

PLAN
STRATÉGIQUE
2018 - 2023



OFFICE QUÉBÉCOIS
DE LA LANGUE FRANÇAISE
ET COMMISSION DE TOPONYMIE

Le contenu de cette publication a été produit par la Direction de la recherche, de l'évaluation et de la vérification interne avec la participation de toutes les directions de l'Office québécois de la langue française et de la Commission de toponymie.

Pour de plus amples renseignements, veuillez vous adresser à :

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

Téléphone : 514 873-6565
Sans frais : 1 888 873-6202
Télécopieur : 514 864-0933

Site Web : www.oqlf.gouv.qc.ca
Courriel : info@oqlf.gouv.qc.ca

Il est possible de consulter ce plan dans le site Web de l'Office.

Dépôt légal – 2018
Bibliothèque et Archives nationales du Québec
Bibliothèque et Archives Canada

ISBN version imprimée : 978-2-550-81538-9
ISBN version électronique : 978-2-550-81539-6

© Gouvernement du Québec, 2018

La reproduction totale ou partielle de ce document est autorisée à la condition que la source soit mentionnée.



P L A N
STRATÉGIQUE
2018 - 2023

OFFICE QUÉBÉCOIS
DE LA LANGUE FRANÇAISE
ET COMMISSION DE TOPONYMIE

MESSAGE DE LA MINISTRE



À titre de ministre responsable de la Protection et de la Promotion de la langue française, j'ai le plaisir de vous présenter le Plan stratégique 2018-2023 de l'Office québécois de la langue française et de la Commission de toponymie.

Produit conformément aux exigences de la *Loi sur l'administration publique*, ce document expose la mission, la vision et les orientations de l'Office et de la Commission ainsi que les objectifs qu'ils s'engagent à atteindre au cours des cinq prochaines années.

Le contenu de ce plan démontre que l'Office est bien ancré dans une société en constante évolution et que, à ce titre, il se veut de plus en plus performant pour continuer à assurer la vitalité et la qualité du français dans les milieux de travail et l'espace public québécois.

D'ailleurs, je me réjouis de constater que ce nouveau plan stratégique fait une large place à la promotion de la langue française. En effet, les actions qui seront réalisées et les mesures qui seront adoptées dans le cadre de ce plan contribueront grandement aux orientations gouvernementales en matière de langue française qui sont portées notamment par la Stratégie partenariale de promotion et de valorisation de la langue française 2016-2021 – *Le français, notre affaire!*

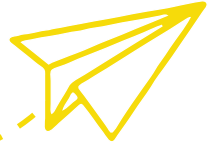
En terminant, je tiens à remercier l'ensemble du personnel de l'Office et de la Commission pour son professionnalisme, son dynamisme ainsi que son engagement constant à travailler à une plus grande cohésion sociale au Québec par la protection et la promotion de la langue française.

La ministre de la Culture et des Communications
et ministre responsable de la Protection
et de la Promotion de la langue française,

Marie Montpetit

Pendant la durée du plan stratégique, nous travaillerons activement à promouvoir la langue française en tant que richesse de la société québécoise et à accroître le sentiment de fierté associé à sa connaissance et à son utilisation.

MESSAGE DU PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL



C'est avec beaucoup de satisfaction que je vous présente le Plan stratégique 2018-2023 de l'Office québécois de la langue française et de la Commission de toponymie.

Tout en soulignant l'importance de continuer d'agir auprès de l'Administration, des entreprises et des organismes pour que le français soit la langue normale et habituelle de leurs activités, ce nouveau plan quinquennal prend appui sur des enjeux importants, dont celui de faire du français un facteur déterminant de la cohésion sociale au Québec. Ainsi, pendant la durée du plan stratégique, nous travaillerons activement à promouvoir la langue française en tant que richesse de la société québécoise et à accroître le sentiment de fierté associé à sa connaissance et à son utilisation.

Ce plan stratégique témoigne de l'importance accordée aux besoins exprimés par les différentes clientèles de l'Office et de la Commission. Nous allons ainsi bonifier l'offre de certains produits et services (davantage de nouveaux termes dans *Le grand dictionnaire terminologique* et de vocabulaires électroniques ainsi que de nouveaux examens de français offerts aux candidates et candidats aux ordres professionnels). Nous prévoyons aussi augmenter le niveau de satisfaction globale de nos clientèles envers nos services. Nous réaliserons un sondage dès la première année d'application du plan et nous élaborerons, puis mettrons en œuvre une stratégie visant l'amélioration de nos services.

Ce plan stratégique rend compte également des enjeux, des orientations et des objectifs des cinq prochaines années de la Commission de toponymie, qui est intégrée administrativement à l'Office. Ainsi, la Commission veillera à ce que les toponymes soient témoins de l'évolution de la société québécoise dans toute sa diversité. Pour ce faire, elle encouragera notamment l'adoption de bonnes pratiques en matière de toponymie, entre autres l'attribution de noms représentatifs de l'ensemble de la société québécoise et la mise en valeur du patrimoine toponymique québécois.

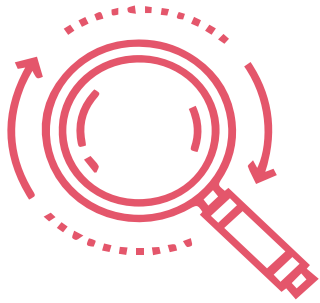
Enfin, notre organisation aura à cœur de poursuivre les travaux de transformation qu'elle a entrepris ces dernières années en adaptant la gouvernance et le développement organisationnel aux besoins des clientèles et des partenaires.

Comme vous pouvez le constater, le Plan stratégique 2018-2023 est ambitieux et comporte des défis de taille. Toutefois, je suis persuadé que nous pourrons les relever grâce à la compétence et au professionnalisme de nos employées et de nos employés.

D'ailleurs, je tiens à remercier l'ensemble du personnel ainsi que les partenaires qui contribueront à l'atteinte de nos objectifs. À titre de président-directeur général de l'Office et de président de la Commission, je suis heureux de pouvoir compter sur une équipe aussi dévouée.

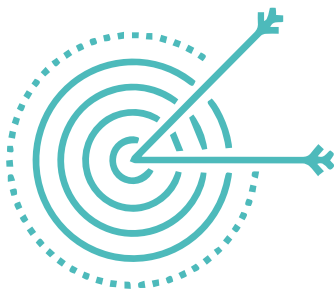
Le président-directeur général,

Robert Vézina



LA VISION

Concourir à une plus grande cohésion sociale au Québec par la protection et la promotion du français, langue commune des Québécois et des Québécoises.



LA MISSION

OFFICE QUÉBÉCOIS DE LA LANGUE FRANÇAISE

S'assurer du respect de la *Charte de la langue française* et de la francisation de l'administration publique et des entreprises pour que le français soit la langue normale et habituelle du travail, des communications, du commerce et des affaires, promouvoir l'usage et la qualité de la langue française et surveiller l'évolution de la situation linguistique au Québec.

COMMISSION DE TOPONYMIE

S'assurer que le territoire du Québec est nommé avec justesse pour permettre le déplacement efficace des biens ainsi que des personnes, et inventorier, officialiser, diffuser et mettre en valeur les noms de lieux.



LES VALEURS

L'Office et la Commission ont adopté en 2018 cinq nouvelles valeurs organisationnelles.

LA COLLABORATION

Le personnel fait preuve d'initiative et encourage le travail d'équipe ainsi que le partage d'information. Il s'adapte aux différentes façons de faire et trouve des solutions innovantes pour faire avancer les projets, en plus d'encourager les autres directions et les collègues à s'impliquer et à se rendre disponibles pour participer à l'effort collectif.

LA RESPONSABILITÉ

Le personnel fait preuve de cohérence et d'impartialité. Il s'implique dans les mandats qui lui sont confiés et doit répondre des actions posées et des décisions prises. La contribution optimale de tous et de toutes est nécessaire à l'atteinte des objectifs organisationnels.

LA RIGUEUR

Le personnel fait preuve de professionnalisme. Il remplit ses engagements et offre un service de qualité, en respectant les normes établies et les règles administratives. Le personnel présente de l'information claire, juste et complète.

LE SENS DU SERVICE PUBLIC

Le personnel prend connaissance de l'interrelation entre la mission de l'organisme, les cibles à atteindre et les besoins des usagers et des usagères. Il assure un traitement équitable et respectueux des règles éthiques et veille à ce que ses actions soient conformes aux orientations et aux priorités organisationnelles.

LA SOLIDARITÉ

Le personnel fait preuve d'entraide, d'ouverture d'esprit et d'empathie, autant avec les collègues qu'avec les usagers et les usagères ou avec la population en général. Ses interrelations visent un objectif commun, soit l'accroissement de la cohésion sociale et du mieux-être au travail.

