'un générique en langue française.

Principes et règles d'écriture

Une raison sociale en langue française est généralement composée d'un générique et d'un spécifique rédigés en français. L'usage d'un générique est facultatif mais recommandé. Il est normalement placé avant le spécifique.

Restaurant Richard

Si la partie spécifique est rédigée dans une autre langue que le français, l'usage d'un générique en langue française est nécessaire.

Quicktrading inc. (non conforme)

Importations Quicktrading inc. (conforme)

Peuvent figurer comme spécifiques les patronymes, les toponymes et les expressions formées de la combinaison artificielle de lettres, de syllabes ou de chiffres.

Thompson Canada inc.

Gestion Thompson Canada inc.

K3i Canada inc.

On ne doit pas répéter, dans une même raison sociale, la partie générique en français et dans une autre langue.

Épicerie Doucet Grocery (non conforme)

Épicerie Doucet - Doucet Grocery (conforme)

Si la partie spécifique est rédigée en anglais et que la partie générique est un terme qui a le même sens en français et en anglais, le générique doit être placé en premier.

Little Beaver Construction (non conforme)

Construction Little Beaver (conforme)

Règles d'écriture des noms d'entreprises

Pour tout savoir, consultez le site de Service Québec au www.gouv.qc.ca. Cliquez sur l'onglet Citoyens. Inscrivez ensuite « règles d'écriture des noms d'entreprises » dans la boîte de dialogue du moteur de recherche.

Conseils et renseignements supplémentaires



Direction des communications
Office québécois de la langue française
125, rue Sherbrooke Ouest
Montréal (Québec) H2X 1X4
Téléphone : 514 873-6565
1 888 873-6202
(sans frais partout au Québec)
Télécopie : 514 864-0933
Courriel : info@oqlf.gouv.qc.ca

Pour en savoir plus
sur nos publications et
la gamme de nos services,
demandez le dépliant

*Les publications et les services
de l'Office québécois
de la langue française*

Pour tout renseignement
en ligne sur la Charte ou
l'Office québécois
de la langue française

www.oqlf.gouv.qc.ca

Office québécois
de la langue
française

Québec

2007-11 - 2155d

*La langue
du commerce
et des affaires*

5d

Les noms d'entreprises

Ce qu'il faut savoir pour bien
nommer son entreprise ou son
établissement en français

Québec

Les noms d'entreprises



Qu'est-ce qu'un nom d'entreprise?

C'est le nom utilisé par une société ou un individu pour exercer une activité commerciale ou celui qu'ils utilisent pour se faire connaître du public, par exemple dans l'affichage, la publicité commerciale et les communications, ou sur les imprimés et les produits.

Ce qu'il faut savoir

Le nom d'une entreprise sert notamment à l'obtention de la personnalité juridique (article 64 de la Charte) au Québec : sociétés par actions, associations incorporées, coopératives, etc. Que le nom soit celui d'une personne morale ou celui d'une personne physique utilisé pour exploiter un commerce, **il doit être en français** pour être immatriculé au Registraire des entreprises du Québec en vertu de l'article 13 (1^o) de la Loi sur la publicité légale des entreprises individuelles, des sociétés et des personnes morales.

Charte de la langue française (articles 63 à 71) et Règlement sur la langue du commerce et des affaires (section IV, article 27)

Dans certains cas énumérés plus loin, la Charte permet l'utilisation d'expressions ou de mots empruntés à d'autres langues que le français pour formuler un nom d'entreprise.

Quand le nom de l'entreprise est :

affiché, il doit être en français. Si une version dans une autre langue est aussi utilisée, la version française doit être nettement prédominante, c'est-à-dire que l'impact visuel du nom français doit être beaucoup plus important que celui affiché dans toute autre langue.

mentionné sur des imprimés, des étiquettes ou dans la publicité commerciale imprimée, il doit être en français. Si une version dans une autre langue est aussi utilisée, c'est la règle de l'équivalence qui s'applique.



Voici certaines règles d'écriture pour vous aider à trouver un nom qui respecte à la fois les exigences de la Charte de la langue française et les règles de la syntaxe française.

RÈGLE GÉNÉRALE

Le nom d'une entreprise établie au Québec doit être en français (article 63).

Principes et règles d'écriture	Exemples
Une dénomination sociale est normalement composée d'un générique et d'un spécifique en français. Le générique sert à désigner l'activité générale d'une entreprise, alors que le spécifique sert à distinguer une entreprise d'une autre.	Vêtements Picard inc. (voir tableau Formulation des noms d'entreprises)
Si le spécifique est dans une autre langue que le français, il doit être accompagné d'un générique français.	Importations Quicktrading inc. Animalerie Bella
Dans un même nom, le générique français ne peut pas être repris dans une autre langue.	Épicerie Doucet – Doucet Grocery (conforme) Épicerie Doucet Grocery (non conforme)
Si la partie spécifique est en anglais et que la partie générique est un terme qui a le même sens en français et en anglais, le générique doit être placé en premier.	Construction Little Beaver (conforme) Little Beaver Construction (non conforme)
Le générique est facultatif, quoique recommandé, si le spécifique est formé d'un nom de lieu (toponyme), d'un nom de famille (patronyme) ou d'une combinaison artificielle de lettres, de syllabes ou de chiffres.	Thompson Canada inc. Gestion Thompson Canada inc. K3i Canada inc. (Bistro) Dublin
Le nom d'une profession doit être placé après le nom de ceux qui l'exercent.	Taillon et Tremblay, ingénieurs

EXCEPTIONS

- Entreprises établies exclusivement à l'extérieur du Québec

Le nom reste dans la langue du pays d'origine (ex. : sur le produit, dans l'affichage, dans les dépliants ou toute autre publication de nature commerciale).

