



MINISTÈRE
DES SPORTS,
DE LA JEUNESSE
ET DE LA VIE ASSOCIATIVE

*Liberté
Égalité
Fraternité*

GUIDE DES BONNES PRATIQUES LINGUISTIQUES

À L'ATTENTION
DES ENTREPRISES DU SPORT

Retour d'expérience
Utilisateur Recrutement Donnée(s)
Plan d'affaires Mettre au courant
Jeune entreprise innovante
Feuille de route Capacité à diriger
Entreprise en croissance
Équipe

Terminologie
SPORTS



SOMMAIRE

Introduction	3
Première partie	4
1.1. Un espace francophone mondialisé et en développement	5
1.2. Le français, langue historique de l'Olympisme	6
Lexique de mots français dans le sport international :	6
1.3. Le sport francophone : un potentiel économique élevé	8
Deuxième partie	11
2.1. Le français, un atout stratégique pour le rayonnement à l'international	12
L'usage du français est également un atout pour :	12
2.2. Communication interne en français dans les entreprises francophones	14
2.3. Communication en contexte multilingue : concilier efficacité et diversité linguistique	15
Qu'est-ce que la délégation ministérielle à la francophonie sportive ?	17
Définition de la Francophonie Sportive	18
Parlez-vous français ?	19
ANNEXE - Lettre de mission du délégué à la Francophonie sportive et Haut fonctionnaire à la langue française	26

INTRODUCTION

« *Spoiler* », « *deadline* », « *replay* », « *feedback* » ... Les anglicismes se sont emparés de notre quotidien.

Dans les réunions professionnelles, les campagnes de communication, les médias ou les échanges en ligne, les mots anglais s'imposent souvent sans traduction, comme s'ils étaient plus modernes, plus efficaces, plus « professionnels ». Cette tendance s'est largement banalisée, au point de faire oublier qu'il existe, bien souvent, des équivalents français clairs et précis.

Or, cette évolution n'est pas sans conséquence : elle brouille les messages et nuit à leur compréhension, exclut une partie de la population moins familière de ces termes, et fragilise la place du français dans des domaines clés comme le numérique, l'économie, la recherche ou encore le sport : « *le CEO a pitché sa start-up, leader de son game sur le sport-market !* ».

Ce recours croissant aux anglicismes ne se limite donc pas à une simple évolution de la langue (de son lexique comme de sa syntaxe) : il comporte également des enjeux (majeurs) sur les plans culturel, éducatif, démocratique et social.

Et, surtout, il ne reflète en rien le sentiment de la majorité des Français. Une enquête du ministère de la Culture¹, réalisée en novembre 2024, met ainsi en lumière un rejet marqué de la part de nos concitoyens face à l'intrusion de l'anglais dans de nombreux secteurs de leur vie quotidienne. Une large partie de la population attend des institutions et des entreprises qu'elles privilégient l'emploi de termes français.

- 45% des Français ont une réaction de gêne face à un message publicitaire avec des expressions en anglais.
- Une majorité d'entre eux (près de **80%**) se déclarent être gênés dans leur achat lorsque les informations sont uniquement disponibles en anglais, indiquant même, pour la moitié d'entre eux (**52%**), que cela peut compromettre leur achat.

Un signal clair : les Français veulent du français, tout simplement. Gageons que les 396 millions de francophones également !

1. « [Les Français et l'emploi de la langue française](#) », Agence Harris interactive France – novembre 2024

PREMIÈRE PARTIE

FRANCOPHONIE ET SPORT : UN ESPACE EN ESSOR

1.1. UN ESPACE FRANCOPHONE MONDIALISÉ ET EN DÉVELOPPEMENT

L'espace francophone représente aujourd'hui un ensemble géopolitique, linguistique, économique et culturel dynamique, composé de 90 États et gouvernements membres de l'Organisation internationale de la Francophonie (OIF). Il s'étend sur les cinq continents et regroupe plus de 396 millions de locuteurs de français. Nous serons plus de 650 millions en 2050.