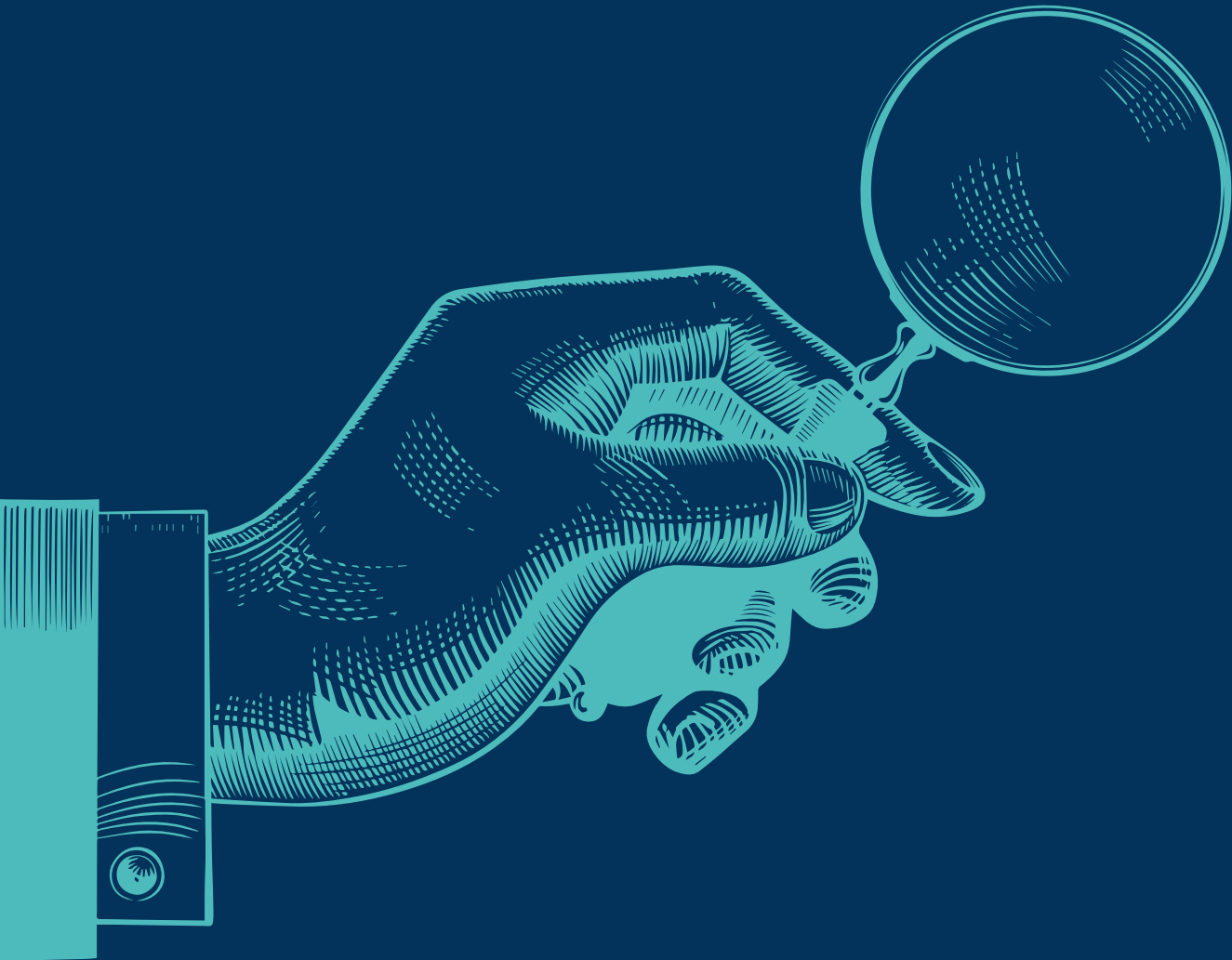




TABLE DES MATIÈRES



PARTIE 1

LE CONTEXTE	1
-------------------	---

PARTIE 2

LES ENJEUX, LES ORIENTATIONS, LES OBJECTIFS ET LES INDICATEURS	5
---	---

ENJEU 1

LE FRANÇAIS COMME FACTEUR DÉTERMINANT DE LA COHÉSION SOCIALE	6
--	---

ENJEU 2

DES TOPONYMES TÉMOINS DE L'ÉVOLUTION DE LA SOCIÉTÉ QUÉBÉCOISE DANS TOUTE SA DIVERSITÉ	15
--	----

ENJEU 3

UNE ORGANISATION EFFICIENTE ET MOBILISÉE VERS UN SERVICE À LA CLIENTÈLE DE QUALITÉ	18
---	----

CONCLUSION

25

TABLEAU SYNOPTIQUE DU PLAN STRATÉGIQUE 2018-2023

29

PARTIE 1

Le contexte



LE CONTEXTE EXTERNE

L'application de la *Charte de la langue française* a permis, au fil des ans, de faire de grandes avancées dans de nombreux secteurs de l'espace public : le français est la langue d'enseignement de la grande majorité des élèves du primaire et du secondaire, il a progressé dans les milieux de travail, et sa présence de plus en plus marquée dans l'affichage commercial a grandement contribué à augmenter le caractère français du paysage visuel québécois. Or, malgré ces percées significatives, la langue française demeure, dans certains secteurs, un objet de préoccupation réel puisque, encore aujourd'hui, l'influence de l'anglais est omniprésente.

En effet, l'arrivée de nouvelles plateformes de communication et l'avènement du numérique (Internet, médias sociaux, commerce en ligne, services de diffusion en continu, etc.) ont des répercussions importantes dans le paysage linguistique québécois et se traduisent par une présence accrue de l'anglais dans différents secteurs. Au-delà de la langue française, c'est toute la culture québécoise qui est touchée par cette révolution du numérique. **À l'ère du numérique, dans une économie ouverte, il est donc essentiel de promouvoir l'utilisation du français dans les entreprises qui exercent des activités au Québec dans les sphères du travail, du service à la clientèle et de la pratique des affaires.**

Depuis les années 1970, la connaissance du français au Québec a progressé, tant chez les anglophones que chez les allophones. Toutefois, on estime qu'environ 19,4 % de la population immigrante au Québec ne parlent pas français¹. Cette situation est préoccupante, dans la mesure où le taux d'emploi des personnes immigrantes reste plus bas que celui des personnes nées au pays, malgré la proportion importante de nouveaux immigrants et de nouvelles immigrantes qui possèdent une formation professionnelle approfondie. L'apprentissage du français favorise non seulement l'accès et le maintien en emploi, mais permet également l'intégration et la pleine participation à la société d'accueil.

La réflexion qui a entouré l'élaboration du Plan stratégique 2018-2023 a donc pris appui sur un certain nombre de préoccupations actuelles et de travaux en cours, notamment ceux relatifs au renouvellement de la politique culturelle québécoise. En effet, ce projet accorde une place importante à la langue française, présentée comme un élément indissociable de la culture québécoise. Les travaux font également une place de choix à la préservation du patrimoine, notamment à celui des peuples autochtones.

Le Plan stratégique 2018-2023 fait aussi écho au fait que la société québécoise, pour laquelle les valeurs d'égalité et d'équité sont fondamentales, est de plus en plus diversifiée.

La reconnaissance de l'apport des femmes, des nations autochtones et des personnes de minorités ethnoculturelles à la collectivité apparaît donc plus que jamais essentielle et nécessaire. Pour cette raison, il importe notamment que le paysage toponymique québécois mette plus justement en valeur la contribution de l'ensemble des personnes qui ont façonné et qui façonnent la société québécoise.

Ce plan stratégique tient compte également des orientations associées à la Stratégie partenariale de promotion et de valorisation de la langue française 2016-2021 – *Le français, notre affaire!*. En 2016, le gouvernement a lancé une nouvelle stratégie relative à la langue française, qui met l'accent avant tout sur la promotion et la valorisation de la langue officielle à travers des activités de mise en valeur, de sensibilisation et d'éducation. Cette stratégie, qui réunit à la fois des ministères et des organismes gouvernementaux, mais aussi des syndicats, des organisations ainsi que des chambres de commerce, poursuit un seul et même objectif, soit celui d'augmenter la présence du français dans l'espace public en soutenant des projets de promotion et de valorisation de la langue.

¹ STATISTIQUE CANADA, *Recensement en bref : l'intégration linguistique des immigrants et les populations de langue officielle du Canada*, n° 98-200-X2016017 au catalogue, 2016, p. 3.



LE CONTEXTE INTERNE

Ces dernières années, l'Office québécois de la langue française et la Commission de toponymie ont entrepris la modernisation de leurs processus et de leurs façons de faire.

L'objectif de cette démarche est d'accroître la performance de l'organisation pour lui permettre de mieux répondre aux exigences gouvernementales (en matière de gestion axée sur les résultats, par exemple) ainsi qu'aux besoins de ses clientèles. À cet égard, l'Office et la Commission désirent, entre autres, offrir des services qui correspondent davantage aux attentes de leurs clientèles, comme c'est le cas avec l'implantation de nouveaux examens de français mieux adaptés au contexte professionnel des candidats et des candidates.

Pour ce faire, des changements ont déjà été apportés, tant sur le plan de la gouvernance (notamment avec la création du Secrétariat général et de la Direction de la recherche, de l'évaluation et de la vérification interne) que sur le plan des programmes offerts (révision, par exemple, de certains processus). Toutefois, des travaux restent à effectuer pour que soit complété le virage en cours. Certains éléments prévus dans le présent plan stratégique permettront de poursuivre la démarche entreprise.

