

L'ASSOCIATION NATIONALE DES COMMUNICANTS



DES ASSOCIATION NATIONALE
COMMUNICANTS



48%
entreprises privées

14%
agences

9%
divers (transition de
carrière, associations,
écoles...)

21%
secteur public

3%
indépendants

5%
étudiants et jeunes
professionnels

L'Association nationale des communicants



LE TIERS LIEU
La Maison des
Communicants



LE NETWORK
Créez des liens forts



LA SCÈNE OUVERTE
Partagez votre expertise



LA FORMATION
Évoluez avec les tendances

15 janvier 2026

BAROMÈTRE LANGAGE CLAIR

LES RÉSULTATS DÉVOILÉS

Animé par Assaël Adary et Stéphanie Guillaume

© Avec des Mots et Occurrence

Utilisation des données autorisée avec mention de la source.



avec des mots

COMMUNICATION ÉDITORIALE ÉCLAIRÉE

- CONSEIL
- RÉDACTION
- DESIGN ÉDITORIAL
- FORMATION

Lisible

- SCORE DE LISIBILITÉ
- RÉDACTION CLAIRE
- REFORMULATION IA



- CABINET D'ÉTUDE
ET DE CONSEIL
- SPÉCIALISTE DE
L'ÉVALUATION DE LA
COMMUNICATION

L'ÉTUDE

Les Français comprennent-ils les textes qu'ils lisent ?

- 2^e édition après celle de 2018
- Panel représentatif de 1000 Français de 18 à 65 ans



LES LIENS UTILES

Baromètre langage clair :
résultats et analyse



L'étude complète



LE PROGRAMME

- 01 Le constat : l'ampleur de l'incompréhension**
- 02 Les conséquences : confiance et relation client**
- 03 La vie quotidienne à l'épreuve de la complexité**
- 04 Les secteurs à la loupe**
- 05 Le langage clair : une opportunité stratégique**
- 06 Questions/réponses**

UN CHIFFRE POUR COMMENCER

1 Français
sur 3



ne comprend pas toujours
ce qu'il lit

En général, dans votre vie quotidienne êtes-vous confronté à des textes dont vous ne comprenez pas la signification ?

- 31% « oui tout à fait + oui plutôt »
- 39% chez les moins diplômés

COMMENT RÉAGISSENT LES FRANÇAIS FACE À L'INCOMPRÉHENSION ?

Les Français face à un courrier ou un mail qu'ils ne comprennent pas :

Près d'**1 sur 2**
 se renseigne sur internet

1 sur 10
 ne fait rien !

Près d'**1 sur 4**
 appelle l'entreprise

En complément : 45% ont déjà abandonné la lecture d'un document en raison de sa complexité

L'IMPACT ÉMOTIONNEL DE LA COMPLEXITÉ

Les Français face à un texte
qu'ils ne comprennent pas :