Ce développement est soutenu par la démographie, avec une population francophone majoritairement jeune : près de 60 % des francophones de moins de 30 ans vivent en Afrique. À l'horizon 2050, l'Afrique comptera à elle seule plus de 70 % des francophones dans le monde.

Au-delà de la langue, la francophonie est aussi un espace d'échanges culturels, éducatifs, économiques, diplomatiques et bien sûr sportifs de plus en plus structurés, grâce aux politiques linguistiques nationales, aux institutions de coopération, à l'enseignement du français langue étrangère, et à la diffusion de contenus médiatiques et numériques en français.



Les différents statuts des États membres de l'OIF, répartis sur les cinq continents : [Lien source](#)

1.2. LE FRANÇAIS, LANGUE HISTORIQUE DE L'OLYMPISME

Le français occupe une place centrale dans l'histoire et l'identité du mouvement olympique moderne. Pierre de Coubertin, fondateur des Jeux Olympiques modernes en 1896, a fait du français la première langue officielle de l'Olympisme, par attachement aux idéaux d'universalisme et d'éducation portés par la langue.

Aujourd'hui, le français reste l'une des deux langues officielles du Comité International Olympique (CIO), aux côtés de l'anglais. Il est utilisé dans toutes les communications officielles, lors des cérémonies, dans la signalétique et les protocoles. La Charte olympique précise que les textes fondateurs du CIO sont rédigés en français et que le texte français fait foi en cas de divergence d'interprétation.

Certaines disciplines sportives ont conservé le français comme langue de référence pour les termes techniques, les règles et les annonces officielles. Ils restent utilisés à l'échelle mondiale, quels que soient les pays ou les compétiteurs.

Lexique de mots français dans le sport international :

- **Tennis** : coup droit, double faute
- **Escrime** : touché, riposte, parade
- **Judo** : déjà vu (terme informel repris dans des contextes anglophones)
- **Équitation** : dressage, passage, piaffer
- **Cyclisme** : peloton, contre-la-montre, maillot jaune

De nombreux événements et structures institutionnelles incarnent aujourd'hui la Francophonie sportive. Parmi eux : les Jeux de la Francophonie supervisés par le CIJF², la CONFEJES³ ou encore l'AUF⁴. À ces instances s'ajoutent de multiples ONG et autres organisations

2. Comité international des Jeux de la Francophonie

3. Conférence des ministres de la Jeunesse et des Sports de la Francophonie

4. Agence Universitaire de la Francophonie

qui participent également à cet élan. La CAN⁵, par exemple, ne se revendique pas comme un événement francophone, bien que le français occupe une place majeure tout au long de la compétition.

La mobilisation du ministère de la Culture (DGLFLF⁶) et du ministère de la Jeunesse, des Sports et de la Vie associative, notamment par l'intermédiaire du délégué ministériel à la Francophonie sportive, a conduit à un nouvel élan en faveur de la langue française dans le sport. Elle s'est traduite par la mise en place du Groupe interministériel et interinstitutionnel « Le français, langue du sport et de l'Olympisme en France et dans le monde », à l'origine de nombreuses actions, comme la mise en place d'un réseau d'influenceurs francophones du sport et l'élaboration d'une cartographie exhaustive des acteurs francophones du sport.

Le fait qu'une grande partie des nouveaux sports proviennent des pays anglo-saxons rend par ailleurs nécessaire la recherche de termes équivalents en français pour permettre une communication claire et accessible. Cette mission est assurée par le collège de terminologie du ministère de la Culture, en lien avec la délégation à la Francophonie sportive, qui travaille à l'élaboration et à la définition de termes sportifs en français.

5. Coupe d'Afrique des Nations

6. Délégation générale à la langue française et aux langues de France

1.3. LE SPORT FRANCOPHONE : UN POTENTIEL ÉCONOMIQUE ÉLEVÉ

L'industrie du sport est aujourd'hui l'un des secteurs les plus porteurs à l'échelle mondiale, avec un chiffre d'affaires global estimé à plus de 1 200 milliards d'euros par an (source [SKEMA Publika](#)). Dans l'espace francophone, les opportunités économiques se multiplient, à mesure que les politiques sportives, les investissements publics et privés, et les pratiques sportives se développent.