- Marque de commerce reconnue

En français ou seulement dans une autre langue, sauf si une version française de la marque a été déposée.

FORMULATION DES NOMS D'ENTREPRISES

Le générique	Le spécifique
<p>Sert à dénommer l'entreprise pour désigner</p> <ul style="list-style-type: none"> • un lieu de commerce atelier, boutique, casse-croûte, épicerie • l'activité de l'entreprise importation, artisanat, imprimerie • le service offert assurance, financement, publicité, location • la profession ou le métier du personnel comptable, dessinatrice, ingénieure, nettoyeur • un produit fini ou semi-fini chaussures, matériel informatique, meubles 	<p>Sert à distinguer une entreprise d'une autre. Il peut s'agir de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • patronymes, c.-à.-d. les noms propres de personnes ou ceux de personnages historiques, mythologiques : Champlain, Ésope, Lebel • prénoms : François, Pierre • toponymes : Gaspésie, Westmount • nom commun évocateur : féerie, élite • expressions, créations, dénominations fantaisistes : Chez la mère Catherine, Les mille et une nuits • combinaisons de syllabes, acronymes : AMCO, Bocado, Éconauto • combinaisons artificielles de lettres et de chiffres : UTA, K3i, A.B.C. • chiffres : 123, 4/21, 747

SYNTAXE

Règle générale :

Le générique précède le spécifique

Cas particuliers :

- 1) Le générique suit le spécifique lorsqu'il désigne un métier ou une profession. Notez qu'une virgule sépare les éléments et que le générique s'écrit avec une minuscule.
- 2) Les toponymes (noms de lieux) utilisés comme spécifiques doivent être précédés d'une particule de liaison. Par contre, les odonymes (noms de rues) peuvent s'employer sans particule de liaison.
- 3) Les patronymes doivent généralement être accompagnés d'un prénom ou d'une ou de plusieurs initiales, à moins que la raison sociale ne soit composée de plusieurs patronymes.

- Épicerie fine Au gourmet
- Importations Cosmos

- Paul Tremblay, pharmacien
- Lucie Germain, conseillère en placement
- Roy & Cartier, ingénieurs

- Société informatique des Laurentides
- Matériel médical ABC du Canada

(ex. : Tapis Notre-Dame)

- Diane Santini
- W.H. Brown
- Bilodeau, Côté & Lavigne

AUTRES PARTICULARITÉS

L'article défini (le, la, les, l')

Il est conseillé de ne pas l'utiliser.

Hôtel Beauséjour
Appareils ménagers Leblond

L'adjectif qualificatif

Il s'accorde en genre et en nombre avec le générique qui le précède.

Boutique Fleurie
Carrosseries Modernes

National et international

Ces mots qualifient le générique et s'accordent avec ce dernier.

Productions internationales Tosca
Transports internationaux Mercure

La perluète (&)

Elle peut être utilisée pour remplacer la conjonction et entre les patronymes, des prénoms ou des initiales, ou avant des expressions comme *& Fils*, *& Associés*, *& Cie*.

Allaire & Bédard
A. & P. Bédard

Elle ne peut, en aucun cas, remplacer la conjonction *et* entre deux noms communs.

Vêtements et articles de sport Olympe

Associés, compagnie, filles, fils, frères, sœurs

Il existe diverses façons d'utiliser ces mots dans les raisons sociales. Le mot *compagnie* ne s'abrège que dans *et C^{ie}*.

Blouin et Fils
Julie Ménard et Sœurs
Paul Cantin & Associés
Paul Martineau et Cie

Les majuscules

En plus des mots qui prennent normalement la majuscule (noms de personnes, noms de lieux, etc.), seules la première lettre du générique et celle du spécifique prennent la majuscule, à moins que toute la raison sociale ne soit écrite en majuscules.

Matériel de bureau Henri Gauthier
Garage L'essentiel
CINÉMA LALUMIÈRE

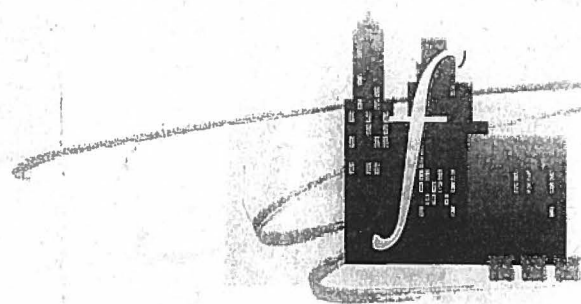
Le statut juridique (ltée, inc., enr.)

Nous proposons d'utiliser la forme abrégée des mots *limitée*, *incorporée* et *enregistrée*, qui seront écrits en minuscules, sauf si le nom est en majuscules.




Restaurant Mirdora enr.
Cabinet-conseil Excélor inc.
Productions Lord Ltée
TRANSPORTS TREMBLAY LTÉE

Pour une société en nom collectif ou en commandite, l'appellation peut être en toutes lettres ou sous forme abrégée : SENC ou S.E.N.C., SEC ou S.E.C.

Dupont & Dupond SENC
Agence de placement Sommex, société en commandite



Documentation utile

-  *Le français dans l'affichage public et la publicité commerciale*
-  *Le français dans la documentation commerciale*
-  *Le français et les produits de consommation*

On peut obtenir ces dépliants sur demande et en consulter les textes dans le site Internet de l'Office.





Les noms d'entreprises

Comment nommer
son entreprise
ou son établissement
en français

www.oqlf.gouv.qc.ca

Québec 

5d

Qu'est-ce qu'un nom d'entreprise?

C'est le nom utilisé par une société ou un individu pour exercer une activité commerciale ou pour se faire connaître du public, par exemple dans l'affichage, la publicité commerciale et les communications, ou sur les imprimés et les produits.

Règle générale

Le nom d'une entreprise établie au Québec doit être en français.