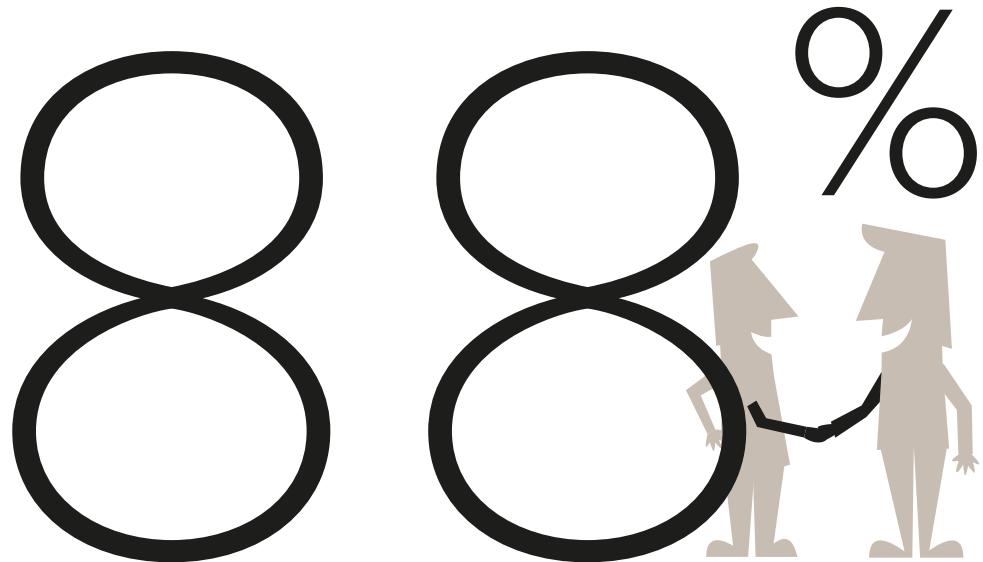


Quelle est votre première réaction face à un texte que vous ne comprenez pas ?

- 64% : Je relis jusqu'à ce que je comprenne
- 12% : J'abandonne ma lecture
- 12% : Je m'énerve
- 11% : Je stresse