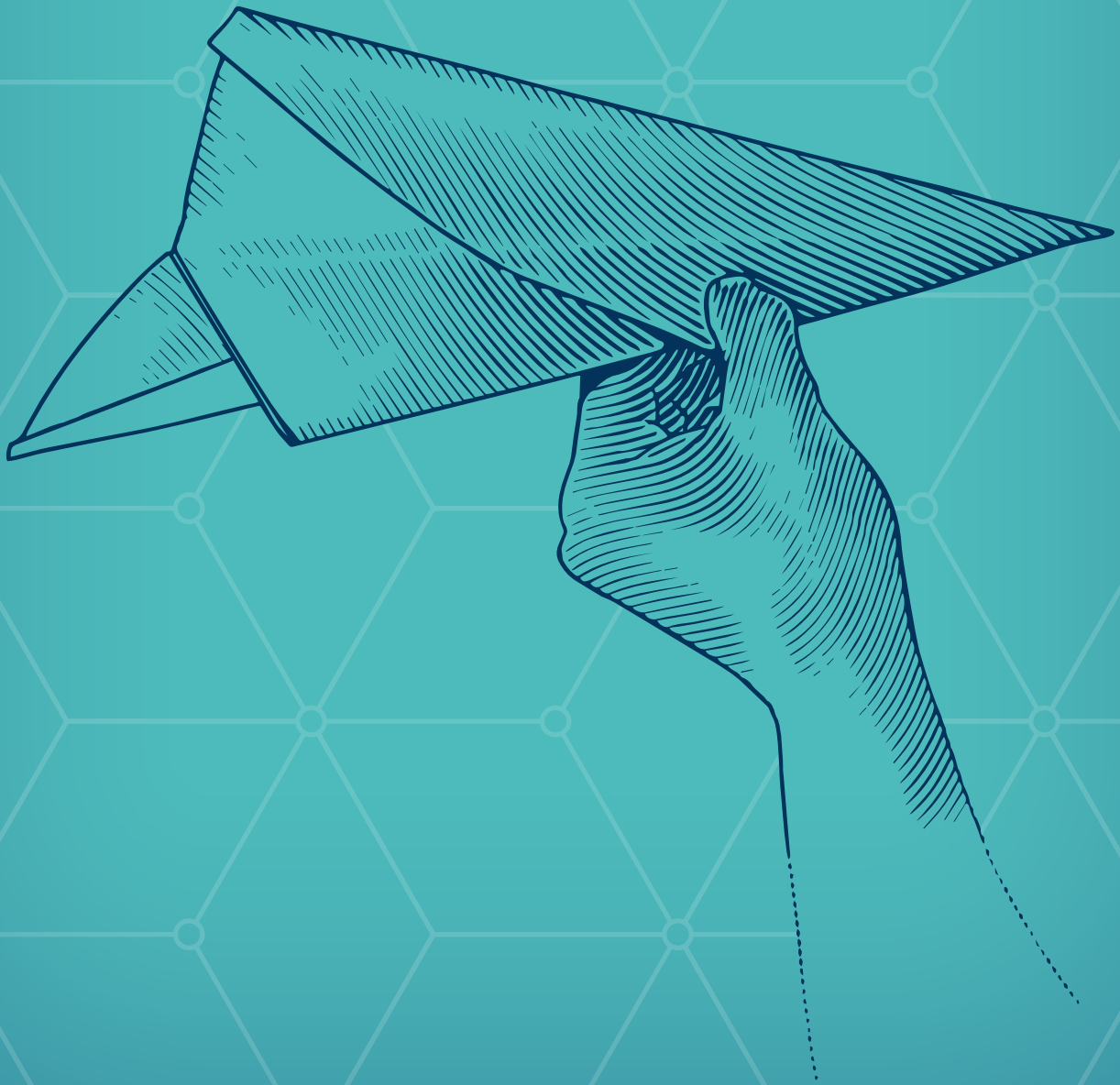
Le Plan stratégique 2018-2023 considère également les enjeux importants concernant les ressources humaines. Une partie du personnel de l'Office et de la Commission est constituée d'une main-d'œuvre spécialisée (terminologues, géographes, conseillers et conseillères en francisation, etc.) qui est peu présente ailleurs dans la fonction publique québécoise. En raison de cette spécialisation liée au domaine d'activité de l'organisation, on y observait jusqu'à tout récemment une grande stabilité en emploi. Or, les choses changent depuis peu. La main-d'œuvre spécialisée qui est en poste depuis longtemps est de plus en plus nombreuse à partir à la retraite, ce qui risque d'entraîner une perte d'expertise.

Il importe donc de prendre les mesures nécessaires pour limiter les effets indésirables causés par un tel changement. C'est pourquoi le plus récent plan stratégique se préoccupe, entre autres, de la préservation de l'expertise (plan de relève pour certains postes, transfert des connaissances lors de départs à la retraite) ainsi que de la gestion de l'information organisationnelle (adoption d'un plan de déploiement de nouvelles pratiques en matière de gestion documentaire).

Enfin, le plan stratégique prévoit des mesures d'accompagnement et de la formation (notamment en ce qui concerne le service à la clientèle) pour le personnel qui sera particulièrement touché par les changements apportés.

PARTIE 2

Les enjeux, les orientations,
les objectifs et les indicateurs



ENJEU 1



LE FRANÇAIS COMME FACTEUR DÉTERMINANT DE LA COHÉSION SOCIALE

La politique linguistique a fait du français, langue officielle du Québec, la langue commune des Québécois et des Québécoises. À ce titre, le français joue un rôle important dans la poursuite d'une plus grande cohésion sociale. En effet, la notion de « cohésion sociale » peut être mise en relation étroite avec celle de « langue commune ». Cette relation est bidirectionnelle, puisque la connaissance de la langue commune est un facteur qui contribue à la cohésion sociale, et que cette cohésion favorise l'apprentissage et l'usage de la langue commune. Parmi les éléments servant à définir la cohésion sociale en tant que caractéristique souhaitable d'une société dans une perspective d'intégration linguistique², deux apparaissent comme fondamentaux :

- une société où tous les membres peuvent compter sur l'égalité d'accès aux ressources communes comme l'éducation, le travail et la culture;
- une société dans laquelle un haut degré d'interaction sociale entre les individus et entre les différentes communautés permet que des liens sociaux nombreux se tissent.

Puisque le Québec est une société de plus en plus diversifiée qui accueille chaque année des milliers de nouveaux arrivants et de nouvelles arrivantes, il importe que l'apprentissage et la maîtrise du français soient véritablement des facteurs favorisant l'intégration sociale des néo-Québécois et des néo-Québécoises. Pour cela, il faut que ces personnes retirent des bénéfices concrets de leur connaissance de la langue commune. Autrement dit, la langue française doit, entre autres, leur permettre d'améliorer leur sort et d'accéder à des emplois qui mettent à profit leurs compétences.

Dans ce contexte, on constate aisément que l'usage du français comme langue du travail est un enjeu non seulement pour les citoyens et les citoyennes qui ont le français comme langue maternelle ou comme langue d'usage, mais pour l'ensemble des Québécois et des Québécoises, quelles que soient leur origine et leur langue maternelle. Il en est de même de l'importance du français comme langue d'usage public et langue commune, qui favorise les interactions entre tous les individus et les groupes sociaux et donne accès notamment au savoir ainsi qu'à diverses manifestations de la vie culturelle québécoise.

Au cours des cinq prochaines années, dans l'optique de susciter l'engagement de la collectivité à faire du français un facteur déterminant de la cohésion sociale, l'Office entend :

- promouvoir la langue française en tant que richesse de la société québécoise;
- renforcer la compréhension et la connaissance des enjeux linguistiques au Québec.

² CONSEIL SUPÉRIEUR DE LA LANGUE FRANÇAISE, *Redynamiser la politique linguistique du Québec*, Québec, Le Conseil, 2013, p. 43-44.

Le français joue un rôle important dans la poursuite d'une plus grande cohésion sociale au Québec.

Le français comme langue d'usage public et langue commune favorise les interactions entre tous les individus et les groupes au sein d'une société de plus en plus diversifiée.

ORIENTATION 1

Promouvoir la langue française en tant que richesse de la société québécoise

La promotion et la valorisation du français sont au cœur des actions gouvernementales en matière de langue française. L'Office joue d'ailleurs un rôle important à cet égard. En effet, il a développé au fil des ans une offre importante et variée de produits et services qui mettent en valeur la langue française. On pense ici aux outils linguistiques comme *Le grand dictionnaire terminologique* (GDT) et la Banque de dépannage linguistique (BDL), dont la renommée dépasse les frontières du Québec. On pense également aux nouveaux programmes d'aide financière de l'Office offerts aux entreprises et aux organismes pour soutenir des projets ou des activités de valorisation et de promotion de la langue française au sein des milieux de travail.

Dans le cadre du présent plan stratégique, l'Office voit à accroître la portée de ses activités, et ce, afin de promouvoir davantage la langue française en tant que richesse de la société québécoise. En effet, le renforcement des actions de promotion de la langue française vise à rendre les différents milieux plus propices à l'usage normal et habituel du français comme langue commune et à faciliter l'intégration sociolinguistique des nouveaux arrivants et des nouvelles arrivantes.

