

Quelles sont mes obligations en vertu du projet de loi 96 et de la Charte de la langue française?



Nouvelle exigence en vertu du projet de loi 96 (loi 14)

Si vous avez moins de 25 employé.es, vous devez :

- offrir un service à la clientèle en français. **1**
- vous assurer que toutes les communications et la documentation externes sont en français.
- vous assurer que votre site Web est en français, y compris tous les éléments transactionnels.
- vous assurer que les informations sur les produits et les étiquettes sont en français. **2**
- vous assurer que tous les documents juridiques sont en français, en particulier les contrats.
- vous assurer que toute signalisation extérieure est en français (à l'exception des marques déposées).

Si vous avez entre 25 et 49 employé.es, vous devez :

- offrir un service à la clientèle en français. **1**
- vous assurer que toutes les communications et la documentation externes sont en français.
- vous assurer que votre site Web est en français, y compris tous les éléments transactionnels.
- vous assurer que les informations sur les produits et les étiquettes sont en français. **2**
- vous assurer que tous les documents juridiques sont en français, en particulier les contrats.
- vous assurer que toute signalisation extérieure est en français (à l'exception des marques déposées).

Si vous avez entre 50 et 99 employé.es, vous devez :

- offrir un service à la clientèle en français. **1**
- vous assurer que toutes les communications et la documentation externes sont en français.
- vous assurer que votre site Web est en français, y compris tous les éléments transactionnels.
- vous assurer que les informations sur les produits et les étiquettes sont en français. **2**
- vous assurer que tous les documents juridiques sont en français, en particulier les contrats.
- vous assurer que toute signalisation extérieure est en français (à l'exception des marques déposées).

Si vous avez plus de 100 employé.es, vous devez :

- offrir un service à la clientèle en français. **1**
- vous assurer que toutes les communications et la documentation externes sont en français.
- vous assurer que votre site Web est en français, y compris tous les éléments transactionnels.
- vous assurer que les informations sur les produits et les étiquettes sont en français. **2**
- vous assurer que tous les documents juridiques sont en français, en particulier les contrats.
- vous assurer que toute signalisation extérieure est en français (à l'exception des marques déposées).

Si vous avez plus de 100 employé.es, vous devez :

- offrir un service à la clientèle en français. **1**
- vous assurer que toutes les communications et la documentation externes sont en français.
- vous assurer que votre site Web est en français, y compris tous les éléments transactionnels.
- vous assurer que les informations sur les produits et les étiquettes sont en français. **2**
- vous assurer que tous les documents juridiques sont en français, en particulier les contrats.

- traduire les marques de commerce en français, à moins qu'elles ne soient enregistrées au Canada en vertu de la Loi sur les marques de commerce.
- inclure une formulation en français nettement prédominante à côté de toute marque qui ne serait pas en français sur l'affichage extérieur. **3**

- traduire les marques de commerce en français, à moins qu'elles ne soient enregistrées au Canada en vertu de la Loi sur les marques de commerce.
- inclure une formulation en français nettement prédominante à côté de toute marque qui ne serait pas en français sur l'affichage extérieur. **3**

- traduire les marques de commerce en français, à moins qu'elles ne soient enregistrées au Canada en vertu de la Loi sur les marques de commerce.
- inclure une formulation en français nettement prédominante à côté de toute marque qui ne serait pas en français sur l'affichage extérieur. **3**

- traduire les marques de commerce en français, à moins qu'elles ne soient enregistrées au Canada en vertu de la Loi sur les marques de commerce.
- inclure une formulation en français nettement prédominante à côté de toute marque qui ne serait pas en français sur l'affichage extérieur. **3**

- vous assurer que le français est nettement prédominant sur tout affichage interne multilingue.

- vous assurer que le français est nettement prédominant sur tout affichage interne multilingue.

- obtenir et tenir à jour un certificat de francisation.

- vous assurer que toutes les communications destinées aux employés et que la documentation les concernant sont en français. **4**

- vous assurer que tous les aspects de l'environnement de travail sont en français, y compris les outils informatiques et les réunions. **5 6**

- vous assurer que le français est nettement prédominant sur tout affichage interne multilingue.

- obtenir et tenir à jour un certificat de francisation.

