



# Guide de style

Règles de rédaction en français

Mars 2017

# Table des matières

---

<b>Introduction .....</b>	<b>5</b>
Qu'est-ce au juste que le style? .....	5
À propos de l'orthographe .....	5
À propos de la rédaction sans discrimination de genre .....	6
À propos des droits d'auteur.....	6
<b>10 lignes directrices pour les publications externes.....</b>	<b>7</b>
<b>Usage spécial à BDC.....</b>	<b>14</b>
Titres des postes à BDC.....	14
Termes et expressions .....	14
Un accent sur les entrepreneurs très occupés du secteur privé .....	15
<b>Écrire pour le Web.....</b>	<b>16</b>
Titres et sous-titres .....	16
Listes à puces et numérotées.....	17
Façons d'aider les lecteurs à parcourir une page .....	17
Référencement (optimisation pour les moteurs de recherche) .....	17
Texte.....	19
<b>Majuscules et minuscules .....</b>	<b>20</b>
Le sigle BDC.....	20
Éléments de la signature .....	21
Terminologie interne de BDC .....	21
Politiques, directives et autres.....	22
Institutions et organisations autres que BDC .....	22
Titres de poste – généralités .....	23
Diplômes et grades universitaires .....	23
Traduction des noms d'établissements .....	24
Lois et règlements .....	24
Titres de publications et autres œuvres .....	25
Titres d'articles et sous-titres.....	25
Points cardinaux et noms géographiques .....	26
<b>Éléments graphiques .....</b>	<b>27</b>
Majuscules.....	27

Abréviations .....	328
Couleurs .....	29
<b>Ponctuation.....</b>	<b>30</b>
Trait d'union .....	31
Virgule.....	32
Deux-points.....	32
Tirets .....	33
Guillemets.....	34
Point-virgule.....	35
<b>Énumérations verticales.....</b>	<b>36</b>
Lorsque les éléments d'une énumération ne forment pas des phrases complètes .....	36
Lorsque les éléments d'une énumération forment des phrases complètes.....	37
<b>Écriture des nombres .....</b>	<b>37</b>
En chiffres ou en toutes lettres? .....	37
Autres questions de style concernant les nombres.....	38
<b>Écriture des sommes d'argent.....</b>	<b>39</b>
<b>Dates et heures.....</b>	<b>40</b>
<b>Système métrique .....</b>	<b>41</b>
<b>Abréviations, acronymes et sigles .....</b>	<b>41</b>
Définitions .....	41
Règles générales.....	41
Diplômes et grades universitaires .....	42
<b>Titres de livres, de films et d'autres œuvres artistiques.....</b>	<b>43</b>
<b>Difficultés .....</b>	<b>44</b>
Répétitions inutiles .....	44
Chez <i>ou</i> à? .....	44
Ceci <i>ou</i> cela? .....	44
Coordinations fautives .....	45
Répétition des prépositions <i>à</i> et <i>de</i> .....	45

<b>Liste de mots .....</b>	<b>46</b>
<b>Annexe 1 : Références.....</b>	<b>50</b>
<b>Annexe 2 : Renvois en bas de page et références bibliographiques.</b>	<b>51</b>
Renvois en bas de page.....	51
Références bibliographiques .....	52

# Introduction

Bienvenue dans le Guide de style de BDC.

Cet ouvrage a pour but de standardiser et d'améliorer la façon dont BDC communique avec le public et avec ses employés, tant dans les médias imprimés qu'en ligne.

Il fournit des lignes directrices relativement à l'orthographe et à la façon dont nous préférons que certains mots soient écrits. Le guide présente également des règles de grammaire et de ponctuation de base ainsi que des conseils pour vous aider à rédiger des textes corrects, clairs et faciles à lire.

## Qu'est-ce au juste que le style?

---

« Style » est un terme fourre-tout. Dans le contexte du présent guide, il consiste à faire en sorte que les documents écrits de BDC soient cohérents et faciles à lire, tout en veillant à ce qu'ils respectent l'usage courant.

Le guide donne également des conseils sur la façon de rédiger les textes destinés aux entrepreneurs. L'objectif est de créer des documents qu'ils trouveront utiles et convaincants. Pour ce faire, nous devons nous efforcer d'écrire d'une manière qui reflète leur façon de penser, dans un langage courant et correct.

Le guide contient aussi des lignes directrices pour optimiser le référencement de notre contenu en ligne dans les moteurs de recherche, de sorte qu'un plus grand nombre d'entrepreneurs puissent bénéficier des conseils, des produits et des services que nous offrons.

## À propos de l'orthographe

---

À BDC, la langue de vérification utilisée est « Français (Canada) ». Vous devez régler le vérificateur d'orthographe et de grammaire de Microsoft Word en conséquence. Nous présentons ci-dessous quelques exemples de mots couramment employés à BDC, dont l'orthographe peut soulever des questions.

- recto verso (s'écrit sans trait d'union)
- compte rendu (s'écrit sans trait d'union, contrairement à procès-verbal)
- personne-ressource (sing.); personnes-ressources (plur.)
- ici même (mais nous-mêmes, lui-même, etc.)
- parti (tirer parti de; parti pris)
- partie (faire partie; partie prenante)
- quelque + nom (prend la marque du pluriel quand il est suivi d'un nom au pluriel; ex. : Nous avons invité quelques clients à cet atelier sur l'innovation)
- quelque + adjectif numéral (invariable; ex. : quelque 300 leaders de l'industrie étaient présents)
- entrepreneure ou femme entrepreneur (forme féminine d'entrepreneur)

## À propos de la rédaction sans discrimination de genre

---

Ne présumez pas que le lecteur est un homme ou une femme. Évitez autant que possible les formes télescopées – comme « il/elle », « son/sa », « directeurs(trices) », « directeurs/trices » ou « Les employé(e)s doivent être empressé(e)s envers les client(e)s » –, car elles nuisent à la clarté.

La rédaction sans discrimination de genre pose un défi d'écriture, mais divers procédés permettent de trouver un juste équilibre entre l'efficacité du message et la féminisation des textes. En voici quelques-uns.

- Un bon procédé consiste à mettre les noms, adjectifs et pronoms au pluriel.
  - Les entrepreneurs devraient être conscients que leurs entreprises sont vulnérables aux récessions (*au lieu de* Un entrepreneur devrait être conscient que son entreprise est vulnérable aux récessions).
- Une autre solution consiste à privilégier des formes qui ne font aucune distinction entre les hommes et les femmes; des noms qui désignent un ensemble de personnes, hommes et femmes; ou encore des mots neutres tels que cadre, responsable, spécialiste ou personne. Par exemple :
  - la population du Canada (*plutôt que* les Canadiens et les Canadiennes);
  - la main-d'œuvre ou l'effectif (*plutôt que* les employés et les employées);
  - les spécialistes de BDC se sont penchés sur la question (*plutôt que* les experts et les expertes);
  - les personnes présentes à l'atelier (*plutôt que* les participants à l'atelier).
- Vous pouvez aussi utiliser des tournures telles que « le ou la propriétaire » ou « le ou la titulaire du poste » avec parcimonie, quand cela n'alourdit pas le texte.

À BDC, il est d'usage de féminiser les titres des postes occupés par une femme.

- Marie Tremblay, directrice de comptes, Développement des affaires
- Louise Desjardins, associée principale, Consultation

## À propos des droits d'auteur

---

Les droits d'auteur donnent à la personne qui a créé une œuvre (ex. : un article de journal, une photo ou une vidéo) le droit exclusif de publier et de diffuser cette œuvre. Cependant, ces droits sont souvent cédés à des tiers. Pour connaître les meilleures pratiques en matière de droit d'auteur, consultez le guide [Respect de la Loi sur le droit d'auteur](#), préparé par le Centre de recherche et d'information.

- Si vous utilisez une partie importante ou l'intégralité d'une œuvre qui a été créée par quelqu'un d'autre dans un texte que vous rédigez pour BDC, vous devez obtenir la permission du créateur ou de la créatrice et indiquer aux lecteurs d'où provient le matériel.
  - Mettez une mention de source sous les photos.
    - Photo : La Presse canadienne.
  - Ajoutez une phrase sous les longues adaptations ou les extraits complets.
    - Adapté de Yannick Clérouin, « Vidéotron offrira enfin le iPhone à ses clients », *Les Affaires*, 14 mars 2014.
    - Cet article a été rédigé par Yannick Clérouin et a été publié dans le journal *Les Affaires*, le 14 mars 2014.

- Si vous n'utilisez qu'une petite partie d'une œuvre (ex. : quelques phrases tirées d'un long article ou un graphique contenu dans un rapport), vous n'aurez peut-être pas besoin d'obtenir la permission de l'auteur, mais vous devrez quand même en indiquer la provenance aux lecteurs.
- Il peut être difficile de déterminer ce qui constitue une « partie importante », ou une « petite partie », d'une œuvre. En règle générale, une tranche de 10 % de l'œuvre complète est considérée comme une « petite partie ». Dans le doute, il est toutefois préférable d'obtenir la permission du ou de la propriétaire du droit d'auteur. Consultez le rédacteur principal ou la rédactrice principale de BDC ([communications-bdc@bdc.ca](mailto:communications-bdc@bdc.ca)) pour plus de précisions à ce sujet.
- Ces lignes directrices s'appliquent aux œuvres publiées dans tous les médias, y compris le matériel imprimé, audiovisuel et électronique. **Le fait que des textes, des photos, des vidéos, des tableaux, des graphiques ou autres soient affichés dans Internet ne signifie pas qu'ils sont libres de droits d'auteur.** Vous devez quand même suivre les règles qui précèdent en ce qui a trait aux permissions et aux citations.
- Si vous paraphrasez une partie importante d'une œuvre créée par quelqu'un d'autre, vous devez également l'indiquer au moyen d'une note en bas de page ou d'une mention de source dans le texte.
- Il est important d'éviter toute forme de plagiat et de se rappeler que les employés de BDC sont tenus de se conformer à la [Loi sur le droit d'auteur](#). Dans le doute, citez la source ou consultez le rédacteur principal ou la rédactrice principale de BDC ([communications-bdc@bdc.ca](mailto:communications-bdc@bdc.ca)).
- **Veillez noter que la présente section ne constitue pas un avis juridique.**

# 10 lignes directrices pour les publications externes

BDC fait passer les entrepreneurs d'abord. Nos publications externes et notre site Web sont conçus pour être lus d'abord et avant tout par eux. Lorsque nous écrivons pour les entrepreneurs, nous devrions utiliser leur façon de communiquer, soit un langage direct, concret et précis.

Nous voulons clarifier leurs défis, répondre à leurs questions et suggérer des solutions, afin de les aider à résoudre efficacement leurs problèmes. Il est important de le faire en utilisant leur langage et d'une manière qu'ils trouveront accessible, et non formelle, institutionnelle ou bureaucratique.

Les entrepreneurs sont pressés par le temps et axés sur les résultats. C'est pourquoi nous voulons, dans nos publications, les aider à passer efficacement à l'étape suivante dans la recherche d'une solution à leurs problèmes. Nous pouvons y arriver en clarifiant leurs défis, en répondant à leurs questions à ce sujet et en suggérant des solutions.

En règle générale, nous voulons aussi montrer aux entrepreneurs l'intérêt qu'ils ont à prendre des mesures pour surmonter leurs défis et faire croître leur entreprise. Cette approche consiste aussi à leur démontrer qu'il est plus payant d'agir que de rester inactif.

Voici 10 lignes directrices à suivre lorsque vous écrivez pour les entrepreneurs :

### 1. Mettez-vous à leur place

- Mettez-vous à la place des entrepreneurs en adoptant leur ton, leur vocabulaire et leurs valeurs (axés sur les résultats, pressés par le temps, concentrés sur le succès).

<b>Au lieu de...</b> Au Canada, les bâtiments sont responsables d'environ un tiers de toutes les émissions de gaz à effet de serre et de l'utilisation d'énergie. La rénovation des bâtiments actuels – comptant pour environ 98 % des immeubles commerciaux au Canada – est essentielle aux économies d'énergie et à la réduction de notre empreinte écologique.
<b>Écrivez...</b> Rénover votre bâtiment pour le rendre plus écologique vous fera réaliser des économies d'énergie. Cela signifie plus d'argent dans vos poches.  Pour certains d'entre nous, il y a une raison de plus de rénover. Au Canada, les bâtiments sont responsables d'environ un tiers de toutes les émissions de gaz à effet de serre et de l'utilisation d'énergie, c'est pourquoi leur rénovation est essentielle à la réduction de notre empreinte écologique.
<b>Pourquoi?</b> Le premier paragraphe révisé montre que l'auteur (et par extension BDC) partage une priorité fondamentale des entrepreneurs : épargner de l'argent. Le second paragraphe adopte un angle « faisons notre part » qui trouvera un écho auprès de certains entrepreneurs (mais pas tous). Le fait que les bâtiments sont responsables du tiers de l'ensemble des émissions de gaz à effet de serre n'est plus abstrait; c'est une information utile, qui aidera le propriétaire d'entreprise à agir en accord avec ses valeurs.

### 2. Utilisez la voix active

- Si possible, utilisez la voix active. Cela signifie écrire une phrase en utilisant la forme sujet-verbe-complément, dans laquelle la personne ou l'objet qui effectue une action est le sujet de la phrase.

<b>Au lieu de...</b> Une décision a été prise de réduire les coûts. Les budgets ont été amputés et des gens ont été mis à pied. Les bureaux ont été fermés et les nouvelles initiatives ont été annulées.
<b>Écrivez...</b> L'entreprise a décidé de réduire ses coûts. Elle a amputé ses budgets, mis des gens à pied, fermé des bureaux et annulé de nouvelles initiatives.