Pour ce faire, l'Office ne ménage aucun effort. Il organise, entre autres, de nombreux événements et plusieurs activités de communication qui mettent en valeur la langue française. Parmi ceux-ci, il y a certes la Francofête, qui se déroule chaque année au mois de mars. Toute la population québécoise est alors invitée à célébrer le français et la francophonie. Une foule d'activités, de jeux et de concours sont organisés pour l'occasion.

Afin de mesurer la portée des activités relatives à la Francofête, l'Office s'appuiera, durant la période 2018-2023, sur les indicateurs suivants : le nombre d'abonnés et d'abonnées et le nombre de publications dans les médias sociaux, ainsi que le nombre de visiteurs uniques du site Web de la Francofête et de ses différentes sections. Une

augmentation de leur nombre de 4 % par année sera fixée comme cible pendant la durée du plan stratégique.

De son côté, la Commission participe grandement aux efforts de valorisation de la langue française. C'est ainsi que, chaque année, elle fait connaître ses douze coups de cœur toponymiques pour souligner la richesse de la toponymie du Québec. Elle met aussi en valeur le toponyme pour lequel elle a eu un coup de foudre en remettant une plaque à l'administration de la municipalité ou de l'entité administrative où se trouve le lieu qu'il désigne.

Pour mesurer la portée de ses coups de cœur toponymiques, la Commission portera une attention particulière au nombre de mentions qui seront faites à ce sujet dans les médias en général. Elle vise une augmentation du nombre de mentions de 10 % la première année, puis de 5 % les années suivantes.

L'Office récompense annuellement des entreprises et des organismes dont les réalisations reflètent la vitalité, le dynamisme et la richesse de la langue française au travail, dans le commerce ainsi que dans les technologies de l'information. Les organisations lauréates reçoivent alors un Mérite du français pour avoir fait progresser et rayonner la langue française dans différents milieux de travail et dans l'espace public.

Toutes ces manifestations de reconnaissance à l'endroit de personnes et d'organisations constituent des activités de promotion de premier plan puisqu'elles sont le reflet de la richesse et de la vitalité du français dans l'espace public québécois. L'Office souhaite donc agir de manière à favoriser l'augmentation du nombre de candidatures qu'il reçoit chaque année aux différents Mérites du français. Une augmentation du nombre de candidatures de 2 % chaque année a été établie comme cible.

Par ailleurs, l'Office n'entend pas limiter ses efforts en matière de promotion à ce type de festivités et d'activités.



Il compte aussi agir auprès de l'Administration afin qu'elle s'assure de l'utilisation normale et habituelle de la langue officielle dans ses activités. De plus, l'Office a le mandat d'accompagner les ministères et les organismes gouvernementaux afin de leur rappeler leur devoir d'exemplarité en ce qui concerne l'utilisation du français dans leurs activités. Ainsi, dans le cadre du Plan stratégique 2018-2023, il entend adopter, puis mettre en œuvre un plan de sensibilisation et de promotion en matière de francisation auprès des instances de l'Administration.

Enfin, l'Office agira également auprès des entreprises et des organismes par l'entremise du Programme d'aide financière pour la promotion du français 2017-2021 : le français, au cœur de nos ambitions.

L'objectif de ce programme, qui s'inscrit parfaitement avec ceux poursuivis par la Stratégie partenariale de promotion et de valorisation de la langue française 2016-2021, consiste à favoriser l'élaboration de projets visant à valoriser la maîtrise du français et à promouvoir son utilisation dans les entreprises. La priorité est accordée aux projets destinés aux jeunes adultes de 18 à 35 ans, aux personnes qui ne maîtrisent pas le français (notamment la clientèle immigrante), et aux membres de la direction et du personnel d'entreprises de moins de 50 employés et employées.

Un comité évaluera tous les projets de promotion acceptés chaque année dans le cadre du programme d'aide financière. Il portera une attention particulière aux retombées prévisibles en matière de promotion de la langue française dans l'espace public. La valeur alors attribuée à chaque projet contribuera à établir la cote moyenne obtenue par l'ensemble des projets acceptés. Cette cote servira en retour d'indicateur pour mesurer la portée du volet Promotion de ce programme. La cible qui a été établie vise une augmentation de la cote moyenne obtenue de 2 % pour chacun des trois premiers exercices du présent plan stratégique.

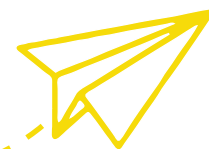
Le renforcement
des actions de
promotion de la
langue française
vise à rendre les
différents milieux
plus propices à
l'usage normal
et habituel du
français comme
langue commune.



OBJECTIF 1

Accroître la portée des activités de promotion

INDICATEURS	CIBLES
LA FRANCOFÊTE	
1. Nombre d'abonnés et d'abonnées dans les médias sociaux <i>En 2017-2018 : 5 394 abonnés et abonnées</i>	Augmentation de 4 % chaque année
2. Nombre de publications dans les médias sociaux <i>En 2017-2018 : 627 publications</i>	Augmentation de 4 % chaque année
3. Nombre de visiteurs uniques du site Web <i>En 2017-2018 : 16 704 visiteurs uniques</i>	Augmentation de 4 % chaque année
LES MÉRITES DU FRANÇAIS	
4. Nombre de candidatures reçues <i>En 2017-2018 : 41 candidatures</i>	Augmentation de 2 % chaque année
LES COUPS DE CŒUR TOPONYMIQUES	
5. Nombre de mentions dans les médias <i>En 2017-2018 : 19 mentions</i>	Augmentation de 10 % en 2018-2019 Augmentation de 15 % en 2019-2020 Augmentation de 20 % en 2020-2021 Augmentation de 25 % en 2021-2022 Augmentation de 30 % en 2022-2023
6. Date d'adoption d'un plan de sensibilisation et de promotion en matière de francisation auprès des instances de l'Administration	Au plus tard le 31 janvier 2019
7. Taux de mise en œuvre des actions en matière de francisation prévues au plan de sensibilisation et de promotion auprès des instances de l'Administration	25 % au 31 mars 2020 50 % au 31 mars 2021 75 % au 31 mars 2022 100 % au 31 mars 2023
8. Cote moyenne obtenue pour mesurer les retombées prévisibles des projets acceptés dans le cadre du Programme d'aide financière pour la promotion du français 2017-2021 <i>En 2017-2018 : 66,3 %</i>	Augmentation de la cote moyenne de 2 % en 2018-2019 Augmentation de la cote moyenne de 4 % en 2019-2020 Augmentation de la cote moyenne de 6 % en 2020-2021



Afin de promouvoir la langue française en tant que richesse de la société québécoise, l'Office compte également répondre à des besoins spécifiques de ses clientèles.

C'est ce qu'il fait avec, entre autres, le GDT, cet outil terminologique québécois bien connu tant au Québec qu'à l'étranger, qui renseigne notamment sur des concepts liés à des domaines d'emploi spécialisés, qui présente les termes qui les désignent en français et qui en donne les équivalents dans d'autres langues. Soucieux de bien répondre aux besoins exprimés par ses clientèles, mais aussi d'offrir un outil terminologique des plus actuels, l'Office s'engage à traiter annuellement une centaine de termes choisis parmi ceux qui ont fait l'objet d'une recherche infructueuse par des utilisateurs et des utilisatrices dans le GDT.

Dans le même ordre d'idées, l'Office produira chaque année, durant la période couverte par le présent plan stratégique, un nouveau vocabulaire électronique, soit un répertoire qui inventorie les termes liés à un domaine spécialisé.

Enfin, l'Office entend répondre à des besoins exprimés par les ordres professionnels. En effet, l'Office est responsable des examens de français pour les candidats et les candidates des 46 ordres professionnels du Québec et de l'Organisme d'autoréglementation du courtage immobilier du Québec (OACIQ) qui doivent obtenir une attestation délivrée par l'Office quant à la connaissance du français appropriée à l'exercice de leur profession. Il a ainsi entrepris, en 2012, la refonte de l'ensemble des examens de français pour les ordres professionnels, en collaboration avec ses 47 partenaires et des spécialistes en évaluation de l'Université de Montréal. La refonte des examens représente un dossier d'une grande ampleur.

Avant même la fin du plan stratégique, la totalité des ordres professionnels bénéficiera de nouveaux examens conçus selon une approche par compétences et mieux adaptés au contexte professionnel propre à chacun d'eux. Le pourcentage d'ordres professionnels pour lesquels de nouveaux examens seront disponibles chaque année servira à mesurer annuellement l'atteinte ou non de la cible.

OBJECTIF 2

Répondre à des besoins spécifiques des clientèles

INDICATEURS	CIBLES
9. Nombre de termes traités pour lesquels le système n'a trouvé aucune réponse	100 par année
10. Nombre de nouveaux vocabulaires électroniques produits	1 par année
11. Pourcentage d'ordres professionnels pour lesquels de nouveaux examens sont disponibles	50 % pour l'exercice 2018-2019 100 % pour l'exercice 2019-2020



ORIENTATION 2

Renforcer la compréhension et la connaissance des enjeux linguistiques au Québec

Pour renforcer la compréhension et la connaissance des enjeux linguistiques au Québec, l'Office s'est donné deux objectifs, dont celui de fournir de l'information sur la situation linguistique au Québec.

