

COURS N°1

Activité de compréhension écrite

Lisez l'article ci-dessous et répondez aux questions.

Le français, langue olympique.

Français ou francophones ont joué un rôle de premier plan dans l'organisation et le développement du sport, avec notamment une nombreuse représentation au sommet des Fédérations Internationales. Ils ont assuré à la langue française, dès le renouveau du sport à la fin du XIX^{ème} siècle, une place prépondérante et durable au sein du mouvement sportif international.

Fondé à l'initiative d'un Français, Pierre de Coubertin, le CIO a bien entendu été fortement imprégné d'une tradition francophone. De même, à l'instar de Jules Rimet ou de Frantz Reichel nombreux furent les Français qui s'investirent dans la création et l'animation de la société fédérale internationale ainsi que dans l'apparition des grandes compétitions. Le français, première langue officielle et historique du CIO bénéficiait donc d'une prééminence au sein des langues du sport. L'anglais se positionnait bien évidemment à ses côtés, la contribution historique des anglo-saxons au sport étant fondamentale, par la création de disciplines notamment.

Plus que la plupart des institutions internationales, le Mouvement olympique reste attaché à la langue de Molière.

La Charte olympique en son article 24 relatif aux langues précise notamment :

1. Les langues officielles du Comité International Olympique sont le français et l'anglais.
2. À toutes les Sessions, une interprétation simultanée doit être fournie en français, anglais, allemand, espagnol, russe et arabe.
3. En cas de divergence entre le texte français et le texte anglais de la Charte olympique et de tout autre document du CIO, le texte français fera foi sauf disposition expresse écrite contraire.

Après la mort du baron de Coubertin, le français est resté la langue officielle du CIO. De même après la Seconde Guerre mondiale. Siegfried Edström président du CIO d'Après-guerre, n'envisageait pas de transiger sur le français. [...]

Parallèlement, depuis l'arrivée « massive » de membres francophones au CIO sous l'ère Brundage – conséquence notamment de la décolonisation – le pourcentage de francophones parmi les nouveaux membres cooptés n'a fait que décroître. Mondialisation, évolution des logiques géopolitiques, reflet d'un repositionnement de la France sur la scène internationale, illustration des difficultés de la francophonie, mais également d'un enseignement moindre du français parmi les élites étrangères, sont autant de facteurs et d'explications à ce phénomène. Les membres du CIO sont pourtant polyglottes, et de plus en plus.

L'Institut national de l'éducation physique et du sport (INSEP) réalise, pour chaque Jeux olympiques, un travail de lexicologie présentant les termes sportifs en français, en anglais et dans la langue du pays hôte.

Source : [http://franceolympique.com/art/831-le_francais,_langue_olympique.html]

1. Cochez la bonne réponse:

Ce texte est:

- a) un hymne aux participants aux Jeux Olympiques
- b) une éducation du plaisir de pratiquer des sports
- c) une information sur le français comme langue olympique

2. Quel a été le rôle des Français ou francophones dans l'organisation et le développement du sport? Justifiez par des phrases du texte.

3. Quelle place occupait le français, au sein des langues du sport ?

4. Cochez vrai ou faux. Justifiez par un passage du texte.

	Vrai	Faux
1. La contribution historique des anglo-saxons au sport étant superficielle. Justification :		
2. Après le décès du baron de Coubertin, le français est resté la langue officielle du CIO. Justification :		

5. Reliez les deux colonnes selon le sens.

- 1. Le CIO a bien entendu
- 2. Les langues officielles du CIO
- 3. Le Mouvement olympique
- 4. Les membres du CIO
- a) sont pourtant polyglottes
- b) sont le français et l'anglais.
- c) été fortement imprégné d'une tradition francophone.
- d) reste attaché à la langue de Molière.

1	2	3	4

6. Donnez un synonyme aux mots:

- a) une tradition –
- b) attaché –

7. Trouvez un antonyme aux mots:

- a) l'arrivée –
- b) décroître –

Deuxième activité

LES PETITS SECRETS DE LA BASKET

Les designers doivent convaincre les sportifs et séduire les ados. On finirait par l'oublier, mais la basket est bien une chaussure... de sport ! Sa première qualité est donc de permettre aux sportifs d'améliorer leurs performances.

Chaque grande marque entretient, dans son centre de recherche et développement, une armée d'ingénieurs. Leur mission : décortiquer les mouvements du corps humain et les appuis du pied, élaborer des matériaux innovants, tester des modèles toujours plus légers et plus rebondissants pour figurer en bonne place sur les podiums.

Après l'épreuve des stades et l'approbation des athlètes vient l'épreuve de la rue. La « street-credibility » est devenu un mot d'ordre dans les bureaux de style des fabricants. Pour sentir les dernières tendances, scruter les goûts des ados, les équipementiers organisent des compétitions pour le jeune public : Nike Freestyle Challenge (du jonglage balle au pied), Street football pour Adidas et beach ball pour Puma. Autant d'évènements qui permettent aux pisteurs de tendance d'imaginer les futurs modèles.

L'assemblage nécessitant énormément d'opérations manuelles, la fabrication est en grande partie délocalisée dans les pays où le coût de la main d'œuvre est bas, comme en Asie du Sud-Est. Le collectif « De l'éthique sur l'étiquette » avait ainsi estimé que, sur un certain modèle de Nike, la main d'œuvre ne revenait qu'à 3 \$ pour un prix de vente d'environ 90 \$. Rien à voir avec les contrats faramineux signés avec les stars du sport pour assurer la promotion d'un modèle. LeBron James, la nouvelle star du basket américain, va recevoir 90 millions de dollars pour porter des Nike pendant sept ans. L'idée n'est pas neuve : en 1921, Converse engageait le célèbre basketteur Chuck Taylor en collant sa signature sur sa « All Star » (Article tiré de la revue Ça m'intéresse No 323,01/01/2008 Les petits secrets de la basket, page 84)

1. Dans quelle rubrique pourrait-on trouver ce document :

- mode fait de société économie

2. Quel est le sujet de ce texte :

- Informer sur les marques de chaussures de sport
 Convaincre de porter des chaussures de sport
 Inviter à porter des chaussures de sport

A qui s'adresse ce document ?

3. Quelle est la mission des designers de chaussures de sport ? (plusieurs réponses attendues)

4. Comment vous comprenez l'expression « la street-credibility » ?

5. Comment les grandes marques assurent la promotion de leurs modèles ?