**Pourquoi?**

La seconde version est plus courte, plus claire et plus directe. Le lecteur sait qui a fait quoi. La première version est écrite dans ce que l'on appelle la voix passive, quand la personne ou l'objet qui accomplit une action n'est pas le sujet de la phrase. (Dans l'exemple, la décision ne s'est pas prise par elle-même et elle n'a pas réduit les coûts.) Les phrases passives ne sont pas mauvaises, mais elles sont souvent plus longues, manquent d'énergie et peuvent être maladroites ou porter à confusion. Parfois, elles peuvent même laisser croire que le rédacteur a quelque chose à cacher.

**3. Adressez-vous directement aux lecteurs**

→ Évitez d'écrire comme si l'entrepreneur et son entreprise étaient des sujets abstraits, d'intérêt purement académique.

**Au lieu de...**

Une question que se posent souvent les entrepreneurs est : « Comment puis-je faire plus d'argent? » L'augmentation du chiffre d'affaires est la réponse qui leur vient instinctivement en tête.

**Écrivez...**

Vous vous êtes sans doute demandé : « Comment faire plus d'argent? » « En augmentant les revenus » est probablement la réponse qui vous est venue instinctivement en tête.

**Pourquoi?**

Le premier exemple est bon parce qu'il met l'accent sur une chose qui est importante pour les entrepreneurs : les profits. Mais on parle ici des entrepreneurs comme s'ils étaient les sujets d'une étude menée par un professeur (« Une question que se posent souvent **les entrepreneurs** est... », plutôt que « **Vous** vous demandez probablement souvent... »). Dans le deuxième exemple, nous nous adressons directement à l'entrepreneur, montrant que nous comprenons ses préoccupations et que nous les partageons.

**4. Évitez le jargon et les clichés**

→ Évitez le jargon d'entreprise, le langage bureaucratique et les clichés.

**Au lieu de...**

L'Alberta a été frappée par une tempête parfaite en 2015-2016. La baisse du prix du pétrole et les feux de forêt de Fort McMurray ont poussé plusieurs entreprises à réduire leur empreinte dans la province.

**Écrivez...**

L'économie de l'Alberta a été frappée par une forte baisse du prix du pétrole et par les feux de forêt de Fort McMurray en 2015-2016. Ces difficultés ont poussé plusieurs entreprises à réduire leurs activités dans la province.

**Pourquoi?**

Les expressions telles que « tempête parfaite » et « empreinte » ont peut-être été originales un jour, mais ce sont désormais des clichés. Les lecteurs ont tendance à décrocher en lisant des clichés. Dites ce que vous avez en tête directement ou essayez de les intéresser avec une métaphore neuve.

**5. Utilisez des titres clairs**

- Rédigez des titres qui indiquent clairement au lecteur que le texte offrira de l'information et des conseils pratiques qui les aideront à comprendre des concepts d'affaires, à faire croître leur entreprise et à réussir. Le titre devrait être une affirmation, une question ou un appel à l'action. Évitez les jeux de mots et autres trucs mignons.
  
- Les titres des textes en ligne suivent des règles particulières. Reportez-vous à la section [Écrire pour le Web](#) pour en savoir plus.

**Au lieu de...**

Voici pourquoi vous devriez envisager de mettre à jour vos logiciels

**Écrivez...**

Épargnez temps et argent grâce à cinq mises à jour simples de vos logiciels

**Pourquoi?**

Le premier titre est vague, ce qui fait que les lecteurs ne peuvent pas savoir si cet article est pertinent pour leur entreprise ou s'il les aidera à réussir. Le deuxième titre leur dit exactement ce qu'ils en retireront (une économie de temps et d'argent). Ce qui est tout aussi important, c'est que ce bénéfice intéressera de nombreux entrepreneurs.

De plus, dans le premier titre, « mettre à jour vos logiciels » peut signifier aussi bien l'achat d'un logiciel économique que l'embauche d'un consultant pour créer une solution sur mesure coûteuse. L'adjectif « simples » rassure le lecteur : les conseils offerts dans l'article ne demanderont pas beaucoup de ressources.

Finalement, la seconde version donne la première place à la « nouvelle ». Nous aurions pu écrire « 5 mises à jour simples de vos logiciels qui épargneront temps et argent à votre entreprise ». Mais nous avons instantanément capté l'attention des lecteurs avec « Épargnez temps et argent ». Cela peut les inciter à lire le texte jusqu'à la fin, pour savoir comment y arriver.

**Au lieu de...**

Devriez-vous acheter une entreprise existante?

**Écrivez...**

Pourquoi il est payant d'acheter une entreprise existante

**Pourquoi?**

Si on lui pose la question « Devriez-vous acheter une entreprise existante ? », un entrepreneur répondra probablement : « Non, parce que mon entreprise actuelle prend déjà tout mon temps. » À l’opposé, un titre comme « Pourquoi il est payant d’acheter une entreprise existante » est associé directement à un bénéfice pour l’entrepreneur.

**Au lieu de...**

Comment gérer les défis du service à la clientèle

**Écrivez...**

8 conseils pour éviter des désastres avec le service à la clientèle

**Pourquoi?**

Qu’est-ce qui est le plus attirant pour des entrepreneurs très occupés : une discussion générale sur le service à la clientèle ou des conseils pour éviter un désastre ? De plus, « 8 conseils » indique concrètement aux entrepreneurs qu’ils apprendront quelque chose en peu de temps.

**6. Partagez des histoires**

- Partagez des histoires vraies pour illustrer comment des entrepreneurs surmontent des défis précis. Dans les témoignages et autres textes promotionnels, démontrez comment BDC a aidé des entrepreneurs à relever leurs défis.

**Au lieu de...**

Il est important de préparer un plan de succession. Quand viendra le temps de vendre votre entreprise, tout sera en place.

**Écrivez...**

Phil Lafèche était dans la jeune soixantaine quand un problème de santé l’a poussé à réfléchir à la vente de son entreprise.

**Pourquoi?**

Les gens aiment lire à propos de personnes qui leur ressemblent. Le deuxième article est plus susceptible de capter l’attention de gens qui approchent de la retraite ou qui ont des problèmes de santé – deux groupes qui devraient donner la priorité à la planification de la relève de l’entreprise.

**7. Soyez concis**

- Évitez les longues phrases. Généralement, une phrase devient plus difficile à comprendre lorsqu’elle dépasse 25 mots. Cela est particulièrement vrai si certains de ces mots sont longs ou peu familiers.

Utilisez des puces (*bullets*) ou des sous-titres pour diviser les longs paragraphes ou les passages plus denses – en particulier si votre matériel doit être publié en ligne.

Choisissez des noms et des verbes forts, afin d’éviter d’utiliser des adjectifs et des adverbes.

<b>Au lieu de...</b> Il s'est rapidement éloigné de l'énorme maison.
<b>Écrivez...</b> Il s'est enfui du manoir.
<b>Pourquoi?</b>  « S'est enfui » sous-entend « vitesse » tout comme « manoir » sous-entend « grandeur ». Ce choix de mots est plus court et puissant que « rapidement éloigné » et « énorme maison ».  Faites particulièrement attention aux pléonasmes. Par exemple, tous les cadeaux sont gratuits et toute l'histoire s'est déroulée dans le passé; vous n'avez donc pas besoin d'écrire « cadeau gratuit » et « histoire passée ».

## 8. Soulignez les principaux bénéfices offerts par les produits de BDC

- Mettez l'accent sur les éléments qui font ressortir les avantages clés qu'offrent les produits de BDC sur le marché. Par exemple, vous pourriez souligner les modalités de prêt flexibles de la Banque.
  
- Nous devrions toutefois éviter de vendre ouvertement les produits et services de BDC dans nos publications, sauf dans la publicité et dans les documents conçus expressément pour les entrepreneurs qui sont prêts à les acheter.

<b>Au lieu de...</b> Parce que BDC se concentre sur les entreprises à haut risque, nos taux d'intérêt sont souvent plus élevés que ceux que les banques commerciales offrent.
<b>Écrivez...</b> Quand vous évaluez un prêt, ne vous limitez pas au taux d'intérêt. Les conditions peuvent être tout aussi importantes.
<b>Pourquoi?</b> Le premier exemple pourrait inciter les entrepreneurs à ne pas lire le texte. Le second exemple reconnaît que les taux d'intérêt sont importants (il sous-entend que les entrepreneurs doivent en tenir compte, mais sans négliger d'examiner d'autres aspects). Il met aussi l'accent sur la flexibilité des prêts de BDC.

## 9. Encouragez l'action

- Encouragez les entrepreneurs à franchir l'étape suivante pour surmonter un défi en montrant que le processus est clair, qu'il est facile, et qu'il leur procurera un avantage personnel ou commercial direct.

<b>Au lieu de...</b> Même les entrepreneurs expérimentés font face à des dépenses imprévues lorsqu'ils achètent de l'immobilier commercial. Coûts cachés, dépassement des coûts de construction, arrêt de l'activité plus long que prévu – il est difficile d'imaginer tous les imprévus auxquels vous pourriez faire face.
<b>Écrivez...</b> Même les entrepreneurs expérimentés font face à des dépenses imprévues lorsqu'ils achètent un immeuble commercial. Coûts cachés, dépassement des coûts de construction, arrêt de l'activité plus long que prévu – il est difficile d'imaginer tous les imprévus auxquels vous pourriez faire face. Un peu de planification peut vous aider à éviter des dépenses inattendues et des interruptions potentielles de vos activités.
<b>Pourquoi?</b> Quand vous ajoutez la dernière phrase, vous donnez aux entrepreneurs une raison concrète de passer à l'étape suivante : planifier un achat immobilier.

## 10. Adoptez un ton amical

- Utilisez un ton amical et conversationnel. Si vous avez le choix entre un mot formel et bureaucratique ou un terme plus familier, utilisez le familier, si vous le pouvez. Utilisez « nous » pour parler de la Banque et « vous » pour parler du lecteur, si cela convient à la circonstance.

<b>Au lieu de...</b> Selon toute vraisemblance, les spécialistes des acquisitions complexes d'entreprises examineront le bilan des trois dernières années d'imposition de l'entreprise ciblée, en plus des rapports annuels et autres documents relatifs à cette même période.
<b>Écrivez...</b> Les acheteurs avisés regarderont l'historique des finances et des opérations de l'entreprise. Assurez-vous d'avoir en main des chiffres exacts et les documents qui vous aideront à négocier le prix que vous désirez.
<b>Pourquoi?</b> Nous visons à rédiger avec un ton qui se situe à mi-chemin entre le style très formel de plusieurs banques et le style très informel de certaines entreprises technologiques. Nous voulons que les entrepreneurs nous perçoivent comme des conseillers de confiance, intelligents et pratiques. Une écriture sympathique et conversationnelle donne souvent aussi un texte plus court et facile à suivre qu'un passage rédigé dans un style bureaucratique.

# Usage spécial à BDC

## Titres des postes à BDC

---

À BDC, les titres de poste français prennent une minuscule initiale et sont suivis d'une virgule et du domaine de spécialisation ou du secteur d'activité qui, lui, s'écrit avec une majuscule initiale.

### Exemples

président et chef de la direction

première vice-présidente, Affaires juridiques et secrétaire générale

vice-président exécutif, BDC Capital

chef, Exploitation TI et soutien à la production

Quand un titre de poste comporte trois éléments, le dernier est précédé d'un tiret court.

- analyste, Interventions stratégiques – Capital de croissance et transfert d'entreprise

Il est aussi d'usage de féminiser les titres des postes occupés par une femme.

- directrice, Capital de risque – Fonds diversifiés

## Termes et expressions

---

BDC encourage l'emploi de certains termes et expressions.

**Entrepreneur ou entrepreneure** – Peut être utilisé comme synonyme de « propriétaire d'entreprise ». Il peut dans bien des cas remplacer les mots « entreprise », « société » ou « firme », car la plupart des entrepreneurs détiennent et exploitent leur entreprise.

**Prêt** – BDC avait l'habitude d'utiliser le mot « financement » pour désigner ses activités de prêt et d'investissement. Or, les entrepreneurs utilisent plus fréquemment les termes « prêt », « prêt pour petite entreprise » et « prêt commercial » lorsqu'ils font des recherches dans Internet. Le mot « financement » ne leur « parle » pas autant. Ils l'utilisent plutôt pour désigner la structure financière de leur entreprise (ex. : le financement de mon entreprise). Lorsqu'il y a lieu, nous devrions utiliser les termes « prêt », « prêt pour petite entreprise », « prêt commercial » et « investissement » (pour désigner, dans le dernier cas, les services de financement de BDC Capital, y compris le capital de risque et le capital de croissance et transfert d'entreprise).

**Petite entreprise et petites entreprises** – Les recherches indiquent que les entrepreneurs n'aiment pas considérer leur entreprise comme une « petite entreprise ». Nous devrions pour cette raison nous montrer judicieux dans le choix des termes que nous utilisons. Souvent, « entreprise » ou « société » fera très bien l'affaire. Nous offrons toutefois un « prêt pour petites entreprises » et savons que les gens utilisent « petite entreprise » comme mot clé lorsqu'ils font des recherches en ligne. Il est par conséquent permis d'utiliser le terme « petite entreprise », en particulier dans les publications en ligne.

