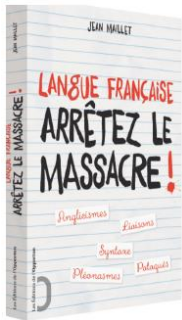


**Communiqué de presse**  
Paris, le 4 septembre 2014



## Sondage : les Français et les fautes d'orthographe « Arrêtez le massacre ! »

À l'occasion de la parution du livre-choc de Jean Maillet, *Langue française : arrêtez le massacre !*, un sondage exclusif a été réalisé par Mediaprism auprès d'un échantillon représentatif de 894 Français. Les résultats de ce sondage en disent long sur l'amour des Français pour notre langue et sur une nécessaire prise de conscience !

**Les Français sont intransigeants face aux fautes d'orthographe commises par les personnes connues** (hommes politiques, journalistes, sportifs...). Ils sont 83 % à penser qu'un personnage public qui commet des fautes de français donne une mauvaise image ; à l'inverse, seulement 39 % réclament de l'indulgence quand ils ne sont plus que 7 % à n'accorder strictement aucune importance aux fautes de français commises par les personnages publics.

### Les sportifs, médaille d'or du jeu de massacre !

**Les sportifs sont désignés comme les plus grands « massacreurs » de la langue française** : 78 % des personnes interrogées déclarent qu'ils commettent souvent des fautes de français ; ce taux passe à 51 % pour les célébrités (acteurs, chanteurs...) et seulement 19 % pour les journalistes et les hommes politiques !

### Stop aux anglicismes !

**7 Français sur 10 déclarent utiliser des anglicismes** mais seulement 13 % avouent y avoir recours souvent. Ce taux passe à 29 % chez les 18-24 ans ! Les anglicismes les plus agaçants sont : « **investiguer** » (62 %), « **has been** » (58 %) et « **faire le buzz** » (53 %). Ce dernier arrive même en tête des anglicismes détestés par les plus de 50 ans !

### Pléonasmes : faire le « tri sélectif »

« **Tri sélectif** » est le pléonisme le plus entendu et le plus utilisé par les Français. Si 7 Français sur 10 déclarent l'utiliser, ils ne sont que 21 % à penser cette formule officielle incorrecte ! Le podium des pléonismes les plus entendus est complété par « **au jour d'aujourd'hui** » et « **s'avérer exact** ». On retrouve ce dernier sur la 3<sup>e</sup> marche du podium des pléonismes les plus utilisés, juste derrière « **répéter la même chose** ». Notons enfin que les pléonismes « **s'avérer exact** » et « **secousse sismique** » sont considérés comme tels par seulement 1 Français sur 5 !

### Mauvais genre et perte d'identité

Interrogés sur le genre de certains noms, les Français sont hésitants. *Augure*, *soldes* et *apogée* sont mal sexués par 6 Français sur 10. D'autres mots perdent même leur identité. Ainsi, 86 % des personnes interrogées confondent *naguère* et *jadis*, 70 % ne font pas de différence entre *conséquent* et *important*, 68 % donnent le même sens à *commémoration* et *célébration* et 66 % ne voient pas de différence entre *achalandé* et *approvisionné* !

En conclusion, les Français veulent que l'on respecte la langue française : 90 % pensent qu'il est temps de réagir et de lutter contre l'appauvrissement de la langue française ! Le livre de Jean Maillet *Langue française : arrêtez le massacre !* tombe donc à point nommé pour relever ce défi !

### Contact presse :

Géraldine Delefosse - Tél. : 06 74 45 57 15 - [geraldine.delefosse@mediaprism.fr](mailto:geraldine.delefosse@mediaprism.fr)

#### À propos de Mediaprism

Mediaprism, filiale de MEDIAPOST Communication/Le Groupe La Poste, est **une agence de communication au service des associations, des institutions, des entreprises et des marques.**

La force de Mediaprism s'articule autour de deux savoir-faire : la maîtrise de la connaissance des publics et le conseil stratégique et créatif. Cette offre globale fondée sur la connaissance des publics est nourrie par une base de données de plus de 36 millions d'individus et par des enquêtes d'opinion menées auprès de plus de 100 000 internautes chaque année.

Elle permet de répondre avec justesse aux problématiques des annonceurs : **sensibiliser les opinions, développer les réputations, changer les comportements, collecter des fonds, promouvoir des services et des produits, etc.**

Mediaprism est l'éclaireur des publics, l'agence qui place la connaissance des publics au cœur de toute démarche de communication.

[www.mediaprism.com](http://www.mediaprism.com)