Un [rapport de BPCE L'Observatoire](#) estime que la filière sport représentait 2,7 % du PIB français en 2024, soit environ 78 milliards d'euros. Ces données correspondent à :

- L'évènementiel sportif (JO, championnats nationaux, Coupe du monde de rugby, etc.) :
 - Le marché mondial des Grands Événements Sportifs Internationaux (GESI) est estimé à environ 50 milliards d'euros par an
 - Entre 2018 et 2034, les GESI devraient représenter 42 % des retombées économiques de l'évènementiel sportif en France [lien source](#)
 - Les Coupes du monde de football, l'Euro de football 2016, la Coupe du monde de Rugby 2023 ou encore les JOP⁷ Paris 2024 ont particulièrement dynamisé l'économie locale (tourisme, hôtellerie, transports...) [lien source](#)
- La construction et la gestion d'infrastructures sportives (stades, piscines, complexes multisports) ;
- Le marché du textile et des articles de sport ;
- Le mécénat et le parrainage (*sponsoring* en anglais), les droits audiovisuels et les paris sportifs ;
- Le tourisme sportif (stations de ski, marathons, compétitions locales, etc.)

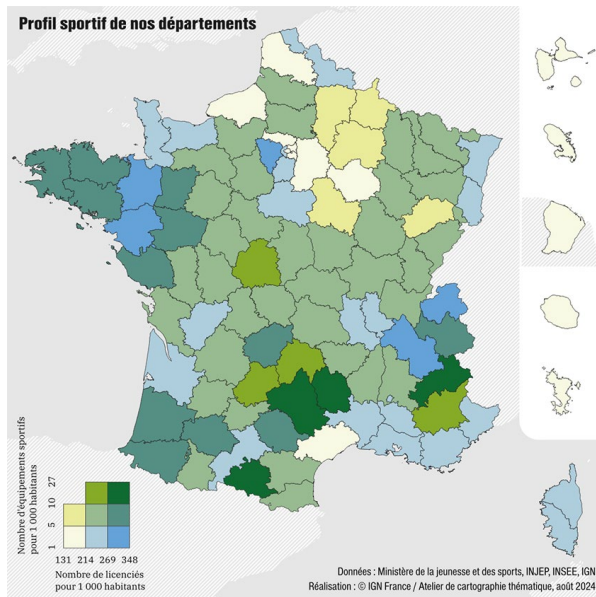
Dans plusieurs pays francophones d'Afrique (Côte d'Ivoire, Sénégal, Maroc, Cameroun, RDC...), le sport connaît une croissance annuelle supérieure à 5 %, portée par :

- La jeunesse de la population et la croissance de la pratique amateur ;
- La montée des compétitions continentales et interrégionales ;
- La construction de nouvelles infrastructures sportives urbaines ;
- Les initiatives en faveur de l'entrepreneuriat sportif local.

Le partage d'une langue commune aux entreprises francophones est par conséquent un atout juridique et opérationnel considérable : il facilite les négociations, réduit les coûts de traduction, sécurise les contrats (droit écrit) et encourage la compréhension entre partenaires. La langue française devient ainsi un levier stratégique pour accéder aux marchés du sport, notamment dans le cadre des appels d'offres liés aux grands événements ou à la commande publique au sein des pays francophones.

Témoignage de Bruno LALANDE, Vice-Président de Sport Business, Président de Sponsoring.fr et Women Sports (France et Africa) :

« Le travail en français pour les entreprises du sport dans l'espace francophone est un atout déterminant tout d'abord pour faire reconnaître notre savoir-faire dans cet espace, sans frein linguistique. Mais aussi un levier en droit des affaires car nous avons en commun le droit écrit et non jurisprudentiel. La langue française est donc un atout humain capital d'échange, puissant, multiculturel, que je vis quotidiennement sur le sol africain. »



Cartographie du sport en France - Visualiser les inégalités territoriales et sociales de l'accès au sport : profil départemental des pratiques et des équipements (2023) [lien source](#)