Ce nom sert notamment à l'obtention de la personnalité juridique au Québec : société par actions, association incorporée, coopérative, etc. Que le nom soit celui d'une personne morale ou celui d'une personne physique utilisé pour exploiter un commerce, il doit être en français pour être immatriculé au registre des entreprises du Québec en vertu de l'article 13 (1^o) de la Loi sur la publicité légale des entreprises individuelles, des sociétés et des personnes morales.

Charte de la langue française (articles 63 à 71) et Règlement sur la langue du commerce et des affaires (section IV, article 27)

Nom d'entreprise et affichage

Quand le nom de l'entreprise est affiché, il doit être en français. Si une version dans une autre langue est aussi utilisée, la version française doit être nettement prédominante, c'est-à-dire que l'impact visuel du nom français doit être beaucoup plus important que celui affiché dans toute autre langue.

Nom d'entreprise et imprimés

Quand le nom de l'entreprise est mentionné sur des documents, des étiquettes ou dans les imprimés publicitaires, il doit être en français. Si une version dans une autre langue est aussi utilisée, c'est la règle de l'équivalence qui s'applique.

Règles d'écriture des noms d'entreprises

Principes généraux	Exemples
<p>Un nom d'entreprise est normalement composé d'un générique et d'un spécifique en français. Le générique sert à désigner l'activité générale d'une entreprise, et le spécifique sert à distinguer une entreprise d'une autre. Voir tableau ci-contre.</p>	<p>- Vêtements Picard inc.</p>
<p>Si le spécifique est dans une autre langue que le français, il doit être accompagné d'un générique français. Cette règle s'applique également quand le spécifique est constitué d'une marque de commerce dans une autre langue, même si elle est enregistrée.</p>	<p>- Importations Quicktrading inc. - Animalerie Bella</p>
<p>Dans un même nom, le générique français ne peut pas être repris dans une autre langue.</p>	<p>- Épicerie Doucet Doucet Grocery (<i>conforme</i>) - Épicerie Doucet Grocery (<i>non conforme</i>)</p>
<p>Si la partie spécifique est en anglais et que la partie générique est un terme qui a le même sens en français et en anglais, le générique doit être placé en premier.</p>	<p>- Construction Little Beaver (<i>conforme</i>) - Little Beaver Construction (<i>non conforme</i>)</p>
<p>Le générique est facultatif, quoique recommandé, si le spécifique est formé d'un nom de lieu (toponyme), d'un nom de famille (patronyme) ou d'une combinaison artificielle de lettres, de syllabes ou de chiffres.</p>	<p>- Thompson Canada inc. - Gestion Thompson Canada inc. - K3i Canada inc. - (Bistro) Dublin</p>
<p>Le nom d'une profession doit être placé après le nom de ceux qui l'exercent.</p>	<p>- Taillon et Tremblay, ingénieurs</p>

Éléments de formation : générique et spécifique

Le générique	Le spécifique
<p>Sert à dénommer l'entreprise pour désigner</p> <ul style="list-style-type: none">■ un lieu de commerce <i>atelier, boutique, casse-croûte, épicerie</i>■ l'activité de l'entreprise <i>importation, artisanat, imprimerie</i>■ le service offert <i>assurance, financement, publicité, location</i>■ la profession ou le métier du personnel <i>comptable, dessinatrice, ingénieure, nettoyeur</i>■ un produit fini ou semi-fini <i>chaussures, matériel informatique, meubles</i>	<p>Sert à distinguer une entreprise d'une autre.</p> <p>Il peut s'agir de :</p> <ul style="list-style-type: none">- patronymes, c'est-à-dire noms propres de personnes ou de personnages historiques ou mythologiques : Champlain, Ésope, Lebel- prénoms : François, Nicole- toponymes : Gaspésie, Westmount- nom commun évocateur : féerie, élite- expressions, créations, dénominations fantaisistes : Chez la mère Catherine, Les mille et une nuits- combinaisons de syllabes, acronymes : AMCO, Bocado, Éconauto- combinaisons artificielles de lettres et de chiffres : UTA, K3i, A.B.C.- chiffres : 123, 4/21, 747

Règle générale Le générique précède le spécifique	Épicerie fine Au gourmet Importations Cosmos
<p>Cas particuliers</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Le générique suit le spécifique lorsqu'il désigne un métier ou une profession. Notez qu'une virgule sépare les éléments et que le générique s'écrit avec une minuscule. 2) Les toponymes (noms de lieux) utilisés comme spécifiques doivent être précédés d'une particule de liaison. Par contre, les odonymes (noms de rues) peuvent s'employer sans particule de liaison. 3) Les patronymes doivent généralement être accompagnés d'un prénom ou d'une ou de plusieurs initiales, à moins que la raison sociale ne soit composée de plusieurs patronymes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Paul Tremblay, pharmacien - Lucie Germain, conseillère en placement - Roy & Cartier, ingénieurs - Société informatique des Laurentides - Matériel médical ABC du Canada - Tapis Notre-Dame - Diane Santini - W.H. Brown - Bilodeau, Côté & Lavigne

Autres particularités

L'article défini (le, la, les, l')

Il est conseillé de ne pas l'utiliser.

L'adjectif qualificatif

Il s'accorde en genre et en nombre avec le générique qui le précède.

Transports internationaux Mercure.

La perluète (&)

Elle peut être utilisée pour remplacer la conjonction *et* entre les patronymes, des prénoms ou des initiales, ou avant des expressions comme *& Fils*, *& Associés*, *& Cie*. Elle ne peut en aucun cas remplacer la conjonction *et* entre deux noms communs.

Julie Ménard & Sœurs.

Compagnie

Le mot *compagnie* ne s'abrège que dans *et C^{ie}*.

