Communiqué de presse – Dictée de la Relation Client 2026

19 octobre 2026

La Dictée de la Relation Client 2026 : plus de 3 000 participants pour une 4e édition placée sous le signe du « savoir ludique »

Paris, le [date de diffusion] 2026 – La 4e édition de la Dictée de la Relation Client, organisée par Orthodidacte, une marque de Nathan Compétences et Sens du client, s'est tenue le 9 octobre 2026 au siège du groupe Editis, en clôture de la semaine de la « Relation client en fête » de l'AFRC. Plus de 3 000 participants, réunis en 60 équipes issues de 45 entreprises et écoles, ont planché sur un courrier de réclamation fictif lu par Jean-Joseph Julaud, auteur de plusieurs ouvrages connus comme *La Littérature française pour les Nuls ou La Poésie française pour les Nuls,* parus aux Éditions First. Huit trophées ont été décernés.

Les chiffres clés de l'édition 2026

Indicateur	2026
Participants	3 047 (2 890 en 2025)
Équipes inscrites	60
Entreprises et écoles représentées	45
Trophées décernés	8
Taille des équipes	15 à 70 personnes, 4 équipes maximum par organisation
Meilleur score individuel	1 faute
Fautes de ChatGPT	42 (19 en 2025)
Fautes de Claude	12 (17 en 2025)

L'intelligence artificielle a de nouveau concouru : ChatGPT, l'IA la plus utilisée en France, termine à 42 fautes, contre 12 pour Claude. « La richesse de notre langue et ses difficultés perturbent encore l'IA », a souligné Florence Guebey en annonçant ces résultats.

Le palmarès 2026 : la qualité en toutes lettres

BlueLink et Best Western France décrochent l'or dans les catégories équipes ; Benoît (EDF) et Kevy (CERFAL) remportent les trophées individuels.

Catégorie	Or	Argent	Bronze
Prestataires	BlueLink	Tête-à-tête	Facyle
Annonceurs	Best Western France	LDLC	EDF

- Trophée or Individuel professionnel : Benoît de chez EDF
- Trophée or Individuel enseignement supérieur : Kevy, étudiant au CERFAL réseau d'apprentissage

Les trophées ont été remis pour chaque catégorie, par Caroline Adam, déléguée générale du SP2C (prestataires), Éric Dadian, président de l'AFRC (annonceurs), Stéphane Bourrier, président de l'AMARC (individuel professionnel), et Florence Guebey, présidente du jury (enseignement supérieur).

Le palmarès a largement bougé : Best Western France passe du bronze 2025 à l'or, BlueLink de l'argent à l'or, et Facyle fait son entrée sur le podium. Le CERFAL conserve le trophée de l'enseignement supérieur pour la deuxième année consécutive avec l'un de ses étudiants.

Le mot des gagnants

Citations proposées, à faire valider par chaque lauréat avant diffusion.

BlueLink, or prestataires – « Après deux années consécutives couronnées d'or puis une année d'argent, nous sommes particulièrement fiers de cette nouvelle distinction. Fidèles de la première heure à cette initiative, nous sommes convaincus que la maîtrise de l'écrit est une compétence essentielle pour créer la proximité et la connivence avec les clients, plus encore à distance. »

Best Western France, or annonceurs – « Cette distinction récompense l'engagement de collaborateurs de toutes les directions, réunis dans le cadre de la Semaine de la Relation Client. Soigner son écrit, c'est aussi soigner la relation avec nos clients et nos hôtels, partie intégrante de l'expérience client et de la réputation de la marque. »

Jean-Joseph Julaud au pupitre, Guillaume Terrien à la plume

Après Fabien Olicard, Vincent Duluc et Juliette Tresanini, c'est Jean-Joseph Julaud, figure emblématique du « savoir ludique », qui a lu la dictée 2026.

Jean-Joseph Julaud, lecteur. Ancien professeur de français au collège, il estime avoir donné près de 3 000 dictées au cours de sa carrière. Auteur à succès des Éditions First, il a signé *L'Histoire de France pour les Nuls*, *La Littérature française pour les Nuls* et *Le français correct pour les Nuls*. Son dernier ouvrage, *La Poésie française pour les Nuls*, est paru le 21 mai 2026.