DEUXIÈME PARTIE

GUIDE DES BONNES PRATIQUES LINGUISTIQUES DANS L'ESPACE FRANCOPHONE À L'ATTENTION DES ENTREPRISES DU SPORT

2.1. LE FRANÇAIS, UN ATOUT STRATÉGIQUE POUR LE RAYONNEMENT À L'INTERNATIONAL

L'utilisation du français est un levier de différenciation stratégique sur les marchés mondiaux. En 2018, des universitaires de Genève ont réalisé une étude sur la valeur économique du français. Celle-ci indique que le partage du français au sein de l'espace francophone a contribué en moyenne à une augmentation de 18 % des échanges bilatéraux entre 1995 et 2015. Elle démontre également que les retombées économiques du français sont très positives :

- Son partage baisse les coûts de transaction, et augmente la proximité culturelle et la confiance réciproque
- Cela entraîne un surcroît d'échanges entre partenaires francophones, et par conséquent des capacités productives, des transferts de technologies et de la compétitivité
- Les retombées de ce processus sont une augmentation du niveau d'emploi et du PIB par tête (en moyenne de 4,2 %) dans l'espace francophone.

L'usage du français est également un atout pour :

Renforcer la visibilité des marques francophones

Adopter une identité de marque en français peut constituer un marqueur culturel fort, notamment dans des secteurs où la production française ou le label francophone sont valorisés (cosmétiques, agroalimentaire, luxe, sport).

Optimiser l'accès aux marchés publics francophones

Les marchés de services, d'équipements ou de conseil dans les pays francophones s'ouvrent plus facilement aux acteurs capables de produire des réponses en français. Une maîtrise linguistique forte est donc un avantage concurrentiel concret.

Attirer et fidéliser les talents dans l'espace francophone

La langue française est aussi un facteur d'attractivité des ressources humaines. Pour les jeunes professionnels ou cadres formés dans les universités francophones, travailler en français est un gage de reconnaissance, de confort professionnel et de perspective de carrière.

S'intégrer dans les écosystèmes économiques régionaux

Les entreprises qui misent sur la langue française s'intègrent plus facilement aux réseaux d'affaires, pôles de compétitivité, chambres de commerce ou coopérations internationales francophones, qui privilégient les acteurs partageant des référents culturels et linguistiques communs.

Témoignage de Sophie LORANT, Présidente exécutive GIE France Sport Expertise :

« Travailler en français dans l'espace francophone, pour les entreprises du sport, c'est bien plus qu'un outil de communication c'est un vecteur de confiance et un atout indéniable pour conquérir des marchés. Une langue commune crée des passerelles entre les acteurs, facilite la transmission des savoir-faire et renforce la capacité à construire des projets ambitieux et durables. Dans un monde du sport de plus en plus globalisé, le français est une force de lien et d'influence, au service de partenariats équilibrés et d'une croissance inclusive au sein de l'espace francophone. »

2.2. COMMUNICATION INTERNE EN FRANÇAIS DANS LES ENTREPRISES FRANCOPHONES

Dans un espace économique mondialisé, mais linguistiquement divers, l'usage du français dans la communication interne est un facteur essentiel de cohésion, d'efficacité et d'inclusion. Pour les entreprises opérant dans des contextes francophones, cela signifie :

- **Garantir une clarté organisationnelle** : les **documents internes** (mémos, comptes rendus, fiches de poste, consignes, procédures RH, etc.) doivent être rédigés en français ou accompagnés d'une version française lorsqu'ils sont rédigés dans une autre langue.
- **Préférer les intitulés de poste en français** (ex. : « Responsable du développement » plutôt que « Business Developer »), afin de renforcer l'identification et la lisibilité des fonctions.
- **Former les salariés à un usage professionnel du français**, en particulier dans les secteurs techniques ou internationaux, où une terminologie précise est indispensable.
- **Utiliser des organigrammes bilingues** si l'entreprise emploie une main-d'œuvre multiculturelle : cela permet une meilleure inclusion et fluidifie les échanges, tout en maintenant le français comme langue d'ancrage.
- **Instaurer des règles linguistiques explicites** dans les chartes internes, incluant une politique de traduction systématique des documents-clés.

