

STRATÉGIE COMMUNE D'INTERVENTION
POUR MONTRÉAL
2008-2013

Le
français,
notre 5
affaire à tous

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

RAPPORT 2008-2009

Québec, le 20 avril 2010

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

Madame la Ministre,

C'est avec plaisir que je vous transmets le rapport 2008-2009 des réalisations découlant de la Stratégie commune d'intervention pour Montréal 2008-2013, *Le français, notre affaire à tous*.

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

Ce premier rapport témoigne des nombreux efforts fournis par un ensemble important de partenaires dans le développement de la francisation des entreprises et des travailleurs.

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



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

Québec, le 7 avril 2010

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

Monsieur le Président,

Nous avons le plaisir de vous transmettre le rapport 2008-2009 des réalisations découlant de la Stratégie commune d'intervention pour Montréal 2008-2013, *Le français, notre affaire à tous*.

Nous avons préparé ce rapport conformément au mandat qui a été confié au Comité de suivi des activités. Le document rappelle d'abord le contexte qui a mené à la signature de cette entente et les engagements qui avaient été pris par les partenaires signataires. Il fait ensuite état des résultats qui ont été atteints pour chacune des mesures qui avaient été envisagées. Notons qu'il porte sur les activités qui se sont déroulées depuis la signature de la Stratégie commune jusqu'au 31 décembre 2009. En conclusion, il dresse un court bilan des activités et trace quelques perspectives visant à mieux répondre aux besoins de francisation des petites entreprises et des personnes qui y travaillent.

En tant que coprésidents du Comité de suivi des activités, nous avons supervisé la mise en œuvre de la Stratégie commune. Les données contenues dans le présent rapport correspondent à l'état de la situation telle qu'elle se présentait aux différents partenaires le 31 décembre 2009.

Les coprésidents du Comité de suivi des activités,



Chantal Bouvier
Vice-présidente, Stratégie et Affaires publiques
Chambre de commerce du Montréal métropolitain



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

TABLE DES MATIÈRES

PREMIÈRE PARTIE : Présentation de la Stratégie commune d'intervention pour Montréal 2008-2013.....	4
1 Éléments de contexte.....	4
1.1 L'origine de la Stratégie commune	4
1.2 Le contexte sociolinguistique.....	5
2 Les principes et les objectifs.....	5
3 Le cadre de gestion et les ressources.....	7
3.1 Le Comité directeur des orientations.....	7
3.2 Le Comité de suivi des activités.....	7
3.3 Le Secrétariat de la Stratégie commune.....	8
DEUXIÈME PARTIE : La mise en œuvre de la Stratégie commune.....	9
1 Les mesures visant à mieux répondre aux besoins des entreprises et des travailleurs par une offre souple et diversifiée (mesures 1 à 8).....	9
1.1 Travailler avec nos partenaires	9
1.2 Bonifier l'offre de formation dans les milieux de travail.....	12
2 Les mesures visant à renforcer l'accompagnement des personnes qui souhaitent mieux s'intégrer au marché du travail (mesures 9 à 15).....	14
3 Les mesures visant à célébrer la contribution des leaders en matière de francisation dans les petites entreprises (mesures 16 à 18).....	16
4 Les mesures visant une promotion du français axée sur la fierté (mesures 19 à 25).....	17
5 Les mesures visant à faciliter l'accès à l'offre gouvernementale en francisation, par un guichet unique (mesures 26 et 27).....	19
6 Le mécanisme de suivi (mesures 28 à 30).....	21
TROISIÈME PARTIE : Les conclusions du Comité de suivi des activités.....	22
1 Le bilan.....	22
2 Les perspectives.....	24
3 Conclusion.....	25
ANNEXES	
Annexe 1 : Les signataires de la Stratégie.....	26
Annexe 2 : Les mesures de la Stratégie	29
Annexe 3 : Les membres du Comité directeur des orientations	31
Annexe 4 : La répartition des mesures selon leur état d'avancement	32
Annexe 5 : La répartition des mesures selon les champs d'action ciblés.....	34
Annexe 6 : La répartition des mesures selon les groupes cibles	36

PREMIÈRE PARTIE

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

1 ÉLÉMENTS DE CONTEXTE

1.1 L'ORIGINE DE LA STRATÉGIE COMMUNE

Le 10 octobre 2008, à l'issue du Rendez-vous des gens d'affaires et des partenaires socioéconomiques, le gouvernement du Québec et un comité de gens d'affaires et de partenaires socioéconomiques, présidé par la Chambre de commerce du Montréal métropolitain, signaient une entente intitulée *Le français, notre affaire à tous - Stratégie commune d'intervention pour Montréal 2008-2013*. Parmi les signataires, on comptait, outre le premier ministre du Québec, sept ministres du gouvernement, cinq représentants des milieux syndicaux, de l'éducation ou de la culture et 21 représentants de gens d'affaires de la région montréalaise¹.

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

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

¹ La liste des signataires est détaillée à l'annexe 1 du présent rapport.

1.2 LE CONTEXTE SOCIOLINGUISTIQUE

Pour guider les travaux des participants au Rendez-vous, il fallait pouvoir disposer d'un portrait actualisé de la situation linguistique à Montréal. À cette fin, l'Office québécois de la langue française a réalisé une étude en 2008², et Léger Marketing a mené, pour le compte du Secrétariat à la politique linguistique, un sondage³ au cours de la même année. En voici les grandes lignes.

L'utilisation du français dans les petites et moyennes entreprises

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

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

L'utilisation du français dans les commerces montréalais

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

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

2 LES PRINCIPES ET LES OBJECTIFS

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

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

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

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

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

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

Les signataires ont ensuite choisi d'entreprendre ensemble diverses actions de promotion et de sensibilisation, de formation et d'accompagnement, destinées à renforcer la place du français dans les commerces et les milieux de travail, notamment dans les petites entreprises, de façon à consolider l'utilisation du français à Montréal. Au total, trente⁴ mesures ont été envisagées, constituant le noyau dynamique de la Stratégie commune. Ces mesures ont été regroupées sous les six thèmes suivants :

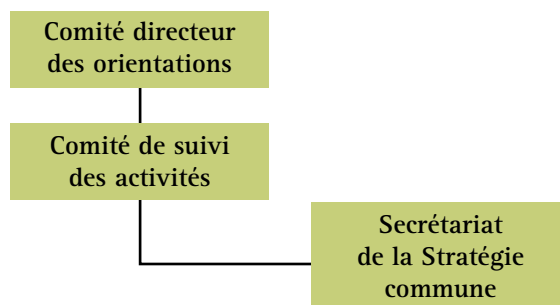
1. Mieux répondre aux besoins des entreprises et des travailleurs par une offre souple et diversifiée.
2. Renforcer l'accompagnement des personnes qui souhaitent mieux s'intégrer au marché du travail.
3. Célébrer la contribution des leaders en matière de francisation dans les petites entreprises.
4.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

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

4 Les trente mesures sont décrites dans la partie 2 du présent rapport. Elles font également l'objet de l'annexe 2 ci-jointe.

3 LE CADRE DE GESTION ET LES RESSOURCES

Comme l'ont souhaité les partenaires de la Stratégie commune, un mécanisme de suivi a été institué. Il est assuré par deux comités et par un secrétariat permanent.



3.1 LE COMITÉ DIRECTEUR DES ORIENTATIONS

Le Comité directeur des orientations est composé des membres du Comité des gens d'affaires et des partenaires socioéconomiques (plus d'une vingtaine de personnes), de la ministre responsable de l'application de la Charte de la langue française et du ministre responsable de la région de Montréal⁵. Lors de leur rencontre du 28 août 2009, les membres du Comité directeur ont choisi, entre eux, un président; il s'agit de M. Michel Leblanc, l'actuel président et chef de la direction de la Chambre de commerce du Montréal métropolitain.

Ce comité a également entériné, lors de cette rencontre, le rapport portant sur l'état d'avancement des travaux des différentes mesures de la Stratégie commune, dont la préparation avait été confiée au Comité de suivi des activités. Ce rapport a ensuite été transmis au gouvernement le 8 septembre 2009, tel qu'il a été stipulé dans la Stratégie commune.

3.2 LE COMITÉ DE SUIVI DES ACTIVITÉS

Le Comité de suivi des activités est composé de huit membres. Trois d'entre eux ont été désignés par le gouvernement :

- M. Jacques Gosselin, sous-ministre associé, responsable de l'application de la politique linguistique;
- M. Yvan Turcotte, sous-ministre adjoint à la Francisation, à la Performance, aux Partenariats et à la Promotion du ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles;
- M^{me} France Boucher, présidente-directrice générale de l'Office québécois de la langue française.

Les cinq autres membres proviennent du monde des affaires et du travail. Ce sont :

- M. Gaston Lafleur, président du Conseil québécois du commerce de détail;
- M^{me} Claudette Carbonneau, présidente de la Confédération des syndicats nationaux;
- M. François Meunier, vice-président aux affaires publiques de l'Association des restaurateurs du Québec;
- M. Guy Hébert, directeur général de la Chambre de commerce et d'industrie de Saint-Laurent;
- M^{me} Chantal Bouvier, vice-présidente, Stratégie et Affaires publiques, de la Chambre de commerce du Montréal métropolitain.

⁵ La liste des membres du Comité directeur des orientations est détaillée à l'annexe 3 du présent rapport.