Paul Martineau et C^{ie}

Les majuscules

En plus des mots qui prennent normalement la majuscule (noms de personnes, noms de lieux, etc.), seules la première lettre du générique et la première lettre du spécifique sont des majuscules, à moins que toute la raison sociale ne soit écrite en majuscules. On doit mettre les accents sur les majuscules.

CINÉMA LALUMIÈRE

Le statut juridique

Il est conseillé d'utiliser la forme abrégée des mots *limitée* (ltée), *incorporée* (inc.) et *enregistrée* (enr.), écrits en minuscules sauf si le nom est en majuscules.

Pour une société en nom collectif ou en commandite, l'appellation peut être en toutes lettres ou sous forme abrégée : SENC ou S.E.N.C., SEC ou S.E.C.

Conseils et renseignements supplémentaires

Office québécois de la langue française
Édifice Camille-Laurin
125, rue Sherbrooke Ouest
Montréal (Québec) H2X 1X4

Téléphone : 514 873-6565
1 888 873-6202 (sans frais partout au Québec)

Télécopie : 514 873-3488

Courriel : info@oqlf.gouv.qc.ca

Pour tout renseignement en ligne sur la Charte
de la langue française et sur l'Office :
www.oqlf.gouv.qc.ca

Pour obtenir en ligne la version PDF du dépliant :
www.oqlf.gouv.qc.ca, section Ressources,
subdivision Bibliothèque virtuelle, puis Dépliants

Office québécois
de la langue
française

Québec



Sources Mixtes

Groupes de produits issus de forêts
bien gérées, de sources contrôlées
et de bois ou fibres recyclés.

www.fsc.org Cert. no. SGS-COC-003080
© 1996 Forest Stewardship Council



2009.04-2155d



Les noms d'entreprises

Comment nommer
son entreprise
ou son établissement
en français

www.oqlf.gouv.qc.ca

Qu'est-ce qu'un nom d'entreprise?

C'est le nom utilisé par une société ou un individu pour exercer une activité commerciale ou pour se faire connaître du public, par exemple dans l'affichage, la publicité commerciale et les communications, ou sur les imprimés et les produits.

Règle générale

Le nom d'une entreprise établie au Québec doit être en français.

Ce nom sert notamment à l'obtention de la personnalité juridique au Québec : société par actions, association incorporée, coopérative, etc. Que le nom soit celui d'une personne morale ou celui d'une personne physique utilisé pour exploiter un commerce, il doit être en français pour être immatriculé au registre des entreprises du Québec en vertu de l'article 17 (1^o) de la Loi sur la publicité légale des entreprises.

Charte de la langue française (articles 63 à 71) et Règlement sur la langue du commerce et des affaires (section IV, article 27)

Nom d'entreprise et affichage

Quand le nom de l'entreprise est affiché, il doit être en français. Si une version dans une autre langue est aussi utilisée, la version française doit être nettement prédominante, c'est-à-dire que l'impact visuel du nom français doit être beaucoup plus important que celui affiché dans toute autre langue.

Pour connaître les règles relatives à l'affichage du nom d'une entreprise, consultez le dépliant *Le français dans l'affichage public et la publicité commerciale* (5c).

Nom d'entreprise et imprimés

Quand le nom de l'entreprise est mentionné sur des documents, des étiquettes ou dans les imprimés publicitaires, il doit être en français. Si une version dans une autre langue est aussi utilisée, c'est la règle de l'équivalence qui s'applique.

Règles d'écriture des noms d'entreprises

Principes généraux	Exemples
Un nom d'entreprise est normalement composé d'un générique et d'un spécifique en français. Le générique sert à désigner l'activité générale d'une entreprise, et le spécifique sert à distinguer une entreprise d'une autre. Voir tableau ci-contre.	- Vêtements Picard inc.
Si le spécifique est dans une autre langue que le français, il doit être accompagné d'un générique français. Cette règle s'applique également quand le spécifique est constitué d'une marque de commerce dans une autre langue, même si elle est enregistrée.	- Importations Quicktrading inc. - Animalerie Bella
Dans un même nom, le générique français ne peut pas être repris dans une autre langue.	- Épicerie Doucet Doucet Grocery (<i>conforme</i>) - Épicerie Doucet Grocery (<i>non conforme</i>)
Si la partie spécifique est en anglais et que la partie générique est un terme qui a le même sens en français et en anglais, le générique doit être placé en premier.	- Construction Little Beaver (<i>conforme</i>) - Little Beaver Construction (<i>non conforme</i>)
Le générique est facultatif, quoique recommandé, si le spécifique est formé d'un nom de lieu (toponyme), d'un nom de famille (patronyme) ou d'une combinaison artificielle de lettres, de syllabes ou de chiffres.	- Thompson Canada inc. - Gestion Thompson Canada inc. - K3i Canada inc. - Bistro Dublin
Le nom d'une profession doit être placé après le nom de ceux qui l'exercent.	- Tailon et Tremblay, ingénieurs

Éléments de formation : générique et spécifique

Le générique	Le spécifique
<p>Sert à dénommer l'entreprise pour désigner</p> <ul style="list-style-type: none">■ un lieu de commerce <i>atelier, boutique, casse-croûte, épicerie</i>■ l'activité de l'entreprise <i>importation, artisanat, imprimerie</i>■ le service offert <i>assurance, financement, publicité, location</i>■ la profession ou le métier du personnel <i>comptable, dessinatrice, ingénieure, nettoyeur</i>■ un produit fini ou semi-fini <i>chaussures, matériel informatique, meubles</i>	<p>Sert à distinguer une entreprise d'une autre.</p> <p>Il peut s'agir de :</p> <ul style="list-style-type: none">- expressions tirées d'une autre langue, y compris les marques de commerce : Bee Sweet, Buono appetito- patronymes, c'est-à-dire noms propres de personnes ou de personnages historiques ou mythologiques : Champlain, Ésope, Lebel- prénoms : François, Nicole- toponymes : Gaspésie, Westmount- noms communs évocateurs : féerie, élite- expressions, créations, dénominations fantaisistes : Chez la mère Catherine, Les mille et une nuits- combinaisons de syllabes, acronymes : AMCO, Bocado, Éconauto- combinaisons artificielles de lettres et de chiffres : UTA, K3i, A.B.C.- chiffres : 123, 4/21, 747

