# OUTIL TERMINOLOGIQUE

relatif à l'affichage public

CONCOURS
Le français à l'affiche

*En français,*

faites bonne

**IMPRESSION!**

www.ssjbmauricie.qc.ca

# EN FRANÇAIS, FAITES BONNE IMPRESSION!

## L'affichage contribue à façonner la personnalité de nos rues, de nos quartiers, de nos villages et de nos villes. Il est le miroir de notre identité.

Deuxième ville francophone en Amérique du Nord, Trois-Rivières déploie fièrement son héritage culturel. Gilles Vigneault a dit : « Nous avons habité une langue avant d'habiter un pays. » Pour perpétuer cette vision, faites bonne impression en contribuant vous aussi à l'amélioration du visage linguistique mauricien.

La Charte de la langue française fait du français la langue normale et habituelle du travail, du commerce et des affaires, des communications et de l'enseignement. Nous avons tous à gagner en affichant dans un français de qualité, symbole de fierté de notre marque distinctive en Amérique du Nord.

## Ce que dit la Charte


- **L'affichage public et commercial _____ 5**
- **Nette prédominance du français _____ 5**
- **Les noms d'entreprise _____ 7**


## Règles d'écriture


- **Composition d'un nom d'entreprise ___ 9**
- **Autres particularités_____ 11**
- **Adresse _____ 13**
- **Quelques notions de toponymie _____ 15**
  - Abréviations courantes des termes topographiques _____ 15
  - Abréviations des points cardinaux _____ 15
  - Abréviations des titres honorifiques et de fonctions _____ 15
  - Termes à ne pas abréger_____ 15
- **Heures d'ouverture _____ 19**
- **Prix _____ 21**
- **Anglicismes _____ 21**
  - Anglicismes répandus _____ 23
  - Anglicismes dans les appellations d'emploi_____ 29
  - Expressions et termes courants dans l'affichage public et dans la documentation commerciale _____ 35
- **Féminisation de quelques titres, fonctions et appellations de personnes _____ 59**


## Travailler en français dans le domaine des industries graphiques, c'est possible


- **Outils disponibles pour travailler en français _____ 61**
- **Outils pour aider votre clientèle _____ 63**

VOS FAUTES
VOYAGENT
Poids
Pois lourd

# CE QUE DIT LA CHARTE

## L'AFFICHAGE PUBLIC ET COMMERCIAL

L'affichage public et commercial vise tout message qui s'adresse au public, dans un lieu ouvert au public, que ce soit à l'intérieur ou à l'extérieur d'un établissement, sur un véhicule de transport notamment une remorque, qu'il s'agisse d'une enseigne au néon, d'un écriteau, d'une affiche ou d'un texte temporaire sur un panneau ou dans une vitrine. Un présentoir placé sur le comptoir d'un magasin constitue aussi une forme d'affichage public.

## NETTE PRÉDOMINANCE DU FRANÇAIS

La loi exige la nette prédominance du français dans l'affichage public. Pour y parvenir, il faut que le texte français conserve un impact visuel beaucoup plus important par rapport aux autres messages visibles en même temps. Cela exclut, bien sûr, que le texte français et le texte anglais d'un message quelconque soient présentés exactement de la même façon sur une affiche. Le gouvernement a précisé par règlement les critères permettant d'assurer la nette prédominance, en voici un exemple :

### Affichage sur un même support :

Espace accordé au français au moins deux fois plus grand et caractères en français au moins deux fois plus grands.

### Affichage sur des supports distincts de même dimension :

Supports avec inscriptions en français au moins deux fois plus nombreux et caractères en français au moins aussi grands.

*En général, si vous avez un doute sur la prédominance du français, vous devriez tenir pour acquis que celui-ci n'est pas nettement prédominant.*

Dans certains cas, la loi exige l'exclusivité du français; dans d'autres cas, le français et les autres langues ont une place équivalente; dans d'autres cas encore, il est possible d'employer uniquement une autre langue.

| | |
|---|---|
| • Publicité commerciale d'une entreprise sur des affiches de 16 $m^2$ ou plus, visible du chemin public<br>• Publicité commerciale d'une entreprise sur ou dans tout moyen de transport public et de ses accès, y compris les abribus | **En français exclusivement** |
| • Véhicule servant au transport à la fois au Québec et hors du Québec<br>• Messages concernant la santé ou la sécurité publique<br>• Musée, jardin botanique ou écologique, exposition culturelle ou scientifique (affichage sur les lieux mêmes où ils sont situés)<br>• Manifestation destinée à un public international ou à des participants en majorité de l'extérieur du Québec<br>• Mode d'utilisation d'un appareil installé en permanence dans un lieu public (ex. distributrice) | **En français ou à la fois en français et dans une ou plusieurs autres langues, pourvu que le français soit au moins équivalent** (ex. : même taille de caractères, même espace consacré au contenu) |
| • Produit culturel ou éducatif dont le contenu est dans une autre langue (livre, disque, etc.)<br>• Activité culturelle ou éducative tenue dans une autre langue (spectacle, cours, etc.)<br>• Organe d'information diffusant dans une autre langue<br>• Personne physique communiquant à des fins non professionnelles ou non commerciales<br>• Colloques, congrès, foires ou expositions destinés à un public spécialisé ou restreint (affichage pendant la durée de ces manifestations)<br>• Messages de type religieux, politique, idéologique ou humanitaire sans but lucratif<br>• Appellation d'origine, dénomination d'un produit exotique ou d'une spécialité étrangère, devise non commerciale, patronyme, nom d'un lieu situé hors du Québec ou officialisé par la Commission de toponymie du Québec | **Possibilité d'employer exclusivement une autre langue que le français** |

## LES NOMS D'ENTREPRISE

Le nom d'une entreprise est utilisé par une société ou un individu pour exercer une activité commerciale ou pour se faire connaitre auprès du public. En règle générale, ce nom sert notamment à l'obtention de la personnalité juridique au Québec et il doit être en français pour être immatriculé au registre des entreprises du Québec.