Bonnes pratiques à recommander :

- Mise à disposition de glossaires internes en français pour les secteurs spécialisés (énergie, numérique, sport, logistique, etc)
- Création d'un guide de communication inclusive en français
- Affichage interne multilingue, avec priorité au français dans les zones à forte densité de personnel local francophone
- Voir en annexe « Parlez-vous français ? »

2.3. COMMUNICATION EN CONTEXTE MULTILINGUE : CONCILIER EFFICACITÉ ET DIVERSITÉ LINGUISTIQUE

Dans les entreprises actives à l'international, la réalité du terrain impose la cohabitation du français avec d'autres langues : anglais, arabe, espagnol, portugais, etc. Cette diversité linguistique peut être un atout si elle est bien encadrée. Voici quelques principes clés à adopter pour maintenir le français tout en intégrant le multilinguisme :

- **Traduire ou sous-titrer les supports essentiels** (vidéos institutionnelles, présentations clients, communications RH) afin de permettre à tous les collaborateurs, partenaires ou clients de s'approprier les messages.
- **Définir le français comme langue pivot**, notamment dans les échanges avec les pays de la Francophonie, même lorsque les interlocuteurs sont eux-mêmes multilingues. Cela valorise un patrimoine commun et facilite la standardisation des supports.
- **Former les cadres à la gestion multilingue** : organiser des ateliers sur les enjeux interculturels et linguistiques, intégrer les compétences linguistiques dans les plans de carrière.
- **Évaluer et cartographier les compétences linguistiques des équipes**, y compris les langues régionales, pour mieux mobiliser les talents dans les projets multinationaux.
- **Favoriser la compréhension mutuelle en laissant chacun s'exprimer dans la langue qu'il maîtrise le mieux**, tout en assurant une traduction suffisante (oral ou écrit) pour garantir la circulation des messages.

Exemple de stratégie gagnante :

Une entreprise multinationale implantée au Maroc, au Sénégal et en France établit une politique trilingue : français comme langue principale, arabe et anglais comme langues complémentaires selon les marchés. Résultats : amélioration des processus commerciaux, meilleure intégration locale, et gain en image institutionnelle.

Obligations qui découlent de la loi Toubon pour les entreprises en France :

En France, la loi du 4 août 1994 dite loi Toubon, encadre les obligations d'emploi de la langue française. Certaines dispositions codifiées dans le Code du Travail, imposent l'usage du français dans les offres d'emploi, le contrat de travail, le règlement intérieur, les documents comportant des obligations pour le salarié ou dont la connaissance est nécessaire pour l'exécution de son travail, ou encore les conventions et accords d'entreprise.

La loi Toubon n'intervient pas dans la communication orale au sein de l'entreprise.

Une approche concertée des pratiques linguistiques entre les partenaires sociaux au sein des entreprises paraît, à ce titre, devoir être encouragée.

Qu'est-ce que la délégation ministérielle à la francophonie sportive ?

La Délégation ministérielle à la Francophonie sportive, portée par le ministère français des Sports, le ministère de la Culture et le ministère de la Francophonie, des Partenariats internationaux et des Français de l'étranger, œuvrent à renforcer la place du français et des cultures francophones dans le domaine sportif, en France comme à l'international.

Pour structurer son action, elle s'appuie sur cinq grands axes, en mobilisant de nombreux acteurs autour de cette ambition :

- Le développement d'une Francophonie économique autour du sport et la mobilisation d'influenceurs pour valoriser le français et le sport francophone ;
- L'apprentissage du français à l'étranger, par le sport et les valeurs olympiques ;
- L'implication des collectivités territoriales francophones dans des projets locaux et internationaux liés au sport ;
- La promotion du lien entre art, sport et francophonie ;
- La valorisation de la langue française comme outil de cohésion et de stratégie pour développer une influence dans le sport international. Dans cette perspective a été créé un collège de terminologie et de néologie, qui propose des définitions et des équivalents en langue française pour des termes qui n'existent que dans d'autres langues, principalement en anglais. Ils sont ensuite intégrés dans la base [FranceTerme](#) du ministère de la Culture. Ce collège prend part au dispositif d'enrichissement de la langue française, coordonné par la DGLFLF⁸.