LA CLARTÉ, UN LEVIER DE CONFIANCE

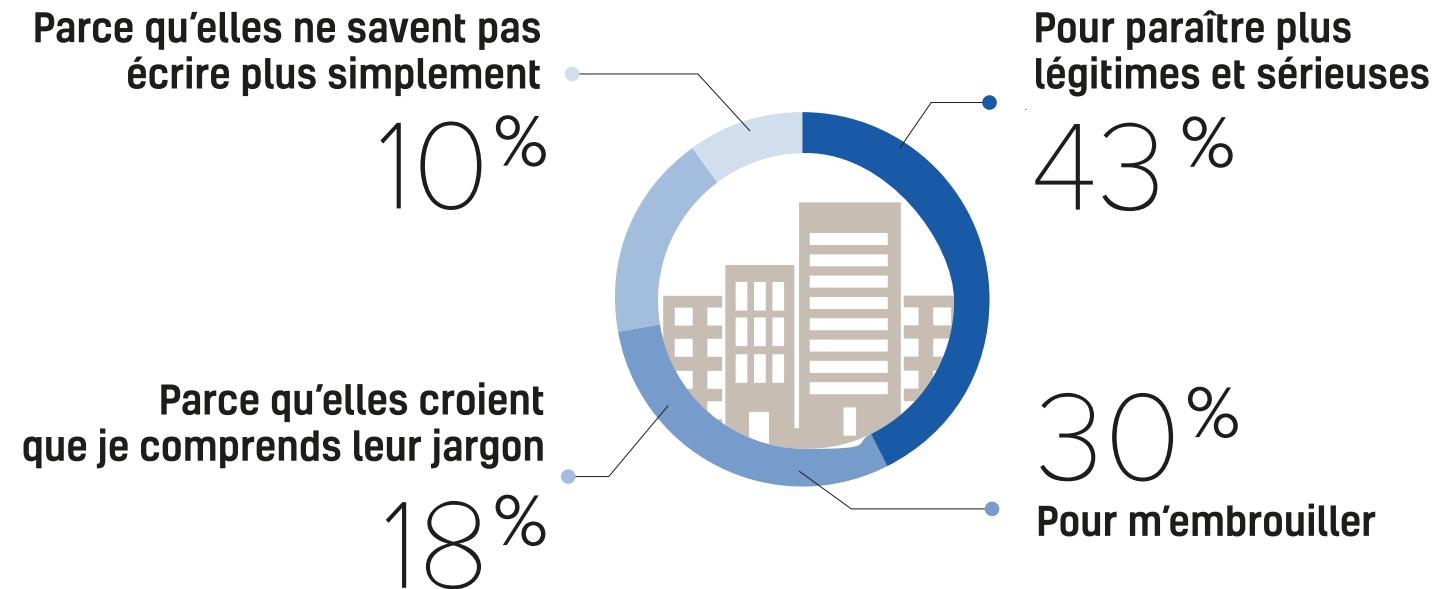
Le langage clair
inspire confiance à



Soit + 7 points
depuis 2018

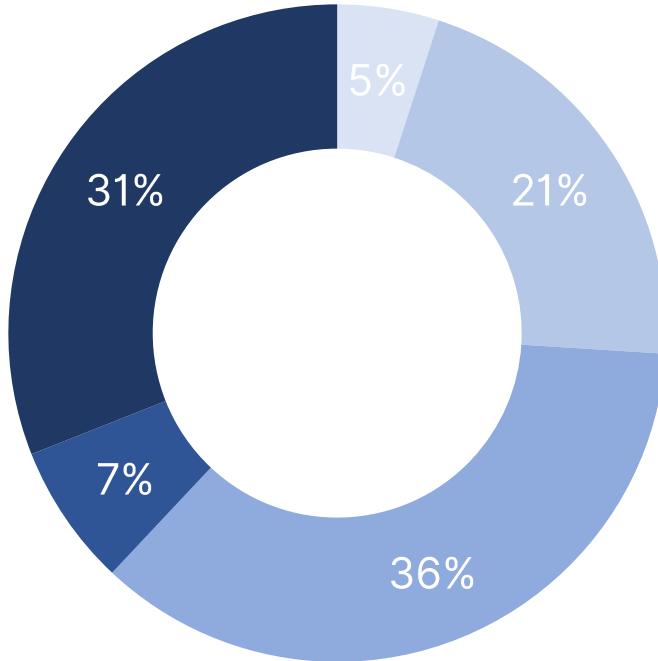
LE SOUPÇON D'UNE COMPLEXITÉ INTENTIONNELLE

Les organisations communiquent de façon complexe...