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

Les deux coprésidents sont M. Jacques Gosselin, pour le gouvernement, et M^{me} Chantal Bouvier, pour les gens d'affaires et les partenaires socioéconomiques.

Le Comité de suivi des activités est chargé de veiller à la mise en œuvre de la Stratégie commune. Au terme de sa première année de fonctionnement, il doit préparer un rapport complet sur l'état de réalisation des mesures qui ont été envisagées et, selon les modalités inscrites dans l'entente⁶, il doit également :

- a) vérifier l'efficacité du « guichet unique » mis en place en cours d'année;
- b) procéder à une analyse de la performance des programmes de francisation en entreprises dans des secteurs jugés prioritaires;
- c) proposer, le cas échéant, de nouvelles actions en fonction des besoins pour améliorer la performance de l'utilisation du français comme langue du commerce et des affaires. Il pourra également proposer, le cas échéant, de mettre fin à certaines mesures qui ne sont pas performantes.

Le Comité de suivi des activités s'est réuni les 19 août et 11 décembre 2009. En août 2009, il a déposé au Comité directeur des orientations un rapport préliminaire portant sur l'état d'avancement des mesures. Il a vu à la préparation, pour la fin mars 2010, d'un premier bilan des réalisations depuis la signature de la Stratégie commune d'intervention pour Montréal 2008-2013 jusqu'au 31 décembre 2009.

3.3 LE SECRÉTARIAT DE LA STRATÉGIE COMMUNE

Le Secrétariat de la Stratégie commune assure le soutien des deux comités mentionnés précédemment, de même que le suivi des activités de sa mise en œuvre. Son effectif inclut un conseiller à temps partiel et une agente de secrétariat à temps complet, tous deux en poste à Montréal. Le Secrétariat à la politique linguistique (SPL) en assume les frais administratifs et coordonne la réalisation des diverses mesures.

⁶ Ces modalités, reprises ici textuellement, se retrouvent dans l'annexe 2 de la Stratégie commune, au point 5.

DEUXIÈME PARTIE

La mise en œuvre de la Stratégie commune

Plusieurs partenaires ont contribué à l'élaboration de la Stratégie commune en proposant de nouvelles mesures ou en bonifiant des mesures existantes. La mise en commun des diverses propositions, au moment de la signature du document, et l'intention des partenaires de faire converger leurs efforts vers un même but constituent l'essence même de la Stratégie commune, soit de donner un nouvel élan en faveur de la francisation des petites entreprises par une action commune renforcée.

L'état de réalisation ou d'avancement de chacune des trente mesures est décrit ci-dessous. Il s'échelonne sur 14 mois, soit entre le 1^{er} novembre 2008 et la date de fermeture pour la production du rapport 2008-2009, le 31 décembre 2009.

En lisant ce qui suit, il faut se rappeler que les partenaires se sont donné cinq ans pour mettre en place ces mesures, et qu'ils ont prévu, dès le départ, que certaines d'entre elles puissent être modifiées en cours de route, remplacées par de nouvelles mesures ou consolidées, selon les résultats atteints et les besoins émergents. Le présent bilan est justement un instrument donnant un point de vue d'ensemble et permettant, le cas échéant, de mieux orienter les actions à venir. D'ailleurs, la description de chacune des mesures de la Stratégie se termine par une recommandation ou par une projection pour la prochaine année. Les coûts dont il est question pour chacune des mesures sont ceux qui ont été comblés par des fonds publics.

Enfin, l'ordre de présentation des mesures suit le texte de la Stratégie commune d'intervention pour Montréal 2008-2013.

1 LES MESURES VISANT À MIEUX RÉPONDRE AUX BESOINS DES ENTREPRISES ET DES TRAVAILLEURS PAR UNE OFFRE SOUPLE ET DIVERSIFIÉE (MESURES 1 À 8)

1.1 TRAVAILLER AVEC NOS PARTENAIRES

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

En mai 2008, le ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles (MICC), responsable de cette mesure, avait déjà signé une entente de promotion de la francisation avec la Fédération des travailleurs et travailleuses du Québec. Par la suite, entre juillet 2008 et février 2009, il a conclu des ententes avec le Comité sectoriel de main-d'œuvre de l'industrie textile du Québec, la Chambre de commerce du Montréal métropolitain (CCMM), le Comité sectoriel de main-d'œuvre de l'industrie des plastiques et des composites et la Confédération des syndicats nationaux (CSN).

Dans les suites du Rendez-vous d'octobre 2008, une collaboration étroite avec ces partenaires, Emploi-Québec et les commissions scolaires, a notamment permis :

- un rapprochement avec plus de 225 travailleurs et représentants syndicaux des secteurs des plastiques et des composites, de la construction, du textile et avec des représentants du secteur du commerce, au cours de rencontres d'information et de sensibilisation à la francisation;
- l'organisation d'un colloque regroupant 53 sections syndicales et des représentants de la Fédération du commerce;
- des activités de promotion et de sensibilisation dans plus de 232 entreprises;
- l'organisation de cours de français dans 107 entreprises;
- la réalisation de deux enquêtes auprès de 286 entreprises des secteurs des plastiques et des composites et du textile, sur la présence des travailleurs immigrants et l'état de situation en matière des besoins de francisation.

Par rapport à 2007-2008, année qui a précédé la signature des ententes, le MICC estime avoir accru de 28,9 % le nombre d'entreprises rejointes et de 17 % le nombre de travailleurs rejoints. Il note cependant que, malgré les démarches d'information et de sensibilisation, certains dirigeants d'entreprise sont, pour diverses raisons (exiguïté des lieux de travail, fort taux de roulement des employés, etc.), parfois réticents à ce que des cours de français se donnent sur les lieux de travail.

La mesure a coûté 413 638 \$ du 1^{er} novembre 2008 au 31 décembre 2009.

Pour la prochaine année, le MICC entend analyser la possibilité de conclure de nouvelles ententes avec d'autres comités sectoriels de main-d'œuvre, dont celui des produits électriques et électroniques, et celui des technologies de l'information et des communications.

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

Le ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles (MICC), responsable de cette mesure, a signé une entente de services avec les trois organismes suivants : Accueil aux immigrants de l'est de Montréal, le Carrefour d'intercultures de Laval et le Centre d'appui aux communautés immigrantes de Bordeaux-Cartierville (CACI).

Par ces ententes, le MICC espère rejoindre 640 personnes issues de l'immigration, principalement celles qui, après 3 ans de résidence au Québec, n'ont pu bénéficier de cours de francisation. À ce jour, 32 personnes issues de l'immigration se sont prévaluées de cours de francisation. Devant ce faible résultat, le MICC compte revoir sa stratégie de communication et de sensibilisation et celle des organismes communautaires, afin de mieux rejoindre la clientèle visée.

La mesure a coûté 152 339 \$ entre le 1^{er} novembre 2008 et le 31 décembre 2009.

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

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

En décembre 2008, l'Office québécois de la langue française, responsable de cette mesure, a lancé le Programme de soutien aux associations, qui fusionne les deux premiers programmes inscrits dans l'énoncé de la mesure, tel qu'il paraît ci-dessus. Le troisième programme a été créé peu avant le Rendez-vous d'octobre 2008. Quant au quatrième programme, il a été renforcé dans le cadre de la Stratégie.

Après un peu plus d'une année d'existence, ces trois programmes ont permis le versement de 2 646 996 \$ en subventions à des associations et à des entreprises de tout le Québec.

Total des subventions accordées par l'Office

Période	Associations	TIC	Centrales syndicales
Du 1 ^{er} octobre 2008 au 31 mars 2009	515 125 \$	401 935 \$	475 000 \$
Du 1 ^{er} avril 2009 au 31 décembre 2009	347 175 \$	432 761 \$	475 000 \$
TOTAL	862 300 \$	834 696 \$	950 000 \$

Soulignons par ailleurs que :

- le Programme de soutien aux associations a suscité des demandes d'aide financière de la part de 16 associations. Grâce à cet important réseau de relayeurs, de nombreuses activités de promotion, de sensibilisation et de développement terminologique ont été tenues dans des milieux d'affaires aussi diversifiés que l'industrie ferroviaire, l'industrie du loisir, le secteur de l'aérospatiale et le milieu de la publicité. Le programme a notamment permis de rejoindre, à Montréal, 70 commerces de l'arrondissement de Saint-Laurent et 125 gens d'affaires membres du Groupe d'usagers virtuels de Montréal;
- le Programme de soutien à la francisation par les technologies de l'information et des communications a permis à quarante-cinq entreprises d'obtenir une aide financière pour franciser leurs outils technologiques. Dix-sept de ces entreprises avaient terminé leur démarche et obtenu leur certificat de francisation en date du 31 décembre 2009. Soulignons que huit des entreprises subventionnées comptaient de 11 à 49 employés, ce qui a favorisé la francisation d'autant de milieux de travail;
- le Programme de soutien aux centrales syndicales a suscité la participation des membres syndiqués des comités de francisation et des autres travailleurs syndiqués à l'implantation du français dans leur milieu de travail. Par son effet de dynamisation des comités de francisation, le programme a un impact direct sur les entreprises auxquelles appartiennent les membres affiliés à l'une ou l'autre des trois centrales.