« Aujourd'hui, j'ai affaire à une classe immense, studieuse et silencieuse, ce qui est presque l'idéal ! », s'est amusé Jean-Joseph Julaud. Il a salué un texte « où la première lecture laissait une impression de facilité », mais dont « la transcription dévoile dix pièges par ligne ou presque ». Et de rappeler l'enjeu : « Si on ne maîtrise pas ce code, la fluidité de la communication est perturbée, génère des contresens, des imprécisions, des quiproquos. »

Guillaume Terrien, auteur. Cofondateur d'Orthodidacte et Champion de France d'orthographe, il conçoit la dictée chaque année selon deux règles : un courrier de réclamation fictif, adressé au lecteur. Le texte 2026 commentait un des ouvrages du lecteur et la méthode de son auteur, truffé d'accords, de genres et d'expressions piégeux.

Un rendez-vous ludique, exigeant et fédérateur

« Cette quatrième édition reprend les ingrédients qui ont fait son succès : des entreprises désireuses de se distinguer par la qualité de leur relation client écrite, et un évènement avant tout ludique, avec une ambition pédagogique. Il est porté par des personnes convaincues que la relation à l'autre passe avant tout par la maîtrise de la langue » déclare **Florence Guebey, directrice de Nathan Compétences et présidente du jury**.

« L'ambition de la dictée est en droite ligne avec celle du blog Sens du client depuis vingt ans : aider les professionnels à améliorer l'expérience client. À l'heure du conseiller augmenté par l'IA, la maîtrise du français reste un avantage décisif : quand ChatGPT fait 42 fautes, ce sont bien des femmes et des hommes de la relation client qui montent sur le podium. Rendez-vous l'an prochain, sans faute ! », ajoute **Thierry Spencer, auteur du blog Sens du client et coorganisateur de la Dictée de la Relation Client**.

Les partenaires

La Dictée de la Relation Client 2026 est organisée par **Orthodidacte, une marque de Nathan Compétences (groupe Editis)** et **Sens du client**. Elle est soutenue par :

- **l'AFRC** (Association Française de la Relation Client), dont elle clôt la semaine « Relation client en fête » ;
- **le SP2C** (Syndicat Professionnel des Centres de Contacts) ;
- **l'AMARC** (Association pour le Management de la Réclamation Client) ;
- **All4Customer**, le salon de la relation client, du 23 au 27 mars 2027 à Paris.

À propos de Nathan Compétences et d'Orthodidacte

Nathan Compétences, marque de la maison d'édition Nathan (groupe Editis), conçoit des contenus pédagogiques, des évaluations et des certifications destinés à développer et à valoriser les compétences. Éditeur de contenus digitaux et partenaire pédagogique de référence, Nathan Compétences accompagne chaque année, à travers ses marques complémentaires Nathan, Daesign, Orthodidacte et la Certification en langue française Le Robert, des milliers d'apprenants, de professionnels, d'entreprises et d'organismes de formation.
Son ambition est d'apporter des réponses concrètes aux enjeux de transformation des individus et des organisations autour de quatre domaines clés : les savoirs fondamentaux, les compétences

numériques, la conformité et le management. Partenaire engagé des acteurs de la formation professionnelle, Nathan Compétences met son expertise éditoriale et certificatrice au service de parcours d'apprentissage exigeants, mesurables et reconnus.

À propos de Sens du client

Thierry Spencer, consultant et conférencier, a créé en 2006 le blog Sens du client, qui totalise plus de 1200 articles sur l'expérience client et la culture client : chroniques de livres, synthèses d'études, billets d'humeur, tendances. Avec plus de 8 millions de vues depuis sa création, il est considéré comme le blog de référence des professionnels de la relation client en France.

Contacts presse

- **Nathan Compétences / Orthodidacte** – Céline BASSARD – cbassard@nathan.fr
- **Sens du client** – Thierry Spencer – spencer@sensduclient.com