En vertu des modifications apportées à la *Charte de la langue française* en 2002, l'Office a le mandat de surveiller l'évolution de la situation linguistique au Québec. Pour ce faire, il doit établir, pour une période déterminée, une programmation des études qu'il réalisera, puis effectuer ou faire effectuer les études prévues dans cette programmation. Les études en question portent, notamment, sur les usages linguistiques dans différents secteurs d'activité (l'affichage commercial, l'espace public, etc.). Les études produites permettent de dresser l'état de la situation linguistique au Québec et d'en apprécier l'évolution par rapport aux données antérieures.

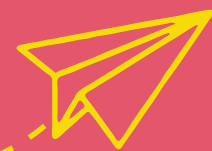
Tous les cinq ans, l'Office est également tenu de faire rapport au ou à la ministre quant à l'évolution de la situation linguistique au Québec.

Dans le cadre du présent plan stratégique, l'Office s'engage à produire au minimum 10 études. La programmation de recherche 2019-2023 sera établie en 2019.

OBJECTIF 3

Fournir de l'information sur la situation linguistique au Québec

INDICATEURS	CIBLES
12. Nombre d'études produites	Minimum de 1 étude en 2019-2020 Minimum de 3 études en 2020-2021 Minimum de 3 études en 2021-2022 Minimum de 3 études en 2022-2023



C'est connu, les entreprises ont des obligations à respecter en vertu de la *Charte de la langue française*. Par exemple, les entreprises qui emploient 50 personnes et plus pendant une période de 6 mois consécutifs doivent, conformément aux exigences de la *Charte*, s'inscrire auprès de l'Office. Elles doivent alors faire la démonstration que le français est la langue de travail normale et habituelle autant dans leurs activités internes que dans leurs activités externes. Lorsque la généralisation de l'utilisation du français au sein de l'entreprise est constatée, celle-ci obtient un certificat de francisation.

Toutefois, lorsque ce n'est pas le cas, elle doit entreprendre une démarche de francisation pour les éléments qui restent à franciser. Pour ce faire, elle adopte un programme qu'elle soumet à l'approbation de l'Office. Le programme en question doit faire état des mesures qui seront prises et des étapes qui seront suivies pour atteindre la généralisation de l'utilisation du français. Une fois le programme approuvé, l'entreprise doit en respecter les éléments et les étapes et faire rapport de sa mise en œuvre selon les délais prévus par la loi. Après l'application du programme de francisation, l'Office délivre alors à l'entreprise son certificat de francisation s'il constate que l'utilisation du français y est généralisée.

Tout au long du processus, l'Office, par son soutien et ses conseils, accompagne les entreprises dans leurs démarches pour se conformer à la *Charte* et à ses règlements. Une clientèle sensibilisée à ses engagements et à ses obligations, que ce soit dans le cadre du processus de francisation ou dans le cadre du processus de correction d'une contravention, est susceptible de mieux comprendre ce qui est attendu de sa part sur le plan légal. Elle peut également se familiariser davantage avec les enjeux linguistiques au Québec. Mieux comprendre ces enjeux peut se traduire par un plus grand respect des droits linguistiques.

En plus
de surveiller
l'évolution de la
situation linguistique
au Québec,
l'Office entend
améliorer et renforcer
la compréhension
et la connaissance
des enjeux liés
à la langue auprès
des entreprises.

C'est pour cette raison que l'Office entend, au cours des cinq prochaines années, améliorer et renforcer la compréhension et la connaissance des enjeux linguistiques au Québec auprès des entreprises (objectif 4).

Ainsi, dans le cadre de son Plan stratégique 2018-2023, l'Office compte mesurer le degré de respect des engagements et des obligations des entreprises en s'appuyant sur l'indicateur suivant : le pourcentage d'entreprises qui ont été certifiées dans le respect des engagements de leur programme de francisation. Pour l'exercice 2017-2018, le pourcentage était de 54,3 %. L'Office vise une augmentation de 1 % chaque année.

L'Office compte également évaluer le niveau de respect des engagements en matière de francisation en ce qui a trait aux dossiers de plainte. En effet, il entend mesurer, parmi l'ensemble des dossiers de plainte pour lesquels une correction a été demandée par l'Office, le pourcentage de dossiers où une correction a été apportée par l'entreprise visée. L'Office cible annuellement un minimum de 80 % des dossiers.

OBJECTIF 4

Accroître le respect des engagements et des obligations des clientèles en matière de francisation

INDICATEURS	CIBLES
13. Pourcentage d'entreprises qui ont été certifiées dans le respect des engagements de leur programme de francisation <i>Pourcentage en 2017-2018 : 54,3 %</i>	Augmentation de 1 point de pourcentage chaque année
14. Pourcentage de dossiers de plainte ³ corrigés à la demande de l'Office	Minimum de 80 % annuellement

³ À la réception d'une plainte écrite et complète déposée par une plaignante ou par un plaignant concernant une possible contravention à la *Charte de la langue française* ou à ses règlements, l'Office procède à l'ouverture d'un dossier. Après avoir analysé la situation, l'Office demande à l'entreprise ou à l'organisme visé par la plainte d'apporter les correctifs nécessaires afin de respecter ses obligations.

ENJEU 2



DES TOPONYMES TÉMOINS DE L'ÉVOLUTION DE LA SOCIÉTÉ QUÉBÉCOISE DANS TOUTE SA DIVERSITÉ

La Commission de toponymie est l'organisme public responsable de la gestion des noms de lieux sur le territoire québécois. À ce titre, elle a pour mandat d'assurer leur inventaire, leur officialisation, leur conservation ainsi que leur diffusion.

Afin que les toponymes soient témoins de l'histoire et de l'évolution de la société québécoise dans toute sa diversité, la Commission entend continuer à susciter de bonnes pratiques en matière de toponymie.

La Commission vise à mettre en valeur, dans la toponymie officielle, les noms de lieux autochtones ainsi que les toponymes qui rappellent des femmes, le tout dans le respect des compétences en matière de toponymie de ses partenaires, dont les municipalités au premier chef.



ORIENTATION 3

Susciter de bonnes pratiques en matière de toponymie

Héritière de la Commission de géographie, créée en 1912, la Commission de toponymie a développé, depuis 1977, une expertise indéniable en ce qui concerne l'officialisation et la diffusion de dénominations toponymiques, expertise qui est reconnue partout dans le monde. Régulièrement, elle participe à des rencontres internationales et collabore avec d'autres organisations, comme la Commission de toponymie du Canada et le Groupe d'experts des Nations Unies pour les noms géographiques. Forte de cette renommée acquise au fil des années, la Commission demeure soucieuse d'officialiser des dénominations qui sont conformes aux meilleures pratiques dans le domaine, notamment en ce qui a trait au choix et à l'écriture des noms de lieux.

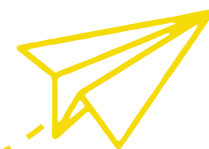
Au cours des cinq prochaines années, la Commission aura pour objectif de s'assurer que la diversité de la société québécoise continue de se refléter dans les noms de lieux. Elle souhaite ainsi accroître le nombre de désignations toponymiques commémoratives (minimum de deux par année). On entend par *désignation commémorative* tout toponyme dont la création résulte d'une intervention particulière de la Commission, en général à l'occasion d'une célébration liée au nom, et qui a pour objectif de perpétuer le souvenir d'une personne, d'une collectivité ou d'un événement.

La Commission vise aussi à mettre en valeur, dans la toponymie officielle, les noms de lieux autochtones ainsi que les toponymes qui rappellent des femmes, le tout dans le respect des compétences en matière de toponymie de ses partenaires, dont les municipalités au premier chef.

D'ailleurs, à propos des toponymes qui rappellent des femmes, la Commission vise, dans le cadre du présent plan stratégique, à augmenter de 5 % chaque année⁴ le pourcentage de toponymes officialisés rappelant des femmes parmi l'ensemble des toponymes officialisés qui rappellent des individus. En 2017-2018, ce pourcentage a été de 18,8 %. Pour atteindre sa cible, la Commission devra compter sur la collaboration de ses partenaires du milieu municipal. En effet, les toponymes qui rappellent le nom de personnes sont surtout des odonymes (c'est-à-dire des noms de voies de communication). Or, le pouvoir de désignation des noms de voies de communication municipales et des noms de parcs publics municipaux appartient aux municipalités locales.

Enfin, la Commission officialisera chaque année un minimum de 200 noms de lieux autochtones.

⁴ Il s'agit là de cibles ambitieuses, dans la mesure où l'on observe qu'il y a en moyenne 13 % des toponymes qui rappellent des femmes parmi l'ensemble des toponymes officialisés rappelant des individus au cours des dix dernières années.



OBJECTIF 5

Contribuer à l'attribution de noms représentatifs de l'ensemble de la société québécoise

INDICATEURS	CIBLES
15. Nombre de désignations toponymiques commémoratives	Minimum de 2 par année
16. Pourcentage de toponymes officialisés rappelant des femmes <i>Pourcentage en 2017-2018 : 18,8 %</i>	Augmentation de 5 % en 2018-2019 Augmentation de 10 % en 2019-2020 Augmentation de 15 % en 2020-2021 Augmentation de 20 % en 2021-2022 Augmentation de 25 % en 2022-2023
17. Nombre de noms de lieux autochtones officialisés par la Commission	Minimum de 200 par année

Au cours de la même période, la Commission a également pour objectif de mettre en valeur le patrimoine toponymique québécois en misant sur deux types d'actions.