Considérant les résultats déjà obtenus et les perspectives de développement de ces trois programmes, l'Office est d'avis qu'ils doivent être reconduits. L'expérience acquise permettra de prendre les mesures nécessaires pour en améliorer l'efficacité afin qu'ils produisent les meilleurs résultats possible

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

La mesure n'est pas encore mise en place par le ministère de la Famille et des Aînés et par l'Association des retraités de l'enseignement du Québec (AREQ), qui en sont responsables, car elle pose certaines difficultés. Cependant, l'AREQ a procédé à une étude de faisabilité et a conclu une entente avec Cégep à distance, pour l'embauche éventuelle de retraités, en juin 2010, qui participeraient à des projets pilotes de francisation en ligne. L'étude a coûté 45 000 \$.

1.2 BONIFIER L'OFFRE DE FORMATION DANS LES MILIEUX DE TRAVAIL

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

Emploi-Québec, le ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles, la Commission des partenaires du marché du travail ainsi que le ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport sont responsables de cette mesure.

Afin de mieux comprendre la problématique et d'identifier des mécanismes pour améliorer la situation, ces partenaires ont tenu des rencontres de travail avec des représentants de chambres de commerce (Chambre de commerce du Montréal métropolitain, et Chambre de commerce et d'industrie de Saint-Laurent) et des sociétés comme Destination centre-ville et la Société de développement de la rue Saint-Laurent, le Conseil québécois du commerce de détail et le comité sectoriel de main-d'œuvre Détail Québec. Dans cette foulée, Emploi-Québec a ajouté, en septembre 2009, un volet « achat de formation continue » à sa mesure de Formation (MFOR). Des ententes de services ont alors été conclues avec trois cégeps (Marie-Victorin, de Maisonneuve et Bois-de-Boulogne). Deux de ces cégeps (de Maisonneuve et Marie-Victorin) offrent actuellement des cours de français à temps partiel. Ces formations ont permis de rejoindre une centaine de travailleurs. L'objectif est de 650 travailleurs d'ici le 30 juin 2010. La mesure coûtera 454 500 \$ (budget inclus dans la mesure 8a).

Comme ces mesures ont à peine démarré, Emploi-Québec reporte l'analyse des résultats.

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

Le ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles (MICC) proposait un cours standard dès avril 2008. Il a lancé la formule en autoformation en janvier 2009, et le cours destiné aux personnes immigrantes déjà installées au Québec a débuté en juin 2009.

Entre le 1^{er} novembre 2008 et le 31 mars 2009, 1 661 étudiants étaient inscrits à ces cours à partir de l'étranger. Entre le 1^{er} avril et le 31 décembre 2009, le nombre d'étudiants inscrits était de 3 361, dont 2 534 suivaient les cours de l'étranger et 827 à partir du Québec. Le MICC note que les immigrants qui suivent cette formation avant leur départ pour le Québec, arrivent ici avec une meilleure connaissance du français, ce qui facilite leur démarche d'établissement et leur recherche d'emploi.

La mesure a coûté 1 732 942 \$ entre le 1^{er} avril 2008 et le 31 décembre 2009.

Pour l'avenir, le MICC travaille à implanter une formule hybride (salle de classe et autoformation) pour les travailleurs d'ici ayant déjà une certaine connaissance du français

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

Le ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles (MICC) a réalisé, avec des partenaires, l'élaboration, la validation et même l'expérimentation de cours de français pour les domaines des sciences appliquées et du génie, de la santé (collège Édouard-Montpetit et collège de Maisonneuve), des sciences infirmières (collège du Vieux-Montréal), de la santé bucco-dentaire (collège de Maisonneuve), du droit, de l'administration et des affaires (collège de Maisonneuve) et de l'ingénierie (en collaboration avec l'Ordre des ingénieurs du Québec).

Au total, 931 étudiants étaient inscrits aux différents cours durant la période de 14 mois visée par le présent rapport. La mesure a coûté 371 619 \$.

Bien que plusieurs de ces cours n'en soient qu'à un stade expérimental, le MICC estime qu'ils sont essentiels pour soutenir les personnes immigrantes qui sont candidates à un ordre professionnel. C'est pourquoi il recommande le maintien de cette mesure.

Mesure 8a : Faire mieux connaître et tirer davantage parti du Programme de développement des compétences en entreprises et du Programme de l'intervention régionale.

Ces deux programmes, offerts par la Commission des partenaires du marché du travail et Emploi-Québec, ont été institués en avril 2004. Entre le 1^{er} avril 2008 et le 31 décembre 2009, le nombre de dossiers d'entreprises participantes a augmenté de 89,5 % (de 38 à 72), et le nombre de travailleurs participants a fait un bond de 38,5 %, passant de 784 à 1 086.

Au cours de la période visée de 14 mois, 3 559 301 \$ ont été engagés dans le cadre de ces programmes. Les entreprises ont cependant 12 mois pour réaliser leurs projets visant la francisation de leurs travailleurs. C'est pourquoi la dépense réelle est de 545 512 \$ pour la période visée.

Selon ses responsables, la mesure doit être maintenue, car ils ont constaté un intérêt marqué des entreprises pour les subventions de cours de français. Ces activités auront permis aux travailleurs en emploi, ne parlant pas ou parlant peu le français, d'acquérir une compétence dans cette langue afin d'être plus polyvalents, d'améliorer leur productivité et leur mobilité ou de conserver leur emploi.

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

Le ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles (MICC) a mis ces cours en place à la fin des années 1990. Du 1^{er} novembre 2008 au 31 décembre 2009, 38 entreprises ont bénéficié de cours de français pour leurs employés (803 étudiants inscrits). La mesure a coûté 248 178 \$ et le MICC compte la maintenir, et ce, même s'il s'associe davantage aujourd'hui à d'autres partenaires afin de rejoindre plus d'entreprises.

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

Le ministère des Finances, Revenu Québec et le ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles (MICC) ont institué cette mesure en décembre 2008. Les entreprises ont reçu une lettre de Revenu Québec leur expliquant le nouveau crédit d'impôt et son application, et leur donnant des renseignements sur les différents services disponibles en matière de francisation. Des efforts de marketing direct complémentaires ont été menés par le MICC. Un lien avec le site de Revenu Québec a également été ajouté dans le site du MICC. Cette stratégie a été appuyée par une campagne publicitaire dans quelques quotidiens et magazines spécialisés, par la distribution d'un dépliant ainsi que par la participation de Revenu Québec et du MICC à divers salons spécialisés.

En 2008-2009, deux entreprises ont réclamé le crédit d'impôt pour la francisation en milieu de travail et, du 1^{er} avril au 31 décembre 2009, il n'y a eu aucune demande. La mesure n'a donc pas eu l'impact désiré auprès des propriétaires de commerces et d'entreprises. Revenu Québec souhaite néanmoins la maintenir et propose de revoir la stratégie de communication en l'intégrant à celle du futur guichet unique en francisation des entreprises.

L'ensemble de la mesure a coûté 18 000 \$ à Revenu Québec; les autres coûts liés à la stratégie de communication sont inclus à la mesure 24. Le MICC a aussi demandé au ministère des Finances et à Revenu Québec d'assouplir les critères d'admissibilité des travailleurs.

2 LES MESURES VISANT À RENFORCER L'ACCOMPAGNEMENT DES PERSONNES QUI SOUHAITENT MIEUX S'INTÉGRER AU MARCHÉ DU TRAVAIL (MESURES 9 À 15)

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

Cette mesure du ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles (MICC) comprend deux volets : une banque d'exercices en ligne, mise en place en 2003, et le remboursement des cours suivis à l'étranger, institué en avril 2009.

Entre le 1^{er} novembre 2008 et le 31 décembre 2009, la banque d'exercices a été utilisée 72 676 fois (exercices pour les débutants), 37 381 fois (exercices pour intermédiaires) et 24 759 fois (exercices avancés). Le coût de la banque est de 4 580 \$ par année.

Du 1^{er} avril au 31 décembre 2009, le MICC a reçu 77 demandes de remboursement de cours de français suivis à l'étranger, soit l'équivalent de 6 000 \$.

Selon le MICC, les deux volets de cette mesure doivent demeurer, car ils favorisent une intégration plus rapide des immigrants au Québec, et les coûts pour ce faire sont minimes.

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

Le ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles (MICC) estime que la connaissance du Québec est au centre de la démarche d'apprentissage du français des immigrants et de leur intégration au Québec. C'est pourquoi il envoie des fonds documentaires sur le Québec à des partenaires étrangers et organise un stage en didactique, culture et société québécoises à l'intention de professeurs étrangers.

Depuis le 1^{er} octobre 2008, une quarantaine d'ententes ont été signées ou renouvelées avec des partenaires étrangers, portant à 86 le nombre total d'ententes au 31 décembre 2009. Il s'agit d'une augmentation de près de 50 % par rapport aux 58 ententes que le MICC comptait en 2007-2008. Au cours de la même période, 9 fonds documentaires sur le Québec ont été envoyés à des partenaires et un stage en didactique, culture et société québécoises a été offert à 33 professeurs provenant de 15 pays et travaillant auprès de 31 partenaires de l'étranger.

La mesure a coûté 359 756 \$ et le MICC entend la maintenir.

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

Le ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles (MICC) a organisé cinq groupes de discussion en novembre et décembre 2009 et deux autres, en janvier 2010. Le dépôt du rapport final de l'enquête est prévu au printemps 2010.

La démarche a coûté 31 850 \$. Selon le MICC, elle n'aura pas à être renouvelée, mais les conclusions du rapport seront très utiles pour mieux comprendre les besoins des clientèles immigrantes.