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

La Charte de la langue française permet aussi dans l'affichage public, l'utilisation dans une autre langue que le français d'une marque de commerce reconnue au sens de la Loi sur les marques de commerce. Par contre, elle doit être accompagnée d'un descriptif en français, par exemple *Centre horticole Green Garden*.

Le nom d'entreprise peut par ailleurs être accompagné d'une version dans une autre langue lorsqu'il est utilisé, par exemple, dans des documents, sur des étiquettes ou des imprimés publicitaires, pourvu que le nom français figure de façon au moins aussi évidente. Par contre, une construction pivot du type *Auberge chez Lola Inn* ou *Épicerie Legendre Grocery* n'est pas admise.

# RÈGLES D'ÉCRITURE

## COMPOSITION D'UN NOM D'ENTREPRISE

Un nom d'entreprise est normalement constitué d'un **générique (ou descriptif)** et d'un **spécifique en français** :

### Le générique (ou le descriptif) sert à dénommer l'entreprise pour désigner :

- un lieu de commerce : *atelier, boutique, épicerie;*
- l'activité de l'entreprise : *importation, artisanat, imprimerie;*
- le service offert : *assurance, financement, publicité, location;*
- la profession ou le métier : *comptable, dessinateur, ingénieur, nettoyeur;*
- un produit fini ou semi-fini : *chaussures, matériel informatique, meubles.*

### Le spécifique sert à distinguer une entreprise d'une autre. Il peut s'agir :

- d'expressions tirées d'une autre langue, y compris les marques de commerce;
- de patronymes, c'est-à-dire noms propres de personnes ou de personnages historiques ou mythologiques : *Champlain, Vénus, Grandbois;*
- de prénoms : *Marcel, Louison;*
- de toponymes : *Westmount, Rosemont;*
- de noms communs évocateurs : *magie, fraîcheur;*
- d'expressions, créations, dénominations fantaisistes : *Chez le père Léon, L'huître et la perle;*
- d'une combinaison de syllabes, acronymes : *Économax, AMCO;*
- de combinaisons artificielles de lettres et de chiffres : *XYZ, K3i, A.B.C.;*
- de chiffres : *123, 10/10.*

**Si la partie spécifique est dans une autre langue que le français et que la partie générique est un terme qui a le même sens en français que dans une autre langue, le générique doit être placé en premier :** *Construction Little Beaver* et non *Little Beaver Construction*.

**Si le spécifique est dans une autre langue, il doit être accompagné d'un descriptif en français. Cette règle s'applique aussi quand le spécifique est constitué d'une marque de commerce reconnue dans une autre langue sans qu'il existe une version française de cette marque :** *Importations Quicktrading inc., Animalerie Four paws enr.*

**Le générique ou le descriptif est facultatif, quoique recommandé, si le spécifique est formé d'un nom de famille (patronyme), d'un nom de lieu (toponyme) ou d'une combinaison de lettres, de symboles ou de chiffres :** *Thompson Canada inc.* ou *Gestion Thompson Canada inc., Bistro Dublin, XYZ Canada inc.*

**Le nom d'une profession doit être placé après le nom de ceux qui l'exercent :** *Legendre et Michaud, avocats*. Noter qu'une virgule sépare les éléments et que le générique s'écrit avec une minuscule.

L'indication du statut juridique (*enr., inc., ltée*) doit s'écrire en lettres minuscules, à moins que le nom de l'entreprise soit tout en majuscules. Pour une société en nom collectif ou en commandite, l'appellation peut être en toutes lettres ou sous forme abrégée : *SENC* ou *S.E.N.C.*, *SEC* ou *S.E.C.*

En cas de doute, il est bon de vérifier auprès de l'Office québécois de la langue française si le nom choisi respecte la loi et les règles d'écriture.

Vous pouvez aussi consulter le dépliant publié par l'Office québécois de la langue française intitulé *Les noms d'entreprises*, qui donne des explications supplémentaires et plusieurs exemples utiles.

## AUTRES PARTICULARITÉS

Il est conseillé de ne pas utiliser d'article défini (le, la, les, l').

L'adjectif qualificatif s'accorde en genre et en nombre avec le générique qui le précède.

Les majuscules : En plus des mots qui en prennent normalement seule la première lettre du générique et la première lettre du spécifique sont des majuscules à moins que tout le nom de l'entreprise ne soit en majuscules.
*Épicerie fine Au fin gourmet, Marché d'alimentation Chez Aline, MARCHÉ PUBLIC DU VILLAGE.*

Le mot *compagnie* s'écrit en toutes lettres (exemple : *Compagnie électrique Lalumière* et non *Cie électrique Lalumière*) et ne s'abrège que dans **et C^ie^** ou **& C^ie^** (*Accessoires électriques Lalumière et Cie* ou *Accessoires électriques Lalumière & C^ie^*).

La perluète ou esperluète (**&**) peut être utilisée pour remplacer la conjonction entre des patronymes, des prénoms ou des initiales : *Biron & Chartier, Lise & Marie Biron, L. & M. Biron.* Elle peut aussi être employée avant des expressions comme **& Fils**, **& Associés**, **& Cie**. Elle ne peut en aucun cas remplacer la conjonction entre deux noms communs comme dans *Cadeaux **et** souvenirs*.

3260, Lajoie, suite 101
Ste-Félicité P.Q. G1R 1S4
rue
bureau
Sainte
(Québec)

## ADRESSE

L'adresse doit toujours comporter les mots ***rue, avenue*** ou ***boulevard*** ou autres génériques de voies de communication. Après le nom de la ville, Québec doit être écrit au long, entre parenthèses, l'abréviation QC étant réservée aux usages techniques tels que formulaires, tableaux statistiques, etc.

Précisons que les termes ***chambre*** et ***suite*** appartiennent aux domaines de l'habitation et de l'hôtellerie; les termes ***bureau, porte, local*** ou ***salle*** sont à adopter selon le contexte. De plus, la virgule est nécessaire pour séparer les différents éléments de l'adresse, mais elle ne se place jamais en fin de ligne.

| Forme fautive | Forme correcte |
|---|---|
| *3260 Lajoie - suite 101*<br>*Ste-Félicité, P.Q.*<br>*G1R 1S4* | **3260, rue Lajoie, bureau 101**<br>**Sainte-Félicité (Québec) G1R 1S4** |

Boul. National
Av. Cardinal

# QUELQUES NOTIONS DE TOPONYMIE

Pour obtenir la liste complète des termes topographiques, veuillez consulter le site de la Commission de toponymie[1].