**Petites et moyennes entreprises (PME)** – Statistique Canada emploie ce terme et ce sigle pour désigner les entreprises qui comptent entre un et 499 employés. En français, le sigle PME est couramment employé et a l'avantage d'être court.

## Un accent sur les entrepreneurs très occupés du secteur privé

---

Soyez précis quant aux raisons pour lesquelles BDC aide les entrepreneurs.

<b>Au lieu de...</b> À BDC, ce que nous pouvons vous offrir de mieux est l'avantage de notre expérience avec des entreprises comme la vôtre. En sachant ce qui a réussi dans le passé, nous pouvons travailler avec vous pour adapter notre expérience au contexte de votre entreprise.
<b>Écrivez...</b> Chaque année, nous travaillons directement et indirectement avec 42 000 entrepreneurs comme vous partout au Canada. Nous écoutons vos histoires; nous comprenons vos défis; et nous voyons ce qui est efficace et ce qui ne l'est pas. Vous pouvez profiter de cette expérience.
<b>Pourquoi?</b> Dans le premier exemple, on pourrait remplacer « BDC » par le nom de n'importe quel cabinet-conseils et les énoncés demeurerait vrais. Le texte est général et ne fournit aucune nouvelle information. D'où vient cette expérience? Nous devrions utiliser des détails (tels que « 42 000 entrepreneurs » et « nous écoutons vos histoires ») qui amèneront les entrepreneurs à conclure que l'expérience de BDC peut leur être utile.

Utilisez, dans la mesure du possible, la terminologie du secteur privé pour décrire BDC (ex. : « banque » au lieu de « société d'État » – mais « la Banque » avec une majuscule initiale quand le terme désigne directement BDC).

<b>Au lieu de...</b> La Banque de développement du Canada est une société d'État créée par une loi du Parlement le 20 décembre 1974, sous la dénomination de Banque fédérale de développement, et a été maintenue sous sa dénomination actuelle par une loi du Parlement adoptée le 13 juillet 1995.  Les objectifs de la Banque de développement du Canada et de ses filiales (collectivement, BDC) sont de promouvoir et de faciliter l'implantation et l'expansion d'entreprises commerciales au Canada, avec une attention particulière sur les petites et moyennes entreprises, en leur fournissant un éventail de prêts, d'investissements et de services-conseils complémentaires.
<b>Écrivez...</b> La Banque a été créée en 1974 afin de fournir des prêts, des conseils et autres formes de soutien pour aider les entreprises canadiennes à réussir.

#### **Pourquoi?**

Le premier exemple provient du Rapport annuel de BDC et il convient parfaitement dans ce contexte, parce que le Rapport annuel s'adresse principalement au gouvernement fédéral et au parlement. Cependant, les entrepreneurs sont surtout actifs dans le secteur privé. Ils auront donc peu d'intérêt pour les questions législatives sous-jacentes de BDC. Ils voudront essentiellement savoir ce que fait BDC. Ainsi, « Banque » et « entreprises » seront des termes plus clairs que « société d'État » et « petites et moyennes entreprises ».

# Écrire pour le Web

La rédaction pour le Web diffère à de nombreux égards de la rédaction de textes imprimés. Premièrement, les gens lisent différemment sur un écran d'ordinateur, une tablette électronique ou un téléphone intelligent. Ils parcourent le texte des yeux plus rapidement, à la recherche d'information qu'ils peuvent utiliser. C'est pourquoi les phrases et les paragraphes doivent être plus courts et plus accrocheurs en ligne que sur papier.

#### **Remarque**

Si vous rédigez du contenu pour le Web et que les conseils donnés dans la présente section diffèrent de ceux qui se trouvent ailleurs dans le guide, suivez les conseils de la présente section.

## Titres et sous-titres

---

### Grands titres

Le grand titre devrait clairement indiquer le défi que l'article, le produit dont on fait la promotion ou tout autre contenu permettra de surmonter.

- Le grand titre devrait contenir un mot clé ou groupe de mots clés de référencement principal. Voir **Référencement (optimisation pour les moteurs de recherche)**.
- Si vous utilisez des nombres dans le titre, écrivez-les en chiffres, même s'ils sont inférieurs à 10 (ex. : 5 astuces, 12 secrets).

### Sous-titres (dans le corps du texte)

- Utilisez de multiples sous-titres sur chaque page.
- Employez des sous-titres descriptifs pour aider les lecteurs à parcourir rapidement le contenu.
- Limitez-en la longueur, dans la mesure du possible, à environ cinq mots.
- Utilisez un sous-titre pour chaque idée principale et (ou) insérez-en un tous les trois ou quatre paragraphes.
- **Des sous-titres ne sont pas nécessaires si les sections de l'article sont déjà précédées de puces ou numérotées** (sauf s'il y a une longue introduction).



## Listes à puces et numérotées

---

Les éléments précédés de puces ou de numéros devraient commencer par une phrase introductive en **caractères gras**, suivie d'une espace et d'un tiret court (–).

### Exemple

- **Décomposez chaque projet en ses diverses tâches** – Avant de déléguer, créez une liste de menues tâches pouvant être gérées par une seule personne. Cela vous aidera...

## Façons d'aider les lecteurs à parcourir une page

---

Pour aider les lecteurs à trouver l'information rapidement, utilisez ces trucs :

- divisez le texte en paragraphes d'au plus trois phrases;
- divisez le texte en utilisant abondamment les puces et les titres;
- mettez en relief les mots et les expressions importants à l'aide des caractères gras.

## Référencement (optimisation pour les moteurs de recherche)

---

Si les gens n'arrivent pas à trouver facilement le contenu de BDC sur le Web, nous ratons de belles occasions d'atteindre les entrepreneurs, y compris les clients potentiels.

C'est pour cela que nous optimisons nos pages Web sur bdc.ca de façon à ce qu'elles soient mieux positionnées sur Google et autres moteurs de recherche quand les gens tapent des mots clés pertinents pour les entrepreneurs et pour les activités de BDC.

Voici deux grandes règles en ce qui concerne le référencement dans les moteurs de recherche.

- Choisissez un mot ou une expression clé principal et intégrez-le dans la page Web pour optimiser son positionnement.
- Le référencement ne devrait pas affecter la qualité de l'écriture. Il faut, en particulier, éviter de « farcir » le contenu de mots clés. En plus de déplaire aux lecteurs, cela peut en fait nuire au positionnement du contenu dans les résultats de recherche.

Voici quelques éléments de référencement que nous incluons lorsque nous préparons du contenu en ligne.

### Mots-clés

Les mots clés sont des mots isolés, ou des chaînes de mots, qui indiquent aux moteurs de recherche ce sur quoi une page Web porte. Ils aident la page à obtenir un meilleur positionnement dans les résultats lorsque les gens s'en servent pour effectuer une recherche.

Vous pouvez utiliser des outils comme Keyword Planner de Google AdWords pour trouver des mots clés fréquemment utilisés et applicables au sujet traité et aux affaires de BDC. L'équipe de l'Expérience numérique de BDC recherche également des mots clés pertinents. Votre rédacteur ou votre rédactrice vous en suggérera, mais vous pouvez aussi les lui demander.

### Exemples

- fonds de roulement
- ratio du fonds de roulement

### Balises <Title> et <Metadescription>

Les moteurs de recherche comme Google utilisent les balises <Title> et <Metadescription> pour afficher les pages Web dans les résultats de requêtes.

### <Title>

Les moteurs de recherche accordent une attention particulière aux mots contenus dans cette balise.

- La balise <Title> devrait être incluse dans la partie supérieure des textes pour publication en ligne.
- Elle devrait refléter fidèlement le contenu de la page.
- Il peut s'agir d'une variante du grand titre.
- Elle devrait offrir une promesse concrète que l'entrepreneur apprendra quelque chose de nouveau et que ce savoir l'aidera à mieux gérer son entreprise.
- Ajoutez « | BDC.ca » après chaque balise <Title>.
- La balise <Title> doit être brève, précise et descriptive.
- Sa longueur ne doit pas dépasser 66 caractères, espaces et mention « | BDC.ca » compris.
- Placez les mots clés les plus importants le plus à gauche possible.
- Utilisez des verbes et des noms.

### Exemples

Titre d'article

- 9 stratégies pour déléguer plus efficacement

Balise <Title>

- Déléguer – 9 stratégies efficaces pour les entrepreneurs | BDC.ca

Balise <Metadescription>



La balise <Meta description> est un élément de référencement qui est affiché sous la balise <Title> dans les recherches Internet.

- Elle devrait compter au maximum 135 caractères, espaces compris.

- La métadescription devrait encourager les lecteurs à cliquer sur la page en commençant par des phrases telles que « Apprenez comment... », « Suivez ces 7 étapes pour... », « Lisez comment... » ou « Cet article vous apprend... ».
- Elle devrait renfermer le mot clé principal pour accroître les chances que les moteurs de recherche utilisent la métadescription sur la page des résultats de recherche.

### Exemple

Suivez ces étapes pour déléguer davantage de responsabilités à vos employés afin de vous concentrer sur la croissance de votre entreprise.

### Outil

<http://www.seomof.com/snippet-optimizer.html> – Utilisez cet outil pour tester la longueur de la balise <Title> et de la balise <Metadescription>, et voir de quoi elles auront l'air dans les résultats de recherche de Google. (N'oubliez pas de cocher la case « Add a date » dans la partie droite de l'outil s'il s'agit d'un article pour *En affaires*.)

## Texte

---

### Rendez-le efficace

- Utilisez le mot ou l'expression clé principal dans le texte. Si ce dernier est long, vous pouvez utiliser le mot clé principal plusieurs fois, pourvu que cela n'affecte pas le style. Il est bon également d'utiliser des variantes du mot clé principal. Par exemple, si l'expression clé principale est « choisir un système ERP », l'une des variantes pourrait être « sélectionner un système ERP ».
- Partez du principe que les lecteurs ont atterri sur votre page de l'extérieur du site de BDC et non à partir de la page d'accueil. Ne supposez pas qu'ils connaissent déjà BDC et nos produits. Assurez-vous de définir les termes spéciaux et les acronymes sur chaque page.
- Réfléchissez à l'information que les lecteurs de votre contenu possèdent déjà. Si vous rédigez un article sur un usage précis d'un système de planification des ressources de l'entreprise, deux longs paragraphes consacrés à définir ce type de système vous feront perdre un grand nombre de lecteurs.
- Évitez la voix passive (voir à ce sujet la section **10 lignes directrices pour les publications externes**).
- Éliminez les mots inutiles ou trop recherchés.
- Essayez d'adopter le ton naturel de la conversation. Par exemple, utilisez « ça » au lieu de « cela » et adressez-vous directement aux lecteurs en employant le pronom « vous ».
- Remplacez si possible les mots longs (comme « approximativement »).
- Utilisez l'outil de vérification de lisibilité dans Microsoft Word. Visez une note située entre 55 et 70 au Test de facilité de lecture Flesch.
- Assurez-vous que le texte reflète les conseils de la section **10 lignes directrices pour les publications externes** du présent guide.

### Restez bref

- Tenez-vous-en autant que possible à des articles d'au plus 500 à 600 mots.
- Rédigez des phrases simples et courtes, d'au plus 25 mots chacune idéalement.
- Appliquez la technique journalistique de la pyramide inversée. Placez l'information la plus importante au début de votre article, car les lecteurs ne liront peut-être pas jusqu'à la fin.

### Concentrez-vous sur les besoins de votre public

- Fournissez des informations judicieuses, pratiques et pertinentes, que les lecteurs peuvent mettre en pratique tout de suite.
- Donnez des exemples concrets de la façon dont les conseils fonctionneraient et pourraient aider les lecteurs.
- Utilisez les pronoms « je » et « nous » avec parcimonie et employez davantage le « vous ».
- Lorsque vous le pouvez, amorcez les phrases et les titres en interpellant directement le lecteur ou avec un verbe qui incite à l'action.

<b>Au lieu de...</b> BDC encourage les entrepreneurs à assister à son atelier...
<b>Écrivez...</b> Vous devriez assister à notre atelier... OU Inscrivez-vous à notre atelier....
<b>Pourquoi?</b> L'attention devrait être portée vers le lecteur et non vers BDC. Des verbes à l'impératif incitent à l'action.

**Si vous avez des questions concernant le style qui ne sont pas couvertes dans le présent guide, veuillez contacter le rédacteur principal ou la rédactrice principale de BDC ([communications-bdc@bdc.ca](mailto:communications-bdc@bdc.ca)).**

# Majuscules et minuscules

En règle générale, essayez d'utiliser les majuscules le moins possible en français. Des études ont montré que chaque lettre majuscule ralentit la lecture d'une fraction de seconde. Donc, plus il y en a, plus le texte est difficile à lire.

Certains termes prennent cependant obligatoirement une majuscule. Les règles applicables à BDC sont indiquées ci-après.

## **Le sigle BDC**

---

BDC s'écrit en lettres majuscules dans les textes suivis, mais tout en minuscules (bdc) dans le logo.

## Exemples

- Chaque année, BDC appuie diverses initiatives en lien avec sa mission.



## Éléments de la signature

---

La signature de BDC s'écrit tout en minuscules.

### Exemples

Signature :  
financement.  
conseil.  
savoir-faire.

### *Éléments de la marque*

Ceux-ci s'écrivent toujours en minuscules :

- exclamation (nom d'un programme)

## Terminologie interne de BDC

---

Mettez une majuscule aux noms des unités d'affaires, des comités internes et des lignes d'affaires de BDC (à l'exception du siège social et du conseil d'administration).

