

Enquête

L'anglais, langue officielle ?

Secousse a réalisé une enquête auprès d'une dizaine d'organismes publics utilisant l'anglais pour des manifestations ou supports de communication. Nous leur avons demandé d'indiquer « les raisons qui vous conduisent à ce choix (raisons institutionnelles, commerciales, d'image, d'esthétique, etc.) ainsi que les conditions pratiques dans lesquelles cette décision a été prise (comment, par qui, avec quels cabinets conseils, etc.) ? ». Nous nous sommes engagés à publier les réponses sans les commenter.

Seuls quatre de ces organismes ont pris contact avec nous : le Musée du quai Branly ; l'Académie de Toulouse ; la Région Midi-Pyrénées ; le Ministère de l'Économie et des Finances – et seuls ces deux derniers ont répondu à l'enquête. Pour ce qui est des autres, doit-on conclure que l'usage de l'anglais comme langue de communication est, à leurs yeux, si normale qu'il est inutile d'en donner la moindre justification ?

On trouvera ci-après ces exemples d'utilisation abusive de l'anglais accompagnés, le cas échéant, d'un commentaire de Secousse emprunté à l'un ou l'autre des auteurs qui ont écrits sur le sujet – en l'absence d'une réponse, nous nous estimons naturellement déliés de notre engagement.



Le Musée du Quai Branly a organisé à l'automne 2015 la 5^e Biennale des images du monde (*Photoquai 2015*), à laquelle a été donné le nom :

WE ARE FAMILY.

La plupart des photographies exposées portaient un titre en langue anglaise *non traduit en français*.

Commentaire :

« Pourquoi donc sommes-nous si grands admirateurs d'autrui ? Pourquoi sommes-nous tant iniques à nous-mêmes ? pourquoi mendions-nous les langues étrangères, comme si nous avions honte d'user de la nôtre ? »

Joachim Du Bellay (*Défense et Illustration de la Langue française*, 1549)



L'Académie de Toulouse a produit une vidéo « à finalité pédagogique » destinée aux « collégiens, lycéens et apprentis » pour les informer de la réforme territoriale et de de fusion des régions Midi-Pyrénées et Languedoc-Roussillon :



<http://www.ac-toulouse.fr/cid94876/une-video-pour-decouvrir-notre-future-grande-region.html>

L'auteur de cette vidéo fait parler son personnage (*deubeule Pi Riquet*) dans la langue supposée des adolescents, un « chiac » truffé d'anglicismes et d'argot « jeune ».

Pourriez-vous nous indiquer les raisons pédagogiques qui vous ont conduit à ce choix ainsi que les conditions pratiques dans lesquelles cette décision a été prise (comment, par qui, avec quels cabinets conseils, etc.) ?

Réponse de l'Académie de Toulouse :

« Il semblerait que vous ayez été mal informé car l'académie de Toulouse n'a pas produit cette vidéo. C'est la Région Midi-Pyrénées qui a produit et réalisé cette vidéo. L'académie de Toulouse a été consultée sur le fond (thèmes historiques et géographiques abordés dans cette vidéo) mais absolument pas sur la forme ; elle l'a par contre relayée sur son site internet.

En espérant avoir répondu à vos questions, etc. »

Commentaire :

Nous avons donc sollicité la Région Midi-Pyrénées.

Réponse de la Région Midi-Pyrénées :

« La Région s'est engagée depuis plusieurs années, dans le cadre de sa politique en faveur des actions éducatives et de sensibilisation à la citoyenneté, à mettre à disposition de la communauté éducative différents supports de communication et d'information. À titre d'exemple, nous pouvons citer l'exposition « Total respect », qui aborde le thème de la lutte contre toutes les formes de discriminations, ou encore la campagne de communication sur l'égalité entre les filles et les garçons et la sensibilisation à la contraception (panneaux d'exposition, affiches, plaquettes, etc.).