Ordre et composition des éléments

Règle générale Le générique précède le spécifique	Épicerie fine Au gourmet Importations Cosmos
<p>Cas particuliers</p> <ol style="list-style-type: none">1) Le générique suit le spécifique lorsqu'il désigne un métier ou une profession. Notez qu'une virgule sépare les éléments et que le générique s'écrit avec une minuscule.2) Les toponymes (noms de lieux) utilisés comme spécifiques doivent être précédés d'une particule de liaison. Par contre, les odonymes (noms de rues) peuvent s'employer sans particule de liaison.3) Les patronymes doivent généralement être accompagnés d'un prénom ou d'une ou de plusieurs initiales, à moins que la raison sociale ne soit composée de plusieurs patronymes.	<ul style="list-style-type: none">- Paul Tremblay, pharmacien- Lucie Germain, conseillère en placement- Roy & Cartier, ingénieurs - Société informatique des Laurentides- Matériel médical ABC de Lévis- Tapis Notre-Dame - Diane Santini- W. H. Brown- Bilodeau, Côté & Lavigne

Autres particularités

L'article défini (le, la, les, l')

Il est conseillé de ne pas l'utiliser.

L'adjectif qualificatif

Il s'accorde en genre et en nombre avec le générique qui le précède.

Transports internationaux Mercure

La perluète (&)

Elle peut être utilisée pour remplacer la conjonction *et* entre les patronymes, des prénoms ou des initiales, ou avant des expressions comme *& Fils*, *& Associés*, *& Cie*. Elle ne peut en aucun cas remplacer la conjonction *et* entre deux noms communs.

Julie Ménard & Sœurs

Compagnie

Le mot *compagnie* ne s'abrège que dans *et C^{ie}*.

Paul Martineau et C^{ie}

Les majuscules

En plus des mots qui prennent normalement la majuscule (noms de personnes, noms de lieux, etc.), seules la première lettre du générique et la première lettre du spécifique sont des majuscules, à moins que tout le nom d'entreprise ne soit écrit en majuscules. On doit mettre les accents sur les majuscules.

CINÉMA LALUMIÈRE

Le statut juridique

Il est conseillé d'utiliser la forme abrégée des mots *limitée* (ltée), *incorporée* (inc.) et *enregistrée* (enr.), écrits en minuscules sauf si le nom est en majuscules.

Pour une société en nom collectif ou en commandite, l'appellation peut être en toutes lettres ou sous forme abrégée : SENC ou S.E.N.C., SEC ou S.E.C.

Conseils et renseignements supplémentaires

Office québécois de la langue française
Édifice Camille-Laurin
125, rue Sherbrooke Ouest
Montréal (Québec) H2X 1X4

Téléphone : 514 873-6565
1 888 873-6202 (sans frais partout au Québec)

Télécopie : 514 873-3488

Courriel : info@oqlf.gouv.qc.ca

Pour tout renseignement en ligne sur la Charte
de la langue française et sur l'Office :
www.oqlf.gouv.qc.ca

Pour obtenir en ligne la version PDF du dépliant :
www.oqlf.gouv.qc.ca, section Ressources,
subdivision Bibliothèque virtuelle, puis Dépliants

Office québécois
de la langue
française

Québec 



2011.03-2155d

DEMANDE D'ANALYSE DE LA CONFORMITÉ D'UN NOM D'ENTREPRISE

NOM ACTUEL DE L'ENTREPRISE : «NOMENTREPRISE»

MATRICULE : «FMATRICULE»

ACTIVITÉS DE L'ENTREPRISE : «DescrCAE»

«PrénIndividu» «NomIndividu» _____
Conseillère ou conseiller en francisation _____ Date _____

- 0 Conforme à la Charte de la langue française
- 1 Non conforme aux règles d'écriture : article en position initiale
- 2 Non conforme aux règles d'écriture : inversion
- 3 Non conforme à la Charte
- 4 Non conforme à la Charte, mais jugée conforme (ex. : société de régime fédéral)
- 5 Non conforme aux règles d'écriture : syntaxe ou terminologie fautives, erreur de grammaire, etc.
- 6 Sans objet (société à numéro)

Noms d'entreprise suggérés

a) _____

b) _____

Commentaires

Conseillère ou conseiller linguistique

Date

CHAPITRE I

APPLICATION ET INTERPRÉTATION

1. La présente loi s'applique aux documents détenus par un organisme public dans l'exercice de ses fonctions, que leur conservation soit assurée par l'organisme public ou par un tiers.

Elle s'applique quelle que soit la forme de ces documents: écrite, graphique, sonore, visuelle, informatisée ou autre.

1982, c. 30, a. 1.

1.1. La présente loi s'applique aussi aux documents détenus par un ordre professionnel dans la mesure prévue par le Code des professions (chapitre C-26).

2006, c. 22, a. 1.

2. La présente loi ne s'applique pas:

1° aux actes et au registre de l'état civil;

2° aux registres et autres documents conservés dans les bureaux de la publicité des droits à des fins de publicité;

3° (*paragraphe remplacé*);

3.1° au registre visé au chapitre II de la Loi sur la publicité légale des entreprises (chapitre P-44.1);

4° aux archives privées visées à l'article 27 de la Loi sur les archives (chapitre A-21.1).