### Exemples

- le Comité de la vérification
- le conseil d'administration
- le siège social
- BDC Capital
- BDC Financement
- BDC Services-conseils
- Titrisation
- Capital de croissance et transfert d'entreprise
- Capital de risque

### Remarque

Le sigle BDC est utilisé devant les noms des trois lignes d'affaires de BDC :

- BDC Financement
- BDC Capital
- BDC Services-conseils

Les mots ou groupes de mots qui définissent les unités d'affaires de la Banque prennent la majuscule initiale seulement lorsqu'ils sont utilisés pour désigner une unité d'affaires proprement dite.

Vous écririez par conséquent « Capital de risque a mis sur pied une nouvelle initiative » (en parlant de l'unité d'affaires), mais « BDC travaille de concert avec l'industrie du capital de risque » (en parlant de l'industrie du capital de risque en général).

## Politiques, directives et autres

---

Mettez la majuscule initiale aux titres des politiques, des directives générales, des règles d'affaires et des procédures de BDC ainsi qu'aux titres des politiques et des codes gouvernementaux. Écrivez les titres des politiques et des codes des organismes autres que BDC et le gouvernement en minuscules, en prenant soin toutefois de respecter l'usage en vigueur dans les organismes en question.

### Exemples

- la Politique de gestion des risques de l'entreprise
- le Code de conduite, d'éthique et de valeurs des employés
- le Code canadien du travail
- la politique de gestion des ressources humaines du client

Sauf exception, les noms des centres d'affaires et des régions doivent être composés avec les prépositions *de*, *d'*, *du* ou *des*. Exemples :

- centre d'affaires de Surrey (*et non* centre d'affaires Surrey)
- Centre de l'entrepreneurship de Boucherville
- région de l'Ouest (*et non* région Ouest)

La règle est la même pour les noms de services et de groupes internes.

- groupe du Financement institutionnel
- le service du Marketing et des Affaires publiques

## Institutions et organisations autres que BDC

---

Mettez en majuscules les noms des institutions, des organisations et des entreprises, de même que celui de leurs principales divisions. Remarques : Le mot « gouvernement » ne prend jamais la majuscule initiale. Le mot « ville » s'écrit avec une majuscule (ex. : Ville de Montréal) lorsqu'il désigne une administration municipale plutôt qu'une agglomération géographique.

### Exemples

- Université de l'Alberta
  - Faculté de médecine
- Société canadienne des relations publiques
  - Conseil national d'agrément
- Innovation, Sciences et Développement économique Canada
  - Direction générale de la vérification et de l'évaluation

- Canadian Tire
  - le conseil d'administration de Canadian Tire
- gouvernement du Canada
  - le gouvernement canadien, le gouvernement fédéral
- gouvernement de la Saskatchewan
  - le gouvernement de la Saskatchewan, le gouvernement provincial
- Ville d'Ottawa
  - La Ville d'Ottawa a adopté un règlement. (administration municipale)
  - Les touristes aiment visiter la ville d'Ottawa. (agglomération municipale)

Les formes abrégées de ces termes ne prennent **pas** de majuscule.

### Exemples

- |                |                         |
|----------------|-------------------------|
| • l'université | • la chambre            |
| • la faculté   | • le ministère          |
| • la société   | • la direction générale |
| • le conseil   | • le gouvernement       |

## Titres de poste – généralités

---

Dans les titres de poste français, tous les éléments sont écrits en minuscules, sauf les noms de service et les mots qui commencent normalement par une majuscule.

### Exemples

- le président et chef de la direction Thomas Tremblay
- Jeanne Dubois, secrétaire générale
- le premier ministre Justin Trudeau

## Diplômes et grades universitaires

---

En français, les diplômes et les grades universitaires, y compris la discipline ou la spécialité, s'écrivent en minuscules.

### Exemples

- maîtrise en relations internationales
- baccalauréat ès arts
- baccalauréat ès sciences (chimie)

Écrivez au long les noms de diplômes dans les textes publiés sur bdc.ca et les documents externes. Utilisez les formes abrégées – avec points abrégatifs – dans les documents internes de BDC

### Exemples

- baccalauréat en commerce
- B. Com.
- maîtrise en administration des affaires
- MBA *ou* M.B.A.

Pour plus d'information sur les abréviations des noms de diplômes, consultez la section [Abréviations, acronymes et sigles](#).

## Traduction des noms d'établissements

---

Les noms d'universités et de collèges non complexes, qui sont suivis d'un nom de lieu ou de personne, doivent être traduits. Les mots *université* et *collège* prennent dans ce cas une lettre majuscule. S'ils sont suivis d'un nom de lieu, vous devez ajouter une préposition.

- l'Université du Manitoba
- le Collège de l'Okanagan
- l'Université Harvard

En général, on ne traduit pas les noms d'établissements très longs ou complexes.

- la Richard Ivey School of Business
- le MIT ou le Massachusetts Institute of Technology
- la Vancouver School of Economics de l'Université de la Colombie-Britannique

Quand plusieurs établissements sont mentionnés, les mots université et collège prennent la minuscule, sauf s'ils sont répétés.

- Les universités Western et Carleton ont participé à ce projet de recherche
- Le symposium a été organisé conjointement par l'Université de Montréal et l'Université McGill

## Lois et règlements

---

Écrivez les titres des lois et règlements de n'importe quel ordre de gouvernement en italiques et ne mettez une majuscule qu'au premier mot du titre et aux mots qui en prennent une normalement. Le mot « Loi », lorsqu'il est utilisé seul pour désigner une loi auparavant citée dans un texte, prend la majuscule, mais n'est pas mis en italiques.

### Exemples

- la *Loi sur la Banque de développement du Canada*
- la *Loi sur la protection des renseignements personnels*
- le *Règlement de l'aviation canadienne*
- la Loi



# Titres de publications et autres œuvres

---

Le premier mot du titre des rapports, des documents officiels, des livres, des publications, des pièces de théâtre, des chansons et d'autres ouvrages similaires, ainsi que les noms propres qui figurent dans le titre, s'écrivent avec une majuscule initiale. Cette règle s'applique aux titres sur les pages couvertures et dans les textes suivis (imprimés ou en ligne). Pour les règles de formatage des titres – par exemple, quand il faut les mettre en italiques, voir la section [Titres de livres, de films et d'autres œuvres artistiques](#).

## Exemples

- Entreprises à impact élevé : accélérer la compétitivité du Canada (titre en page couverture)
- BDC a publié trois nouveaux rapports :
  - *Diversification et performance financière : une étroite corrélation*
  - *Les PME et la croissance : défis et stratégies gagnantes*
  - *Entreprises à impact élevé : accélérer la compétitivité du Canada*
- BDC est heureuse d'annoncer la publication d'un nouveau rapport intitulé *Entreprises à impact élevé : accélérer la compétitivité du Canada*.
- *La Presse*
- « Bonne fête à toi »
- *Guerre et paix*
- *Alien, le huitième passager*
- « La Soirée du hockey »

## Exceptions à la règle qui précède

Seuls les titres des publications suivantes de BDC sont écrits tout en minuscules sur la page couverture ou, dans le cas d'une publication électronique, dans la partie supérieure du fichier :

- lettre économique
- en affaires
- point sur le marché du pétrole
- profits

Ces titres prennent toutefois une majuscule initiale et s'écrivent en italique dans les textes suivis (ex. : BDC est fière de publier *Profits* et *En affaires*).

# Titres d'articles et sous-titres

---

Dans les documents de BDC, sauf lorsqu'un titre ou un sous-titre est tout en majuscules, ne mettez une majuscule initiale qu'au premier mot et aux mots qui en prennent une normalement (tels que les noms propres et les titres de documents). Les prépositions, conjonctions et articles (ex. : « le », « une », « et ») ne prennent la majuscule que s'ils forment le premier mot du titre.

## Exemples

- Rapport sur les plans et les priorités (c'est le titre officiel du rapport; il suit donc les règles applicables aux titres de documents)
- Leçons tirées du projet pilote
- Le premier ministre Stephen Harper annonce l'affectation de nouveaux fonds

# Points cardinaux et noms géographiques

---

On met la minuscule aux points cardinaux lorsqu'ils désignent une direction, une orientation ou une position du compas ou lorsqu'ils sont employés comme adjectifs.

## Exemples

- Roulez vers l'est pendant 30 kilomètres.
- Kingston est située à 200 kilomètres au sud-ouest d'Ottawa.
- Le jardin est orienté au sud.
- Les quartiers sud de la ville sont surpeuplés.

Les points cardinaux prennent une majuscule lorsqu'ils font partie d'un nom géographique officiel, du nom d'une voie de communication ou d'une adresse et, de manière générale, qu'ils sont suivis d'un complément introduit par *de* ou *du*.

## Exemples

- l'Ouest
- le Nord et le Grand Nord
- région du Sud-Ouest de l'Ontario
- l'Ouest canadien
- l'Irlande du Nord
- le Moyen-Orient
- le cap Nord
- boul. René-Lévesque Ouest

Lorsqu'un nom géographique est précédé d'un élément générique désignant une entité politique (pays, province ou autre) ou administrative (ville, municipalité, région ou autre), le nom géographique prend la majuscule tandis que le générique s'écrit avec une minuscule, **sauf** si le terme est employé pour désigner le gouvernement de la région. Le mot « état » constitue une exception. Il prend toujours une majuscule lorsqu'il désigne un territoire, une administration publique ou un gouvernement.

## Exemples

- Nous avons visité les provinces de l'Atlantique.
- Les provinces de l'Ouest ont des taxes de vente moins élevées.
- Nous avons traversé l'État de New York en voiture.
- Ils ont visité la municipalité de L'Ange-Gardien.
- La Municipalité de l'Ange-Gardien a adopté le règlement.

# Éléments graphiques

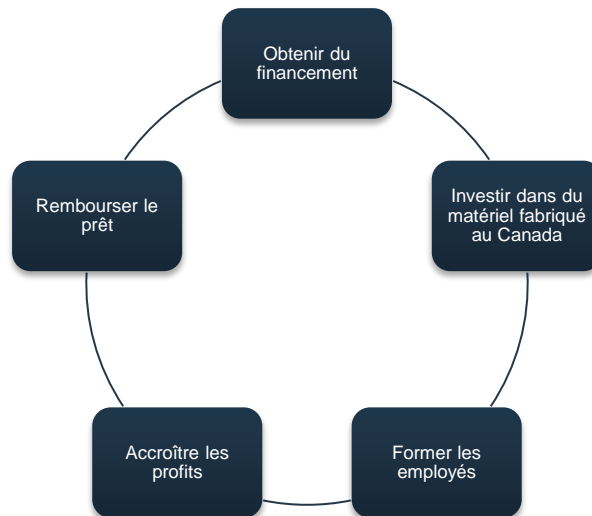
La présente section fournit des lignes directrices en ce qui a trait à la création de tableaux, de diagrammes et de graphiques.

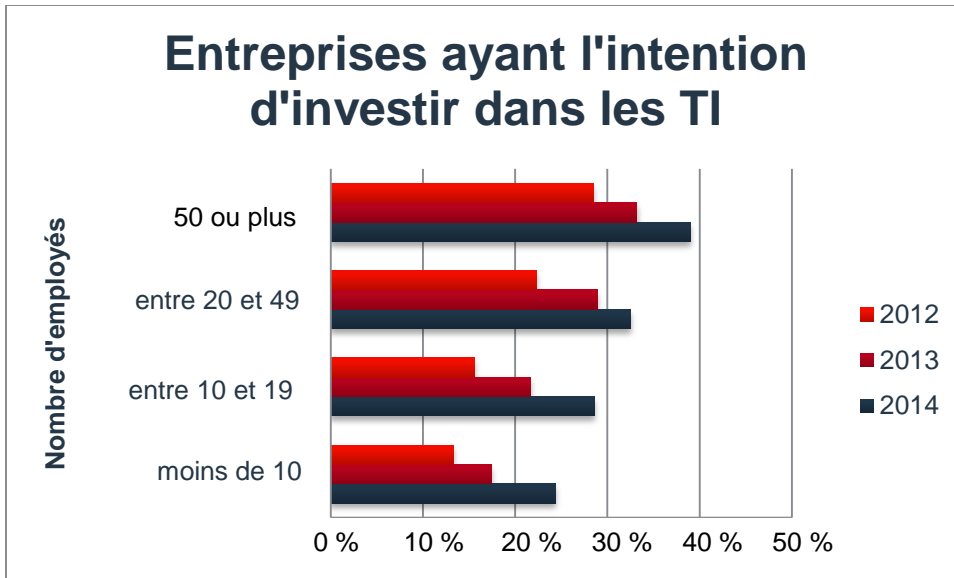
## Majuscules

---

Mettez une majuscule au premier mot du texte qui figure dans les rangées des tableaux, et dans les étiquettes et les légendes des diagrammes et des graphiques, ainsi qu'aux mots qui prennent normalement une majuscule (ex. : les noms propres).

### Exemples





## Abréviations

---

Quand l'espace est restreint, vous pouvez utiliser les abréviations ci-après. Assurez-vous toutefois de les utiliser uniformément. Il n'y a pas d'abréviation pour les mois de mars, mai, juin et août.

### Mois

janv.	juill.	nov.
févr.	sept.	déc.
avr.	oct.	

### Provinces et territoires

Alb.	N.-É.	T.-N.-L.
C.-B.	Nt	T.N.-O.
Î.-P.-É.	Ont.	Yn
Man.	Qc	
N.-B.	Sask.	