## Abréviations courantes des termes topographiques

Avenue : **Av.**
Boulevard : **Boul.**
Municipalité régionale de comté : **MRC**
Parc historique national : **Parc hist. nat.**
Rang : **Rg**
Site historique : **Site hist.**
Zone d'aménagement et de conservation : **Zac**
Zone d'exploitation contrôlée : **Zec**

## Abréviations des points cardinaux

Nord : **N.**
Nord-est : **N.-E.**
Nord-ouest : **N.-O.**
Sud : **S.**
Sud-est : **S.-E.**
Sud-ouest : **S.-O.**
Est : **E.**
Ouest : **O.**

## Abréviations des titres honorifiques et de fonctions

Cardinal : **Card.**
Chanoine : **Chan.**
Docteur : **Dr** ou **Dr**
Madame : **Mme** ou **Mme**
Maître : **Me**
Monseigneur : **Mgr**
Monsieur : **M.**

## Termes à ne pas abréger

Baie
Fjord
Mont
Place
Ville

*1. www.toponymie.gouv.qc.ca/ct/normes-procedures/terminologie-geographique/liste-termes-geographiques.html*

En règle générale, un toponyme ne s'abrège pas dans le corps d'un texte. Toutefois, les abréviations sont acceptables lorsque l'espace est insuffisant sur des affiches, des panneaux de signalisation, des cartes, dans des tableaux, des index ou des listes. Seule condition : l'abréviation doit demeurer déchiffrable. S'il faut abréger, tenir compte de l'ordre suivant dans le choix des constituants visés :

**1re étape :**
Abréger le générique. Pour ce faire, vous pouvez consulter la liste des termes géographiques et de leurs abréviations, acronymes et sigles correspondants[2].

**2e étape :**
Si l'abréviation du générique n'est pas suffisante, on abrège les constituants du spécifique[3] selon l'ordre d'importance suivant :

- 1. Les mots **Saint, Sainte** et le nom **Notre-Dame**
- 2. Les points cardinaux
- 3. Les termes géographiques (ex. : **Rivière, Ruisseau**)
- 4. Les titres honorifiques ou de fonctions
- 5. Les prénoms composés
- 6. Les nombre ordinaux (ex. : **Premier, Deuxième, Troisième**)

*2. www.toponymie.gouv.qc.ca/ct/references-utiles/glossaire/generique.html*
*3. www.toponymie.gouv.qc.ca/ct/references-utiles/glossaire/specifique.html*

Les exemples suivants illustrent l'application des règles d'abréviation des toponymes. Peu importe la situation, il faut toujours veiller à ce que le toponyme demeure compréhensible.

| Rivière Saint-Jean-Baptiste Ouest | Pont de la Rivière-aux-Pommes |
|---|---|
| • Abréviation du générique :<br>**Riv. Saint-Jean-Baptiste Ouest**<br>• Abréviation du mot Saint :<br>**Riv. St-Jean-Baptiste Ouest**<br>• Abréviation du point cardinal :<br>**Riv. St-Jean-Baptiste O.**<br>• Abréviation du prénom composé :<br>**Riv. St-J.-Baptiste O.** | • Le générique **Pont** ne s'abrège pas.<br>• Abréviation du terme géographique :<br>**Pont de la Riv.-aux-Pommes** |

OUVERT 24 H
jour et nuit

## HEURES D'OUVERTURE

En français, les heures s'écrivent de zéro à vingt-quatre heures. **À proscrire, donc, les mots latins *ante meridiem (a.m)* et *post meridiem (p.m.).*** On utilise les symboles **h, min** et **s** pour abréger les heures, les minutes et les secondes.

| Forme fautive | Forme correcte |
|---|---|
| *3 h p.m. à 0 h 30 a.m., 3 hrs p.m. à 0 H 30 a.m.* | **de 15 heures à minuit et demi, de 15 h à 0 h 30** |
| *3 :30 p.m. à 2 :00 a.m., 3 hrs ½ p.m. à 2 h a.m.* | **de 15 heures 30 à 2 heures, 15 h 30 à 2 h** |
| *1 h 05* | **1 h 5** |
| *2 hres 3 mi 30 sec* | **2 h 3 min 30 s** |
| *Ouvert 24 heures* | **Ouvert jour et nuit** |
| *Sur semaine* | **En semaine** |

## PRIX

L'espace marque la séparation entre les tranches de trois chiffres à partir de la droite : **11 785 $**
La virgule (et non le point) est utilisée pour séparer les dollars des cents.
Le signe de dollar est placé après et non avant le montant : **5,50 $** ou **0,95 $** et non *$5.50* ou *0.95*
Pour exprimer une somme inférieure à un dollar : **85 ¢** ou **0,85 $**

déployons tous les efforts pour
Nous
sommes
dévoués à
répondre
à vos
besoins.

## ANGLICISMES

Les campagnes d'affichage animent la vie urbaine et cherchent désespérément à se démarquer dans notre paysage quotidien. Passer inaperçu serait synonyme d'échec. Humoristiques, intrigantes ou esthétiques, elles visent à capter l'attention, à vous faire rire ou à vous émouvoir tout en faisant passer leur message.

En publicité, l'originalité et la fantaisie ont leur place. La créativité est reine, mais pas à tout prix. Il faut s'abstenir d'utiliser des expressions ou des mots anglais dans le seul but d'attirer l'attention ou de prendre des raccourcis faciles.

Les anglicismes se cachent parfois dans la construction de phrases issues de mauvaises traductions. Prenons, à titre d'exemple, une annonce publiée à grands frais par un prestigieux groupe de concessionnaires :

| Forme fautive | Forme correcte |
|---|---|
| *Nous sommes dévoués à répondre à tous vos besoins.* (Traduction littérale de *We are dedicated to... )* | Nous **déployons tous les efforts pour** répondre à vos besoins. |

La faute a échappé à l'attention du traducteur de l'agence, de son patron, de l'annonceur, de l'imprimeur et, sans doute, d'une partie du public. Toutefois, nous croyons que l'image de l'entreprise a été ternie aux yeux des lecteurs vigilants.