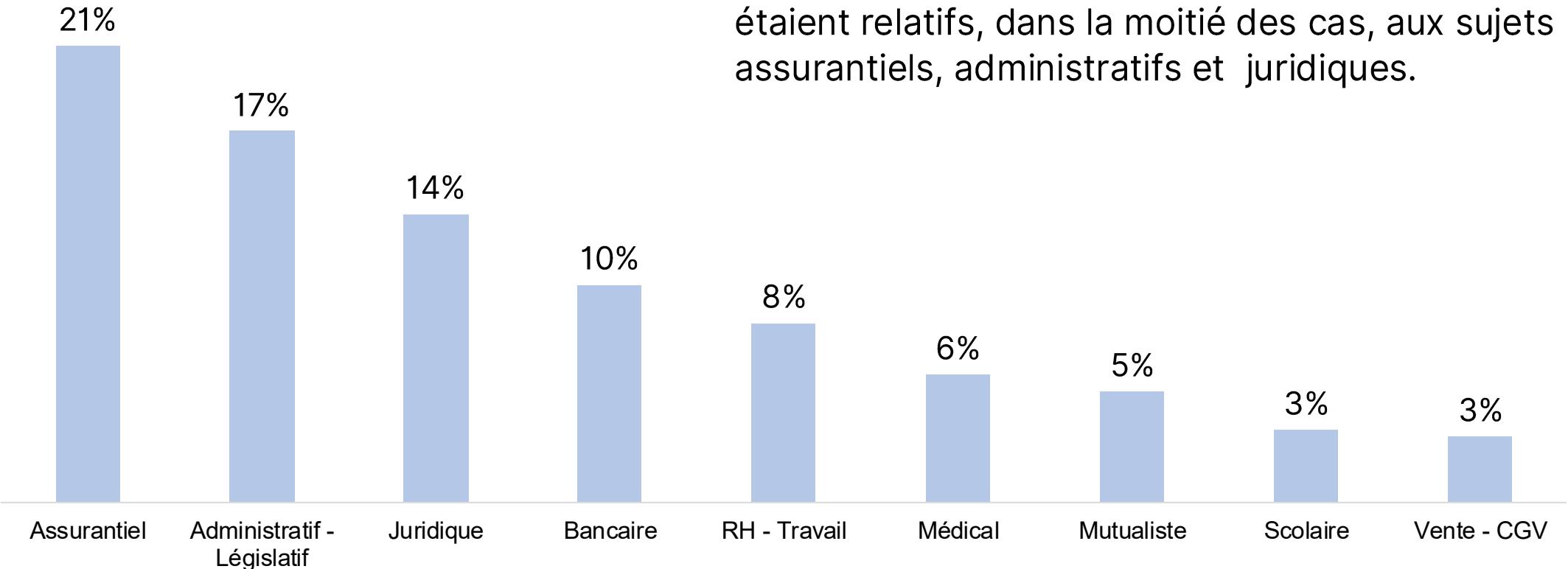
LA COMPLEXITÉ : UNE EXPÉRIENCE QUOTIDIENNE

Quand pour la dernière fois avec-vous dû relire un texte pour le comprendre ?

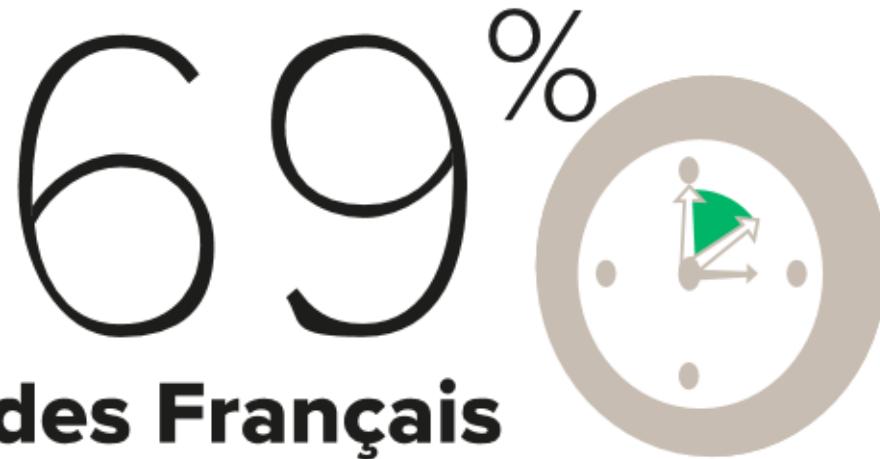


- Aujourd'hui..... 5%
18 -24 ans : 10%
- La semaine dernière..... 21%
55-65 ans : 14%
- Le mois dernier..... 36%
- Ça ne m'est jamais arrivé..... 7%
- Je ne sais pas..... 31%
18-24 ans : 22%

LA COMPLEXITÉ : UNE EXPÉRIENCE QUOTIDIENNE



POURQUOI PRÉFÉRONS-NOUS LES TEXTES SIMPLES À COMPRENDRE ?