Pour l'ensemble de ces actions, la Région, qui n'a pas compétence pour intervenir sur le volet pédagogique, travaille en lien étroit avec les autorités académiques.

La vidéo « La nouvelle grande Région présentée par Pierre-Paul Riquet » s'est inscrite dans une démarche globale de communication et d'information sur l'union des Régions Languedoc Roussillon et Midi

Pyrénées.

Ce film a en effet été accompagné :

- *d'un document de 8 pages qui a été diffusé avec le magazine de la Région dans toutes les boîtes aux lettres ainsi que dans tous les lycées et CFA de Midi-Pyrénées. Ce document présentait l'union des régions sous divers angles (historique, géographique, économique...) et traitements (articles, infographies, quizz...)*
- *D'un site internet « ma région, mon nouvel horizon » expliquant la fusion de manière plus institutionnelle.*

Ainsi, les informations présentées dans la vidéo pouvaient être complétées par la consultation de ces autres outils, plus classiques, accessibles à tous et notamment aux professeurs qui avaient toute latitude pour choisir le support qui leur semblaient le plus adéquat pour aborder le sujet de la fusion des régions dans le cadre de leurs cours.

La réalisation de cette vidéo a été confiée par la Région à une agence spécialisée en conseil et production audiovisuels.

L'objectif était d'attirer l'attention des jeunes sur l'union des régions et de leur donner un premier niveau d'information sur leur future grande région de manière ludique, sur un ton décalé et humoristique. Le langage utilisé par le personnage « Double P Riquet », qui reprend de manière volontairement exagérée des expressions employées par les jeunes, participe à cette volonté d'éviter les écueils d'une présentation trop institutionnelle, technique et, de fait, rébarbative.

Cependant, une distinction est clairement établie dans le traitement de la vidéo entre l'information institutionnelle qui est délivrée dans un langage soutenu et les « ponctuations » relançant l'attention du public qui sont pour leur part constituées d'expressions appartenant au répertoire des adolescents. Ces expressions peuvent être des anglicismes mais certaines sont issues de l'occitan.

Avant sa diffusion, ce film a été testé auprès d'un public jeune, notamment le CRJ (Conseil régional jeunes) de Midi-Pyrénées et une classe de 2^{de} générale du lycée de Colomiers (Haute-Garonne), soit une cinquantaine de jeunes. Leur réaction a été tout à fait positive, les commentaires mettant en avant la clarté des informations, l'aspect drôle et décalé de la présentation qui permet d'entrer rapidement et avec intérêt dans le contenu du film.

La vidéo a également été validée par plusieurs inspecteurs d'académies et présentée aux proviseurs des lycées de Midi-Pyrénées en octobre 2015. »



SEPA BUSINESS-TO-BUSINESS DIRECT DEBIT MANDATE
 You must sign this mandate, and then send it to your bank, before making any payment.

By signing the mandate form, you authorise:
 - the Public Finances Directorate General to send instructions to your bank to debit your account,¹
 - your bank to debit your account in accordance with the instructions from the Public Finances Directorate General.
 This mandate is only intended for business-to-business transactions.
 You are not entitled to request a refund from your bank once your account has been debited.²

Mandate Reference (RUM)

Debtor's SIREN (or IDSP) code

Debtor's name

Bank account holder (may be different from debtor)

Legal form: Monsieur / Company name

Address

Account number - IBAN

Creditor's name: Public Finances Directorate General

Creditor's SEPA identifier

Address

Type of payment: Recurrent payment

Location: Date: Signature:

The information contained in this mandate is intended for use by the Public Finances Directorate General only. The debtor/owner can object, online or modify the data, pursuant to Article 38 of Act no. 78-17 of 6 January 1978, regarding data processing and freedom of information.
¹ If an account is not used for 36 months (from the last used date, even if the payment was refused, rejected, returned or used for the bank), its mandate is obsolete and can no longer be used; a new mandate will be necessary.
² However, you can ask the bank to debit the account before the due date. Similarly, you can object a payment that you believe is incorrect or unauthorized within 13 months after the account has been debited.

MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE
 5000 PARIS CEDEX 12

Le Ministère de l'Économie et des Finances a édité divers formulaires officiels en langue anglaise utilisables à parité de valeur avec ceux édités en langue française. À titre d'exemple, nous citons le **SEPA BUSINESS-TO-BUSINESS DIRECT DEBIT MANDATE** (Mandat de prélèvement SEPA Interentreprises).

Pourriez-vous nous indiquer les raisons qui ont conduit le Ministère de l'Économie et des Finances à déroger au principe qui veut que tous les documents officiels soient publiés en langue française (raisons institutionnelles, d'efficacité, d'image, etc.) et les conditions juridiques et pratiques dans lesquelles cette décision a été prise ?

Réponse du Ministère de l'Économie et des Finances :

« Nous avons bien pris note de votre demande, formulée dans le cadre d'une enquête, concernant les documents officiels en langue française et particulièrement les formulaires « SEPA Interentreprises ».

En ce qui concerne les formulaires « SEPA », la DGFIP va mettre en place, sur le site, dans les meilleurs délais, deux liens, l'un permettant de charger la version française, l'autre permettant de charger la version anglaise.

Pour l'ensemble des documents officiels produits par la Direction générale des Finances publiques, celle-ci confirme que tous sont établis en langue française, conformément à l'obligation légale qui incombe à l'Administration et qu'elle prend soin de respecter ladite obligation.

En outre, nous vous signalons que, pour toute remarque de ce type à l'avenir, nous avons une adresse : terminologie@finances.gouv.fr.

Soyez assuré de notre cordiale considération.
 (Haut-fonctionnaire chargé de la terminologie et de la langue française) »



Le métro parisien s'est récemment couvert d'affiches de publicité pour la station de ski de Vars annonçant : **WINTER IS COMING**. Quant au nom des pistes, il a été rebaptisé en chiac : **TOTEM PARK - LE VARS WEST ; LE GIRLY PARK**, etc. (réf.: catalogue français, disponible sur Internet).

LES PARKS

- **TOTEM PARK – LE VARS WEST**
Niveau confirmé et pro
 Un park parfaitement intégré dans son environnement avec de la pierre et du bois mais aussi des modules inspirés du Far West, idéal pour les shooting photos et vidéos !
 Des travaux d'été ont permis d'améliorer les surfaces de glisse.
- **PARK DES ECRINS** *Tous niveaux*
 Une ligne sur la piste des Ecrins. Un park d'entraînement et de perfectionnement pour des riders déjà à l'aise sur les parks débutants. La ligne est composée de tout ce que l'on peut trouver dans le snowpark de Vars (boxes, rails, wall ride).
- **PARK DES ESCONDUS** *Partie supérieure*
Niveau intermédiaire confirmé
 Snapé* façon mini slopestyle, tu pourras réaliser des tricks sur des minis modules de pros. *snapé = lâché
- **PARK DES ESCONDUS** *Partie inférieure*
Niveau Pro
 Zone de rails très difficile qui nécessite un gros niveau de ride. Une référence pour les pros riders. La zone d'entraînement pour le street rail (kink et rails tournants).
- **LE GIRLY PARK**
 Au sommet de la télécabine, les filles ont aussi leur park avec des boxes pour commencer le slide.
 Toujours aussi ludique, il aura des bosses en plus cette année !
- **COOL ZONE**
 La cool zone dispose d'un chalet avec une sono où tu peux passer la musique pour rider ! Teste tes tricks sur le trampolaine avec les shaper. On y organise également des free BBQ et c'est le point de rencontre de tous les riders.