**On ne saurait énumérer ici tous les anglicismes qui peuvent sournoisement se glisser dans le langage courant. Nous nous limiterons à vous présenter un échantillon des plus courants.**

stimuler
BOOSTER
LES VENTES

## Anglicismes répandus[4]

| Terme anglais | Traduction fautive | Forme correcte |
|---|---|---|
| | A | |
| *Ability* | *Habilité* signifie capacité juridique à faire quelque chose. | **Habileté** |
| *Actually* | En français *actuellement* signifie *au moment présent.* | **En fait, en réalité** |
| *Aggressive* | *Agressive* | **Soutenue, énergique** (dans le cas, par exemple, d'une campagne publicitaire) |
| *Alternative* | En français, une *alternative* est constituée de deux solutions éventuelles. | ***Autre possibilité*** |
| *Assume (to)* | En français, *assumer* signifie *s'acquitter d'une tâche* ou *admettre une erreur.* | **Présumer, supposer** |
| | B | |
| *Based, based in* | *Basé* | **Domicilié à, ayant ses quartiers à, ayant son siège social à, sis à** |
| *Based on* | *Basé* sur | **Fondé sur, reposant sur** |
| *Be under the impression (to)* | *Être sous l'impression* | **Avoir l'impression** |

*4. Les données colligées dans ce document peuvent parfois différer des recommandations formulées par l'Office québécois de la langue française (OQLF). Si vous désirez connaître les positions officielles de l'OQLF, veuillez consulter le site : www.oqlf.gouv.qc.ca.*

| Terme anglais | Traduction fautive | Forme correcte |
|---|---|---|
| *Boost the sales (to)* | *Booster* les ventes | **Relancer les ventes, promouvoir, dynamiser, stimuler** |
| *Chance* | *Risque* | **Possibilité, éventualité, occasion, probabilité, hasard** |
| *Consistent* | *Consistant* signifie qui a de la consistance, de la fermeté, en parlant d'un corps ou d'une substance. | **Constant, cohérent** |
| *Conventional* | *Conventionnel* | **Classique, traditionnel** |
| *Contributor* | En français, un *contributeur* est un *collaborateur à une œuvre collective*. | **Rédacteur** (d'une rubrique de journal) |
| *Customs tariff* | *Tarif douanier* | **Droits de douane** |
| *Decade (dix ans)* | *Décade (dix jours)* | **Décennie** (dix ans) |
| *Definitely* | Quand une chose est définitive, cela signifie qu'elle est fixe, déterminée, immuable, comme dans : « *Il se retire définitivement de la course* ». On ne peut donc pas utiliser l'adverbe *définitivement* au sens de certainement : « *Il est définitivement complètement ivre* » puisque, bien sûr, il dégrisera un jour! | **Certainement, absolument, assurément, sans aucun doute** |
| *Delay* | *Délai* | **Retard** |

| Terme anglais | Traduction fautive | Forme correcte |
|---|---|---|
| *Deliver (to)* | Ne pas confondre avec *délivrer (rendre libre, rescaper)*. | **Acheminer, distribuer, fournir, expédier** |
| *Department* | *Département* | **Service** (d'un bureau), **rayon** (d'un magasin) |
| *Digital* | *Digital* | **Numérique** |
| *Dramatic* | *Une hausse dramatique* | **Une hausse spectaculaire** |
| *Expertise* | Une *expertise* est un examen fait par un expert ou une estimation de la valeur, de la qualité d'un objet. Au sens de compétence, *expertise* doit être réservé au domaine technique. | **Savoir-faire, expérience, compétence, talent** |
| *Extension* | *Extension* | (Numéro de) **poste** |
| *Exposure* | *Exposure* ne doit jamais être employé dans le sens de *visibilité*. | **Exposition** (à des radiations, etc.), **mise à nu, mise à découvert** |
| *In charge of* | *En charge de* | **Chargé de, responsable de** |
| *Incidentally* | *Incidemment* | **Soit dit en passant, au fait, à propos** |
| *Initiate (to)* | *Initier (un projet)* | **Entamer, inaugurer, lancer, instaurer** |
| *Make it short (to)* | *Pour faire court* | **Bref, en résumé** |
| *Management* | *Management* | **Administration, gestion, direction** |

| Terme anglais | Traduction fautive | Forme correcte |
|---|---|---|
| | **O** | |
| *Opportunity* | *Opportunité* | **Occasion, possibilité, perspective, chance, aubaine** |
| *Overtime* | *Surtemps, temps supplémentaire* | **Heures supplémentaires** |
| | **P** | |
| *Past due* | *Passé dû* | **Échu, en souffrance** |
| *Patent* | *Patente,* au Québec, désigne une *invention,* un *bidule.* | **Brevet** |
| *Pay attention (to)* | *Payer attention* | **Prêter attention, faire attention** |
| *Proof* | *Preuve* | **Démonstration** |
| | **R** | |
| *Requisition* | *Réquisition* | **Demande d'achat, bon de sortie, bon de magasin, demande d'approvisionnement** |
| *Resume* | En français, *résumé* signifie tout autre chose : *abrégé, condensé, raccourci, sommaire, synopsis.* | **Curriculum vitæ, CV** |
| | **S** | |
| *Sensible* | *Sensible (dont les sensations sont exacerbées, qui est sensible à la douleur, ou aux émotions).* | **Raisonnable** |
| *Several avenues* | *Plusieurs avenues* | **Plusieurs possibilités** |

| Terme anglais | Traduction fautive | Forme correcte |
|---|---|---|
| *Support (to)* | *Supporter* est un anglicisme au sens de *soutenir, appuyer* (une cause, une équipe), *étayer, corroborer* (une preuve, une théorie), *assurer l'après-vente de.* | (1) **Tolérer, endurer, soutenir** (un édifice)<br>(2) **Prendre en charge, reconnaître** (informatique) |
| *Traffic* | *Trafic* | **Circulation** |
| *Transfer* | *Transfert* | (1) **Correspondance** (transports en commun)<br>(2) **Mutation** |
| *Under control* | *Sous contrôle* | **Maîtrisé** |