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

Au 31 décembre 2009, fort du succès obtenu auprès des étudiants de niveau intermédiaire (mesure 6), le ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles supervisait le développement d'un cours de français en ligne, de niveau avancé.

Par ailleurs, des cours de niveau avancé pour le programme régulier, en classe, ont débuté en novembre 2008. Entre le 1^{er} novembre 2008 et le 31 décembre 2009, 3 005 étudiants étaient inscrits à temps complet aux cours avancés du programme régulier et 1 500, à temps partiel. Le coût de ces cours a été de 2 560 860 \$.

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

Le ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles (MICC) implantera cette mesure en 2012. Évaluée à 101 540 \$, elle consistera en une étude d'étalonnage des résultats d'évaluation des apprentissages des cours à temps complet du programme régulier.

Ce projet est en lien avec l'harmonisation des programmes et des services de francisation du MICC, du ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport et d'Emploi-Québec. Lorsqu'il aura été implanté, le test standardisé donnera :

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

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

Ce programme d'Emploi-Québec existe depuis 2005. Du 1^{er} avril 2008 au 31 mars 2009, 737 projets ont été accordés à 757 participants; l'année suivante, du 1^{er} avril au 31 décembre 2009, 598 projets ont été accordés à 571 participants.

Depuis l'implantation du programme, 80 % des participants ont conservé leur emploi à la fin du stage. Les principaux secteurs d'activités touchés par le programme sont les services professionnels, scientifiques et techniques ainsi que la fabrication. Près de 62 % des entreprises qui bénéficient du PRIIME ont 25 employés et moins. Bien que les cours de francisation ne soient qu'une des activités de la formation demandée, Emploi-Québec souhaite poursuivre cette mesure compte tenu du haut taux de maintien en emploi.

Du 1^{er} avril 2008 au 31 décembre 2009, le programme a coûté 5 793 076 \$.

Mesure 14b : Favoriser une meilleure intégration au marché du travail par la mesure de formation de la main-d'œuvre – Volet individus.

Cette mesure d'Emploi-Québec existe depuis de nombreuses années. Elle s'adresse à une clientèle qui recherche un emploi et doit apprendre le français pour améliorer ses chances d'être embauchée. Les personnes sont inscrites à des cours de français à temps plein, offerts par le ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles ou dans les réseaux du ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport, et elles reçoivent un montant à titre de soutien du revenu.

Du 1^{er} novembre 2008 au 31 décembre 2009, la mesure a permis à 4 146 participants de suivre des cours de français à temps plein. Pour la période du 1^{er} avril au 31 décembre 2009, le coût de la mesure a été de 15 029 400 \$, soit 5 729 800 \$ de plus que durant la même période, l'année précédente.

Compte tenu de l'importance de cette mesure sur le développement de l'employabilité de la clientèle immigrante, Emploi-Québec considère qu'il est essentiel qu'elle demeure en place.

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

Le ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles, Emploi-Québec et l'Office québécois de la langue française devaient se pencher sur cette mesure, mais rien de concret n'a encore pu être réalisé. D'une part, le taux de roulement au sein des petits commerces et des entreprises, tant du côté des propriétaires que de celui des travailleurs, augmente le niveau de difficulté d'éventuelles activités de parrainage. D'autre part, les partenaires gouvernementaux ne disposent pas de programme ou de budget dédié à cette activité particulière. Ils envisagent néanmoins de revoir l'approche de cette mesure de la Stratégie commune, ce qui pourrait se traduire par un projet expérimental.

3 LES MESURES VISANT À CÉLÉBRER LA CONTRIBUTION DES LEADERS EN MATIÈRE DE FRANCISATION DANS LES PETITES ENTREPRISES (MESURES 16 À 18)

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

Chaque année, l'Office québécois de la langue française récompense des entreprises, ministères, municipalités, organismes et publicitaires qui ont fait rayonner le français dans les milieux de travail, les services offerts au public ou la publicité. Ces « mérites du français » sont remis dans le cadre des activités de la Francofête.

En collaboration avec la Chambre de commerce du Montréal métropolitain, l'Office doit remettre au printemps 2010 le premier « mérite du français » destiné à une petite entreprise. Depuis février 2009, date à laquelle la mise en place de la mesure a été amorcée, la mesure aura coûté 40 000 \$ pour le développement, la mise en œuvre et la promotion du concours.

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

La mesure a consisté à diffuser, auprès des petites entreprises, un cahier d'information et de jeux produit à l'occasion de la Francofête 2009. Ce document renseignait les entreprises sur les produits et services mis à leur disposition par l'Office québécois de la langue française et leur offrait la possibilité d'organiser des activités de promotion du français dans leur milieu et de participer aux concours linguistiques de l'Office.

En 2009, les 27 000 entreprises québécoises de 11 à 49 employés ont reçu le cahier, dont les 8 667 qui sont situées dans l'île de Montréal. À la suite de cet envoi, 5 000 exemplaires additionnels ont été expédiés pour répondre à des demandes d'entreprises. L'activité sera reprise en 2010.

Entre le 1^{er} novembre 2008 et le 31 décembre 2009, cette mesure a coûté 21 400 \$.

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

Le 11 décembre 2008, l'Office québécois de la langue française annonçait la réalisation de l'affichette « Ici, on commerce en français » et la production de textes promotionnels. Au total, 8 000 exemplaires de l'affichette ont été distribués dans des commerces, chaînes de magasins et centres commerciaux de la région de Montréal, ainsi qu'au Salon national de l'habitation tenu à Montréal, en mars 2009.

Les coûts de cette mesure sont inclus dans la campagne de promotion « Faire des affaires en français » (mesure 21).

Cette mesure a eu un impact important auprès des citoyens. En effet, l'analyse post-campagne a démontré que 76 % des répondants avaient apprécié le logo et que 83 % favoriseraient les commerces qui l'afficheraient dans leur vitrine. Toutefois, la perception de la part des commerçants a été moins favorable et les établissements qui ont accepté de l'afficher ont été moins nombreux que prévu.

L'Office recommande que cette mesure soit revue pour susciter une meilleure adhésion de la part des commerçants.

4 LES MESURES VISANT UNE PROMOTION DU FRANÇAIS AXÉE SUR LA FIERTÉ (MESURES 19 À 25)

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

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

La campagne, dont la responsabilité avait été confiée au Secrétariat à la politique linguistique, a coûté 1 300 000 \$ et a connu une assez bonne visibilité puisqu'un Québécois sur trois s'est par la suite spontanément rappelé l'avoir vue, lue ou entendue.

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

L'envoi de cette lettre doit rappeler aux propriétaires de commerces et d'entreprises l'importance que le gouvernement accorde au dossier de la francisation. Ils y seront également invités à utiliser le nouveau guichet unique de services en francisation, un outil créé à leur intention afin de les aider à franciser leurs entreprises ou commerces.

Les responsables de la mesure, le Secrétariat à la politique linguistique, l'Office québécois de la langue française et le ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation, ont convenu que l'envoi de la lettre s'effectuerait après le lancement du guichet unique en francisation destiné aux propriétaires de commerces et d'entreprises comptant de 11 à 49 employés (mesure 26). La préparation et l'envoi de la lettre devraient donc se faire en juin 2010.

Au 31 décembre 2009, aucune dépense n'avait été faite pour cette mesure.

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

Du 13 décembre 2008 au 2 janvier 2009, l'Office québécois de la langue française a orchestré une campagne de promotion dans les régions de Montréal, de l'Outaouais et de l'Estrie par l'entremise de quotidiens (*La Presse*, *Le Devoir*, *Le Journal de Montréal*, *Métro*, *Le Droit* et *La Tribune*), des sociétés de transport public de la région de Montréal (métro, train de banlieue), de 8 stations de radio FM et AM et des sites Web Canoë et Sympatico. Cette campagne a occasionné des dépenses de 457 959 \$.

Les impacts de cette mesure se sont surtout fait sentir chez les citoyens. La campagne a connu un excellent taux de notoriété : 56 % des répondants ont dit se rappeler avoir vu ou entendu les messages diffusés, et parmi eux, 85 % ont dit en avoir apprécié le contenu : le droit d'être accueilli et servi en français. De plus, l'analyse post-campagne a révélé que 90 % des répondants trouvaient normal d'être servis en français dans tous les commerces de l'île de Montréal et que 88 % des répondants trouvaient normal d'être accueillis en français dans tous les commerces de l'île de Montréal.

La phase 2 de cette campagne a fait l'objet de travaux préparatoires entre le 1^{er} avril et le 31 décembre 2009, en vue d'une diffusion en 2010.

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

L'Office québécois de la langue française a profité de la distribution de l'affichette « Ici, on commerce en français » (mesure 18) pour sensibiliser et informer les commerçants. À cet effet, les conseillers de l'Office ont pris contact avec 68 entreprises, réseaux d'entreprises et associations. Par l'entremise de la Chambre de commerce et d'industrie de Saint-Laurent et du Centre d'intégration multiservices de l'Ouest-de-l'Île, lesquels organismes ont été subventionnés dans le cadre du Programme de soutien aux associations (mesure 3), 70 commerces de Saint-Laurent, Cartierville et Mont-Royal ainsi que 454 entreprises et commerces de l'Ouest-de-l'Île de Montréal ont été sollicités. Les conseillers de l'Office ont également sensibilisé quelque 3 000 visiteurs du Salon national de l'habitation.

