

Québec français



Campagne de francisation

Aurélien Boivin

Numéro 162, été 2011

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/64279ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Les Publications Québec français

ISSN

0316-2052 (imprimé)

1923-5119 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer ce document

Boivin, A. (2011). Campagne de francisation. *Québec français*, (162), 1–1.

Directeur Aurélien Boivin

Littérature, langue et société / Rédactrices
en chef Isabelle L'Italien-Savard, Geneviève Ouellet

Équipe de rédaction et comité de lecture
Aurélien Boivin, Chantale Gingras, Steve Laflamme,
Isabelle L'Italien-Savard, Geneviève Ouellet

Didactique / Rédacteurs en chef
Réal Bergeron, Monique Noël-Gaudreault

Équipe de rédaction et comité de lecture
Marie-Christine Beaudry, Réal Bergeron,
Martine Brunet, Audrey Cantin, Marlyse Lévesque,
Monique Noël-Gaudreault, Raphaël Riente

Collaborateurs au numéro 162
Marie-Andrée Bergeron, André Berthiaume, Mylène
Bédard, Ginette Bernatchez, Suzelle Blais, Emmanuel
Bouchard, Monique Brodeur, Nathalie Chapleau,
Julie Côté, Pauline Dubé, Marie Dupin de Saint-
André, Marie-Andrée Gill, Hans-Jürgen Greif, Martin
Hébert, Elsa Houde, Fanny Jasmin, Line Laplante,
Natalie Lavoie, Jean-François Leblanc, Michèle Leduc,
Denys Lelièvre, Martin Lépine, Jean-Yves Lévesque,
Megan Lukaniec, Jessy Marin, Krasimira Marinova,
Mélicha Mollen Dupuis, Isabelle Montésinos-Gelet,
Marie-France Morin, Manon Nolin, Martine Peters,
Manon Potvin, Chantal Pratte, Nathalie Prévost,
David Rancourt, Josée Rochefort, Nadia Royer,
Cassandra Sioui, David Sioui, Daniel Sioui, Jean Sioui,
Marie-Laurence Trépanier, Francine Veilleux.

Préparation des manuscrits
Didactique : Aurélien Boivin, Monique-Noël
Gaudreault / Littérature : Isabelle L'Italien-Savard

Design graphique Chantal Gaudreault

Couverture Photographie de Jonathan Houle,
Arrêt / Seten, 2010

Impression J. B. Deschamps inc.

La revue *Québec français* est publiée par
Les Publications Québec français et paraît quatre
fois par an (automne, hiver, printemps, été).

Les collaborateurs et collaboratrices sont seul-e-s
responsables du contenu de leurs textes.

La revue *Québec français* est membre de la
Société de développement des périodiques culturels
québécois (SODEP) (www.sodep.qc.ca)

Recherche publicitaire
Steve Laflamme, Aurélien Boivin

Distribution Diffusée en kiosque par les Messageries
de presse internationale, une division de Hachette
Distribution Services (Canada) inc., 8155, rue Larrey,
Anjou (Québec) H1J 2L5 Tél. : 514 355-5674
Télécop. : 514 355-5676. Indexée dans *Point de repère*
Édition numérique : www.erudit.org

La revue a été fondée en 1970, sous la forme
d'un tabloïd, devenu revue en 1974.

Dépôt légal Bibliothèque et Archives nationales
du Québec, Bibliothèque nationale du Canada.

ISSN 0316-2052

La revue *Québec français* reçoit une subvention
discrétionnaire de la ministre de la Culture et
des Communications, responsable de l'application
de la Charte de la langue française, et une autre du
ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport.

Adresse postale C. P. 9185 Québec
(Québec) Canada G1V 4B1

Secrétariat Céline Bellerose
2095, rue Frank-Carrel, bureau 212, Québec

Tél. : 418-527-0809 Télécop. : 418-527-4765

revue@revuequebecfrancais.ca
www.revuequebecfrancais.ca

Nous reconnaissons l'aide financière du
gouvernement du Canada par l'entremise du
Fonds du Canada pour les périodiques
(FCP) pour nos activités d'édition.



Campagne de francisation

Ici on gagne à parler français, tel est le slogan adopté Madame Kathleen Weil, la ministre de l'Immigration et des Communautés culturelles, de même que par Madame Christine St-Pierre, titulaire du ministère de la Culture des Communications et de la Condition féminine, en même temps que responsable de l'application de la Loi 101, pour inciter les entrepreneurs et les commerçants desservant les communautés culturelles de la grande région de Montréal de faire du français la langue de communication auprès de leur clientèle. Des « agents spéciaux », issus de ces mêmes communautés, seront mandatés, à même un budget de 300 000 \$, pour visiter les commerces et les entreprises afin de sensibiliser leurs propriétaires aux avantages liés à l'usage du français auprès la population qu'ils desservent. Au nombre de ces avantages, il faut penser, entre autres, à une possible augmentation de leur part de marché auprès d'une clientèle francophone et une réussite commerciale presque assurée.

Il faut certes se réjouir d'une telle campagne de promotion en faveur du français, surtout à Montréal. Mais les partisans du fait français au Québec sont restés une fois de plus sur leur appétit. D'abord, il aurait fallu, pour que cette campagne soit efficace, couvrir plus que trois quartiers de la Métropole, soit les arrondissements Saint-Laurent et Côte-des-Neiges, de même que le quartier chinois, où l'on compte, il est vrai, une forte proportion d'immigrants. Pourquoi pas aussi le West Island ? Pourquoi pas d'autres régions du Québec, comme le souhaitait le président d'Impératif français, Jean-Paul Perreault, qui, dès 2008, avait demandé à la ministre responsable de l'application de la Loi 101 un engagement formel de son ministère à défendre et à soutenir une campagne en faveur de l'usage du français dans les commerces devant la difficulté des gens de la région de l'Outaouais d'être servis dans la langue de Molière ?

Il est à se demander si on ne jette tout simplement pas de l'argent par les fenêtres ! À mon avis, il aurait mieux valu intervenir pour forcer les entrepreneurs et les commerçants, qui comptent majoritairement dans leurs entreprises moins de 50 employés, à respecter la Loi 101, quitte à modifier un article de cette loi en abaissant de 50 à 5, par exemple, l'obligation de la maîtrise du français. Voilà, à mon sens, qui aurait témoigné « de la détermination gouvernementale à consolider l'utilisation de la langue française partout au Québec, et particulièrement à Montréal », le cœur du Québec, où les francophones sont devenus minoritaires, ce qui n'est pas sans en alarmer plus d'un. Il faut ajouter à cette campagne des actions plus concrètes, plus soutenues que des visites, plus convaincantes aussi pour assurer la survie du fait français à Montréal et, partant, au Québec, où le français recule. Je veux bien qu'on privilégie, comme le font les deux ministres, la patience et l'ouverture, au lieu d'opter pour le respect intégral de la Loi 101. C'est à suivre. □

Aurélien Boivin