BARBIER
Coiffeur
pour hommes

## Anglicismes dans les appellations d'emploi[5]

| Terme anglais | Forme correcte |
|---|---|
| *Ajusteur d'assurance* | **Expert d'assurances, expert en assurances, expert en sinistres** |
| *Assistant-chirurgien, assistant-comptable, assistant-mécanicien* | **Aide-chirurgien, aide-comptable, aide-mécanicien** |
| *Assistant-secrétaire* | **Secrétaire adjoint, chef adjoint** |
| *Auditeur* | **Vérificateur, expert-comptable** |
| *Aviseur légal, aviseur technique* | **Conseiller juridique, conseiller technique** |
| *Barbier* | **Coiffeur** (pour hommes) |
| *Coach* | **Entraîneur** |
| *Conférencier invité* | **Conférencier** |
| *Contracteur* | **Entrepreneur** |
| *Développeur* | **Promoteur, lotisseur, aménageur** |
| *Directeur (d'un conseil d'administration)* | **Administrateur** |

*5. Les données colligées dans ce document peuvent parfois différer des recommandations formulées par l'Office québécois de la langue française (OQLF). Si vous désirez connaître les positions officielles de l'OQLF, veuillez consulter le site : www.oqlf.gouv.qc.ca.*

Imprésario
GÉRANT D'ARTISTE

| Terme anglais | Forme correcte |
|---|---|
| *Disc jockey* | **Présentateur** (de disques), **animateur** |
| *Éditeur (d'une publication, d'un journal, etc.)* | **Directeur, rédacteur en chef** (d'une publication, d'un journal, etc.) |
| *Exécutif* | **Directeur, cadre, cadre supérieur** |
| *Gérant d'artiste* | **Imprésario** |
| *Gérant de banque* | **Directeur de banque** |
| *Gérant (de la production, de l'expédition, du personnel)* | **Chef** |
| *Gérant de plancher (d'un grand magasin)* | **Chef d'étage** |
| *Gérant des ventes* | **Directeur des ventes** |
| *Gérant municipal* | **Directeur des services municipaux, chef des services municipaux** |
| *Infirmière licenciée* | **Infirmière autorisée** |
| *Ingénieur (de locomotive)* | **Mécanicien** (de locomotive) |
| *Ingénieur stationnaire* | **Mécanicien de machines fixes** |
| *Machiniste (de machines-outils)* | **Ajusteur** (de machines-outils) |

| Terme anglais | Forme correcte |
|---|---|
| *Modérateur* | **Animateur** |
| *Officier de probation* | **Délégué à la liberté surveillée, agent de probation** |
| *Officier rapporteur* | **Directeur du scrutin** |
| *Pro-maire* | **Maire suppléant** |
| *Représentant des ventes* | **Représentant** (commercial) |
| *Secrétaire exécutif* | **Secrétaire de direction** |
| *Sous-contracteur* | **Sous-traitant, sous-entrepreneur** |
| *Surintendant (de la fabrication, de l'entretien)* | **Chef** (de la fabrication, de l'entretien) |
| *Surintendant (d'un immeuble)* | **Concierge, gérant** (d'un immeuble) |
| *Vice-président exécutif* | **Vice-président directeur** |

**D'autres formes d'anglicismes gagnent en popularité. On devrait y prendre garde :**
L'usage croissant de la forme passive, qui supplante l'actif, régime habituel du français : ***Tous les citoyens ont été informés*** au lieu de : **On a informé tous les citoyens.**

L'utilisation d'une majuscule à tous les composants des appellations d'organismes, d'institutions, d'associations : ***Concours Des Plus Beaux Villages du Québec*** et à des noms communs : ***Que vous Réserve votre Avenir, Le Bénévole de l'Année.*** Certains nomment « majusculite » la tendance à mettre des majuscules partout.

Voiture d'occasion
AUTO USAGÉE
2007
19888

## Expressions et termes courants dans l'affichage public et dans la documentation commerciale[6]

| Forme fautive | Forme correcte |
|---|---|
| *À date* | **À jour** |
| *Admission* | **Entrée** |
| *Ajustable* | **Réglable, adaptable, variable, orientable, modulable** |
| *Agenda* | (1) **Ordre du jour** (d'une réunion)<br>(2) **Programme** |
| *Alteration* | (1) **Remaniement, retouche**<br>(2) **Modification, changement** |
| *Alternative* | **Solution de rechange**<br>En français, *une alternative* implique obligatoirement deux ou plusieurs choix ou options |
| *Application* | **Demande d'emploi** |
| *Appliquer sur (à un poste)* | **Postuler, poser sa candidature** |
| *Appointement* | (1) **Rendez-vous**<br>(2) **Nomination** |