1982, c. 30, a. 2; 1983, c. 38, a. 54; 1992, c. 57, a. 425; 1993, c. 48, a. 112; 1999, c. 40, a. 3; 2000, c. 42, a. 95; 2010, c. 7, a. 282.

2.1. L'accès aux documents contenus dans un dossier ayant trait à l'adoption d'une personne et détenus par un organisme public de même que la protection des renseignements personnels contenus dans un tel dossier sont régis par le Code civil et les autres lois relatives à l'adoption.

À l'égard des renseignements personnels contenus dans un tel dossier, la présente loi ne s'applique que pour permettre à la Commission d'exercer la fonction visée au paragraphe 5° de l'article 123 et les pouvoirs visés au paragraphe 2° de l'article 127 et à l'article 128.1.

1987, c. 68, a. 2.

2.2. L'accès aux documents contenus dans un dossier que le curateur public détient sur une personne qu'il représente ou dont il administre les biens, de même que la protection des renseignements personnels contenus dans un tel dossier, sont régis par la Loi sur le curateur public (chapitre C-81).

À l'égard des renseignements personnels contenus dans un tel dossier, la présente loi ne s'applique que pour permettre à la Commission d'exercer la fonction visée au paragraphe 6° de l'article 123 et les pouvoirs visés au paragraphe 3° de l'article 127 et à l'article 128.1.

1989, c. 54, a. 148.

3. Sont des organismes publics: le gouvernement, le Conseil exécutif, le Conseil du trésor, les ministères, les organismes gouvernementaux, les organismes municipaux, les organismes scolaires et les établissements de santé ou de services sociaux.

ACCÈS AUX DOCUMENTS DES ORGANISMES PUBLICS

Ils comprennent également les établissements agréés aux fins de subventions en vertu de la Loi sur l'enseignement privé (chapitre E-9.1) et les personnes qui les tiennent, à l'égard des documents détenus dans l'exercice de leurs fonctions relatives aux services éducatifs faisant l'objet de l'agrément et à la gestion des ressources qui y sont affectées.

1982, c. 30, a. 6; 1982, c. 62, a. 143; 1988, c. 84, a. 541; 1989, c. 17, a. 1; 1992, c. 68, a. 156, a. 157; 1994, c. 15, a. 33; 1996, c. 21, a. 70; 2000, c. 8, a. 239; 2002, c. 75, a. 33; 2006, c. 22, a. 3.

7. Les établissements de santé ou de services sociaux comprennent les établissements publics visés par la Loi sur les services de santé et les services sociaux (chapitre S-4.2), les établissements privés visés par cette loi qui fonctionnent en ayant recours à des sommes d'argent provenant du fonds consolidé du revenu, les agences visées par cette loi ainsi qu'un centre de communication santé visé par la Loi sur les services préhospitaliers d'urgence (chapitre S-6.2).

Les établissements de santé ou de services sociaux comprennent également les établissements publics visés par la Loi sur les services de santé et les services sociaux pour les autochtones cris (chapitre S-5), les établissements privés visés par cette loi qui fonctionnent en ayant recours à des sommes d'argent provenant du fonds consolidé du revenu et les conseils régionaux de santé et de services sociaux institués en vertu de cette loi.

1982, c. 30, a. 7; 1990, c. 57, a. 3; 1992, c. 21, a. 73; 1994, c. 23, a. 23; 1999, c. 34, a. 53; 2002, c. 69, a. 119; 2005, c. 32, a. 308; 2011, c. 16, a. 175.

8. La personne ayant la plus haute autorité au sein d'un organisme public exerce les fonctions que la présente loi confère à la personne responsable de l'accès aux documents ou de la protection des renseignements personnels.

Toutefois, cette personne peut désigner comme responsable un membre de l'organisme public ou de son conseil d'administration, selon le cas, ou un membre de son personnel de direction et lui déléguer tout ou partie de ses fonctions.

Cette délégation doit être faite par écrit. Celui qui la fait doit en transmettre un avis à la Commission d'accès à l'information.

1982, c. 30, a. 8; 1987, c. 68, a. 3; 2006, c. 22, a. 4.

CHAPITRE II

ACCÈS AUX DOCUMENTS DES ORGANISMES PUBLICS

SECTION I

DROIT D'ACCÈS

9. Toute personne qui en fait la demande a droit d'accès aux documents d'un organisme public.

Ce droit ne s'étend pas aux notes personnelles inscrites sur un document, ni aux esquisses, ébauches, brouillons, notes préparatoires ou autres documents de même nature.

1982, c. 30, a. 9.

10. Le droit d'accès à un document s'exerce par consultation sur place pendant les heures habituelles de travail ou à distance.

Le requérant peut également obtenir copie du document, à moins que sa reproduction ne nuise à sa conservation ou ne soulève des difficultés pratiques sérieuses en raison de sa forme.

26. (Abrogé).

1982, c. 30, a. 26; 2006, c. 22, a. 13.

27. Un organisme public peut refuser de communiquer un renseignement dont la divulgation aurait vraisemblablement pour effet de révéler un mandat ou une stratégie de négociation de convention collective ou de contrat, pendant huit ans à compter du début de la négociation.

Il peut également refuser de communiquer, pendant dix ans à compter de sa date, une étude préparée en vue de l'imposition d'une taxe, d'un tarif ou d'une redevance.

1982, c. 30, a. 27.