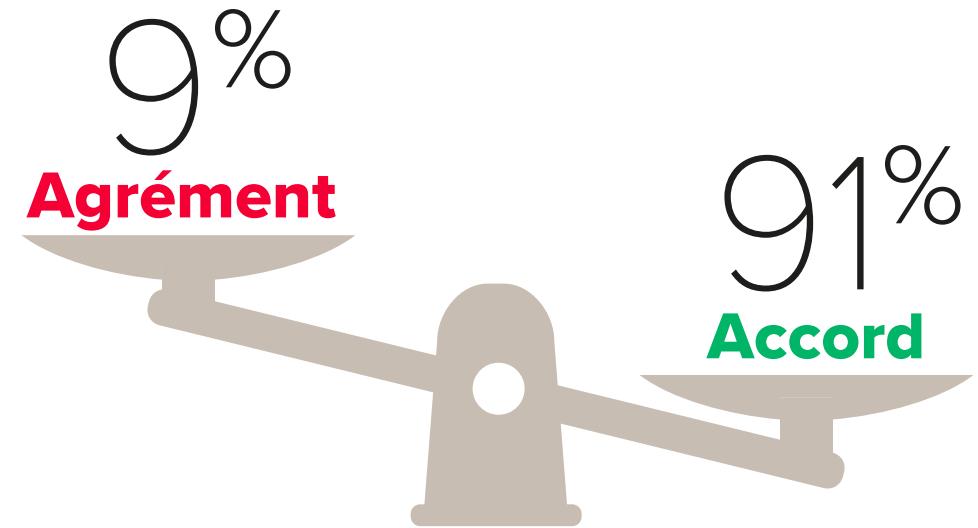
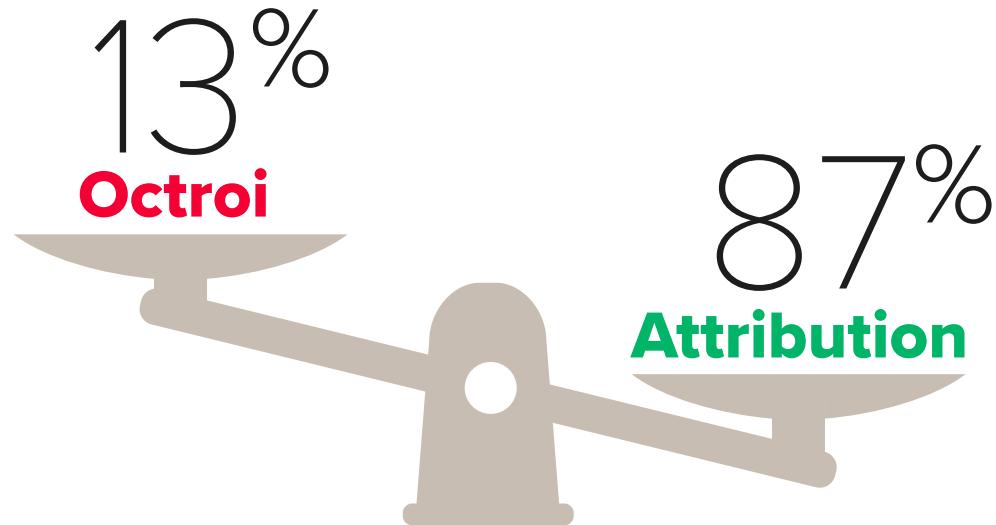
préfèrent un texte écrit en langage clair
parce qu'il est plus rapide à comprendre !

MAIS AUSSI :

- 15% : J'ai le sentiment qu'on s'adresse à moi
- 13% : C'est plus agréable à lire

VIVE LES MOTS SIMPLES !

Entre deux synonymes,
les Français préfèrent le mot le plus simple :



COMPARONS :

“La douleur postopératoire est généralement légère, mais il est pourtant nécessaire d’administrer des antalgiques à certains patients”



“Vous pouvez avoir mal après l’opération. Dans ce cas, un médecin peut vous donner des médicaments contre la douleur”

Phrase comprise « tout à fait »

par 74% des Français :

- 80% des plus diplômés
- 63% des moins diplômés

Phrase mieux comprise « tout à fait »