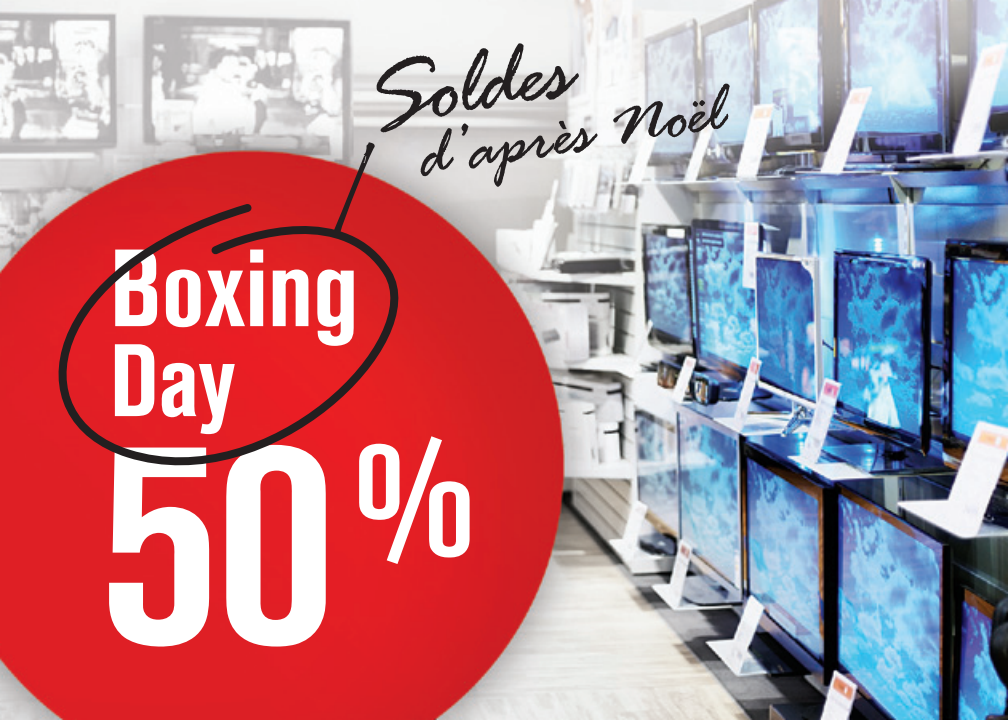
*6. Les données colligées dans ce document peuvent parfois différer des recommandations formulées par l'Office québécois de la langue française (OQLF). Si vous désirez connaître les positions officielles de l'OQLF, veuillez consulter le site : www.oqlf.gouv.qc.ca.*

*Vendredi en folie*

# Black **Friday**

29 novembre

| Forme fautive | Forme correcte |
|---|---|
| *Auto usagée* | **Voiture d'occasion** |
| *Back order* | **Commande en retard, en souffrance** |
| *Balance (d'un compte)* | **Solde** |
| *Black Friday* | Désigne le vendredi qui suit l'Action de grâce aux États-Unis. L'explication la plus répandue attribue le surnom de *Black Friday* au fait que cette journée de grandes aubaines permet souvent aux commerçants de faire passer leurs comptes du rouge au « noir ». L'événement typiquement américain s'est implanté ici, mais, en raison de la connotation négative du mot « noir », nous ne pouvons traduire *Black Friday* par « Vendredi noir ».<br>Formules proposées :<br>**Ruée vers les soldes d'avant Noël**<br>**Vendredi en folie**<br>**Méga solde d'avant Noël** |
| *Blanc de chèque* | **Formule de chèque** |
| *Bon matin (de good morning)* | **Bonjour** |
| *Boni, bonus* | **Prime, gratification, indemnité** |
| *Bookmark* | **Signet, marque-page** |


Soldes
d'après Noël
Boxing
Day
50 %

| Forme fautive | Forme correcte |
|---|---|
| *Boxing Day*<br><br>Le « Jour des Boîtes » était autrefois consacré à la distribution de cadeaux aux plus défavorisés en Grande-Bretagne. L'origine du mot *Boxing Day* viendrait du fait qu'au lendemain de Noël, les domestiques recevaient des présents de leurs employeurs. Aujourd'hui en Grande-Bretagne, la coutume de donner de l'argent ou des cadeaux à ceux qui ont rendu des services tout au long de l'année se poursuit. Rien à voir, donc, avec l'illustration des gros gants de boxe rouges qu'on a souvent vus dans des publicités! | Formules à privilégier :<br>**Soldes de l'Après-Noël, Soldes d'après Noël, Soldes du lendemain de Noël**<br><br>Autres suggestions :<br>**Aubaines d'après Noël, Méga solde d'après Noël, Semaine des soldes d'après Noël, Soldes d'après les Fêtes, Soldes de fin d'année, Soldes de la semaine d'après Noël, Les bonnes affaires de l'Après-Noël, Super soldes d'après Noël**<br><br>Le commerçant pourra aussi faire preuve de créativité comme la boutique Le Yéti avec :<br>**L'abominable vente des neiges.** |
| *Breakeven point* | **Seuil de rentabilité** |
| *Breuvage* | **Boissons** |
| *Bris de contrat* | **Rupture de contrat** |
| *Buanderette* | **Laverie automatique** |
| *Bureau chef* | **Siège social** |

Carte d'affaires
professionnelle

| Forme fautive | Forme correcte |
|---|---|
| *Cancellation, canceller* | **Annulation, annuler** |
| *Carte d'affaires* | **Carte professionnelle** |
| *Cédule* | **Calendrier, horaire, programme, échéancier** |
| *Centre d'achat* | **Centre commercial** |
| *Certificat cadeau* | **Chèque-cadeau** |
| *Chance – Risque*<br><br>*Avoir la chance de*<br>*(dans le cadre d'un concours)* | **Courir la chance de**<br>Le participant **court la chance de** gagner, le gagnant **a la chance de** remporter...<br><br>Il est important de ne pas confondre **prendre une chance** et **prendre un risque** :<br><br>On **prend une chance** de gagner quelque chose si on achète des billets de tirage (positif).<br><br>On **prend le risque** d'avoir un accident si on est trop intrépide ou imprudent (négatif). |
| *Charge additionnelle* | **Supplément** |

50%
On coupe
les prix
rédnit

| Forme fautive | Forme correcte |
|---|---|
| *Charge* (pour un service) | **Frais** |
| *Charger au compte de* | **Porter au compte de, mettre au compte de** |
| *Charger (un article)* | **Facturer** |
| *Checker* | **Regarder, vérifier, surveiller, contrôler** |
| *Ci-bas* | **Ci-dessous** |
| *Ci-haut* | **Ci-dessus** |
| *C.O.D. (cash on delivery)* | **Payable à la livraison** |
| *Collection, perception* | **Recouvrement** |
| *Compagnie de finance* | **Société de financement, société de crédit** |
| *Compléter un formulaire* | **Remplir un formulaire** |
| *Compte passé dû* | **Compte en souffrance** |
| *Condition* | **État** |
| *Convention* | **Congrès** |
| *Couper les prix* | **Réduire les prix** |
| *Coût estimé* | **Coût estimatif, coût approximatif** |