Remarque : Utilisez les indicatifs à deux caractères (BC, AB, MN, SK, ON, QC, NB, NS, PE, NL, YT, NT, NU) de Postes Canada seulement dans les adresses.

### Exemple

5, Place Ville-Marie, bureau 300  
Montréal (QC) H3B 5E7

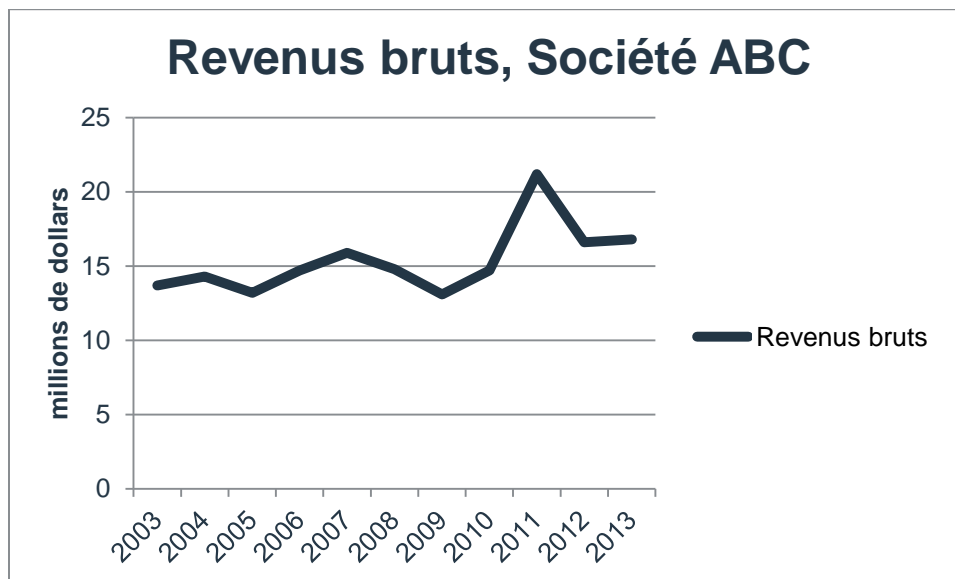
## Échelle

Lorsque vous créez un diagramme ou un graphique, choisissez une échelle qui permet de conserver une taille raisonnable qui facilite la lecture.

Si les variations se produisent à l'intérieur d'une petite plage de nombres élevés, il est acceptable d'utiliser une valeur de départ autre que zéro.

Quand vous indiquez des montants, utilisez « en milliers de dollars », si l'espace le permet, plutôt que « en milliers de \$ » (même chose pour les montants en millions et en milliards de dollars). Pour plus d'information à ce sujet, consultez la section [Écriture des sommes d'argent](#).

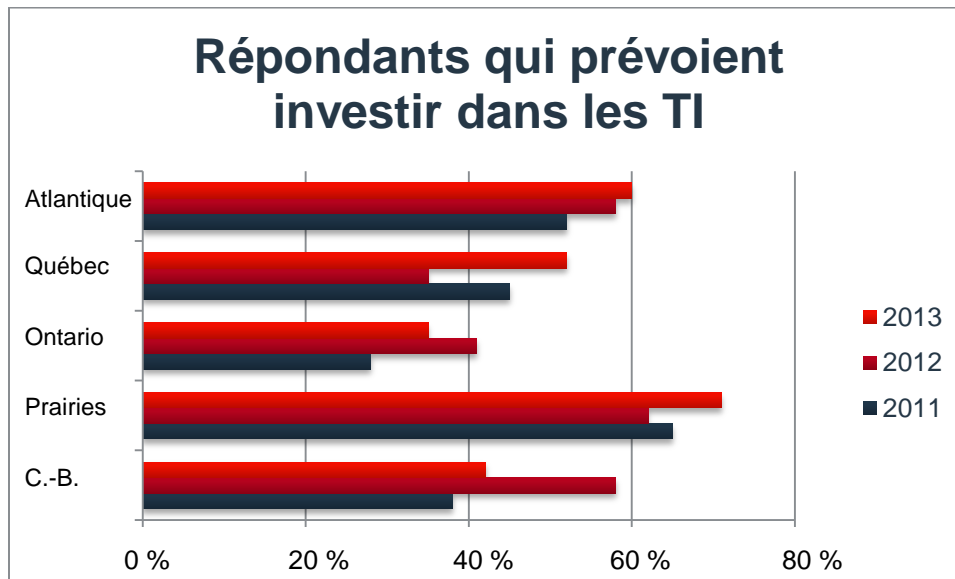
## Exemple



## Couleurs

Dans les diagrammes circulaires, les diagrammes à barres et les graphiques semblables qui contiennent des éléments en couleur, choisissez des couleurs faciles à différencier. Par exemple, alternez entre les couleurs foncées et les couleurs claires. Adoptez un style simple pour vos graphiques sans dégradé de couleur, sans ombre et sans effet 3D.

## Exemple



# Ponctuation

Voici quelques règles de ponctuation élémentaires qui sont appliquées à BDC. Pour des conseils plus détaillés, consultez les ouvrages énumérés dans Annexe 1 : [Références](#)).

## Remarque

Laissez **une espace** après tous les signes de ponctuation, à l'exception de la barre oblique qui n'est ni précédée ni suivie d'une espace. Souvent, le double espacement crée des blancs importants et inesthétiques dans les textes justifiés ou en ligne. Il peut aussi donner au texte un air démodé. (Les doubles espaces étaient recommandées avant l'ère électronique, lorsque la plupart des textes étaient dactylographiés.)

Laissez **une espace insécable** avant le deux-points et avant le signe de pourcentage. Mettez aussi **une espace insécable** après le guillemet ouvrant et avant le guillemet fermant.

- 85 %
- « Le projet a été un succès », a-t-il déclaré.

Les documents HTML (Web) font exception à la règle afin d'éviter qu'une ponctuation se retrouve en début de ligne.

# Trait d'union

---

Voici quelques règles générales concernant l'usage du trait d'union.

Les nombres inférieurs à cent s'écrivent avec un trait d'union, sauf lorsqu'ils sont reliés par la conjonction *et*.

- vingt-huit
- quatre-vingt-dix-neuf
- vingt et un

Dans les adjectifs numéraux supérieurs à cent, seuls les éléments qui sont inférieurs à cent prennent un trait d'union, sauf lorsqu'ils sont reliés par la conjonction *et*.

- deux cent vingt-trois
- six millions quatre cent mille deux cent soixante-dix
- trois mille deux cent trente et un

Les nombres *cent* et *mille* ne sont ni précédés ni suivis d'un trait d'union.

- deux cent mille personnes

Dans les noms d'établissements, de voies de communication, de lieux, de manifestations, de prix et autres, les mots qui composent l'élément spécifique sont liés par des traits d'union.

- la bibliothèque Émile-Nelligan
- le boulevard Sir-Wilfrid-Laurier
- le prix Judith-Jasmin

Lorsqu'il est apposé à un nom, le mot *cible* n'est pas précédé d'un trait d'union.

- un marché cible
- des clientèles cibles

Lorsqu'il est apposé à un nom, le mot *clé* peut s'écrire avec ou sans trait d'union.

- un mot clé, un mot-clé
- des postes clés, des postes-clés

Les noms composés avec *non* s'écrivent avec un trait d'union. Devant un adjectif ou un participe, l'adverbe *non* n'est généralement pas suivi d'un trait d'union. Cependant, comme certaines de ces formes sont de plus en plus considérées comme de véritables mots composés, il est recommandé de consulter le dictionnaire.

- les non-fumeurs
- les personnes non admissibles
- un organisme non gouvernemental
- un projet non-conformiste

Les mots composés avec *pluri* et *multi* s'écrivent sans trait d'union.

- pluriannuel
- multiculturel

# Virgule

---

- Le sujet et le verbe ne doivent pas être séparés par une virgule, à moins qu'il y ait un complément d'information qui sépare les deux.
- N'utilisez pas de virgules pour séparer deux ou plusieurs phrases indépendantes. Utilisez à la place le point, le point-virgule, le deux-points ou le tiret. Une autre solution consiste à employer des mots charnières (parce que, car, toutefois, et autres) après la virgule.

Au lieu de...	Écrivez...
Notre gestionnaire est attentionnée, elle prend toujours le temps de remercier les gens qui ont fait du bon travail.	Notre gestionnaire est attentionnée. Elle prend toujours le temps de remercier les gens qui ont fait du bon travail.
J'aime travailler avec ce fournisseur, il a un bon sens de l'humour.	J'aime travailler avec ce fournisseur parce qu'il a un bon sens de l'humour.

- Dans une liste, ne mettez pas de virgule avant *et* ou *ou*, sauf si cela est nécessaire pour éviter toute confusion.
  - Louise, Raoul et Chris ont assisté à la réunion.
  - Les commanditaires comprennent Nike, Kraft, et Joncas et Frères.
- Encadrez de **deux virgules** les informations supplémentaires, telles que le titre d'une personne, ou les phrases intercalées dans une autre phrase.
  - Meena Badahur, directrice des ventes, gèrera le projet.
  - L'initiative, lancée en 2014, prendra fin cette année.
- En principe, il faut mettre une virgule devant « qui » si son antécédent n'est pas le mot qui le précède immédiatement.
  - Nous remettons le formulaire au père de l'élève, qui devra le remplir
- N'employez pas de virgule pour séparer deux parties d'une même phrase qui sont coordonnées par *et* ou *ou*, sauf si les sujets sont différents, si la deuxième proposition renforce la première, exprime une conséquence ou marque une opposition ou si les deux propositions contiennent déjà un *et*.

Au lieu de...	Écrivez...
Le client est extrêmement motivé, et veut régler le problème rapidement en réduisant les tracasseries administratives.	Le client est extrêmement motivé et veut régler le problème rapidement en réduisant les tracasseries administratives.
Le client est extrêmement motivé et nous ferons tout pour l'aider à régler rapidement son problème	OU Le client est extrêmement motivé, et nous ferons tout pour l'aider à régler rapidement son problème.

# Deux-points

---

- Utilisez le deux-points pour séparer deux phrases indépendantes lorsque la deuxième constitue une explication ou une illustration de la précédente et pour séparer deux éléments d'un titre. Dans ces cas, le premier mot qui suit le deux-points ne prend pas la majuscule.
  - Il faut améliorer notre régie interne : la réputation de l'entreprise en dépend.



- Après le deux-points, mettez la majuscule aux noms propres, aux premiers mots des citations et au premier mot suivant les mentions telles que *remarque*, *nota* ou *objet*.
  - Les tulipes éclosent : Pâques approche.
  - Remarque : Veuillez laisser cette aire libre.
  - Retenez cette citation d'Einstein : « Dieu ne joue pas aux dés. »
- Utilisez le deux-points pour introduire une énumération verticale (liste à puces ou numérotée) si les éléments de la liste ne sont pas des phrases complètes. Pour plus de détails, consultez la section **Énumérations verticales**.)
- N'utilisez pas le deux-points dans un texte suivi après des termes comme *par exemple* et *tels que*. Veuillez noter que la règle concernant l'usage du point-virgule entre les éléments d'une liste lorsque les éléments en question sont longs s'applique.

Au lieu de...	Écrivez...
Nous devons être conscients : des besoins, des budgets et des attentes des clients.	Nous devons être conscients des besoins, des budgets et des attentes des clients.
L'entreprise fait face à de nombreux défis tels que : la hausse des prix des matières premières, y compris l'argent et l'aluminium; la pénurie d'ingénieurs et de spécialistes en marketing qualifiés; et le rétrécissement des marchés, particulièrement en Europe.	L'entreprise fait face à de nombreux défis tels que la hausse des prix des matières premières, y compris l'argent et l'aluminium; la pénurie d'ingénieurs et de spécialistes en marketing qualifiés; et le rétrécissement des marchés, particulièrement en Europe.

## Tirets

- Il existe deux principaux types de tiret : le tiret court (dont la largeur est égale à la lettre « n ») et le tiret long (d'une largeur équivalant à la lettre « m »). **Le tiret long n'est pas utilisé en français à BDC.**
- Le tiret court sert à encadrer des portions de texte longues ou complexes pour les mettre en évidence. Il est à noter que le second tiret est omis quand il coïncide avec la ponctuation finale de la phrase. En français, les tirets qui encadrent des portions de texte doivent être précédés et suivis d'une espace.
  - Kelly Rogers – dont les ouvrages sur l'industrie du capital de risque, notamment *Show Me the Money*, ont été plusieurs fois primés – a indiqué que le Canada tire toujours de l'arrière dans ce domaine par rapport à d'autres pays.
  - Nous devons investir davantage – à condition, bien sûr, de pouvoir trouver l'argent nécessaire.
- Soulignons qu'une phrase qui requiert l'utilisation de tirets pour isoler ou mettre en évidence un passage dans un texte pourrait être trop complexe. Songez à la récrire pour en faciliter la lecture. Souvent, vous pouvez y arriver en la scindant en deux phrases.
- Évitez d'utiliser des tirets pour séparer l'information dans les titres. Employez plutôt le deux-points.

Au lieu de...	Écrivez...
Gestion d'entreprise – Stratégies simples, grands résultats	Gestion d'entreprise : stratégies simples, grands résultats
Le projet requiert trois éléments–de l'argent, du temps et du soutien–pour réussir	Le projet requiert trois éléments – de l'argent, du temps et du soutien – pour réussir

# Guillemets

---

Voici les règles en usage à BDC en ce qui concerne les guillemets.