Varsparks 1/2

- **KID PARK** *Niveau débutant*
 Baby Jardin il en haut de la télécabine. Perfectionnement de la zone kid park avec des boxes pour les tout-petits à partir de 3 ans au milieu des animaux de la montagne.
- **PARCOURS DE NEIGE** *Tout public*
 Ces espaces ludiques en bord de pistes vont s'étendre sur le domaine skiable avec de nouvelles zones : des bordercross et des hoops (bosses). Ils sont créés en fonction de l'enneigement sur plusieurs parties du domaine. Une toute première partie d'entrée à la pratique du freestyle avant de s'aventurer sur les snowparks. [Connecte toi sur le site du Varspark pour connaître leur emplacement : www.vars.com](http://www.vars.com)

Commentaire :

« Les riches, les financiers, les publicitaires, etc., mettent partout de l'anglais. Le danger vient de ce que les gens les plus influents ne parlent plus que ce charabia-là. Je ne suis pas contre l'anglais, j'ai enseigné cinquante ans aux États-Unis, mais il est quand même ridicule de constater qu'il y a plus de mots anglais aujourd'hui dans les rues de Paris et de Province, que de mots allemands pendant l'Occupation... C'est une véritable occupation. »

Michel Serres ([La Dépêche du Midi du 18 février 2016](#))



L'Université Sorbonne Paris Cité (USPC) organise le 21 novembre 2015 une journée de débats sur le thème « **REFUGEES WELCOME** : mieux comprendre pour mieux accueillir ».





La SNCF, qui réaffirme par ailleurs son statut d'entreprise publique, utilise très largement dans sa communication la langue anglaise (les **CRAZY HOURS**, le **TGV LOW COST**, la **NEWSROOM**), les anglicismes (la **ZEN ATTITUDE**) ou le chiac (**OUIGO**, **OUIGO BELLS**, **FOLLOWOUIGO**, etc.).



Commentaire :

« ...l'anglais est une fabrication locale (gallo-romaine, gallo-ricaine désormais) de mots anglais pour singer le maître. Ainsi la SNCF, qui a une vieille tradition de collaboration, à peine a-t-elle abandonné le transport sinistre que l'on sait, qu'après les S'Miles (qui sont parfaitement et hautement ridicules) elle se voue désormais au Ouigo. Le Ouigo fait vraiment rigoler, ouigoler : c'est de l'anglais ! »

Alain Borer ([Entretien avec Secousse](#), mars 2016)



La Française des jeux, initiatrice en 2004 de la loterie européenne Euro Million, organise dans ce cadre, depuis 2014, un tirage complémentaire *réservé aux joueurs français* intitulé **MY MILLION**.



Commentaire :

« Les grandes entreprises, les commerçants, les marchands, se servent largement de l'anglais – moins par amour de l'anglais que par amour de l'argent. »

Claude Hagège ([Entretien avec Secousse](#), mars 2016)





La Ville de Paris organisera en 2018 les 10^e **GAY GAMES**.

Alors que le français est langue olympique, les premiers documents publiés montrent l'intention de la Ville de Paris de n'utiliser notre langue ni pour le nom de la manifestation, ni pour le motto qui l'accompagne (« *All equal* »).



Dans leurs interventions, la plupart des journalistes de *France Info*, radio de service public, font un usage abondant de la langue anglaise, des anglicismes et du chiac, en place et lieu de mots français. Les exemples sont innombrables (le **LIVE** de France Info, la **SEX TAPE** de Mathieu Valbuena, etc.), à tel point que certaines chroniques en deviennent parfois difficiles à comprendre, même par des auditeurs cultivés.

Pourriez-vous nous indiquer quelle est la politique de *France Info* dans ce domaine et quelles actions concrètes de formation et de contrôle sont mises en œuvre par la Direction de la radio pour garantir un usage exclusif de notre langue sur les ondes ?



le Live de France Info

Commentaire :

« ...comme le font ces ambitieux admirateurs de la langue [anglaise] qui ne penseraient (...) pouvoir rien dire de bon, si n'était en langage étranger et non entendu du vulgaire. »

Joachim Du Bellay (Défense et Illustration de la Langue française, 1549)