Réservé au personnel
EMPLOYÉS SEULEMENT

| Forme fautive | Forme correcte |
|---|---|
| **D** | |
| *Date due* | **Date d'échéance, échéance** |
| *Date effective* | **Date d'entrée en vigueur** |
| *Débit* | **Point de vente** |
| *Dépôt* | **Acompte** |
| *Discount* | **Rabais, remise** |
| *Dispatcher* | **Répartir, ventiler** |
| *Disposable* | **Jetable** |
| *Distribution* | **Diffusion** (de journaux, de revues) |
| **E** | |
| *Employés seulement* | **Réservé au personnel** |
| *En approbation* | **À l'essai** |
| *En devoir* | **En service** |
| *En inventaire* | **En stock** |
| *Escompte* | **Rabais, réduction, remise** |
| *Estimé gratuit* | **Estimation gratuite, devis gratuit** |

Savoir-faire
RAPIDITÉ • EXPERTISE
FIABILITÉ

| Forme fautive | Forme correcte |
|---|---|
| *Excessivement (au sens de très)* | **Extrêmement, très**<br><br>**Excessivement** signifie **trop,** avec excès, qui sort des limites raisonnables ou permises.<br><br>On peut dire : Il roule **excessivement** vite, mais on ne dira pas : Il chante **excessivement** bien.<br>On remplacera ici excessivement par **extrêmement**. |
| *Exhibition* | **Exposition, présentation** |
| *Expertise* | **Savoir-faire, compétence, expérience professionnelle** |
| *Extra* | **Supplémentaire** |
| *Filière* | **Classeur** |
| *Flyers* | **Tracts publicitaires** |
| *Gas bar* | **Poste d'essence** |
| *Grand total* | **Somme totale, somme globale, total général, total global** |
| *Happy Hour* | **5 à 7** |
| *Heures d'affaires* | **Heures d'ouverture** |
| *Hot-dog stimé, steamé* | **Hot-dog vapeur** |

F

G

H

LOUNGE
Bar-salon

| Forme fautive | Forme correcte |
|---|---|
| **I** | |
| *Impacter* | **Influencer** |
| *Item* | **Article** |
| **J** | |
| *Jusqu'à date* | **À ce jour** |
| **L** | |
| *Leader* | **Principal dirigeant, numéro 1, patron, chef, chef de file, guide, figure de proue, meneur** (selon le cas) |
| *Licence* | **Permis** |
| *Licence complète* | **Bière, vin et spiritueux** |
| *Liqueur, liqueur douce* | **Boisson gazeuse** |
| *Lounge* | **Bar-salon, bar, salon-bar** |
| **M** | |
| *Magasin de sport* | **Magasin d'articles de sport** |
| *Manager* | **Directeur, gestionnaire, gérant** (selon le cas) |
| *Marketing* | **Marketing, promotion des ventes** |
| *Maturer* | **Mûrir** |
| *Mémo* | **Note** |
| *Mixture* | **Mélange** |

Nouveau propriétaire
Brasserie
Nouvelle administration

| Forme fautive | Forme correcte |
|---|---|
| *Modèle régulier* | **Modèle courant** |
| *Modèle conventionnel* | **Modèle classique** |
| *Niche* | **Créneau** (commercial) |
| *N° de client* | **N° de commande du client** |
| *N° de folio* | **Folio** |
| *N° de vente* | **N° de facture** |
| *Nouvelle administration* | **Nouveau propriétaire** |
| *Pad, memo pad, note pad* | **Bloc-notes** |
| *Pamphlet publicitaire* | **Dépliant, brochure publicitaire, prospectus** |
| *Parking* | **Stationnement** |
| *Partir un commerce* | **Ouvrir, lancer, fonder un commerce** |
| *Pas d'admission* | **Entrée interdite** |
| *Pas d'admission sans affaire* | **Interdit au public, défense d'entrer sans autorisation** |
| *Payable sur livraison* | **Payable à la livraison** |
| *Payable sur réception de la facture* | **Payable à la réception de la facture** |

Accueil
RÉCEPTION

| Forme fautive | Forme correcte |
|---|---|
| *Personnel clérical* | **Personnel de bureau** |
| *Pick up* | **Camionnette** |
| *Placer une commande* | **Passer une commande** |
| *Plan d'assurance, de retraite* | **Régime d'assurance, de retraite** |
| *Position, titre d'emploi* | **Fonction** |
| *Poster* | **Affiche** |
| *Prescription* | **Ordonnance** (du médecin) |
| *Prix de liste* | **Prix courant** |
| *Prix par, prix unité* | **Prix unitaire, prix à l'unité** |
| *Quotation* | **Devis, cotation** |
| *Rapporter* | **Signaler** |
| *Rebalancer* | **Rééquilibrer** |
| *Réception* | **Accueil** |

| Forme fautive | Forme correcte |
|---|---|
| *Réquisition* | **Demande d'achat, bon de sortie, bon de magasin, demande d'approvisionnement** |
| *Réouvrir* | **Rouvrir**<br>On parle cependant de la **réouverture** de quelque chose. |
| *Salle de montre, show room* | **Salle d'exposition** |
| *Séniorité* | **Ancienneté** |
| *Service légal* | **Service juridique** |
| *Short (de marchandise)* | **En rupture de stock, manquant** |
| *Slip de livraison* | **Bordereau de livraison** |
| *Small, médium, large* | **Petit, moyen, grand** |
| *Spécial* | **Rabais, solde** |
| *Spécial du jour (restauration)* | **Menu du jour, plat du jour** |
| *Spéciaux* | **Articles-réclames, rabais, soldes** |
| *Shopping* | **Achats, magasinage, faire les boutiques** |
| *Show* | **Spectacle, concert, représentation, récital** |
| *Sous-total, total partiel* | **Somme partielle** |

| Forme fautive | Forme correcte |
|---|---|
| *Staff* | **Personnel en fonction** |
| *Sticker* | **Autocollant, étiquette** |
| *Tape* | **Bande, cassette** |
| *Taxe de vente* | **Taxe sur les ventes** |
| *Taxe en sus* | **Taxe à l'achat** |
| *Terme de livraison* | **Délai de livraison, délai** |
| *Termes (de paiement, de vente)* | **Conditions, modalités** (de paiement, de vente) |
| *Termes et conditions* | **Conditions générales** |
| *Tip-top* | **Parfait, impeccable, le nec plus ultra** |
| *Top* | **Sommet, faîte, comble, summum, apogée** |
| *Un chèque au montant de* | **Un chèque de** |
| *Une courtoisie de* | **Un hommage de, offert par** |
| *Une lettre à l'effet que...* | **Une lettre selon laquelle...** |
| *Up-to-date* | **À jour** |