Le coût de cette mesure est inclus dans le budget affecté à la mesure 3.

Le même commentaire que celui qui accompagne la mesure 18 s'applique ici : l'Office recommande que cette mesure soit revue pour susciter une meilleure adhésion de la part des commerçants.

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

Entre le 1^{er} novembre 2008 et le 31 décembre 2009, l'Office québécois de la langue française a, d'une part, élaboré un feuillet d'autodiagnostic visant à informer les travailleurs de leurs droits, dont la distribution est prévue à l'automne 2010. D'autre part, à deux reprises au cours de la période visée, il a financé 14 projets de centrales syndicales (mesure 3) qui comportaient tous un aspect de sensibilisation des travailleurs à la langue du travail. Notons que les projets des centrales syndicales ont rejoint principalement les travailleurs d'entreprises de 100 employés ou plus.

En 2009, l'Office a également accordé une subvention à la Chambre de commerce du Montréal métropolitain pour la réalisation d'un portail Web visant, notamment, à mieux faire connaître aux employeurs les dispositions de la Charte de la langue française touchant la langue de travail. Il a été décidé, par la suite, que ce portail en développement constituerait la base du site Web du guichet unique en francisation des entreprises (voir mesure 26).

Les coûts reliés aux projets des centrales syndicales et pour le développement du site Web de la Chambre sont inclus dans la mesure 3.

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

Le ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles (MICC) a déposé la Stratégie permanente et intégrée de promotion en décembre 2008. Celle-ci comportait une variété d'actions de promotion : nouvel usage du réseau Info-Clic, distribution de dépliants dans les salons, congrès, colloques et activités culturelles, campagnes de publicité dans certains médias nationaux (Hebdos Québec et Transcontinental), partenariats avec Gesca et Canal Vox, placements publicitaires, production en 35 000 exemplaires d'un dépliant *Le succès parle français*, et de différents signets (60 000 exemplaires en tout).

De novembre 2008 au 31 décembre 2009, ces actions ont coûté 184 837 \$.

Le MICC évalue que cette stratégie de communication aura contribué à accroître de 24 % la clientèle inscrite au programme régulier, à temps plein et à temps partiel, de cours de français.

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

Le Secrétariat à la politique linguistique, le ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles (MICC), l'Office québécois de la langue française et Emploi-Québec ont uni leurs efforts pour réaliser une brochure intitulée *La francisation des travailleurs et travailleuses en entreprise : programmes et services gouvernementaux* qui a été distribuée aux entreprises lors du Rendez-vous des gens d'affaires et des partenaires socioéconomiques. Le coût de cette brochure est inclus dans le budget alloué à la mesure 24.

Par ailleurs, la Chambre de commerce du Montréal métropolitain et le MICC ont conçu et diffusé un signet sur les cours de français en milieu de travail. La Chambre a fait imprimer 20 000 signets, dont 15 000 ont été distribués dans le journal montréalais *The Gazette*. L'élaboration et la promotion du signet ont coûté 5 970 \$.

De plus, une promotion et de la publicité ont été faites par les partenaires ayant des ententes avec le MICC, par l'entremise de leurs publications, de leur site Web et lors d'activités de groupes.

5 LES MESURES VISANT À FACILITER L'ACCÈS À L'OFFRE GOUVERNEMENTALE EN FRANCISATION, PAR UN GUICHET UNIQUE (MESURES 26 ET 27)

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

Placés sous la responsabilité du Secrétariat à la politique linguistique, en collaboration avec le ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles, Emploi-Québec, l'Office québécois de la langue française, Services Québec et la Chambre de commerce du Montréal métropolitain, les travaux de mise sur pied du guichet unique ont permis :

- de définir le concept du guichet et son mode de fonctionnement;
- de définir le rôle du coordonnateur du guichet et des agents démarcheurs;
- de conclure des ententes avec la Chambre de commerce du Montréal métropolitain et la Chambre de commerce et d'industrie de Saint-Laurent;
- et de développer la première phase du nouveau site Web.

Entre novembre 2008 et le 31 décembre 2009, 173 000 \$ ont été nécessaires pour développer le guichet unique dont la mise en service est prévue pour mai 2010. Cette somme inclut les 100 000 \$ versés à la Chambre de commerce du Montréal métropolitain par l'Office pour la réalisation d'un portail Web (mesure 23).

Mesure 27a : Améliorer l'actuel portail gouvernemental.

Il a été décidé que Services Québec, le responsable du portail gouvernemental, ne procéderait à aucune modification de son portail tant que le guichet en francisation des entreprises et son site Web ne seraient pas fonctionnels (voir mesure 26).

Aucune dépense n'a donc été faite et Services Québec, en collaboration avec ses partenaires gouvernementaux, apportera, au moment opportun, les correctifs requis, dont les arrimages (hyperliens, ressources, informations et autres) avec le nouveau portail Web sur la francisation.

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

Le 1^{er} avril 2009, la direction régionale de l'île de Montréal d'Emploi-Québec mettait en place une équipe tactique dédiée à la stratégie PRO-Emploi. Formée de trois conseillers aux entreprises, cette équipe s'est vu confier les tâches suivantes :

- répondre aux entreprises dans un délai de 24 heures;
- réaliser un diagnostic de la situation de l'entreprise;
- rencontrer l'entreprise dans un délai de 5 jours ouvrables, au besoin avec les partenaires (ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation, Investissement Québec, etc.).

De plus, Emploi-Québec a rencontré différents réseaux de professionnels offrant des services aux entreprises (avocats, banquiers, comptables, etc.) afin d'en faire des relayeurs d'information sur les services aux entreprises d'Emploi-Québec, notamment les programmes de francisation, créant ainsi un effet multiplicateur.

La mise sur pied de l'équipe tactique a coûté 175 000 \$.

La ligne PRO-Emploi a généré peu d'appels à la fin de 2009, mais les collaborations et les références d'entreprises se poursuivent. Compte tenu du caractère novateur de la mesure, elle mettra un certain temps avant de produire son plein impact. Par ailleurs, Emploi-Québec est d'avis qu'il sera important de coordonner les interventions de l'équipe tactique avec celles du guichet unique (mesure 26).

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

Sous la responsabilité du ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles (MICC), du ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport (MELS) et d'Emploi-Québec, cette mesure comporte cinq volets :

- L'actualisation d'une échelle québécoise des niveaux de compétences en français pour immigrants adultes : les huit premiers niveaux de l'échelle ont été actualisés et la version définitive est prévue pour 2010.
- L'élaboration conjointe MICC – MELS d'un programme-cadre en francisation pour immigrants adultes : la mise en œuvre d'un programme-cadre commun pour le stade 1 (débutant) est prévue pour janvier 2010.
- L'instauration d'un guichet unifié pour l'admission des immigrants à des cours de francisation : le développement de l'architecture d'affaires est en cours de réalisation et le guichet unifié devrait être réalisé au cours de l'année 2011-2012.

- La mise sur pied d'un programme d'aide financière unifiée : des discussions sont en cours et des ententes de principes ont été conclues au regard de l'éventuelle mise sur pied d'un guichet unifié en 2011-2012.
- L'harmonisation de certains programmes : au cours de l'automne 2009, Emploi-Québec a procédé à l'harmonisation de certains de ses programmes en vue d'en assouplir l'application : le programme PRIIME et la mesure de subvention salariale, les programmes MFOR francisation individu, MFOR entreprise et le FDRCMO pour le programme de soutien régionalisé.

Entre le 1^{er} novembre 2008 et le 31 décembre 2009, les quatre premiers volets de la mesure ont coûté 350 083 \$. Dans le cas du cinquième volet, les coûts sont inclus dans les budgets des mesures 5, 8a et 14a.

6 LE MÉCANISME DE SUIVI (MESURES 28 À 30)

Mesure 28 : Mettre sur pied un Comité directeur des orientations.

Le comité directeur des orientations a été créé en juin 2009. M. Michel Leblanc, président et chef de la direction de la Chambre de commerce du Montréal métropolitain, en est le président.

Il s'est réuni une fois au cours de la période couverte par ce rapport, soit le 28 août 2009.

Au 31 décembre 2009, le coût de cette mesure a été de 1 970 \$, essentiellement lié aux frais de réunion.

Mesure 29 : Mettre sur pied un Comité de suivi des activités.

Le Comité de suivi des activités a été créé en juin 2009. Au 31 décembre 2009, il s'était réuni à deux reprises depuis sa constitution : le 19 août et le 11 décembre 2009. Le coût engendré par ces rencontres a été de 128 \$.

Mesure 30 : Mettre sur pied un secrétariat pour le Comité directeur des orientations et pour le Comité de suivi des activités.

Le Secrétariat de la Stratégie commune d'intervention pour Montréal 2008-2013 est pleinement opérationnel depuis avril 2009. Le Secrétariat assure le soutien nécessaire au Comité directeur des orientations pour la suite et le suivi des différentes mesures de la Stratégie. Il a également coordonné les travaux liés à la mise sur pied du guichet unique en francisation pour les entreprises.

Financé par le Secrétariat à la politique linguistique, le Secrétariat a coûté environ 75 000 \$ entre le 1^{er} novembre 2008 et le 31 décembre 2009.