- Utilisez les guillemets français pour encadrer une citation directe.
  - « J'avais besoin d'aide pour gérer les flux de trésorerie », dit Diane Unetelle.
- Utilisez aussi les guillemets (avec parcimonie) pour signaler un terme peu courant, indiquer des réserves quant à l'emploi d'un mot, ou signaler un écart orthographique ou grammatical.
  - L'entreprise a tenu une présentation appelée « charrette » pour montrer le nouveau design architectural au grand public.
  - Le juge a déclaré que les « plaisanteries » du témoin étaient cruelles et qu'elles n'avaient rien de drôle.
  - Nous employons l'orthographe « désuète » plutôt que « désuette ».
- Quand une citation en contient une autre, utilisez les guillemets anglais pour encadrer la deuxième citation.
  - « Mon médecin m'a dit : "Tu dois réduire ton stress dès maintenant" », a indiqué Ian Jones.
- Lorsque vous citez un mot, une expression ou une phrase incomplète, la ponctuation se place **à l'extérieur** du guillemet fermant.
  - Le client a demandé qu'on lui donne une réponse « au plus tard d'ici une semaine », en précisant qu'il ne pouvait attendre plus longtemps.
  - Selon les employés, ce projet devrait avoir des retombées « intéressantes ».
- Quand une citation entre guillemets se termine par un point d'interrogation, un point d'exclamation ou des points de suspension, la phrase principale conserve sa ponctuation finale.
  - L'animateur a conclu l'atelier en demandant aux participants « serez-vous capables d'appliquer ces apprentissages au quotidien? ».
  - Vous êtes-vous déjà demandé « jusqu'où l'entreprise devra-t-elle aller? »?
- Quand un mot ou une expression entre guillemets est précédé d'un article, d'une préposition, d'une conjonction, d'un adjectif possessif ou d'un adjectif démonstratif, ce dernier se place **à l'extérieur** des guillemets.
  - Le ministre a indiqué que les entreprises avaient besoin d'une « aide d'urgence ».
  - En quoi consiste le « juste-à-temps »?
  - Les gens parlent beaucoup de la « qualité totale » et de l'« assurance de la qualité ».
- Quand un passage cité est introduit par *que* ou *qu'*, le guillemet ouvrant se place après ce mot.
  - Le gouvernement estime que « les entreprises canadiennes ont fait preuve d'une grande résilience durant la récession ».
  - Les entrepreneurs n'ont pas le choix. Il faut qu'« ils misent sur l'innovation et l'adoption des technologies »
- En général, quand vous citez une phrase complète, le signe de ponctuation est placé **à l'intérieur** des guillemets.
  - « Il n'est jamais trop tôt pour amorcer la planification. »
  - « L'argent liquide est roi et maître. »
- Si la citation est incorporée à une phrase, la ponctuation se place **après** le guillemet fermant.
  - D'après ce guide, il est nécessaire de « s'exercer au moins trois fois par semaine ».
  - Que pensent les consommateurs de l'affirmation selon laquelle « Internet influence chaque aspect de la décision d'achat », et comment les entreprises en tirent-elles parti?

- Quand une citation complète introduite par le deux-points est placée au milieu d'une phrase, elle perd son point final. Par contre, si elle est à la fin de la phrase, son point final se substitue à celui de la phrase principale.
  - Le consultant a répondu : « Nous verrons cela plus tard », puis il a repris sa présentation.
  - Des experts de Statistique Canada ont déclaré : « La récession de 2008-2009 a été rapide et généralisée partout dans le monde, mais chaque pays a ressenti ses effets de différentes façons. »
- Quand une courte incise est glissée dans une citation, les guillemets doivent alors encadrer toute la citation.
  - « Sans l'aide de BDC, a déclaré Jacques Dionne, mon entreprise aurait fait faillite. »
  - « Nous avons maintenant, dit le client, une entreprise vigoureuse, à l'avenir prometteur. »
- Si l'incise est longue, il est préférable de guillemeter les deux parties de la citation.
  - « Nous étions des passionnés de robotique et avions des atomes crochus », dit M. Rendall, 29 ans, qui est chef de la direction de Clearpath à Kitchener, en Ontario. « Nous construisions des robots par plaisir et pensions qu'il serait formidable d'en faire notre gagne-pain. »

## Point-virgule

Voici les fonctions du point-virgule.

- Dans un texte suivi, le point-virgule est utilisé pour séparer les propositions longues qui comportent déjà des virgules ou un verbe.
- Il est utilisé aussi pour séparer deux propositions indépendantes, mais étroitement unies par le sens, qui ne sont pas reliées par une conjonction telle que *et*.
- Le point-virgule est également employé dans les listes à puces ou numérotées, sauf si tous les éléments énumérés sont très courts.

Au lieu de...	Écrivez...
L'entreprise a dû améliorer ses flux de trésorerie, embaucher de nouveaux employés parce que plusieurs vétérans avaient pris leur retraite, et redessiner son logo, qui était démodé et peu attrayant.	L'entreprise a dû améliorer ses flux de trésorerie; embaucher de nouveaux employés parce que plusieurs vétérans avaient pris leur retraite; et redessiner son logo, qui était démodé et peu attrayant.
Nous avons mis à jour le rapport, maintenant nous devons le distribuer.  Voici ce que nous devons faire : > embaucher de nouveaux employés en Colombie-Britannique, > ouvrir un nouveau bureau à Halifax et > construire un nouveau centre de distribution à Mississauga.	Nous avons mis à jour le rapport; maintenant nous devons le distribuer.  Voici ce que nous devons faire : > embaucher de nouveaux employés en Colombie-Britannique; > ouvrir un nouveau bureau à Halifax; > construire un nouveau centre de distribution à Mississauga.

# Énumérations verticales

Chaque organisation a sa propre façon de présenter des listes à puces ou numérotées, chacune comportant des avantages et des inconvénients. Le plus important est de conserver un mode de présentation aussi uniforme que possible à l'intérieur d'un même document et dans l'ensemble des documents de l'entreprise. Les principaux points à respecter à BDC sont les suivants.

## Lorsque les éléments d'une énumération ne forment pas des phrases complètes

---

Si les éléments d'une énumération ne forment pas des phrases complètes, utilisez une introduction (de préférence une phrase complète) suivie du deux-points. Commencez chaque élément de la liste par une lettre minuscule (même si Microsoft Word signale cela comme une erreur) et terminez-le par un point-virgule – sauf le dernier, qui prend un point final. **N'utilisez pas** de conjonction (telle que *et* ou *ou*) à la fin de l'avant-dernier élément de la liste.

Si les éléments d'une énumération ne forment pas des phrases complètes, soyez bref. Faites particulièrement attention de ne pas abuser des signes de ponctuation dans chaque élément. N'utilisez pas une virgule dans une phrase incomplète, pour ensuite commencer une nouvelle phrase dans le même élément. Si les éléments sont longs, réécrivez la liste pour que chacun des éléments devienne une phrase complète (voir l'exemple ci-dessous).

Les énumérations très courtes peuvent se passer de ponctuation.

Vous pouvez également ne pas mettre de ponctuation à la fin d'une énumération dans les annonces publicitaires, le matériel de marketing et les présentations PowerPoint. Notez que la majuscule initiale est permise dans les annonces publicitaires, le matériel de marketing et les présentations PowerPoint.

Assurez-vous que chaque élément de l'énumération commence par un mot de même nature tel qu'un nom, un verbe ou un adjectif.

Au lieu de	Écrivez...
Les priorités du client en matière de ressources humaines comprennent : <ul style="list-style-type: none"><li>• le recrutement d'employés qualifiés,</li><li>• améliorer le moral, et</li><li>• un programme de récompense et de reconnaissance.</li></ul>	Les priorités du client en matière de ressources humaines sont les suivantes : <ul style="list-style-type: none"><li>• recruter des employés qualifiés;</li><li>• améliorer le moral;</li><li>• créer un programme de récompense et de reconnaissance.</li></ul>

Au lieu de...	Écrivez...
<p>Les employés doivent savoir utiliser les logiciels suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Access;</li> <li>&gt; PowerPoint;</li> <li>&gt; Word;</li> <li>&gt; Excel.</li> </ul>	<p>Les employés doivent savoir utiliser les logiciels suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Access</li> <li>&gt; PowerPoint</li> <li>&gt; Word</li> <li>&gt; Excel</li> </ul>

## Lorsque les éléments d'une énumération forment des phrases complètes

---

Si les éléments d'une énumération consistent en phrases complètes (en particulier si certains comportent plus d'une phrase), introduisez l'énumération à l'aide d'un énoncé complet terminé par un point. Commencez chaque élément de la liste par une majuscule et terminez-le par un point.

### Exemple

Le client a une longue liste de priorités en matière de ressources humaines.

- L'entreprise a besoin de recruter des employés qualifiés. Cela devient de plus en plus difficile à cause de la pénurie de main-d'œuvre à Saskatoon.
- Elle espère trouver des employés expérimentés pour encadrer les travailleurs plus jeunes.
- Elle doit raviver le moral des troupes, miné par les longues heures de travail et les coupes budgétaires.
- Le président souhaite vivement mettre en place un programme de récompense et de reconnaissance.

# Écriture des nombres

## En chiffres ou en toutes lettres?

---

L'une des interrogations les plus fréquentes en ce qui a trait aux nombres est de savoir quand ils doivent être écrits en toutes lettres ou en chiffres. En règle générale, écrivez en lettres les nombres entiers inférieurs à 10 et en chiffres les nombres supérieurs, même s'il en résulte une phrase qui contient les deux styles.

- BDC a trois centres d'affaires à l'Î.-P.-É. et 25 en Ontario.

Cette règle comporte toutefois de nombreuses exceptions. Voici les plus courantes.

- Écrivez en toutes lettres les nombres qui commencent une phrase, *sauf* au début d'un titre.
  - Dix-neuf personnes ont participé à l'atelier. (phrase)
  - 6 astuces pour gérer votre temps (titre et intertitre)
- Écrivez en chiffres les âges, les dates, les adresses, les numéros de téléphone, les coefficients et ratios, les heures, les expressions mathématiques, les pourcentages et les nombres désignant les parties d'un document (pagination, numéros des chapitres et autres), même s'ils sont inférieurs à 10.
  - Sa fillette a 5 ans.
  - Le dîner aura lieu le 3 mars à 18 h, au 4, Place Laval.
  - Le coefficient d'endettement était de 3:1.
  - Multipliez le montant par 6.
  - Nous avons découvert que 5 % de nos clients préfèrent utiliser le service postal.
  - Voir chapitre 2, section 7, à la page 35.
- Utilisez des chiffres et des lettres pour représenter les nombres supérieurs à un million, mais uniquement des chiffres pour les grands nombres de moins d'un million :
  - 3,2 milliards de dollars d'investissements en capital de risque
  - 7 millions de personnes
  - 12 milliards de dollars
  - 15 000 points de grand voyageur

## Autres questions de style concernant les nombres

---

- Le dénominateur des fractions écrites en toutes lettres s'accorde avec le numérateur.
  - un millièm(e) (1/1000)
  - deux trois-centièm(es) (2/300)
- Les fractions dont le dénominateur est *demie*, *tiers* ou *quart* s'écrivent sans trait d'union.
  - une demie, deux tiers, trois quarts
- Utilisez les lettres surélevées (sauf sur les cartes professionnelles) pour les adjectifs numéraux qui indiquent la position ou le rang d'un élément. Remarquez que *première* et *deuxième* s'écrivent respectivement 1<sup>re</sup> et 2<sup>e</sup> et *non* 1<sup>ère</sup> ou 1<sup>ière</sup> ou 2<sup>ième</sup>.
  - 1<sup>er</sup>, 23<sup>e</sup>
- Indiquez les années au long, sauf s'il n'y a pas d'ambiguïté possible. Vous pouvez indiquer les décennies en ne reprenant que les chiffres de la dizaine, mais sans utiliser d'apostrophe.
  - les années 60 *ou* les années 1960, *mais pas* les années '60
- Séparez les groupes de trois chiffres à l'aide d'une espace insécable (Ctrl + Maj + Espace).
  - 4 556 343 *et non* 4,556,343
- Le signe décimal en français est la virgule et non le point (vous devez donc écrire 18,3 milliards de dollars, *pas* 18.3 milliards de dollars).
- Les mots *million* et *milliard* ne prennent pas la marque du pluriel lorsqu'ils sont précédés d'un nombre fractionnaire inférieur à 2.
  - 1,3 million de personnes
  - placements totalisant 1,8 milliard de dollars
- Écrivez les numéros de téléphone sans mettre l'indicatif régional entre parenthèses, comme ceci :
  - 514 555-1212 (numéro ordinaire)
  - 1 888 463-6232 (numéro sans frais)

- 1 888 INFO-BDC (numéro sans frais qui inclut des mots)
- Utilisez le signe de pourcentage (%) et non *pour cent* ou *pourcent*.
- Assurez-vous d'utiliser % et *point de pourcentage* à bon escient. Pour marquer un écart entre deux pourcentages, l'expression correcte est *point de pourcentage*.
  - Les profits ont grimpé de 10 %, passant de 20 000 \$ en 2014-2015 à 22 000 \$ en 2015-2016.
  - Le taux de roulement du personnel a reculé de 1,5 point de pourcentage, passant de 5,2 % en 2014-2015 à 3,7 % en 2012-2016.
- Évitez d'utiliser les abréviations k pour milliers, M pour millions et G pour milliards, sauf si l'espace est très restreint (tableaux et autres). Le cas échéant, laissez une espace insécable (Ctrl + Maj + Espace) entre le chiffre et l'abréviation.
  - 18 k ou 18 k\$