D'abord, elle ajoutera annuellement à la Banque de noms de lieux du Québec au moins 250 noms autochtones traditionnels. Il s'agit de noms d'origine amérindienne ou inuite utilisés par les nations autochtones pour désigner les lieux habités ou fréquentés par les membres des Premières Nations ou les Inuits. Un grand nombre de ces noms sont d'un usage antérieur aux premiers contacts de ces nations avec des gens venus d'Europe.

Ensuite, la Commission bonifiera chaque année d'au moins 300 nouvelles notes sur l'origine et la signification des noms de lieux les fiches toponymiques existantes. Ces notes, qui figurent au dossier des toponymes officiels ou anciennement officiels et qui sont rendues publiques sur le site Web de la Commission, ont pour but d'informer sur les lieux eux-mêmes et d'indiquer l'origine ainsi que la signification des noms, lorsqu'elles sont connues. Ces notes contiennent généralement des renseignements d'ordre géographique, historique ou linguistique quant à la relation du toponyme avec le lieu qu'il désigne.

OBJECTIF 6

Mettre en valeur le patrimoine toponymique québécois

INDICATEURS	CIBLES
18. Nombre de noms autochtones traditionnels ajoutés à la Banque de noms de lieux du Québec	Minimum de 250 par année
19. Nombre de nouvelles notes sur l'origine et la signification des noms de lieux	Minimum de 300 par année

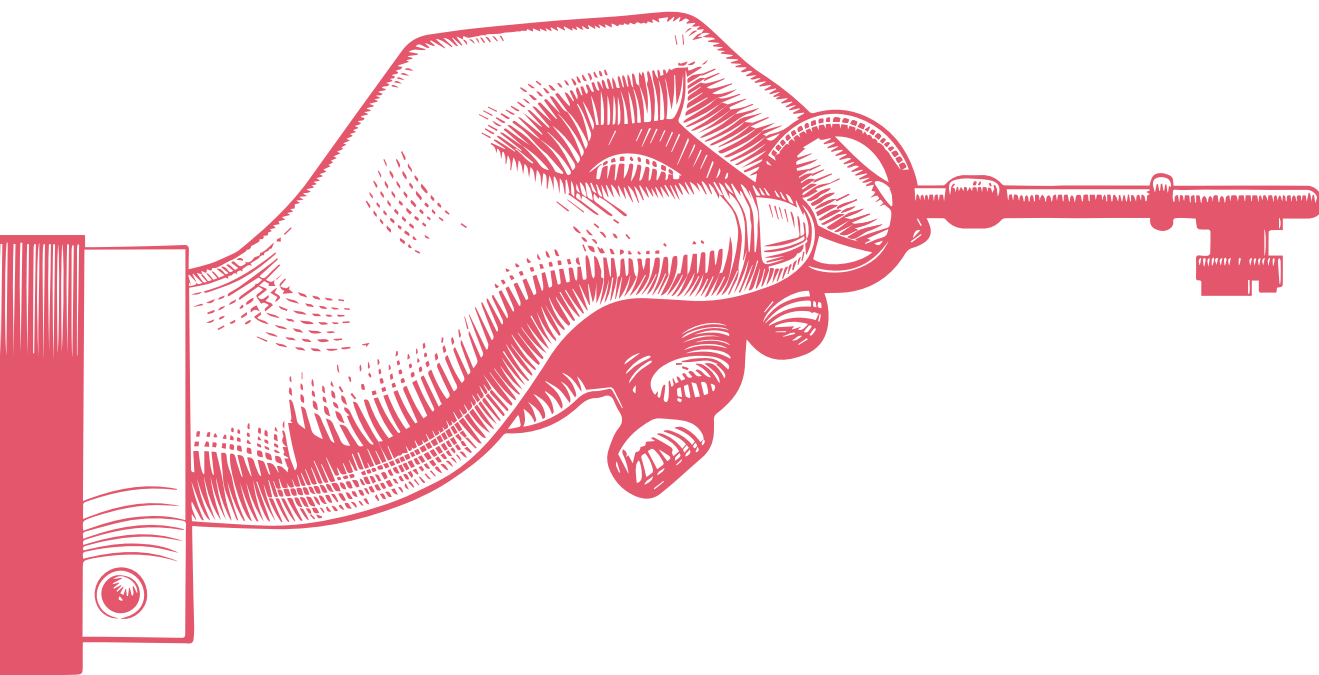
ENJEU 3



UNE ORGANISATION EFFICIENTE ET MOBILISÉE VERS UN SERVICE À LA CLIENTÈLE DE QUALITÉ

L'Office québécois de la langue française a rendu publique, en 2017, sa nouvelle Déclaration de services aux citoyennes et aux citoyens⁵. Dans cette déclaration, l'organisation prend des engagements précis à l'endroit de sa clientèle. Ceux-ci fixent, notamment, les délais de réponse à des demandes de renseignements généraux, ou encore à des demandes relatives à des questions linguistiques ou toponymiques, l'Office prenant au sérieux son devoir d'être à l'écoute des citoyens et des citoyennes.

Pour respecter ces engagements, mais aussi pour être une organisation performante et prête à affronter les nombreux défis des prochaines années, l'Office doit se montrer de plus en plus efficace et efficient. C'est pourquoi il a fait le choix, pour le présent plan stratégique, de poursuivre les travaux entrepris ces dernières années en matière de développement organisationnel et de gouvernance, de manière à pouvoir mieux répondre aux attentes de ses clientèles et de ses partenaires.



⁵ La Déclaration de services aux citoyennes et aux citoyens de l'Office inclut également les engagements de la Commission de toponymie.

Pour relever les défis des prochaines années et mieux répondre aux attentes de ses clientèles et de ses partenaires, l'Office doit adapter ses pratiques et miser sur un personnel compétent et engagé. Il prend au sérieux son devoir d'être à l'écoute des citoyens et des citoyennes.



ORIENTATION 4

Adapter la gouvernance et le développement organisationnel aux besoins des clientèles et des partenaires

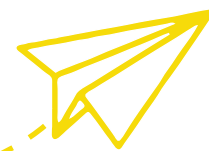
Afin d'être en mesure d'adapter le contexte organisationnel aux différents besoins de ses clientèles et de ses partenaires, l'Office poursuit trois objectifs stratégiques.

Le premier objectif consiste à augmenter la satisfaction globale des clientèles. Pour ce faire, l'organisation réalisera un sondage au début de la période couverte par le Plan stratégique 2018-2023. Il permettra à l'organisation d'établir d'abord une cible étalon (au plus tard à la fin de l'exercice 2018-2019). Par la suite, l'Office visera une augmentation du taux de satisfaction globale des clientèles de 2 % en 2020-2021, puis une autre de 4 % en 2022-2023. Le sondage permettra également à l'Office de se doter d'une stratégie d'intervention visant l'amélioration des services. Les actions qui composeront cette stratégie seront ensuite mises en œuvre au cours des exercices financiers subséquents.

OBJECTIF 7

Augmenter la satisfaction globale des clientèles

INDICATEURS	CIBLES
20. Taux de satisfaction globale des clientèles	Cible étalon établie au plus tard le 31 mars 2019 Augmentation de 2 % en 2020-2021 Augmentation de 4 % en 2022-2023
21. Date de dépôt d'une stratégie visant l'amélioration des services auprès des clientèles	Au plus tard le 31 mars 2020
22. Taux de mise en œuvre des actions prévues à la stratégie visant l'amélioration des services	40 % au 31 mars 2021 60 % au 31 mars 2022 100 % au 31 mars 2023



Le deuxième objectif est de poursuivre l'implantation de bonnes pratiques en matière de gouvernance. Trois domaines d'activité sont particulièrement ciblés : la gestion des risques, la gestion de l'information et l'évaluation du coût de revient de deux programmes de l'Office.

En effet, l'Office verra à adopter, au plus tard le 31 mars 2019, une politique organisationnelle relative à la gestion des risques ainsi qu'un plan d'atténuation des risques. L'organisation pourra donc mieux cerner et évaluer les risques potentiels (par exemple, les risques liés à la disponibilité de ses ressources humaines ou informationnelles), afin de savoir s'ils sont susceptibles de compromettre le respect de ses engagements et l'atteinte de ses objectifs. Elle pourra ensuite mettre en œuvre graduellement, à compter de l'exercice 2019-2020, les mesures qui seront prévues dans le plan.

L'organisation travaillera également à se doter de meilleures pratiques en matière de gestion de l'information. En effet, l'Office souhaite, au cours des prochaines années, accorder au dossier de la gestion de l'information une place importante dans ses priorités organisationnelles. Dans ce domaine, le défi est de taille : arriver à mieux gérer toute l'information produite, peu importe le support utilisé, pour accroître l'efficacité et la productivité de l'organisation, mais aussi pour mieux répondre aux exigences gouvernementales, notamment celles relatives à la sécurité et à l'accès à l'information ainsi que celles liées aux délais de conservation de l'information.

Les premiers travaux relatifs à la gestion de l'information porteront sur l'adoption d'un plan de classement révisé ainsi que sur l'adoption, puis la mise en œuvre d'un plan de déploiement de nouvelles pratiques en matière de gestion documentaire.