§ 4. — *Renseignements ayant des incidences sur l'administration de la justice et la sécurité publique*

28. Un organisme public doit refuser de confirmer l'existence ou de donner communication d'un renseignement contenu dans un document qu'il détient dans l'exercice d'une fonction, prévue par la loi, de prévention, de détection ou de répression du crime ou des infractions aux lois ou dans l'exercice d'une collaboration, à cette fin, avec une personne ou un organisme chargé d'une telle fonction, lorsque sa divulgation serait susceptible:

1° d'entraver le déroulement d'une procédure devant une personne ou un organisme exerçant des fonctions juridictionnelles;

2° d'entraver une enquête à venir, en cours ou sujette à réouverture;

3° de révéler une méthode d'enquête, une source confidentielle d'information, un programme ou un plan d'action destiné à prévenir, détecter ou réprimer le crime ou les infractions aux lois;

4° de mettre en péril la sécurité d'une personne;

5° de causer un préjudice à une personne qui est l'auteur du renseignement ou qui en est l'objet;

6° de révéler les composantes d'un système de communication destiné à l'usage d'une personne chargée d'assurer l'observation de la loi;

7° de révéler un renseignement transmis à titre confidentiel par un corps de police ayant compétence hors du Québec;

8° de favoriser l'évasion d'un détenu; ou

9° de porter atteinte au droit d'une personne à une audition impartiale de sa cause.

Il en est de même pour un organisme public, que le gouvernement peut désigner par règlement conformément aux normes qui y sont prévues, à l'égard d'un renseignement que cet organisme a obtenu par son service de sécurité interne, dans le cadre d'une enquête faite par ce service et ayant pour objet de prévenir, détecter ou réprimer le crime ou les infractions aux lois, susceptibles d'être commis ou commis au sein de l'organisme par ses membres, ceux de son conseil d'administration ou de son personnel ou par ceux de ses agents ou mandataires, lorsque sa divulgation serait susceptible d'avoir l'un des effets mentionnés aux paragraphes 1° à 9° du premier alinéa.

1982, c. 30, a. 28; 1990, c. 57, a. 7; 2006, c. 22, a. 14.

28.1. Un organisme public doit refuser de confirmer l'existence ou de donner communication d'un renseignement dont la divulgation aurait pour effet de porter atteinte à la sécurité de l'État.

2006, c. 22, a. 15.

37. Un organisme public peut refuser de communiquer un avis ou une recommandation faits depuis moins de dix ans, par un de ses membres, un membre de son personnel, un membre d'un autre organisme public ou un membre du personnel de cet autre organisme, dans l'exercice de leurs fonctions.

Il peut également refuser de communiquer un avis ou une recommandation qui lui ont été faits, à sa demande, depuis moins de dix ans, par un consultant ou par un conseiller sur une matière de sa compétence.

1982, c. 30, a. 37.

38. Un organisme public peut refuser de communiquer un avis ou une recommandation que lui a fait un organisme qui en relève ou qu'il a fait à un autre organisme public, jusqu'à ce que la décision finale sur la matière faisant l'objet de l'avis ou de la recommandation ait été rendue publique par l'autorité compétente.

Il en est de même pour un ministre en ce qui concerne un avis ou une recommandation que lui a fait un organisme qui relève de son autorité.

1982, c. 30, a. 38.

39. Un organisme public peut refuser de communiquer une analyse produite à l'occasion d'une recommandation faite dans le cadre d'un processus décisionnel en cours, jusqu'à ce que la recommandation ait fait l'objet d'une décision ou, en l'absence de décision, qu'une période de cinq ans se soit écoulée depuis la date où l'analyse a été faite.

1982, c. 30, a. 39.

40. Un organisme public peut refuser de communiquer une épreuve destinée à l'évaluation comparative des connaissances, des aptitudes, de la compétence ou de l'expérience d'une personne, jusqu'au terme de l'utilisation de cette épreuve.

1982, c. 30, a. 40; 2006, c. 22, a. 21.

§ 6. — *Renseignements ayant des incidences sur la vérification*

41. Le vérificateur général ou une personne exerçant une fonction de vérification dans un organisme public ou pour le compte de cet organisme peut refuser de confirmer l'existence ou de donner communication d'un renseignement dont la divulgation serait susceptible:

- 1° d'entraver le déroulement d'une opération de vérification;
- 2° de révéler un programme ou un plan d'activité de vérification;
- 3° de révéler une source confidentielle d'information relative à une vérification; ou

4° de porter sérieusement atteinte au pouvoir d'appréciation accordé au vérificateur général par les articles 38, 39, 40, 42, 43, 43.1 et 45 de la Loi sur le vérificateur général (chapitre V-5.01).

1982, c. 30, a. 41; 1985, c. 38, a. 82; 2006, c. 3, a. 18.

§ 7. — *Restrictions inapplicables*

2006, c. 22, a. 22.

41.1. Les restrictions prévues dans la présente section, sauf celles des articles 28, 28.1, 29, 30, 33, 34 et 41, ne s'appliquent pas à un renseignement qui permet de connaître ou de confirmer l'existence d'un risque immédiat pour la vie, la santé ou la sécurité d'une personne ou d'une atteinte sérieuse ou irréparable à son droit à la qualité de l'environnement, à moins que l'effet prévisible de sa divulgation ne soit de nuire sérieusement aux mesures d'intervention pour parer à ce risque ou à cette atteinte.

PARTIE I

LES DROITS ET LIBERTÉS DE LA PERSONNE

CHAPITRE I

LIBERTÉS ET DROITS FONDAMENTAUX

1982, c. 61, a. 1.

- 1.** Tout être humain a droit à la vie, ainsi qu'à la sûreté, à l'intégrité et à la liberté de sa personne.

Il possède également la personnalité juridique.

1975, c. 6, a. 1; 1982, c. 61, a. 1.

- 2.** Tout être humain dont la vie est en péril a droit au secours.

Toute personne doit porter secours à celui dont la vie est en péril, personnellement ou en obtenant du secours, en lui apportant l'aide physique nécessaire et immédiate, à moins d'un risque pour elle ou pour les tiers ou d'un autre motif raisonnable.

1975, c. 6, a. 2.