TROISIÈME PARTIE

Les conclusions du Comité de suivi des activités

1 LE BILAN

Depuis sa signature, la Stratégie commune a mobilisé les efforts d'une dizaine de ministères ou organismes gouvernementaux, de gens d'affaires et de plusieurs partenaires socioéconomiques dont la collaboration, bien engagée, donne déjà de premiers résultats intéressants.

Un portrait global

De fait, sur les trente mesures annoncées⁷, réparties dans trois champs d'action ciblés – la promotion et la sensibilisation, la formation et l'accompagnement –, vingt-huit sont amorcées, réalisées ou en voie de l'être alors que deux mesures sont à revoir, celles liées à l'accompagnement en entreprise⁸.

Lors de l'élaboration de la Stratégie, toutes les actions gouvernementales susceptibles d'aider directement ou indirectement les petites entreprises québécoises à se franciser ont été mises en commun. Les mesures envisagées s'adressaient principalement à trois groupes⁹ :

- les employeurs : 8 mesures;
- les travailleurs : 16 mesures;
- les citoyens : 4 mesures.

De plus, trois autres mesures s'adressaient à des partenaires de divers milieux, pour qu'ils interviennent en tant que relayeurs auprès d'employeurs ou de travailleurs.

La Stratégie commune avait été développée de façon à agir sur plusieurs fronts. Nous souhaitons, par exemple, que certaines mesures destinées aux clientèles de Montréal aient, en raison de leur portée dans tout le Québec, un effet d'entraînement plus large. Nous souhaitons également que quelques mesures aient davantage d'impact auprès des grandes entreprises. Nous étions conscients que la francisation des grandes entreprises pouvait influencer sur l'ensemble des milieux de travail du Québec (fournisseurs, partenaires d'affaires, etc.) et qu'à ce titre, les efforts dirigés vers elles sont également nécessaires.

⁷ Notons que trois des mesures réalisées étaient rattachées au mécanisme de suivi de la Stratégie commune d'intervention pour Montréal 2008-2013.

⁸ L'annexe 4 du présent rapport présente la répartition des mesures selon leur état d'avancement et l'annexe 5 donne une répartition selon les champs d'action ciblés.

⁹ L'annexe 6 présente la répartition des mesures selon les groupes cibles. Notons qu'une mesure peut viser plus d'un groupe cible.

À l'usage, nous avons constaté que la francisation demeure un défi important pour plusieurs petites entreprises. Par exemple, le crédit d'impôt pour la francisation en milieu de travail est encore très peu utilisé et certaines actions de sensibilisation auprès des commerçants demeurent plus difficiles que prévu à réaliser. Mais la Stratégie commune a un horizon de cinq ans (2008-2013) et les partenaires profiteront de l'expérience acquise au cours de cette première année de mise en œuvre pour renforcer les actions et pour revoir les stratégies promotionnelles de certaines mesures et en raffiner l'application à la lumière des résultats obtenus.

Des résultats encourageants

S'il y a eu des défis importants à relever, il y a aussi eu des résultats encourageants. Ainsi, le nombre d'entreprises ayant participé aux programmes offerts par la Commission des partenaires du marché du travail et par Emploi-Québec a augmenté de 89,5 % en quatorze mois, et le nombre de travailleurs en emploi, d'environ 38,5 %, signe d'un intérêt croissant de la part des entreprises pour les subventions aux cours de francisation. On note aussi une croissance de la demande individuelle pour la mesure de formation de la main-d'œuvre proposée par Emploi-Québec. De même, la nouvelle stratégie de communication du ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles a contribué à l'augmentation de 24 % de la clientèle inscrite au programme régulier de cours de français, à temps plein et à temps partiel.

À l'Office québécois de la langue française, le nouveau Programme de soutien aux associations a réussi à mobiliser seize partenaires socioéconomiques autour d'actions concrètes et semble sur le point de donner un nouvel élan à la promotion et à la protection du français auprès des entreprises membres des associations ou dans leur milieu d'affaires respectif. Il en est de même pour le Programme de soutien à la francisation par les technologies de l'information qui a contribué à augmenter la francisation des milieux de travail. Enfin la campagne « Faire des affaires en français », également sous la responsabilité de l'Office, a connu une belle notoriété auprès des citoyens qui ont apprécié le message véhiculé.

Ces différents résultats laissent croire que, dans plusieurs des mesures mises de l'avant, le gouvernement et ses partenaires sont sur la bonne voie.

La Stratégie commune a également permis d'amorcer des mesures prometteuses dont on ne pourra juger les effets qu'à plus long terme, tels les nouveaux cours de français spécialisés ou la promotion de l'ensemble des programmes gouvernementaux touchant la francisation des personnes.

Il faut aussi faire état des nouveaux outils en cours de réalisation, qui devraient produire des résultats : l'enquête du ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles sur les besoins spécifiques des clientèles immigrantes utilisant peu les services de francisation, le test standardisé du ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles et du ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport pour évaluer les apprentissages des cours à temps complet du programme régulier, le guichet unique de l'offre gouvernementale en francisation pour les entreprises et l'harmonisation de l'offre en services de francisation pour les personnes.

La contribution des partenaires

Le financement des différentes mesures de la Stratégie commune est venu principalement du gouvernement du Québec, par l'entremise des budgets de onze ministères et organismes¹⁰.

Il faut toutefois souligner que plusieurs mesures ont exigé une implication financière des entreprises, des associations partenaires et même des individus, pour la réalisation des projets ou pour répondre à la demande de cours de français. Cela explique la difficulté de déterminer le coût global, complet et précis, de la première année de réalisation de la Stratégie commune. De plus, le fait que plusieurs mesures aient

¹⁰ Il s'agit du ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles, d'Emploi-Québec, de l'Office québécois de la langue française, de la Commission des partenaires du marché du travail, du Secrétariat à la politique linguistique, de Revenu Québec, du ministère des Finances, de Services Québec, du Secrétariat à la communication gouvernementale, du ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport et du ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation.

disposé de budgets nationaux (par exemple, une campagne de promotion à l'échelle du Québec, ayant une plus grande visibilité à Montréal, la mise en ligne d'un service de formation accessible à tout le Québec, etc.), ajoute à la complexité de chiffrer le coût de la Stratégie commune. Cependant, pour avoir une idée des sommes publiques consenties, on peut se référer à chacune des mesures présentées dans la deuxième partie du présent rapport.

Enfin, les gens d'affaires et les partenaires socioéconomiques ont été nombreux à collaborer à la mise en œuvre de la Stratégie commune. Mentionnons, en particulier, la Chambre de commerce du Montréal métropolitain qui a assumé des mandats stratégiques, notamment auprès du Comité directeur des orientations et du Comité de suivi des activités ainsi que pour l'élaboration du guichet unique en francisation pour les entreprises.

2 LES PERSPECTIVES

Au terme d'une première année de mise en œuvre de la Stratégie commune pour Montréal 2008-2013, il convient de tracer le bilan de ce qui a été fait, objet du présent rapport, tout en suggérant pour l'avenir quelques nouvelles pistes de réflexion.

Rappelons que la première année de la Stratégie commune a été employée à mettre en place le mécanisme de suivi ainsi que la plupart des mesures annoncées. Les principaux partenaires gouvernementaux de la Stratégie (le ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles, Emploi-Québec, l'Office québécois de la langue française, la Commission des partenaires du marché du travail, etc.) devaient mettre en commun leur offre de services. Il fallait également associer aux travaux des partenaires issus du milieu des affaires et certains autres partenaires socioéconomiques. Ainsi, le projet commun qu'était la Stratégie nécessitait que tous ces partenaires se dotent d'un *modus operandi* pour la concertation, la consultation et la circulation de l'information, car travailler conjointement de façon aussi soutenue était encore assez peu habituel. La poursuite de la mise en œuvre de la Stratégie devrait bénéficier de l'expérience acquise jusqu'à présent.

Les perspectives qui suivent sont des pistes de réflexion qui pourraient, au cours de la prochaine année, mener à la réalisation de projets-pilotes ou se traduire par de nouvelles mesures.

Maintenir la priorité sur les petites entreprises non francisées à Montréal

Le guichet unique en francisation pour les petites entreprises, qui sera mis sur pied prochainement, constituera un outil important pour l'atteinte des objectifs de la Stratégie commune. Ainsi que l'indiquait l'étude déjà citée de l'Office québécois de la langue française¹¹, en 2008, à Montréal, on retrouvait près de 2 400 petites entreprises où le français n'est pas la langue principale de travail. L'équipe responsable du guichet unique tentera de joindre en priorité cette clientèle par une approche et des démarches adaptées, notamment par l'entremise de son site Web, de sa ligne téléphonique et de son équipe terrain.

Sensibiliser les Montréalaises et les Montréalais

Au cours de la prochaine année, des efforts devraient être faits pour sensibiliser les Montréalaises et les Montréalais francophones à l'importance d'exiger de se faire servir en français. Car, si les pressions viennent aussi des clients, les quelques milliers de propriétaires de commerces et de petites entreprises, pour qui la question linguistique n'est pas une priorité, sentiront davantage la nécessité de faire des efforts de francisation. Il faut encourager tous les Québécois à démontrer leur fierté de parler français et de vivre dans un espace public où cette langue commune devient l'instrument de la cohésion sociale. Des campagnes devraient être envisagées afin d'atteindre cet objectif.