Ces initiatives permettent de faire du sport un véritable vecteur d'unité et de diversité culturelle francophone. Elles forment un outil au service du développement économique et diplomatique, tout en favorisant la mise en place de politiques publiques d'insertion, d'inclusion, de santé, d'émancipation et d'éducation par le sport.

8. Délégation générale à la langue française et aux langues de France

Définition de la Francophonie Sportive

La Francophonie (avec un F majuscule) est ici entendue comme l'espace institutionnel multilatéral des 90 États et gouvernements membres de l'OIF. La Francophonie sportive se définit comme une forme de « puissance douce », représentant aujourd'hui un levier stratégique. Grâce à son pouvoir fédérateur auprès des publics, le sport est en effet une activité de séduction massive, un outil d'influence concret et de terrain, capable de tisser ou retisser du lien social, de favoriser la coopération internationale et de générer de la croissance. Dans ce contexte, la Francophonie sportive peut devenir un axe d'influence fort dans le monde du sport à l'international, en valorisant les synergies entre sport, langue et culture au sein d'un espace géopolitique partagé.

Retrouvez les documents de terminologie française des sports :

- [Les «Parlez-vous... ?»](#)
- [Le Lexicosports](#)
- [Les vocabulaires des sports dans les langues latines](#)

Pour plus d'informations sur la délégation ministérielle à la Francophonie sportive : [cliquez ici](#)

Pour nous contacter : daniel.zielinski@igesr.gouv.fr

Parlez-vous français ?

À la place de :	Utilisez :
API (Application Programming Interface)	Interface de programmation (d'application)
ASAP (As Soon As Possible)	Dès que possible
Backend	Serveur / Partie invisible
Bonus	Prime
Brainstormer / Brainstorming	Remue-méninges/ Réunion de partage d'idées
Brand	Marque
Branding	Image de marque
Brief	Instructions / Consignes / Résumé / Point de cadrage
Briefer	Donner des consignes / Donner des instructions / Instruire / Mettre au courant
Briefing	Présentation succincte
Bug	Bogue / Anomalie / Défaillance

À la place de :	Utilisez :
Business	Affaires / Entreprises
Business Model	Modèle économique / Modèle d'entreprise
Business Plan	Plan d'affaires / Plan de développement
Buzz	Retentissement médiatique
Call	Appel / Entretien téléphonique
Casting	Audition / Sélection des acteurs, actrices ou candidats, candidates
Cash-flow	Flux de trésorerie / Capacité d'autofinancement
CEO (Chief Executive Officer)	PDG (Président directeur général, présidente directrice générale)
Challenge	Défi / Challenge
Cloud	Nuage (informatique)
Community manager	Animateur, animatrice de communauté
Confcall	Conférence téléphonique / Réunion téléphonique

À la place de :	Utilisez :
Corporate	D'entreprise / De marque / Institutionnel
Customisée	Personnalisée
Data	Donnée(s)
Deadline	Date butoir / Échéance
Debrief	Compte rendu / Réunion bilan / Bilan
Fashion	À la mode
Feed-back	Bilan / Retour d'expérience
Focus group	Groupe cible
Forwarder	Transférer / Faire suivre
Freelance	Indépendant, indépendantes / Travailleur, travailleuse autonome
Frontend	Interface / Partie visible
Funding	Financement

À la place de :	Utilisez :
Goodies	Objets publicitaires / Cadeaux promotionnels
Guidelines	Orientations claires
Hackathon	Marathon de programmation
Hiring	Recrutement
HR (Human Resources)	RH (Ressources Humaines)
Job	Travail
Kick-off	Lancement
Leadership	Capacité à diriger
Login	Connexion
Mail	Courriel
Manager	Responsable / Gestionnaire
Marketing	Mercatique / Stratégie commerciale