## Écriture des sommes d'argent

- Le signe de dollar (\$) doit toujours être précédé d'une espace en français.
- Utilisez des symboles et des chiffres pour exprimer les montants d'argent en devises canadiennes et américaines (\$ CA ou \$ US).
  - ➔ Ne mettez pas de décimales si la virgule décimale est suivie uniquement de zéros (ex. : 10 \$ et non 10,00 \$).
- Dans le cas des grands nombres, limitez-vous à une décimale si des décimales sont nécessaires (ex. : 3,2 millions de dollars), sauf si une plus grande précision est requise. Arrondissez au chiffre supérieur ou inférieur au besoin.
- Exprimez les montants de moins de un dollar sous forme de décimales (ex. : 0,35 \$).
- Écrivez les montants inférieurs à un million de dollars uniquement en chiffres (ex. : 85 000 \$).
- Utilisez une combinaison de chiffres et de lettres pour les montants de un million de dollars et plus (ex. : 5 millions de dollars, 2,1 milliards de dollars).
- Si un document contient des devises de même nom pouvant prêter à confusion (ex. : dollars canadiens et dollars américains), vous devez les distinguer au moyen des abréviations que voici :
  - 100 \$ CA (pour les dollars canadiens)
  - 100 \$ US (pour les dollars américains)
  - 100 euros
- Écrivez les autres devises de la manière suivante :
  - 100 euros
  - 100 livres sterling
  - 100 dollars australiens
  - 100 yens japonais

Au lieu de...	Écrivez...
10 dollars <i>ou</i> dix dollars <i>ou</i> 10,00	10 \$
15 dollars et 75 cents	15,75 \$
3,28 millions	3,3 millions
8,136 millions	8,1 millions
50 cents	0,50 \$
43 mille dollars	43 000 \$
trois millions de dollars	3 millions de dollars
95 k\$	95 000 \$
100 \$ canadiens <i>ou</i> 100 \$CAN	100 \$ CA
100 £	100 livres sterling

## Dates et heures

- Écrivez les périodes qui s'étendent sur deux ou plusieurs années (y compris les exercices) comme suit : 2016-2017.
- Si une période chevauche deux millésimes, écrivez les deux années au long (ex. : 1999-2000).
- Utilisez un trait d'union au lieu d'un tiret court entre les dates d'une période.
- Écrivez : 5 janvier; janvier 2017; et 5 janvier 2017.
- Écrivez les heures selon l'échelle de 24 heures, comme suit : 10 h et 22 h.
  - N'utilisez jamais les mentions *a.m.* et *p.m.* en français.
  - Indiquez les minutes de la manière suivante : 10 h 15 et 22 h 15 (laissez une espace entre les chiffres et l'abréviation « h »).

Au lieu de...	Écrivez...
2016/2017 <i>ou</i> 2016–17	2016-2017
1999-2000	1999-2000
5 Janvier	5 janvier
janvier, 2017	janvier 2017
5 janvier, 2017	5 janvier 2017
dimanche le 5 janvier	le dimanche 5 janvier
10pm <i>ou</i> 10:00pm <i>ou</i> 10:00 p.m.	22 h
10:15pm	22 h 15
14 h 00, 14hres	14 h
hres	heures <i>ou</i> h



# Systeme métrique

- Utilisez les mesures métriques.
- Pour la superficie (par exemple pour les dimensions d'un édifice), utilisez la mesure métrique, suivie de la mesure impériale – arrondie à la centaine près – entre parenthèses.
  - 1000 mètres carrés (10 800 pieds carrés)

# Abréviations, acronymes et sigles

## Définitions

---

Une **abréviation** est la forme réduite d'un terme, ou un groupe de termes ainsi réduits, tels que :

- Alb.
- M.
- Soc. de dév.

Un **acronyme** est un terme composé des premières lettres de plusieurs mots, qui se prononce comme un seul mot (ex. : NASA, ACDI ou cégep).

Un **sigle** est comme un acronyme, à cette différence près qu'il s'épelle lettre par lettre (ex. : BDC, PME et ICCA).

## Règles générales

---

- À leur premier emploi dans un texte, écrivez la désignation au long des abréviations, des acronymes et des sigles, suivie de leur forme réduite entre parenthèses. Ce procédé n'est pas nécessaire pour les abréviations, acronymes ou sigles très familiers tels que M., M<sup>me</sup>, OTAN, ONU et autres.
- La première fois que le nom d'une province est mentionné, écrivez-le au long.
- N'utilisez pas de points abrégatifs dans les acronymes ou les sigles *sauf* lorsqu'ils désignent un pays, une province, une ville ou un autre lieu géographique. Par exemple :
  - É.-U.
  - Î.-P.-É.
  - C.-B.
  - N.Y. (n'utilisez NY que pour l'adressage)

- Les abréviations géographiques servant à identifier des devises, telles que « 100 \$ US », et celles à deux caractères, telles que « QC » et « NL », utilisées dans les adresses postales ne prennent pas de points abrégatifs non plus.
- Évitez l'emploi d'abréviations (ex. : c.-à-d., etc.) dans les textes suivis, sauf si l'espace est restreint. Utilisez à la place « par exemple », « c'est-à-dire » et « et autres ». Veuillez noter que l'abréviation « p. ex. » peut être suivie de la virgule ou, si l'énumération comporte plusieurs éléments, du deux-points.

### Exceptions

- Certains sigles désignant des logiciels de gestion sont peu connus en français. C'est le cas de PRE (planification des ressources de l'entreprise) et de GRC (gestion de la relation client). **Il a donc été décidé de ne pas utiliser ces deux sigles dans nos brochures, dépliants, articles, etc.**
- À la première mention, écrivez plutôt le nom du logiciel au long suivi du sigle anglais entre parenthèses (celui-ci étant davantage connu des entrepreneurs).
  - Les systèmes de planification des ressources de l'entreprise (ERP) sont de plus en plus populaires auprès des PME canadiennes.
  - Comment choisir un système de gestion de la relation client (CRM)?
- Par la suite, reprenez le sigle anglais, en lui accolant un terme générique comme système, logiciel ou solution. N'écrivez pas « un ERP » ou « un CRM ».
  - Voici quelques conseils pour choisir la solution ERP qui vous convient.
  - Améliorez votre service à la clientèle au moyen d'un logiciel CRM.
- Traitez de la même manière les formes abrégées B2B (business-to-business) – en français commerce interentreprises –, et B2C (business-to-consumer), commerce avec les consommateurs.
  - Ces services conviennent tant aux entreprises du secteur du commerce avec les consommateurs (B2C) qu'à celles du secteur du commerce interentreprises (B2B).

## Diplômes et grades universitaires

---

Écrivez au long le nom des diplômes que possède une personne sur bdc.ca et dans les documents externes (ex. : baccalauréat ès sciences). Utilisez la forme abrégée (ex. : B. Sc.) dans les documents internes et sur les cartes professionnelles. Consultez au besoin la liste d'abréviations fournie dans le *Guide du rédacteur*.

### Exemples

- B. Sc.
- M. Ing.
- M. Sc.
- Ph. D.



# Titres de livres, de films et d'autres œuvres artistiques

- Mettez en italiques les titres d'œuvres longues, notamment :
  - les rapports
  - les livres imprimés et numériques
  - les pièces de théâtre
  - les films
  - les disques
  - les journaux
  - les magazines
- Mettez entre guillemets les titres d'œuvres plus courtes, notamment :
  - les nouvelles
  - les poèmes
  - les émissions de radio et de télévision
  - les chansons
  - les articles

## Exemples

- *Les comités consultatifs : un atout incontestable pour les PME canadiennes* (rapport)
- *Guerre et paix* (livre)
- *Les belles-sœurs* (pièce de théâtre)
- *Les aventuriers de l'arche perdue* (film)
- *Jaune* (disque)
- *La Presse* (journal)
- *L'Actualité* (magazine)
- « La chute de la maison Usher » (nouvelle)
- « Le bateau ivre » (poème)
- « Unité 9 » (série télévisée)
- « C'est pas trop tôt! » (émission de radio)
- « Le petit roi » (chanson)
- « Le ministre Lanctôt annonce un important projet »



# Difficultés

## Répétitions inutiles

---

Voici quelques exemples de répétitions inutiles courantes, à éviter lorsque vous écrivez :

- histoire ou expérience antérieure (par définition, l'histoire et l'expérience sont des choses qui se sont produites ou qui ont été acquises dans le passé)
- cadeau gratuit (si vous deviez payer, ce ne serait pas un cadeau)
- comparer ensemble
- conclusion finale
- monopole exclusif
- numéro NAS (le N dans NAS correspond à *numéro*)
- refaire de nouveau
- nouvelle innovation (les innovations sont toujours des nouveautés)
- de forme carrée
- prévoir à l'avance

## Chez ou à?

---

L'emploi des prépositions *à* et *chez* devant les noms d'entreprise suscite souvent des interrogations. Voici les règles à suivre.

- Quand la raison sociale est un nom de personne, on emploie *chez*.
  - Ce comptable travaille chez Ernst & Young.
  - Cet employé travaillait auparavant chez Bombardier.
- Quand la raison sociale est formée d'éléments autres qu'un nom de personne, il est préférable d'utiliser *à*.
  - Elle a occupé plusieurs postes à Industrie Canada.
  - Il a travaillé à Invidi Technologies Corporation et à Datacratic Inc.
- Quand la raison sociale est un sigle, l'usage varie et vous pouvez utiliser l'une ou l'autre des prépositions.
  - Nous travaillons à BDC (ou chez BDC).
  - Ma cousine occupe un poste cadre à IBM (ou chez IBM).

## Ceci ou cela?

---

Les pronoms démonstratifs *ceci* et *cela* ne sont pas interchangeables.

- *Ceci* s'emploie pour annoncer quelque chose qui va suivre.
  - Retenez bien ceci : les ordinateurs portables doivent être gardés sous clé en tout temps.
- *Cela* fait référence à quelque chose qui précède.
  - Les ordinateurs portables doivent être gardés sous clé en tout temps : retenez bien cela.



## Coordinations fautives

---

En français, il n'est pas permis de coordonner des éléments (verbes, adjectifs, noms ou locutions prépositives) qui se construisent avec des prépositions différentes. Il faut reformuler la phrase en déplaçant les éléments boiteux ou en les remplaçant par des éléments qui se construisent de la même manière. Voici des exemples.

- Coordination de verbes
  - **Forme fautive** : Vous pourrez saisir, accéder à et gérer toutes les informations dans Internet (à la différence de *saisir* et *gérer*, le verbe *accéder* se construit avec la préposition *à*).
  - **Formes correctes** : Vous pourrez saisir et gérer toutes les informations et y accéder dans Internet.
  - Vous pourrez saisir, consulter et gérer toutes les informations dans Internet.
- Coordination d'adjectifs
  - **Forme fautive** : Vous devez vérifier si les candidats sont aptes ou incapables de s'acquitter de ces tâches (*aptes* se construit avec la préposition *à*, et *incapables* avec la préposition *de*).
  - **Formes correctes** : Vous devez vérifier si les candidats sont aptes ou non à s'acquitter de ces tâches.
  - Vous devez vérifier si les candidats sont aptes à s'acquitter de ces tâches ou s'ils en sont incapables.
  - Vous devez vérifier l'aptitude ou l'incapacité des candidats à s'acquitter de ces tâches.
- Coordination de noms
  - **Forme fautive** : Le service faunique a pris des mesures pour faciliter l'entrée et la sortie du parc (*entrée* se construit avec la préposition *dans*, et *sortie* avec la préposition *de*).
  - **Forme correcte** : Le service faunique a pris des mesures pour faciliter l'accès et la sortie du parc.
- Coordination de locutions prépositives
  - **Forme fautive** : L'accès à ce local est restreint en dehors et pendant les heures de bureau.
  - **Formes correctes** : L'accès à ce local est restreint pendant les heures de bureau et en dehors de celles-ci.
  - L'accès à ce local est restreint avant, pendant et après les heures de bureau.
  - L'accès à ce local est restreint en tout temps.

## Répétition des prépositions à et de

---

- La préposition *à* doit être répétée devant chaque complément. La répétition peut cependant être supprimée lorsque les compléments désignent des personnes appartenant à un même groupe ou des choses de même nature.
  - Il est important d'apprendre à écouter et à interpréter les besoins des clients.
  - Cette lettre doit être envoyée aux clients, aux fournisseurs et aux comptables.
  - Il est permis de transmettre des messages électroniques commerciaux à vos amis et connaissances.
- La préposition *de* doit elle aussi être répétée devant chaque complément, sauf dans le cas d'une locution figée (ex. : Il faut tenir compte des tenants et aboutissants) ou d'un groupe qui est considéré globalement (ex. : le Musée des arts et métiers).
  - Pour réussir, les entrepreneurs ont besoin de compétences, de ressources et de conseils.
  - Les centres d'affaires de Brossard et de Boucherville ont organisé une réception en l'honneur de leurs clients.



# Liste de mots

La liste qui suit présente l'orthographe à privilégier pour certains termes et expressions couramment utilisés à BDC. Si le terme que vous recherchez ne se trouve pas dans la liste, veuillez consulter *Le Petit Robert* et utiliser la première graphie présentée.