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

Franciser les étudiants étrangers non francophones à Montréal

Depuis maintenant quelques années, les étudiants étrangers peuvent travailler à l'extérieur de leur campus. À l'ouest et au centre-ville de Montréal, trois institutions anglophones d'enseignement postsecondaire accueillent annuellement près de 12 000 étudiants provenant de l'étranger, lesquels, pour la grande majorité, parlent anglais, mais ne connaissent pas le français ou le connaissent peu. Cette situation particulière fait qu'une masse non négligeable de personnes non francophones se trouve un emploi à temps partiel dans les nombreux commerces du centre-ville de Montréal. Certains y voient une cause importante du changement linguistique dans les commerces de Montréal. Une analyse pourrait être faite afin de mesurer l'ampleur du phénomène et, le cas échéant, trouver les solutions appropriées.

3 CONCLUSION

Après une première année de mise en œuvre, le bilan indique que les résultats s'avèrent globalement positifs, mais que des efforts soutenus doivent être maintenus. Il ressort aussi que les principaux partenaires sont déterminés à atteindre les objectifs de la Stratégie commune. Un nouveau mode d'intervention concertée a été créé et il servira dorénavant de tremplin à des actions conjointes pointant, avec plus de précision, les cibles visées.

Il sera essentiel, pour maximiser la synergie, que les partenaires gouvernementaux, avec l'appui du milieu des affaires et des partenaires socioéconomiques, conjuguent encore davantage leurs efforts. Leurs stratégies d'intervention visant des clientèles communes devront être développées conjointement, lancées au même moment et converger vers un message unique ou adapté aux clientèles particulières.

Le Rendez-vous des gens d'affaires et des partenaires socioéconomiques a été, en octobre 2008, un appel à la mobilisation. La Stratégie commune d'intervention pour Montréal 2008-2013 a été une réponse quasi immédiate à cet appel. On peut certainement croire que la première année de mise en œuvre de ce plan quinquennal est la preuve tangible qu'une mobilisation conjointe du gouvernement, des milieux d'affaires et des partenaires socioéconomiques en faveur du français est non seulement possible, mais qu'elle peut être étonnamment fructueuse. Voilà donc un bel exemple d'un Québec dynamique.

ANNEXE 1

Les signataires de la Stratégie

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

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

Jean Charest

Premier ministre du Québec

Isabelle Hudon

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

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

Raymond Bachand

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

Christine St-Pierre

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

Les ministres

Marguerite Blais

Ministre responsable des Aînés

Yolande James

Ministre de l'Immigration et des Communautés culturelles

Monique Jérôme-Forget

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

Sam Hamad

Ministre de l'Emploi et de la Solidarité sociale

David Whissel

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

Les représentants des gens d'affaires

Daniel Audet

Premier vice-président du Conseil du patronat du Québec

Michael Banks

Président de la Société de développement commercial du Vieux-Montréal

Andrée Bélanger

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

Pierre Bellerose

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

Gordon Bernstein

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

Guy Hébert

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

Hans Janiak

Président de la Chambre de commerce gaie du Québec

Francine Labelle

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

Gaston Lafleur

Président-directeur général du Conseil québécois du commerce de détail

Daniel L'Africain

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

Jean Lefebvre

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

François Meunier

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

Frédéric Michel

Président de la Jeune chambre de commerce de Montréal

Sylvain Morissette

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

André Poulin

Directeur général de Destination centre-ville

Simon Prévost

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

Nelson Théberge

Président de l'Association des hôteliers du Québec

Jean-Luc Trahan

Président-directeur général des Manufacturiers et exportateurs du Québec

Helen Tyros

Présidente de la Chambre de commerce hellénique du Montréal métropolitain

Danielle Virone

Directrice générale de la Chambre de commerce italienne

Les représentants des partenaires socioéconomiques

Michel Arsenault

Président de la Fédération des travailleurs et travailleuses du Québec

Claudette Carbonneau

Présidente de la Confédération des syndicats nationaux

Diane De Courcy

Présidente de la Commission scolaire de Montréal

André Leclerc

Membre du conseil d'administration de Culture Montréal

René Roy

Secrétaire général de la Fédération des travailleurs et travailleuses du Québec

ANNEXE 2

Les mesures de la Stratégie

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

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

Signification des sigles :

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

ANNEXE 3

Les membres du Comité directeur des orientations

Le président

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

Les ministres

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

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

Les autres membres

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

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

Michael Banks, président et secrétaire de la Société de développement commercial du Vieux-Montréal

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

Pierre Bellerose, vice-président, Relations publiques, recherche et développement du produit de Tourisme Montréal

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

Claudette Carbonneau, présidente de la Confédération des syndicats nationaux

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

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

Diane De Courcy, présidente de la Commission scolaire de Montréal

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

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

Guy Hébert, directeur général de la Chambre de commerce et d'industrie de Saint-Laurent

José Jacome, directeur général par intérim des Manufacturiers et Exportateurs du Québec

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

Francine Labelle, directrice de la Chambre de commerce et d'industrie de l'Est de l'île de Montréal

Gaston Lafleur, président du Conseil québécois du commerce de détail

André Leclerc, membre du conseil de Culture Montréal

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

Caroline Ménard, présidente de la Jeune chambre de commerce de Montréal

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

André Poulin, directeur général de Destination centre-ville

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

Danielle Virone, directrice générale de la Chambre de commerce italienne

ANNEXE 4

La répartition des mesures selon leur état d'avancement

LES MESURES RÉALISÉES, EN VOIE DE RÉALISATION OU QUI SE RÉALISENT EN CONTINU

1. Conclure de nouvelles ententes pour la francisation dans le cadre du programme de francisation des milieux de travail.
2. Mettre en œuvre un nouveau programme de soutien à la promotion des programmes gouvernementaux par les associations issues de communautés culturelles provenant de l'immigration.
3. Favoriser la francisation des milieux de travail par :
 - le nouveau Programme de soutien aux associations pour la promotion du français dans les petites entreprises;
 - le nouveau Programme des associations partenaires pour la francisation des petites entreprises;
 - le nouveau Programme de soutien à la francisation par les technologies de l'information et des communications;
 - la poursuite de l'aide financière aux centrales syndicales pour la francisation.
5. Développer rapidement une offre diversifiée des modes et des lieux de formation en français afin de mieux répondre aux besoins des petites entreprises, par exemple : formations regroupées sur les artères commerciales et dans les centres commerciaux.
6. Mettre en œuvre le cours de français en ligne pour les personnes immigrantes à l'étranger et au Québec.
7. Concevoir de nouveaux cours de français spécialisés dans certains domaines : sciences infirmières, santé, génie, administration, etc.
8. Faire mieux connaître et tirer davantage parti :
 - a. du Programme de développement des compétences en entreprises et du Programme de l'intervention régionale 2008-2009;
 - b. des cours de français en milieu de travail;
 - c. du crédit d'impôt pour la francisation en milieu de travail.
9. Faciliter et soutenir l'apprentissage du français, avant même leur arrivée, des personnes immigrantes sélectionnées par le Québec.
10. Élargir le réseau de partenaires à l'étranger pour offrir davantage de cours de français avant l'arrivée au Québec.
11. Effectuer une enquête pour connaître les besoins spécifiques des clientèles immigrantes qui utilisent peu les services de francisation.
12. Démarrer rapidement l'offre de cours de français de niveaux avancé pour les personnes immigrantes.
13. Ajouter un nouvel outil d'évaluation de la connaissance du français.
14. Favoriser une meilleure intégration au marché du travail par :
 - a. le Programme d'aide à l'intégration des immigrants et des minorités visibles en emploi (PRIIME);
 - b. la mesure de formation de la main-d'œuvre – Volet individus.
16. Établir de nouveaux mérites du français pour les petites entreprises.
17. Ajouter de nouvelles activités dans les petites entreprises dans le cadre de la Francofête.
18. Instaurer un sceau de qualité pour l'accueil en français dans les commerces et entreprises (par exemple, un autocollant à placer dans la vitrine).
19. Renforcer la fierté d'utiliser le français pour une vaste campagne gouvernementale de promotion.
20. Envoyer une communication écrite officielle du gouvernement aux chefs d'entreprise de 11 à 49 employés.
21. Tenir une campagne de promotion « Faire des affaires en français ».
22. Conduire des actions de sensibilisation et d'information ciblées pour l'accueil et les services en français dans les commerces.

23. Mieux faire connaître auprès des travailleurs et de leurs employeurs les dispositions de la Charte de la langue française touchant la langue de travail ainsi que les recours, dont la médiation, afin d'assurer le respect de ses dispositions.
24. Effectuer une promotion active des cours de français et de leur importance pour une intégration réussie.
25. Mener une campagne en français et en d'autres langues pour mieux faire connaître l'ensemble des programmes gouvernementaux touchant la francisation et pour joindre toutes les clientèles potentielles.
26. En concertation avec tous les partenaires, y compris ceux du milieu de l'éducation, création d'ici la fin de 2009 d'un guichet unique (service sur mesure) de l'offre gouvernementale en francisation (formation, nouvelles technologies, processus de francisation, programmes, etc.) pour accompagner et soutenir les entreprises.
27.
 - a. Améliorer l'actuel portail gouvernemental.
 - b. Améliorer l'accès des entreprises aux services d'Emploi-Québec dans la région de Montréal.
 - c. Harmoniser l'offre de service en francisation.
28. Mettre sur pied un Comité directeur des orientations.
29. Mettre sur pied un Comité de suivi des activités.
30. Mettre sur pied un secrétariat pour le Comité directeur des orientations et pour le Comité de suivi des activités.