À la place de :	Utilisez :
Meeting	Réunion
Newsletter	Infolettre / Lettre d'information
Open space	Plateau
Overbooké	Surchargé
Pitch	Abrégé / Argument / Condensé / Présentation / Résumé
Process	Procédure
Project manager	Chef, cheffe de projet
Replay	(Service de) rattrapage / Vidéo de rattrapage
Retroplanning	Calendrier prévisionnel
Road map	Feuille de route
Save the date !	Retenez la date ! / Prenez date !
Scale-Up	Entreprise en croissance

À la place de :	Utilisez :
Scope	Cadre (du projet ou de la mission)
Slides	Planches / Diapositives
Speech	Allocution / Laïus / Petit topo
Spoiler	Divulgâcheur, divulgâcheuse
Sponsor	Appui / Porteur
Start-up	Jeune entreprise innovante / Jeune pousse
Storytelling	Mise en récit
Switcher	Échanger / Changer
Team	Équipe
Teambuilding	Renforcement d'équipe
Teaser	Accroche / Aguiche / Bande- annonce
To do list	Liste (des tâches)

À la place de :	Utilisez :
Top down	Vertical / Hiérarchique / Hiérarchisé
Turn-over	Renouvellement du personnel
Update	Mise à jour
User	Utilisateur, utilisatrice
Webinaire / Webinar	Conférence / Visioconférence / Séminaire (en ligne)
Webmaster	Administrateur, administratrice de site
Workshop	Atelier

ANNEXE - LETTRE DE MISSION DU DÉLÉGUÉ À LA FRANCOPHONIE SPORTIVE ET HAUT FONCTIONNAIRE À LA LANGUE FRANÇAISE



GOUVERNEMENT

Liberté
Égalité
Fraternité

La Ministre de la Culture

La Ministre des Sports et des
Jeux Olympiques et
Paralympiques

La Secrétaire d'Etat auprès de la Ministre de
l'Europe et des Affaires étrangères, chargée du
Développement, de la Francophonie et des
Partenariats internationaux

Paris, le 1^{er} septembre 2023

Monsieur l'Inspecteur général,

Nous avons le plaisir de vous confirmer dans vos différentes missions liées à la Francophonie et à la langue française dans le sport.

Vous aviez été nommé chef de délégation française pour les IX^{ème} Jeux de la Francophonie à Kinshasa, en République Démocratique du Congo (RDC) du 28 juillet au 6 août 2023 et avez parfaitement rempli votre mission. Nous vous remercions à cet effet de bien vouloir nous faire parvenir un rapport de mission.

Votre fonction désormais sera intitulée pour l'ensemble de vos actions, « Délégué ministériel à la francophonie au ministère des Sports et JOP – Haut fonctionnaire à la langue française ».

1) Missions dans le cadre de la langue française pour le sport

Par arrêté du 27 juillet 2021 du ministre de l'éducation nationale, de la jeunesse et des Sports, publié au *Journal officiel* le 22 août 2021, vous avez été nommé haut fonctionnaire chargé de la terminologie et de la langue française au ministère chargé des Sports.

À ce titre, en tant que référent sur toutes questions intéressant l'emploi de la langue française, il vous revient de définir et de mettre en œuvre au sein du MSJOP la politique en faveur de la langue française, élaborée en dialogue et en lien avec le ministère de la Culture et sa Délégation générale à la langue française et aux langues de France (DGLFLF).

Vous veillerez ainsi à ce que les enjeux liés à la langue soient partagés et pris en compte dans les politiques publiques déployées par le MSJOP, au niveau central et déconcentré, comme par les opérateurs de l'État, le réseau des établissements publics nationaux et locaux, les fédérations sportives.

Votre action s'inscrit dans les objectifs définis par le décret n° 96-602 du 3 juillet 1996 relatif à l'enrichissement de la langue française, modifié par le décret n°2015-341 du 25 mars 2015. Sur cette base, nous souhaitons que vous agissiez en tant que « haut fonctionnaire à la langue française », chargé de l'enrichissement de la langue mais aussi de son emploi dans votre périmètre d'intervention, et plus largement que vous soyez à même d'intervenir sur l'ensemble des enjeux linguistiques des politiques nationales du sport.