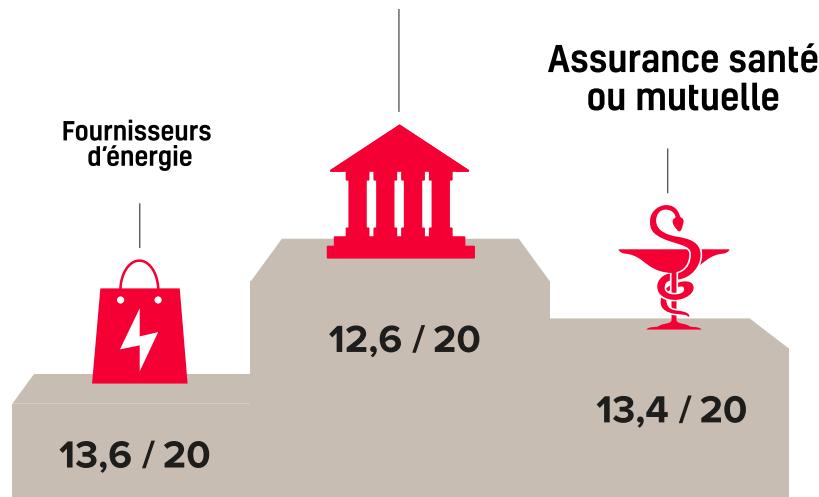
par 73% des Français :

Sans écart entre niveaux d’éducation

LE PALMARÈS DES ÉMETTEURS

Top 3 des émetteurs
les moins clairs à l'écrit :

Administration



LES PLUS CLAIRS :

- Bailleurs et propriétaires :
14,8 / 20
- Banque : 13,8 / 20

ZOOM SUR LE SECTEUR DE L'ASSURANCE

62 %
des Français


ne comprennent pas
les contrats d'assurance

ET AUSSI :

24% des abandons de lecture
d'un document (parce que trop
complexe) concernent les
contrats d'assurance

ZOOM SUR LE SECTEUR DE LA SANTÉ

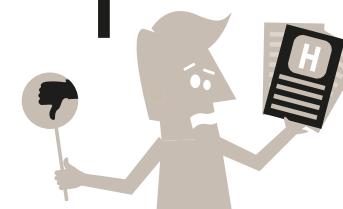
Seulement

**1 Français
sur 10**



**comprend parfaitement les documents remis
avant une intervention médicale**

**1 Français
sur 4**



**comprend mal les documents remis
avant une intervention médicale**

ZOOM SUR LES DOCUMENTS JURIDIQUES

94 %
des Français



souhaitent des documents juridiques
plus simples à lire

LE LANGAGE CLAIR, QU'EST-CE QUE C'EST ?

Un texte rédigé en langage clair permet au lecteur de :

- **trouver** facilement ce qu'il cherche,
- **comprendre** ce qu'il trouve,
- bien **utiliser** l'information.



UN EXEMPLE CONCRET

Avant*

En cas de litige lié à une réclamation client, après réponse du service clientèle de la société X dont vous ne seriez pas satisfait ou en l'absence de réponse du service clientèle dans un délai d'un mois à compter de votre réclamation écrite, vous pouvez saisir par écrit le Médiateur de la société X, dans un délai d'un an à compter de votre réclamation écrite auprès de la société X, ou dans le cas particulier des infractions, dans un délai de deux mois à compter de la date de l'infraction, sur le site Internet mediateur.societex.fr ou à l'adresse suivante...

1 phrase de 99 mots

Après*

Vous avez fait une réclamation écrite au service clientèle de la société X ? Si la réponse obtenue ne vous satisfait pas, ou si vous n'avez pas reçu de réponse, vous pouvez contacter par écrit le Médiateur de la société X.

Quel délai avez-vous pour écrire au Médiateur de la société X ?

- Un an à partir de la date de votre réclamation écrite
- Et dans le cas particulier des infractions, deux mois à partir de la date de l'infraction

Comment écrire au Médiateur de la société X ?

- Via le site Internet mediateur.societex.fr
- Par courrier à l'adresse suivante...