- 3.** Toute personne est titulaire des libertés fondamentales telles la liberté de conscience, la liberté de religion, la liberté d'opinion, la liberté d'expression, la liberté de réunion pacifique et la liberté d'association.

1975, c. 6, a. 3.

- 4.** Toute personne a droit à la sauvegarde de sa dignité, de son honneur et de sa réputation.

1975, c. 6, a. 4.

- 5.** Toute personne a droit au respect de sa vie privée.

1975, c. 6, a. 5.

- 6.** Toute personne a droit à la jouissance paisible et à la libre disposition de ses biens, sauf dans la mesure prévue par la loi.

1975, c. 6, a. 6.

- 7.** La demeure est inviolable.

1975, c. 6, a. 7.

- 8.** Nul ne peut pénétrer chez autrui ni y prendre quoi que ce soit sans son consentement exprès ou tacite.

1975, c. 6, a. 8.

- 9.** Chacun a droit au respect du secret professionnel.

Toute personne tenue par la loi au secret professionnel et tout prêtre ou autre ministre du culte ne peuvent, même en justice, divulguer les renseignements confidentiels qui leur ont été révélés en raison de leur état ou profession, à moins qu'ils n'y soient autorisés par celui qui leur a fait ces confidences ou par une disposition expresse de la loi.

Le tribunal doit, d'office, assurer le respect du secret professionnel.

1975, c. 6, a. 9.

9.1. Les libertés et droits fondamentaux s'exercent dans le respect des valeurs démocratiques, de l'ordre public et du bien-être général des citoyens du Québec.

La loi peut, à cet égard, en fixer la portée et en aménager l'exercice.

1982, c. 61, a. 2.

CHAPITRE I.1

DROIT À L'ÉGALITÉ DANS LA RECONNAISSANCE ET L'EXERCICE DES DROITS ET LIBERTÉS

1982, c. 61, a. 2.

10. Toute personne a droit à la reconnaissance et à l'exercice, en pleine égalité, des droits et libertés de la personne, sans distinction, exclusion ou préférence fondée sur la race, la couleur, le sexe, l'identité ou l'expression de genre, la grossesse, l'orientation sexuelle, l'état civil, l'âge sauf dans la mesure prévue par la loi, la religion, les convictions politiques, la langue, l'origine ethnique ou nationale, la condition sociale, le handicap ou l'utilisation d'un moyen pour pallier ce handicap.

Il y a discrimination lorsqu'une telle distinction, exclusion ou préférence a pour effet de détruire ou de compromettre ce droit.

1975, c. 6, a. 10; 1977, c. 6, a. 1; 1978, c. 7, a. 112; 1982, c. 61, a. 3; 2016, c. 19, a. 11.

10.1. Nul ne doit harceler une personne en raison de l'un des motifs visés dans l'article 10.

1982, c. 61, a. 4.

11. Nul ne peut diffuser, publier ou exposer en public un avis, un symbole ou un signe comportant discrimination ni donner une autorisation à cet effet.

1975, c. 6, a. 11.

12. Nul ne peut, par discrimination, refuser de conclure un acte juridique ayant pour objet des biens ou des services ordinairement offerts au public.

1975, c. 6, a. 12.

13. Nul ne peut, dans un acte juridique, stipuler une clause comportant discrimination.

Une telle clause est sans effet.

1975, c. 6, a. 13; 1999, c. 40, a. 46.

14. L'interdiction visée dans les articles 12 et 13 ne s'applique pas au locateur d'une chambre située dans un local d'habitation, si le locateur ou sa famille réside dans le local, ne loue qu'une seule chambre et n'annonce pas celle-ci, en vue de la louer, par avis ou par tout autre moyen public de sollicitation.

1975, c. 6, a. 14.

15. Nul ne peut, par discrimination, empêcher autrui d'avoir accès aux moyens de transport ou aux lieux publics, tels les établissements commerciaux, hôtels, restaurants, théâtres, cinémas, parcs, terrains de camping et de caravaning, et d'y obtenir les biens et les services qui y sont disponibles.

1975, c. 6, a. 15.

AVIS DE RECOURS EN RÉVISION

Suite à une décision rendue en vertu de la Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels

a) Pouvoir

L'article 135 de la Loi prévoit qu'une personne dont la demande écrite a été refusée en tout ou en partie par le responsable de l'accès aux documents ou de la protection des renseignements personnels peut demander à la Commission d'accès à l'information de réviser cette décision.

La demande de révision doit être faite par écrit; elle peut exposer brièvement les raisons pour lesquelles la décision devrait être révisée (art. 137).

L'adresse de la Commission d'accès à l'information est la suivante :

QUÉBEC

525, boul. René-Lévesque Est
Bureau 2.36
Québec (Québec) G1R 5S9

Téléphone : 418 528-7741
Télécopieur : 418 529-3102

MONTRÉAL

500, boul. René-Lévesque Ouest
Bureau 18.200
Montréal (Québec) H2Z 1W7

Téléphone : 514 873-4196
Télécopieur : 514 844-6170

b) Motifs

Les motifs relatifs à la révision peuvent porter sur la décision, sur le délai de traitement de la demande, sur le mode d'accès à un document ou à un renseignement, sur les frais exigibles ou sur l'application de l'article 9 (notes personnelles inscrites sur un document, esquisses, ébauches, brouillons, notes préparatoires ou autres documents de même nature qui ne sont pas considérés comme des documents d'un organisme public).

c) Délais

Les demandes de révision doivent être adressées à la Commission d'accès à l'information dans les 30 jours suivant la date de la décision ou de l'expiration du délai accordé au responsable pour répondre à une demande (art. 135).

La loi prévoit spécifiquement que la Commission d'accès à l'information peut, pour motif raisonnable, relever le requérant du défaut de respecter le délai de 30 jours (art. 135).