Vous prendrez également toutes initiatives utiles de nature à conforter l'exemplarité qui revient aux services et établissements de l'État en matière d'emploi de la langue française conformément au cadre légal en vigueur (loi du 4 août 1994, dite « loi Toubon »). Vous porterez une attention particulière aux évolutions de la langue (par exemple la féminisation), aux enjeux de la compréhension par tous du langage de l'administration, à la promotion du plurilinguisme et de la Francophonie.

...

Votre action s'inscrira au cœur de l'ensemble des grands événements sportifs organisés par la France, tels que les championnats d'Europe, les championnats du monde accueillis, les tournois de qualification olympique ou encore la coupe du monde de Rugby en 2023, qui sont autant d'occasions pour promouvoir la langue française.

2) Missions liées à la francophonie et aux JOP

S'agissant des Jeux olympiques et paralympiques Paris 2024, dans le respect des objectifs du Plan Héritage, vous contribuerez à faire rayonner le français comme langue du sport, pour les Français et avec les francophones, et à promouvoir le plurilinguisme et la diversité culturelle.

Un groupe interministériel et interinstitutionnel a été créé conjointement en novembre 2022 par le ministère de la culture et le ministère des sports et des Jeux olympiques et paralympiques consacré à « La langue française, langue du sport et de l'olympisme, en France et dans le monde ». Aux côtés de M. Paul de Sinety, délégué général à la langue française et aux langues de France et par ailleurs président de ce groupe, vous en assurerez, le secrétariat général aidé en cela par la DGLFLF, le suivi et la rédaction de conclusions basées sur des mesures concrètes qui nous seront proposées.

Vous assurerez le suivi pour le ministère des sports et des Jeux olympiques et paralympiques, de la convention OIF/COJO sur les objectifs de francophonie sportive et de langue française à l'occasion des JOP de Paris 2024, en lien étroit avec le délégué aux Affaires francophones du Ministère de l'Europe et des Affaires Étrangères, correspondant national près l'OIF, M. Christophe Gigaudaut.

Vous pourrez mobiliser les services du MSJOP, notamment la Direction des Sports et le Bureau de la Communication.

Vous identifierez au sein du MSJOP et de ses établissements (notamment la DS, les CREPS, l'INSEP et l'ANS) un référent sur les questions de linguistique et de francophonie. Vous pourrez, en accord avec les directions concernées, collecter ou diffuser des informations en matière d'enrichissement, d'emploi ou de diffusion de la langue française auprès de ces référents.

Vous adresserez chaque année aux trois ministères de référence un rapport portant à la fois sur vos activités et sur vos observations s'agissant de l'emploi du français ainsi que concernant l'espace Francophone dans votre domaine. Il comprendra un bilan des travaux terminologiques, de la diffusion et de l'utilisation des termes, et il présentera l'état de réalisation des objectifs assignés dans le cadre de la préparation des Jeux olympiques et paralympiques Paris 2024.

Par ailleurs, vous veillerez à proposer et réaliser une ou plusieurs actions de valorisation de la francophonie à l'occasion du passage de la flamme à Villers-Cotterêts le 17 juillet 2024.

Enfin, en lien avec le MEAE, vous formulerez des propositions relatives aux liens qui pourront être faits entre le monde sportif et le sommet de la francophonie qui se tiendra en France à l'automne 2023.

Nous vous prions d'agréer, Monsieur l'Inspecteur général, l'expression de notre considération distinguée.



Rima ABDUL MALAK



Amélie OUDEA-CASTERA



Chrysoula ZACHAROPOULOU



**MINISTÈRE
DES SPORTS,
DE LA JEUNESSE
ET DE LA VIE ASSOCIATIVE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Ministère des Sports, de la Jeunesse et de la Vie associative
95 avenue de France
75650 Paris cedex 13

www.sports.gouv.fr