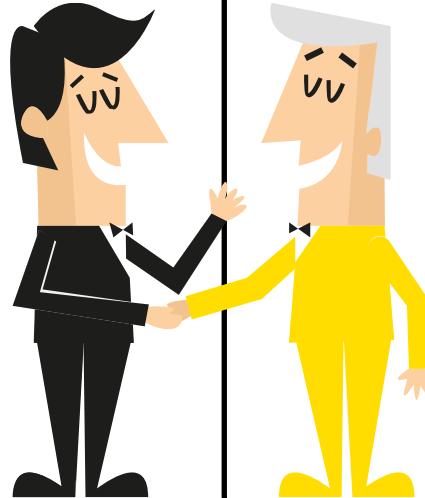
99 mots en 8 phrases

LES OPPORTUNITÉS STRATÉGIQUES DU LANGAGE CLAIR



Le coût de l'incompréhension :

- Services clients
- Réclamations
- Organisation des services (santé)
- Trésorerie



Levier de différenciation :

- Réputation
- Conversion
- Fidélisation
- Accessibilité

UN MOUVEMENT PROFOND EN MARCHE



[Langue française](#)

mots Figaro Jeux Forum Expressions Francophonie Testez vos connaissances

Accueil > Langue Française > Actu des mots

«Irrépétible», «ultra petita»: trop jargonneuse, la justice simplifie son langage

Par Paule Gonzalès
Publié le 03/01/2019 à 10:39, mis à jour le 03/01/2019 à 22:09

unknown/Sergey Yarochkin - Fotolia

Le Conseil d'État et les juridictions administratives vont rendre leurs décisions dans un style plus direct et moins ésotérique pour le justiciable.

Accueil > Flash Eco

L'AMF, le gendarme boursier, simplifie le jargon des frais financiers

Par Le Figaro avec AFP
Publié le 19/10/2023 à 15:58, mis à jour le 19/10/2023 à 15:59

[Copier le lien](#) [Email](#) [Facebook](#) [Twitter](#) [LinkedIn](#)

[Écouter cet article](#) 00:00/01:21

SATISFACTION CLIENT - 18/01/2019

Satisfaction client : Generali simplifie ses courriers et documents

L'assurance apparaît souvent comme un domaine technique et difficile à comprendre. Dans le cadre de l'amélioration de son expérience client, Generali a lancé un grand chantier de simplification de ses courriers et documents.

Le point avec Tanguy Lemaire, membre du comité exécutif de Generali France, en charge de la clientèle des particuliers.

MINISTÈRE DE LA TRANSFORMATION ET DE LA FONCTION PUBLIQUE

Direction interministérielle de la transformation publique

Boîte à outils Rechercher

Transformer l'action publique Améliorer l'expérience usagers Diffuser l'innovation publique Associer les citoyens L'offre d'accompagnement de la DITP

Accueil > Boîte à outils > Outils et formations > La simplification d'un document administratif, une mission d'intérêt général

Outil

La simplification d'un document administratif, une mission d'intérêt général

Publié le 12 octobre 2021 par Mission « Innovation publique »

Sciences Comportementales Simplification

Retrouvez les informations relatives aux entités du groupe Malakoff Humanis sur [www.malakoffhumanis.com](#)

Contraphobes?

Malakoff Humanis s'engage pour une complémentaire santé et prévoyance claire et simple.

Clairement, c'est malakoff humanis

DES SOLUTIONS CONCRÈTES

Auditer

- Pour faire un état des lieux “corpus des irritants”...
- Pour prioriser les chantiers

Sensibiliser et se former

- Pour faire évoluer la culture d'entreprise
- Pour ancrer les bonnes pratiques

Externaliser la réécriture

- Pour initier la transformation
- Pour accélérer

Utiliser la technologie

- Assistant d'écriture claire
- Détection des points de complexité d'un texte

Mesurer

- Évaluer la lisibilité et l'efficacité de la transformation
- Tests utilisateurs en amont et en aval
- Score de lisibilité