L'Office se penchera enfin sur certaines activités de mission menées avec des partenaires. C'est ainsi que deux programmes importants liés à des services offerts feront l'objet d'une évaluation particulière.

Dans un premier temps, l'Office établira le coût de revient du programme offert par le Service de l'évaluation du français pour les ordres professionnels (SEFOP). Le SEFOP est une unité administrative qui coordonne les activités liées à la passation des examens de français des candidats et des candidates aux ordres professionnels. Il veille également à traiter les demandes qu'il reçoit des ordres professionnels afin de les autoriser à renouveler un permis temporaire ou à délivrer un permis restrictif.

Dans un deuxième temps, il évaluera le coût de revient du programme relatif à la francisation de l'Administration. Ce programme est lié à l'un des mandats de l'Office, qui consiste à accompagner l'administration publique québécoise pour que celle-ci s'assure de l'utilisation normale et habituelle de la langue officielle dans ses activités. En ce qui concerne les ministères et les organismes gouvernementaux, qui sont visés par la Politique gouvernementale relative à l'emploi et à la qualité de la langue française dans l'Administration, l'Office leur rappellera leur devoir d'exemplarité en ce qui a trait à l'utilisation du français.

Ce travail d'évaluation permettra à l'Office d'adapter ses pratiques et ses façons de faire, le cas échéant, pour que la prestation de services liée à ces deux activités soit toujours efficace et efficiente.



OBJECTIF 8

Poursuivre l'implantation de bonnes pratiques en matière de gouvernance

INDICATEURS	CIBLES
23. Date d'adoption d'une politique relative à la gestion des risques	Au plus tard le 31 mars 2019
24. Date d'adoption d'un plan d'atténuation des risques	Au plus tard le 31 mars 2019
25. Taux de mise en œuvre des actions prévues au plan d'atténuation des risques	25 % au 31 mars 2020 50 % au 31 mars 2021 75 % au 31 mars 2022 100 % au 31 mars 2023
26. Date d'adoption d'un plan de classement révisé	Au plus tard le 31 mars 2019
27. Date d'adoption d'un plan de déploiement de nouvelles pratiques en matière de gestion documentaire	Au plus tard le 31 mars 2019
28. Taux de mise en œuvre des actions prévues au plan de déploiement de nouvelles pratiques en matière de gestion documentaire	25 % au 31 mars 2020 50 % au 31 mars 2021 75 % au 31 mars 2022 100 % au 31 mars 2023
29. Date de réalisation du coût de revient pour deux programmes	Pour le SEFOP, au plus tard le 31 mars 2021 Pour le programme de francisation de l'Administration, au plus tard le 31 mars 2022



Le troisième et dernier objectif est d'accroître les compétences du personnel.

Pour faire face aux nombreux défis qu'il devra affronter en période de modernisation, l'Office doit pouvoir continuer de miser sur un personnel compétent. Il s'engage donc, au cours des prochaines années, à parfaire la formation de son personnel, et ce, plus particulièrement dans le domaine du service à la clientèle.

D'autres situations exigeront aussi une attention particulière en ce qui a trait à l'acquisition de compétences. Par exemple, au sujet des départs planifiés de membres du personnel, l'organisation mettra en place des mesures favorisant le transfert de connaissances vers de nouvelles ressources. Des mesures de relève seront également élaborées, puis mises en œuvre pour les postes qui sont considérés comme à risque. Toutes ces initiatives contribueront à maintenir un niveau de service de qualité au sein de l'organisation, de manière à ce que celle-ci puisse remplir pleinement ses engagements auprès de ses différentes clientèles.

OBJECTIF 9

Accroître les compétences du personnel

INDICATEURS	CIBLES
30. Pourcentage du personnel ciblé qui est formé en matière de service à la clientèle	100 % chaque année
31. Pourcentage de départs planifiés où un transfert de connaissances a été fait	100 % chaque année
32. Pourcentage de postes à risque pour lesquels des mesures de relève ont été élaborées	100 % chaque année

CONCLUSION





CONCLUSION



Le Plan stratégique 2018-2023 de l'Office québécois de la langue française et de la Commission de toponymie est un plan que l'on peut qualifier d'ambitieux, puisqu'il comporte des défis de taille pour les prochaines années.

En tant que langue officielle et langue commune, le français joue un rôle majeur au Québec. En effet, il permet à tous et à toutes de participer pleinement à la vie publique et d'avoir accès au savoir, au travail ainsi qu'à la culture. Grâce à lui, les nouveaux arrivants et les nouvelles arrivantes peuvent intégrer les réseaux sociaux que sont, entre autres, les milieux de travail, le quartier et l'école. Il importe donc de susciter de plus en plus l'engagement de l'ensemble des membres de la collectivité et de stimuler leur volonté de faire du français un facteur déterminant de la cohésion sociale. Ainsi, l'Office et la Commission ont privilégié, dans le présent plan stratégique, la promotion de la langue française comme richesse de la société québécoise, mais également le renforcement de la compréhension des enjeux linguistiques au Québec.

Les toponymes permettent quant à eux de faire valoir toute la richesse et l'originalité de la société québécoise, dans la mesure où ils témoignent de son histoire, de son évolution et de sa diversité. Dans ce plan stratégique, la Commission a choisi de mettre en valeur le patrimoine toponymique québécois en insistant davantage sur l'importance d'officialiser des noms représentatifs de l'ensemble de la société québécoise. Elle devra travailler étroitement avec ses partenaires, en particulier avec l'ensemble des municipalités, pour faire en sorte que cela devienne une vision partagée.

Pour faire face à tous ces défis, l'Office et la Commission doivent poursuivre leurs travaux de transformation entrepris ces dernières années, travaux qui permettront d'adapter la gouvernance et le développement organisationnel aux besoins des clientèles et des partenaires. Dans le Plan stratégique 2018-2023, ils choisissent, entre autres, d'être activement à l'affût des besoins de leurs clientèles afin de leur offrir une prestation de services à la hauteur de leurs attentes.

Enfin, en tant qu'organisation efficiente et mobilisée, l'Office va continuer de miser sur le développement de ses employés et de ses employées. Des mesures seront donc prises pendant la durée du plan stratégique en vue d'accroître les compétences du personnel.

TABLEAU SYNOPTIQUE





VISION

Concourir à une plus grande cohésion sociale au Québec par la protection et la promotion du français, langue commune des Québécois et des Québécoises.

MISSION DE L'OFFICE QUÉBÉCOIS DE LA LANGUE FRANÇAISE

S'assurer du respect de la *Charte de la langue française* et de la francisation de l'administration publique et des entreprises pour que le français soit la langue normale et habituelle du travail, des communications, du commerce et des affaires, promouvoir l'usage et la qualité de la langue française et surveiller l'évolution de la situation linguistique au Québec.

