

Les Amis de la pêche troquent la canne à moucher pour le bâton de golf !

Jean-Marc PAGEAU

C'est le 30 août dernier que 132 golfeurs et golfeuses se sont donné rendez-vous sur le terrain du Club de golf de la Faune afin de participer à l'omnium de golf des Amis de la pêche au profit de la Fondation pour la Sauvegarde de la Truite mouchetée. Malgré un départ sous la pluie, la journée fut des plus agréables selon les dires de tous les participants. Plusieurs gens d'affaires de la région de Québec ont participé à cette neuvième édition.

Plus de quinze mille dollars ont été recueillis et serviront entre autres à poursuivre l'une des missions de la FSTM, soit son programme éducatif dans des centaines d'écoles du Québec ■



Denis Desharnais,
Desharnais service de pneus,
Bernard Tremblay,
Construction B-Tremblay,
Pierre Antoine Garneau,
Liquidation ABC,
Jean Pierre Garneau,
Ameublement de bureau de la Capitale

Gagnants du Tournoi pour une 2e année consécutive, le foursome des Immeubles Félix Roussin :

René Roussin, Luc Colletta,
Frédéric Guay, Alain Lauzon

Sur la photo en compagnie d'André Blouin, du Centre Horizon, qui leur présente la Coupe Horizon.



Marc Gosselin,
Silencieux Gosselin,
Sylvie Tremblay,
Tremblay Cossette Gaudreau Notaires,
Pierre Tremblay,
Le Nouveau JD,
Gilles Tremblay,
La Seigneurie du Triton



Éric Bergeron, Pro-Tec-Toit,
Hélène Boilard, Pro-Tec-Toit,
René Coté, Excavation Garco,
Mathieu Lord, Excavation Garco



Frédéric Fortin, Denturologiste,
Dave Harrington,
Solutions d'assurances Spécialisés,
François Rodrigue,
Solarium Zytco Québec,
Philippe LeBorgne, Le Mojo



CHRONIQUE LINGUISTIQUE



Diane IPPERSIEL
Présidente, directrice générale

L'AUDIT LINGUISTIQUE : UN OUTIL STRATÉGIQUE, Le Guide des meilleures pratiques langagières... le connaissez-vous ?

Le Comité Québec multilingue de la Chambre de commerce et industrie de Québec a entrepris la réalisation d'un guide qui transmet aux dirigeants d'entreprise de la région Québec - Chaudière Appalaches des connaissances qui les aideront, entre autres, à définir les besoins linguistiques dans leur organisation, combler les lacunes relevées sur le plan des compétences langagières et faire du français, de l'anglais et de toute autre langue utile à leur organisation un véritable levier pour accroître la productivité et la compétitivité de celle-ci.

Une stratégie langagière chez vous... besoin d'un guide ?

Pour être performante, votre organisation ne doit pas seulement s'occuper de stratégie, de finance, de marketing, de gestion des ressources humaines, de TI ou d'approvisionnement : elle doit aussi tenir compte de la dimension langagière, parce que celle-ci imprègne les autres.

Malheureusement, de nombreuses entreprises de chez nous connaissent mal les moyens qu'elles devraient prendre pour relever efficacement les défis auxquels elles font face sur le plan linguistique. Par exemple :

- Certains dirigeants n'ont jamais procédé à une analyse systématique des besoins langagiers de leur organisation (ils font cette évaluation au pif) ;
- Trop d'entreprises n'offrent pas à leurs employés les cours de langue seconde qui les rendraient plus productifs, parce qu'elles ne savent pas comment « magasiner » ce type de services ;
- De nombreuses organisations se tournent vers le premier employé bilingue venu pour rédiger ou traduire des documents commerciaux importants.

Selon le guide, **Sans les langues, pas de commerce !** On ne s'en rend pas compte ou on l'oublie, mais faire des affaires, c'est inévitablement utiliser le langage. Vendre, c'est échanger des courriels avec les clients de l'organisation, réaliser des présentations orales, bavarder dans des cocktails et lire des études de marché. Acheter, c'est discuter avec des exposants lors de salons commerciaux, recueillir sur le Web de l'information sur un fournisseur prometteur, rédiger des appels d'offres et négocier des prix au téléphone. Faire de la recherche-développement (R-D), c'est faire des revues de littérature, préparer des notes de service, donner des conférences scientifiques et discuter des besoins des clients.

Est-ce que votre organisation possède un plan stratégique pour répondre aux réalités langagières d'une économie de plus en plus mondialisée et axée sur l'exploitation du savoir, dans laquelle vos partenaires et concurrents mènent une part de plus en plus importante de leurs activités dans une langue autre que le français, notamment l'anglais ? Peut-être avez-vous besoin d'un guide ?

Consultez le www.quebecmultilingue.ca ■

* texte tiré en partie du Guide des meilleures pratiques langagières. Madame Ippersiel est membre du comité consultatif du Guide et membre exécutif du comité Québec Multilingue de la CCIQ.

uaa
une affaire d'anglais

Formation
Traduction
Consultation

vosre partenaire d'affaires
depuis près de 20 ans

www.uaa.qc.ca
418 688-2201