- vous assurer que toutes les communications destinées aux employés et que la documentation les concernant sont en français. **4**

- vous assurer que tous les aspects de l'environnement de travail sont en français, y compris les outils informatiques et les réunions. **5 6**

- vous assurer que le français est nettement prédominant sur tout affichage interne multilingue.

- obtenir et tenir à jour un certificat de francisation.

- vous assurer que toutes les communications destinées aux employés et que la documentation les concernant sont en français. **4**

- vous assurer que tous les aspects de l'environnement de travail sont en français, y compris les outils informatiques et les réunions. **5 6**
- mettre sur pied un comité de francisation.

Tout le contenu et les services peuvent également être fournis dans d'autres langues, à condition que la version en français soit au moins accessible de la même manière.

1 Le service à la clientèle et les communications peuvent être fournis exclusivement dans une langue autre que le français, sans traduction française, seulement à la demande du client.

2 Toute inscription sur les contenants, récipients, emballages, étiquetages et documents d'accompagnement des produits, y compris les mentions descriptives ou génériques faisant partie des marques de commerce qui ne sont pas en français, doit être en français. La taille des caractères du texte en français doit être au moins égale à celle des caractères de toute autre langue.

3 Le texte en français sur l'affichage extérieur peut être descriptif, générique ou un slogan. Il doit être prédominant de façon marquée, c'est-à-dire doubler la taille ou la visibilité de tout texte autre que le français, y compris les marques déposées.

4 Les documents destinés aux employé.es peuvent être fournis exclusivement dans une langue autre que le français, sans traduction française, uniquement à la demande de l'employé.e.

5 Les outils informatiques doivent être fournis en français par défaut si une telle version existe. L'outil peut également être fourni dans une autre langue à la demande de l'employé.e, à condition que la généralisation de l'usage du français soit maintenue.

6 Les réunions auxquelles participent exclusivement des personnes basées au Québec doivent être tenues en français. D'autres langues peuvent être utilisées en fonction des participant.es, à condition que toute personne qui souhaite utiliser le français puisse le faire.

rws.com/bill-96

À propos de RWS

RWS Holdings plc est un fournisseur et chef de file offrant des services linguistiques, de gestion de contenu et de propriété intellectuelle axés sur la technologie à l'échelle mondiale. Grâce à la transformation de contenu et à l'analyse de données multilingues, notre combinaison de technologie basée sur l'IA et d'expertise humaine permet de garantir la croissance de nos clients en s'assurant qu'ils sont compris partout, peu importe la langue.

Notre objectif est de favoriser la compréhension globale. En combinant la compréhension culturelle, la compréhension du client et la compréhension technique, nos services et notre technologie aident nos clients à acquérir et à garder leurs clients, à offrir des expériences utilisateur engageantes, à maintenir la conformité et à obtenir des renseignements exploitables relativement à leurs données et leur contenu.

Au cours des 20 dernières années, nous avons développé nos propres solutions d'IA et aidé nos clients à explorer, construire et utiliser des applications d'IA multilingues. Avec plus de 45 brevets dans le domaine de l'IA et plus de 100 articles évalués par des pairs, nous disposons de l'expérience et de l'expertise nécessaires pour accompagner nos clients dans leur quête de l'IA.

Nous travaillons avec plus de 80 % des 100 bannières les plus populaires au monde, plus des trois quarts des 20 « entreprises les plus admirées » du magazine Fortune et la quasi-totalité des sociétés pharmaceutiques, banques d'investissement, cabinets d'avocats et sociétés de dépôt de demandes de brevet de renommée internationale. Notre clientèle couvre l'Europe, l'Asie-Pacifique, l'Afrique ainsi que l'Amérique du Nord et du Sud. Plus de 60 établissements répartis partout dans le monde sur les cinq continents servent des clients dans les secteurs automobile, chimique, financier, juridique, médical, pharmaceutique, technologique et des télécommunications.

Fondée en 1958, RWS a son siège au Royaume-Uni et est cotée sur l'AIM, le marché réglementé de la Bourse de Londres (RWS.L). Pour obtenir de plus amples renseignements, visitez le site www.rws.com

© 2025 tous droits réservés. L'information contenue dans le présent document est jugée confidentielle et l'information exclusive du RWS Group*. * RWS Group désigne RWS Holdings plc pour et au nom de ses sociétés affiliées et filiales.