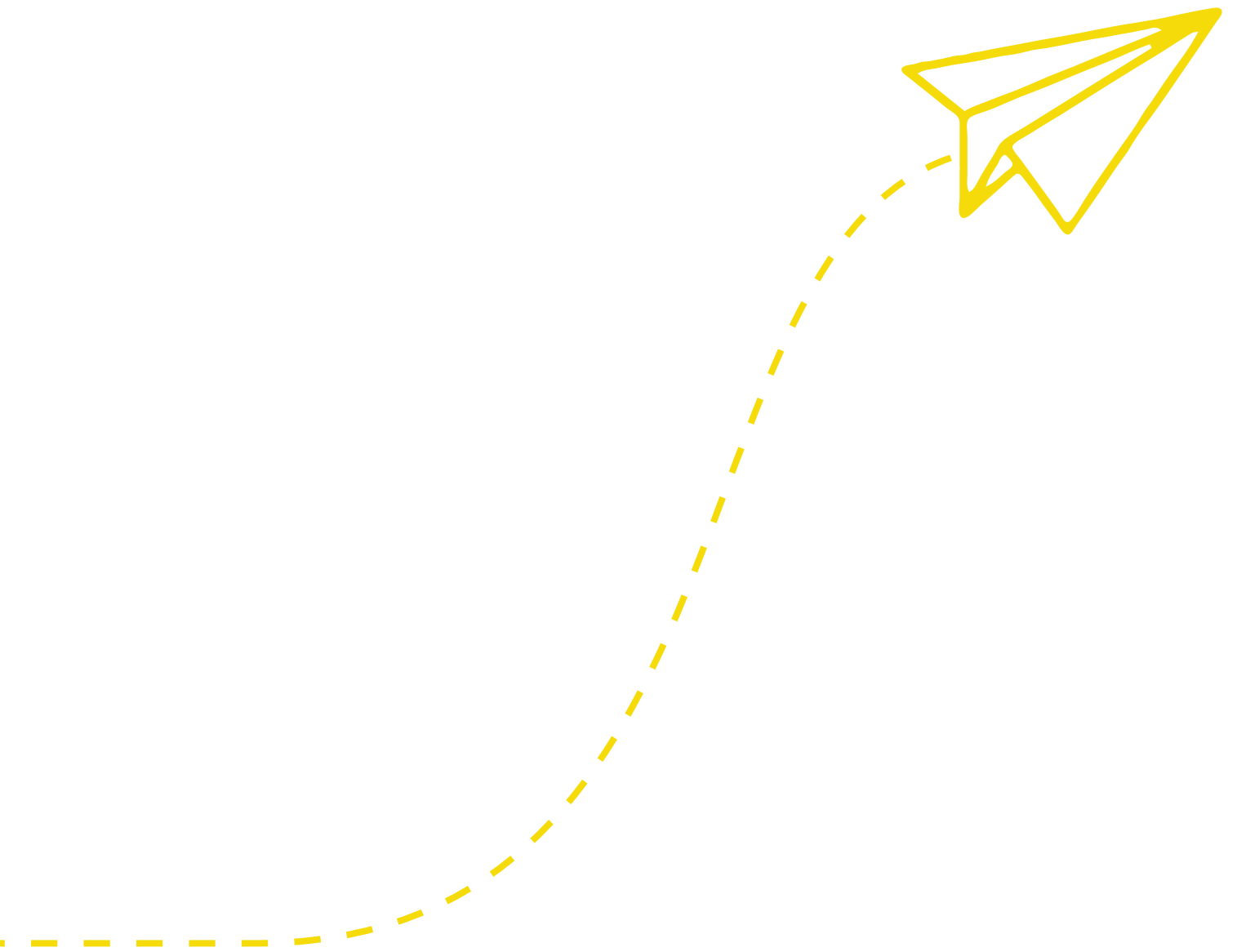
MISSION DE LA COMMISSION DE TOPONYMIE

S'assurer que le territoire du Québec est nommé avec justesse pour permettre le déplacement efficace des biens ainsi que des personnes, et inventorier, officialiser, diffuser et mettre en valeur les noms de lieux.

OBJECTIFS	INDICATEURS	CIBLES PAR RAPPORT À 2017-2018					
		2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022	2022-2023	
ENJEU 1 – LE FRANÇAIS COMME FACTEUR DÉTERMINANT DE LA COHÉSION SOCIALE							
ORIENTATION 1 – PROMOUVOIR LA LANGUE FRANÇAISE EN TANT QUE RICHESSE DE LA SOCIÉTÉ QUÉBÉCOISE							
1. Accroître la portée des activités de promotion	LA FRANCOFÊTE						
	1. Nombre d'abonnés et d'abonnées dans les médias sociaux <i>En 2017-2018 : 5 394 abonnés et abonnées</i>	Augmentation de 4 %	Augmentation de 8 %	Augmentation de 12 %	Augmentation de 16 %	Augmentation de 20 %	
	2. Nombre de publications dans les médias sociaux <i>En 2017-2018 : 627 publications</i>	Augmentation de 4 %	Augmentation de 8 %	Augmentation de 12 %	Augmentation de 16 %	Augmentation de 20 %	
	3. Nombre de visiteurs uniques du site Web <i>En 2017-2018 : 16 704 visiteurs uniques</i>	Augmentation de 4 %	Augmentation de 8 %	Augmentation de 12 %	Augmentation de 16 %	Augmentation de 20 %	
	LES MÉRITES DU FRANÇAIS						
	4. Nombre de candidatures reçues <i>En 2017-2018 : 41 candidatures</i>	Augmentation de 2 %	Augmentation de 4 %	Augmentation de 6 %	Augmentation de 8 %	Augmentation de 10 %	
	LES COUPS DE CŒUR TOPONYMIQUES						
	5. Nombre de mentions dans les médias <i>En 2017-2018 : 19 mentions</i>	Augmentation de 10 %	Augmentation de 15 %	Augmentation de 20 %	Augmentation de 25 %	Augmentation de 30 %	
2. Répondre à des besoins spécifiques des clientèles	6. Date d'adoption d'un plan de sensibilisation et de promotion en matière de francisation auprès des instances de l'Administration	Au plus tard le 31 janvier 2019					
	7. Taux de mise en œuvre des actions en matière de francisation prévues au plan de sensibilisation et de promotion auprès des instances de l'Administration		25 % au 31 mars 2020	50 % au 31 mars 2021	75 % au 31 mars 2022	100 % au 31 mars 2023	
	8. Cote moyenne obtenue pour mesurer les retombées prévisibles des projets acceptés dans le cadre du Programme d'aide financière pour la promotion du français 2017-2021 <i>En 2017-2018 : 66,3 %</i>	Augmentation de la cote moyenne de 2 %	Augmentation de la cote moyenne de 4 %	Augmentation de la cote moyenne de 6 %			
	9. Nombre de termes traités pour lesquels le système n'a trouvé aucune réponse	100 par année					
	10. Nombre de nouveaux vocabulaires électroniques produits	1 par année					
3. Fournir de l'information sur la situation linguistique au Québec	11. Pourcentage d'ordres professionnels pour lesquels de nouveaux examens sont disponibles	50 %	100 %				
	ORIENTATION 2 – RENFORCER LA COMPRÉHENSION ET LA CONNAISSANCE DES ENJEUX LINGUISTIQUES AU QUÉBEC						
	12. Nombre d'études produites		Minimum de 1 étude	Minimum de 3 études	Minimum de 3 études	Minimum de 3 études	
4. Accroître le respect des engagements et des obligations des clientèles en matière de francisation	13. Pourcentage d'entreprises qui ont été certifiées dans le respect des engagements de leur programme de francisation <i>Pourcentage en 2017-2018 : 54,3 %</i>	Augmentation de 1 point de pourcentage	Augmentation de 2 points de pourcentage	Augmentation de 3 points de pourcentage	Augmentation de 4 points de pourcentage	Augmentation de 5 points de pourcentage	
	14. Pourcentage de dossiers de plainte corrigés à la demande de l'Office	Minimum de 80 % annuellement					



OBJECTIFS	INDICATEURS	CIBLES PAR RAPPORT À 2017-2018				
		2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022	2022-2023
ENJEU 2 – DES TOPONYMES TÉMOINS DE L'ÉVOLUTION DE LA SOCIÉTÉ QUÉBÉCOISE DANS TOUTE SA DIVERSITÉ						
ORIENTATION 3 – SUSCITER DE BONNES PRATIQUES EN MATIÈRE DE TOPONYMIE						
5. Contribuer à l'attribution de noms représentatifs de l'ensemble de la société québécoise	15. Nombre de désignations toponymiques commémoratives	Minimum de 2 par année				
	16. Pourcentage de toponymes officialisés rappelant des femmes <i>Pourcentage en 2017-2018 : 18,8 %</i>	Augmentation de 5 %	Augmentation de 10 %	Augmentation de 15 %	Augmentation de 20 %	Augmentation de 25 %
	17. Nombre de noms de lieux autochtones officialisés par la Commission	Minimum de 200 par année				
6. Mettre en valeur le patrimoine toponymique québécois	18. Nombre de noms autochtones traditionnels ajoutés à la Banque de noms de lieux du Québec	Minimum de 250 par année				
	19. Nombre de nouvelles notes sur l'origine et la signification des noms de lieux	Minimum de 300 par année				
ENJEU 3 – UNE ORGANISATION EFFICIENTE ET MOBILISÉE VERS UN SERVICE À LA CLIENTÈLE DE QUALITÉ						
ORIENTATION 4 – ADAPTER LA GOUVERNANCE ET LE DÉVELOPPEMENT ORGANISATIONNEL AUX BESOINS DES CLIENTÈLES ET DES PARTENAIRES						
7. Augmenter la satisfaction globale des clientèles	20. Taux de satisfaction globale des clientèles	Cible étalon établie au plus tard le 31 mars 2019		Augmentation de 2 %		Augmentation de 4 %
	21. Date de dépôt d'une stratégie visant l'amélioration des services auprès des clientèles		Au plus tard le 31 mars 2020			
	22. Taux de mise en œuvre des actions prévues à la stratégie visant l'amélioration des services			40 % au 31 mars 2021	60 % au 31 mars 2022	100 % au 31 mars 2023
8. Poursuivre l'implantation de bonnes pratiques en matière de gouvernance	23. Date d'adoption d'une politique relative à la gestion des risques	Au plus tard le 31 mars 2019				
	24. Date d'adoption d'un plan d'atténuation des risques	Au plus tard le 31 mars 2019				
	25. Taux de mise en œuvre des actions prévues au plan d'atténuation des risques		25 % au 31 mars 2020	50 % au 31 mars 2021	75 % au 31 mars 2022	100 % au 31 mars 2023
	26. Date d'adoption d'un plan de classement révisé	Au plus tard le 31 mars 2019				
	27. Date d'adoption d'un plan de déploiement de nouvelles pratiques en matière de gestion documentaire	Au plus tard le 31 mars 2019				
	28. Taux de mise en œuvre des actions prévues au plan de déploiement de nouvelles pratiques en matière de gestion documentaire		25 % au 31 mars 2020	50 % au 31 mars 2021	75 % au 31 mars 2022	100 % au 31 mars 2023
29. Date de réalisation du coût de revient pour deux programmes			Pour le SEFOP, au plus tard le 31 mars 2021	Pour le programme de francisation de l'Administration, au plus tard le 31 mars 2022		
9. Accroître les compétences du personnel	30. Pourcentage du personnel ciblé qui est formé en matière de service à la clientèle	100 % chaque année				
	31. Pourcentage de départs planifiés où un transfert de connaissances a été fait	100 % chaque année				
	32. Pourcentage de postes à risque pour lesquels des mesures de relève ont été élaborées	100 % chaque année				



9313.2018-06