On demande une
VENDEUSE
DEMANDÉE

| Forme fautive | Forme correcte |
|---|---|
| *Vanette* | **Fourgonnette** |
| *Vendeuse demandée* | **On demande une vendeuse** |
| *Vente* | **Solde, vente au rabais, vente-réclame** |
| *Versatile (1)* | **Polyvalent** (pour une personne)<br>En français, **versatile** signifie plutôt **inconstant, changeant**. |
| *Versatile (2)* | **Polyvalent, multi-usages** (pour un appareil, un outil) |
| *Versatilité* | **Polyvalence, facilité d'adaptation, souplesse d'utilisation** (dans le cas d'un outil ou d'un instrument) |
| *Venez nous visiter* | **Venez nous voir** |
| *Via* | **Mode d'expédition**<br>**Via** est un anglicisme sauf quand il signifie **en passant par** (une ville, un pays). |
| *Vidanges* | **Ordures** |
| *Voiturier* | **Transporteur** |
| *Voucher* | **Reçu** |
| *Wagon* | **Chariot, fourgon**<br>***Wagon*** n'est utilisé que dans le domaine des chemins de fer. |

- Banquière
- Boulangère
- Plombière
- Pompière

## FÉMINISATION DE QUELQUES TITRES, FONCTIONS ET APPELLATIONS DE PERSONNES

### Appellations se terminant en *euse*

Assureuse (assureure est aussi accepté), chercheuse, vendeuse, entrepreneuse (entrepreneure est aussi accepté), programmeuse.

### Appellations se terminant en eure

Auteure, docteure, ingénieure, procureure, professeure.

### Appellations se terminant en *ère* ou en *ière*

Banquière, boulangère, huissière, plombière, pompière.

### Appellations se terminant en *trice*

Factrice, instructrice, navigatrice, promotrice, rédactrice.

### Appellations obtenues par l'ajout de la lettre *E* à la forme masculine

Agente, consule, députée, jurée, soldate.

### Appellations obtenues en doublant la consonne finale de la forme masculine et en ajoutant la lettre *E*

Chiropraticienne, mécanicienne, officielle, zootechnicienne.

### Appellations qui gardent la même forme au féminin qu'au masculin

Arbitre, chef, garde, journaliste, poète.

### Autres

Au féminin ***préfet*** devient ***préfète,*** et ***usager*** devient ***usagère,*** donc en plus de l'ajout du ***E*** final, ne pas oublier **l'accent grave**.

Pour en savoir davantage, vous pouvez consulter la *Banque de dépannage linguistique* de l'Office la langue française dans le site : www.oqlf.gouv.qc.ca.

Ai
Ps
Id

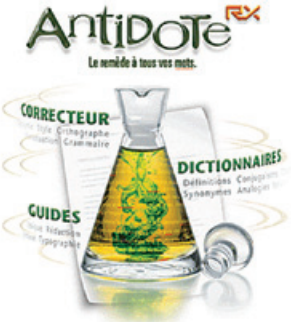
# TRAVAILLER EN FRANÇAIS DANS LE DOMAINE DES INDUSTRIES GRAPHIQUES, C'EST POSSIBLE

À la demande de l'OQLF, une étude a été menée par l'Institut des communications graphiques du Québec (ICGQ) portant sur la viabilité de la chaîne graphique en français ainsi que sur la compatibilité interlangue entre les versions française et anglaise des logiciels les plus utilisés dans le domaine des industries graphiques. L'étude en est venue à la conclusion que la chaîne graphique en français est non seulement possible mais tout à fait viable.

## OUTILS DISPONIBLES POUR TRAVAILLER EN FRANÇAIS

**Logiciels de prépresse :**
Photoshop, Illustrator, In Design, Acrobat, Acrobat Distiller, QuarkXPress

**Systèmes de prépresse :**
PrePageIt (Polkadots), Scope (Esko Graphics)


Antidote RX
Le remède à tous vos mots.
CORRECTEUR
DICTIONNAIRES
GUIDES

GDT
Le grand dictionnaire terminologique

LE PETIT GUTENBERG
V3.0

## OUTILS POUR AIDER LA CLIENTÈLE

### Le grand dictionnaire terminologique (GDT)

Accédez à plus de deux millions de termes techniques français et anglais
www.oqlf.gouv.qc.ca

### Antidote

Logiciel d'aide à la rédaction du français, ce puissant correcteur de nouvelle génération réunit douze grands dictionnaires et onze guides linguistiques.

### Publications

*Le français au bureau* (prix : 36,95 $)

*Multidictionnaire de langue française.* Éditions Québec Amérique (prix : 54,95 $)

*Le petit Gutenberg.* Comité sectoriel de main-d'œuvre des communications graphiques du Québec.
(Gratuit en ligne : communicationsgraphiques.org/wp-content/uploads/2012/09/Gutenberg-POURSITE.pdf)

Cet outil terminologique a été réalisé grâce à une contribution financière
de l'Office québécois de la langue française.

## DES COLLABORATEURS IMPRESSIONNANTS!

Le Nouvelliste

**Ont également collaboré : Éditions Québec Amérique et Librairie Clément Morin.**

La SSJB de la Mauricie remercie ses précieuses collaboratrices, mesdames Céline Béliveau à la recherche et Marie-Andrée Denis, traductrice agréée, à la révision.

## UNE INITIATIVE DE LA

Pour la version électronique de cet outil terminologique, consultez le site de la SSJB de la Mauricie :
**www.ssjbmauricie.qc.ca.**

MEDIAVOX.COM - JANVIER 2013