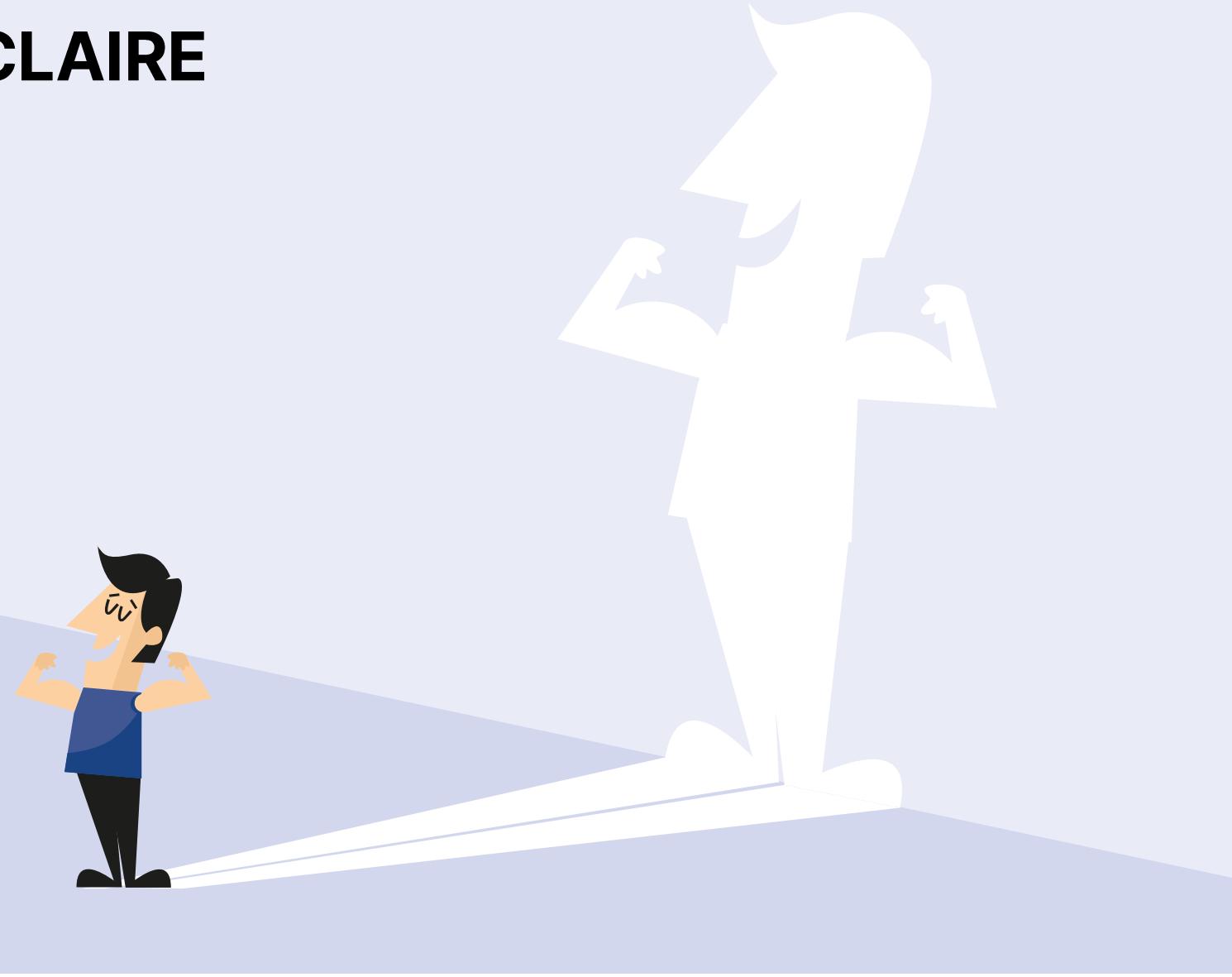


LE LANGAGE CLAIR ÉCLAIRE

Pour aller plus loin :

www.avecdesmots.com

www.ocurrence.fr



©

MERCI



DES ASSOCIATION NATIONALE
COMMUNICANTS