## A

abréviation (*et non* abbréviation)

adresse (*et non* adresse)

actionnaire, l' (ne prend pas de majuscule)

Autochtone (lorsqu'il désigne les membres des Premières nations; ex. : Deux Autochtones ont été décorés de l'Ordre du Canada)

autochtone (utilisé comme adjectif, ne prend pas de majuscule; ex. : Trois chefs autochtones ont signé le traité)

## B

Banque, la (forme abrégée de Banque de développement du Canada)

BDC (sigle, de préférence non précédé de l'article « la »)

BDC Capital (ligne d'affaires)

BDC Financement

BDC Services-conseils

bilan consolidé

Budget 2013 (quand il est question du budget fédéral)

## C

Capital de croissance et transfert d'entreprise (unité d'affaires)

capital de croissance et de transfert d'entreprise (financement offert par le secteur Capital de croissance et transfert d'entreprise)

capital de risque (sans majuscule si le terme désigne cette industrie en général; s'il s'agit du secteur d'activité de BDC Capital – Capital de risque – le mot « capital » prend la majuscule)

Centre de l'entrepreneurship (*et non* Centre d'entrepreneurship)

chapitre 123 du Manuel de l'ICCA, *États financiers*

cible (apposé à un nom, le mot *cible* n'est pas précédé d'un trait d'union et s'accorde en nombre; ex. : un groupe cible; nos publics cibles)

clé (en apposition, le nom peut s'écrire avec ou sans trait d'union et les deux mots prennent la marque du pluriel; ex. : un poste clé, un poste-clé; des mots clés, des mots-clés)

CNRC, le (ex. : le CNRC a tranché *et non* CNRC a tranché)

Code de conduite du conseil d'administration

Code de conduite, d'éthique et de valeurs des employés de BDC



compte rendu (s'écrit sans trait d'union)

connexion (*et non* connection)

conseil d'administration (ne prend pas de majuscule, même lorsqu'il s'agit du conseil d'administration de BDC)

Conseil du Trésor du Canada

coordonner, coordination, coordonnateur/coordonnatrice

## D

défense (*et non* défense)

## E

en dollars US (sans points abrégatifs)

équilibre travail-vie familiale

états financiers consolidés

événement *ou* évènement

exercice 2013 (*et non* année fiscale 2013 *ou* exercice financier 2013)

E2013 (si l'espace est limité)

Extranet

## F

Finances Canada

flux de trésorerie

## G

gouvernement, gouvernement du Canada, gouvernement fédéral, gouvernement canadien, gouvernement du Québec, gouvernement provincial, gouvernement québécois

## H

haute qualité

haute technologie

## I

les IFRS (*et non* les normes IFRS)

inc. (ne prend pas de majuscule en français)

Internet (s'écrit avec une majuscule)



## L

licence

Loi, la (forme abrégée de *Loi sur la Banque de développement du Canada*, par exemple)

*Loi sur la Banque de développement du Canada*

*Loi sur la BDC*

ltée *ou* l<sup>itée</sup>

## M

Manuel de l'Institut Canadien des Comptables Agréés (ICCA) (ne s'écrit pas en italiques; est devenu le Manuel de CPA Canada – Comptabilité le 1<sup>er</sup> novembre 2013.)

membre du Parlement (*ou* député/députée)

Ministre (mettez la majuscule lorsque vous vous adressez au ou à la titulaire : Veuillez agréer, Madame la Ministre, l'expression de...)

ministre (mettez la minuscule lorsque le titre désigne une personne dont vous parlez; ex. : Nous avons eu un entretien avec le ministre de l'Industrie)

ministre de la Petite entreprise et du Tourisme

ministre de l'Innovation, des Sciences et du Développement économique

multi (les mots composés à l'aide de ce préfixe s'écrivent sans trait d'union; ex. : multimédia, multiculturalisme)

## N

note 2 afférente aux états financiers consolidés

note d'orientation concernant la comptabilité 18, *Sociétés de placement* (forme abrégée : NOC-18, *Sociétés de placement*)

## O

Ouest canadien, l'

page Web

## P

Parlement (quand il est question du Parlement du Canada)

parlementaire *ou* membre du Parlement

Plan d'entreprise

Prairies, les

principes comptables généralement reconnus (PCGR)

profil (*et non* profile)

provinces de l'Atlantique *ou* provinces atlantiques





## R

Rapport annuel

récrire (*et non* réécrire)

recto verso (s'écrit sans trait d'union)

régime d'avantages sociaux (*et non* plan d'avantages sociaux)

risque (au singulier lorsqu'il désigne un concept global; ex. : Nous gérons le risque opérationnel)

risques (au pluriel lorsqu'il est question de risques précis; ex. : Nous gérons les risques liés à la technologie)

## S

s.r.l. (société à responsabilité limitée)

Saguenay–Lac-Saint-Jean

SEC *ou* S.E.C. (société en commandite)

Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada

SENC *ou* S.E.N.C. (société en nom collectif)

SENCRL *ou* S.E.N.C.R.L. (société en nom collectif à responsabilité limitée)

siège social (ne prend pas de majuscule)

site Web

socio-économique *ou* socioéconomique (les mots composés avec l'élément *socio* s'écrivent en un seul mot, sauf s'ils commencent par un *e*, auquel cas les deux graphies sont acceptables)

## T

technologies de l'information et des communications (le mot « technologie » est au pluriel dans cette expression)

Terre-Neuve-et-Labrador

Titrisation (unité d'affaires)

trafic (*et non* traffic); ex. : le trafic Web

Trésorerie (majuscule s'il s'agit d'une unité d'affaires)

## V

vice versa *ou* vice-versa

vice-président *ou* vice-présidente (avec trait d'union)

## W

le Web (majuscule en français)

webinaire (sans majuscule)



# Annexe 1 : Références

Le présent guide n'est pas conçu pour répondre à toutes vos interrogations en ce qui a trait à la rédaction. Si vous avez des questions relatives à l'orthographe ou à la grammaire qui ne sont pas couvertes ici, veuillez consulter les ouvrages de référence standards ci-dessous pour obtenir une réponse.

- *Le Guide du rédacteur* – Guide de rédaction officiel de l'administration fédérale.
- *The Canadian Style* – Équivalent anglais du *Guide du rédacteur*.
- *Le Petit Robert* – Dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française qui, en plus de donner la définition des mots et de les illustrer par des exemples, fournit leur étymologie, leur prononciation, leurs synonymes et leurs contraires. Utilisez-le avec la liste des mots fournie dans ce guide pour assurer l'uniformité de l'orthographe dans les documents de BDC.
- Termium Plus® – Banque de données terminologiques et linguistiques du gouvernement fédéral. C'est l'outil par excellence de BDC pour trouver l'équivalent de termes, d'appellations officielles, de sigles et autres dans l'une ou l'autre des langues officielles.
- *Recherche de toponymes du Canada* – Base de données de Ressources naturelles Canada, qui contient le nom des villes, des villages, des lacs, des rivières et des autres entités géographiques du Canada.
- Banque de dépannage linguistique de l'OQLF – Réponses à des questions fréquentes sur la grammaire, les anglicismes et autres.

Autres ouvrages de référence utiles :

- *Le Multidictionnaire de la langue française* de Marie-Éva De Villers. Dictionnaire de langue générale et de difficultés, cet ouvrage fournit une réponse sûre aux questions touchant l'orthographe, le sens des mots, la construction ou la conjugaison des verbes, le pluriel des mots composés, etc.
- *Le français au bureau* de Noëlle Guilloton et Hélène Cajolet-Laganière. Guide linguistique très complet axé sur les règles d'usage du français dans le monde des affaires et produit en collaboration avec l'Office québécois de la langue française.
- *Bien rédiger pour le Web* d'Isabelle Canivet-Bourgau.



# Annexe 2 : Renvois en bas de page et références bibliographiques

Vous devrez peut-être, à l'occasion, rédiger des notes en bas de page et des bibliographies. Il n'existe pas de norme unique pour la présentation des références bibliographiques. Divers protocoles ont cours, certains sont traditionnels, d'autres plus modernes. Ce qui importe, c'est d'adopter une présentation uniforme et cohérente adaptée au style de document. Au besoin, consultez un ouvrage spécialisé ou un protocole bibliographique plus complet.

## Renvois en bas de page

---

(Présentation selon la méthode classique)

Utilisez la forme longue la première fois qu'une source est citée dans un document. Dès qu'une source a été mentionnée dans une note précédente, utilisez la forme abrégée.

### Livre – un seul auteur

Albert Camus, *Le malentendu, pièce en trois actes*, Paris, Gallimard, 1957, p. 50.

Albert Camus, *Le malentendu*, p. 54.

Lorsqu'une source est mentionnée deux fois de suite, on peut utiliser l'expression latine « *Ibid.* » qui signifie « au même endroit ». On fait suivre l'abréviation du numéro de la page citée, sauf s'il s'agit de la même page.

*Ibid.*, p. 49.

*Ibid.*

### Livre – plus d'un auteur

André Clas et Paul A. Horguelin, *Le français, langue des affaires*, 3<sup>e</sup> édition, Montréal, McGraw-Hill, 1991, p. 168.

André Clas et Paul A. Horguelin, *Le français*, p. 168.

### Chapitre d'un livre

Terry Wallace, « Ways to Improve Your Marketing », dans *Take Your Business to the Next Level*, Éd. Karen Stevenson, Montréal, ECW Press, 2010, p. 25.

Terry Wallace, « Ways to Improve », p. 25.

### Document électronique

Banque de développement du Canada (BDC), *Maîtrisez votre trésorerie : guide pour les entrepreneurs*, [livre numérique], Montréal, BDC, 2014, p. 15.

BDC, *Maîtrisez votre trésorerie*, p. 15.



### Article de périodique

Raymonde Savard, « L'école dans la ville », *Possibles*, vol. 16, n° 1 (février 1992), p. 65-73.

Raymonde Savard, « L'école », p. 65-73.

### Article de journal ou de magazine populaire

Gérard Bérubé, « Le marché de l'habitation se détériore au Canada », *Le Devoir*, 28 mai 2014, p. B2.

Gérard Bérubé, « Le marché de l'habitation », p. B2.

Judith Cohen, « Canada's New Trade Wars », *Maclean's*, 15 mars 2012, p. 18.

Judith Cohen, « Canada's New Trade Wars », p. 18.

### Site Web

Réseau entreprise Canada, « Développer vos idées », [en ligne], dernière mise à jour le 7 mai 2014, <http://www.entreprisescanada.ca/fra/page/2857/>

« Développer vos idées »

Banque de développement du Canada (BDC), « Southstar Equipment : Des stratégies pour bâtir une entreprise axée sur l'innovation », [en ligne], 18 mars 2014,

[http://www.bdc.ca/FR/centre\\_conseils/articles/Pages/southstar\\_equipment\\_batir\\_entreprise\\_innovation.aspx](http://www.bdc.ca/FR/centre_conseils/articles/Pages/southstar_equipment_batir_entreprise_innovation.aspx)

## Références bibliographiques

---

(Présentation selon le style APA (American Psychological Association) utilisé dans bon nombre d'universités)

### Livre – un auteur

Camus, A. (1957). *Le malentendu, pièce en trois actes*. Paris : Gallimard. p. 50.

### Livre – plus d'un auteur

Tardif, M. et Levasseur, L. (2010). *La division du travail éducatif : une perspective nord-américaine*. Paris, France : Presses universitaires de France.

Fahey, T.D., Insel, P.M. et Roth, W.T. (2003). *En forme et en santé* (2<sup>e</sup> éd.) (S. Paquin et M.-C. Désorcy, trad.). Montréal, Canada : Modulo. (Ouvrage original publié en 1996 sous le titre *Fit and Well: Core Concepts and Labs in Physical Fitness and Wellness*. Burr Ridge, IL : McGraw-Hill Higher Education).

### Chapitre de livre

Wallace, T. (2010). Ways to Improve Your Marketing. Éd. Karen Stevenson, *Take Your Business to the Next Level* (p. 25). Montréal : ECW Press.

### Document électronique

Banque de développement du Canada (BDC) (2014). *Maîtrisez votre trésorerie : guide pour les entrepreneurs*. [Livre numérique]. Montréal : BDC.

### Article de périodique

Carrein, C. et Bernaud, J.-L. (2011). Facilitateurs et freins à l'entrée en consultation d'orientation professionnelle : enjeux, modèles, perspectives de recherche. *L'Orientation scolaire et professionnelle*, 40 (1), p. 27-53.



### **Article de journal ou de magazine**

Héту, R. (2012, 6 novembre). « L'heure du verdict ». *La Presse*. Tiré de <http://www.lapresse.ca>

Cohen, J. (2012, 15 mars). Canada's New Trade Wars. *Maclean's*.

### **Site Web**

Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport. (2013). *Mesures pour améliorer la maîtrise du français chez les jeunes*. Récupéré le 3 juin 2014 du site du ministère :

<http://www1.mels.gouv.qc.ca/ameliorationFrancais/index.asp?page=mesures>

Réseau entreprise Canada. *Développer vos idées*. Dernière modification le 7 mai 2014. Récupéré du site

<http://www.entreprisescanada.ca/fra/page/2857/>

### **Sources consultées :**

<http://www.guidemt.uqam.ca/citer/rechercher-par-type-ressource>

<https://sass.uottawa.ca/fr/redaction/ressources/references>

[http://bdl.oqlf.gouv.qc.ca/bdl/gabarit\\_bdl.asp?Th=2&t1=&id=4172](http://bdl.oqlf.gouv.qc.ca/bdl/gabarit_bdl.asp?Th=2&t1=&id=4172)

 BDC

 BDC\_ca

 BDC

**bdc.ca**  
**1-888-INFO-BDC**