LES MESURES À REVOIR

4. Élaborer un programme de mentorat avec l'Association des retraités de l'enseignement du Québec pour la formation en français dans les entreprises.
15. Élaborer un programme de parrainage en entreprise visant à jumeler un employé maîtrisant le français avec un employé en apprentissage.

ANNEXE 5

La répartition des mesures selon les champs d'action ciblés

PROMOTION ET SENSIBILISATION

1. Conclure de nouvelles ententes pour la francisation dans le cadre du programme de francisation des milieux de travail.
8. c. Faire mieux connaître et tirer davantage parti du crédit d'impôt pour la francisation en milieu de travail.
16. Établir de nouveaux mérites du français pour les petites entreprises.
17. Ajouter de nouvelles activités dans les petites entreprises dans le cadre de la Francofête.
18. Instaurer un sceau de qualité pour l'accueil en français dans les commerces et entreprises (par exemple, un autocollant à placer dans la vitrine).
19. Renforcer la fierté d'utiliser le français pour une vaste campagne gouvernementale de promotion.
20. Envoyer une communication écrite officielle du gouvernement aux chefs d'entreprise de 11 à 49 employés.
21. Tenir une campagne de promotion « Faire des affaires en français ».
22. Conduire des actions de sensibilisation et d'information ciblées pour l'accueil et les services en français dans les commerces.
23. Mieux faire connaître auprès des travailleurs et de leurs employeurs les dispositions de la Charte de la langue française touchant la langue de travail ainsi que les recours, dont la médiation, afin d'assurer le respect de ses dispositions.
24. Effectuer une promotion active des cours de français et de leur importance pour une intégration réussie.
25. Mener une campagne en français et en d'autres langues pour mieux faire connaître l'ensemble des programmes gouvernementaux touchant la francisation et pour joindre toutes les clientèles potentielles.

FORMATION

2. Mettre en œuvre un nouveau programme de soutien à la promotion des programmes gouvernementaux par les associations issues de communautés culturelles provenant de l'immigration.
5. Développer rapidement une offre diversifiée des modes et des lieux de formation en français afin de mieux répondre aux besoins des petites entreprises, par exemple : formations regroupées sur les artères commerciales et dans les centres commerciaux.
6. Mettre en œuvre le cours de français en ligne pour les personnes immigrantes à l'étranger et au Québec.
7. Concevoir de nouveaux cours de français spécialisés dans certains domaines : sciences infirmières, santé, génie, administration, etc.
8. Faire mieux connaître et tirer davantage parti :
 - a. du Programme de développement des compétences en entreprises et du Programme de l'intervention régionale;
 - b. des cours de français en milieu de travail.
9. Faciliter et soutenir l'apprentissage du français, avant même leur arrivée, des personnes immigrantes sélectionnées par le Québec.
10. Élargir le réseau de partenaires à l'étranger pour offrir davantage de cours de français avant l'arrivée au Québec.
11. Effectuer une enquête pour connaître les besoins spécifiques des clientèles immigrantes qui utilisent peu les services de francisation.
12. Démarrer rapidement l'offre de cours de français de niveaux avancé pour les personnes immigrantes.

13. Ajouter un nouvel outil d'évaluation de la connaissance du français.
14. Favoriser une meilleure intégration au marché du travail par :
 - a. le Programme d'aide à l'intégration des immigrants et des minorités visibles en emploi (PRIIME);
 - b. la mesure de formation de la main-d'œuvre – Volet individus.

ACCOMPAGNEMENT

3. Favoriser la francisation des milieux de travail par :
 - le nouveau Programme de soutien aux associations pour la promotion du français dans les petites entreprises;
 - le nouveau Programme des associations partenaires pour la francisation des petites entreprises;
 - le nouveau Programme de soutien à la francisation par les technologies de l'information et des communications;
 - la poursuite de l'aide financière aux centrales syndicales pour la francisation.
4. Élaborer un programme de mentorat avec l'Association des retraités de l'enseignement du Québec pour la formation en français dans les entreprises.
15. Élaborer un programme de parrainage en entreprise visant à jumeler un employé maîtrisant le français avec un employé en apprentissage.
26. En concertation avec tous les partenaires, y compris ceux du milieu de l'éducation, création d'ici la fin de 2009 d'un guichet unique (service sur mesure) de l'offre gouvernementale en francisation (formation, nouvelles technologies, processus de francisation, programmes, etc.) pour accompagner et soutenir les entreprises.
27. a. Améliorer l'actuel portail gouvernemental;
b. Améliorer l'accès des entreprises aux services d'Emploi-Québec dans la région de Montréal;
c. Harmoniser l'offre de service en francisation.

MÉCANISME DE SUIVI

28. Mettre sur pied un Comité directeur des orientations.
29. Mettre sur pied un Comité de suivi des activités.
30. Mettre sur pied un secrétariat pour le Comité directeur des orientations et pour le Comité de suivi des activités.

ANNEXE 6

La répartition des mesures selon les groupes cibles

MESURES POUR LES EMPLOYEURS

3. Favoriser la francisation des milieux de travail par :
 - le Programme de soutien à la francisation par les technologies de l'information et des communications.
8. Faire mieux connaître et tirer davantage parti :
 - a. du Programme de développement des compétences en entreprises et du Programme de l'intervention régionale;
 - c. du crédit d'impôt pour la francisation en milieu de travail.
14. a. Favoriser une meilleure intégration au marché du travail par le Programme d'aide à l'intégration des immigrants et des minorités visibles en emploi (PRIIME).
16. Établir de nouveaux mérites du français pour les petites entreprises.
17. Ajouter de nouvelles activités dans les petites entreprises dans le cadre de la Francofête.
20. Envoyer une communication écrite officielle du gouvernement aux chefs d'entreprise de 11 à 49 employés.
26. En concertation avec tous les partenaires, y compris ceux du milieu de l'éducation, création d'ici la fin de 2009 d'un guichet unique (service sur mesure) de l'offre gouvernementale en francisation (formation, nouvelles technologies, processus de francisation, programmes, etc.) pour accompagner et soutenir les entreprises.
27. a. Améliorer l'actuel portail gouvernemental;
b. Améliorer l'accès des entreprises aux services d'Emploi-Québec dans la région de Montréal.

MESURES POUR LES PARTENAIRES

1. Conclure de nouvelles ententes pour la francisation dans le cadre du Programme de francisation des milieux de travail.
2. Mettre en œuvre un nouveau programme de soutien à la promotion des programmes gouvernementaux par les associations issues de communautés culturelles provenant de l'immigration.
3. Favoriser la francisation des milieux de travail par :
 - le nouveau Programme de soutien aux associations pour la promotion du français dans les petites entreprises;
 - la poursuite de l'aide financière aux centrales syndicales pour la francisation.

MESURES POUR LES TRAVAILLEURS

4. Élaborer un programme de mentorat avec l'Association des retraités de l'enseignement du Québec pour la formation en français dans les entreprises.
5. Développer rapidement une offre diversifiée des modes et des lieux de formation en français afin de mieux répondre aux besoins des petites entreprises, par exemple : formations regroupées sur les artères commerciales et dans les centres commerciaux.
6. Mettre en œuvre le cours de français en ligne pour les personnes immigrantes à l'étranger et au Québec.
7. Concevoir de nouveaux cours de français spécialisés dans certains domaines : sciences infirmières, santé, génie, administration, etc.
8. b. Faire mieux connaître et tirer davantage parti des cours de français en milieu de travail.
9. Faciliter et soutenir l'apprentissage du français, avant même leur arrivée, des personnes immigrantes sélectionnées par le Québec.
10. Élargir le réseau de partenaires à l'étranger pour offrir davantage de cours de français avant l'arrivée au Québec.

11. Effectuer une enquête pour connaître les besoins spécifiques des clientèles immigrantes qui utilisent peu les services de francisation.
12. Démarrer rapidement l'offre de cours de français de niveaux avancé pour les personnes immigrantes.
13. Ajouter un nouvel outil d'évaluation de la connaissance du français.
14. b. Favoriser une meilleure intégration au marché du travail par la mesure de formation de la main-d'œuvre – Volet individus.
15. Élaborer un programme de parrainage en entreprise visant à jumeler un employé maîtrisant le français avec un employé en apprentissage.
23. Mieux faire connaître auprès des travailleurs et de leurs employeurs les dispositions de la Charte de la langue française touchant la langue de travail ainsi que les recours, dont la médiation, afin d'assurer le respect de ses dispositions.
24. Effectuer une promotion active des cours de français et de leur importance pour une intégration réussie.
25. Mener une campagne en français et en d'autres langues pour mieux faire connaître l'ensemble des programmes gouvernementaux touchant la francisation et pour joindre toutes les clientèles potentielles.
27. c. Harmoniser l'offre de service en francisation.

MESURES POUR LES CITOYENS

18. Instaurer un sceau de qualité pour l'accueil en français dans les commerces et entreprises (par exemple, un autocollant à placer dans la vitrine).
19. Renforcer la fierté d'utiliser le français pour une vaste campagne gouvernementale de promotion.
21. Tenir une campagne de promotion « Faire des affaires en français ».
22. Conduire des actions de sensibilisation et d'information ciblées pour l'accueil et les services en français dans les commerces.