

La famille de la **MERCATIQUE**

Les 33 termes de cette famille, adaptés du Journal officiel (JO) de la République française, sont **recommandés pour tous** et d'**emploi obligatoire** pour les services de l'État et ses établissements publics.



actions pour **promouvoir le français des affaires**
et les langues partenaires des pays francophones et
des pays francophiles dans la vie économique

Sous le patronage
de la Délégation générale
à la langue française
et aux langues de France,
de l'Organisation internationale
de la Francophonie et de l'Union
internationale de la presse
francophone

APFA - LES MOTS D'OR
278 rue de Sandillon
45590 Saint-Cyr-en-Val - France -
Téléphone
France : 02 38 76 24 05
international : 33 2 38 76 24 05
Courriel : apfa.lcmotdor@orange.fr

L'histoire terminologique de la famille de la **MERCATIQUE** a sa source dans les Notes Bleues du ministère de l'Économie et des Finances du 3 janvier 1974 avec, parmi 54 termes, la **mercatique** (de mercatus, le marché) équivalent français du « *marketing* », et ses spécialistes les **mercaticiens** et les **mercaticiennes**, fruits des travaux de la première Commission de terminologie de ce ministère où siégeaient deux économistes **Jean Fourastié** et **François Perroux**.

Les parutions au Journal officiel ont commencé le 2 avril 1987, avec cette première définition de la mercatique « Ensemble des actions destinées à détecter les besoins et à adapter en conséquence et de façon continue la production et la commercialisation », pour ne pas cesser depuis.

Ainsi, les 33 termes ci-dessous composent actuellement la famille de la mercatique ; ils sont un bon reflet de la vigueur d'une langue commerciale française maîtrisée et créative, comme le souhaitaient ardemment **Jacques Campet** et **Alfred Sauvy** qui en furent d'infatigables artisans.

Décembre 2011, le président de l'APFA

Jean Marcel Lauginie

Directeur de la mercatique pour *marketing manager*

Responsable de la mercatique dans une entreprise. (JO du 12 mai 2000)

Direction de la mercatique pour *marketing management*

Service responsable de la mercatique dans une entreprise. (JO du 12 mai 2000)

Géomercatique pour *geomarketing*

Application de la mercatique fondée sur des critères géographiques.

(JO du 12 mai 2000)

Mercaticien, -ienne pour *marketer*

Spécialiste de la mercatique. (JO du 2 avril 1987 et du 12 mai 2000)

Mercatique pour *marketing*

Ensemble des techniques et des actions grâce auxquelles une entreprise développe méthodiquement la vente de ses produits et de ses services, en adaptant, le cas échéant, sa production aux besoins du consommateur.

(JO du 2 avril 1987, du 22 septembre 2000 et du 2 mars 2010)

Mercatique après-vente (MAV) pour *reporting*

Force d'après-vente spécialisée dans la collecte d'informations sur les inadaptations du produit aux besoins. (JO du 28 février 1993 et du 22 septembre 2000)

Mercatique associée pour *trade marketing*

Association mercatique entre producteurs et distributeurs.

(JO du 31 juillet 1994 et du 22 septembre 2000)

Mercatique d'amont pour *upstream direct marketing*

Mercatique appliquée aux approvisionnements. (JO du 12 mai 2000)

Mercatique d'aval pour *customer marketing*

Mercatique appliquée aux débouchés. (JO du 12 mai 2000)

Mercatique de communauté pour *tribal marketing*

Démarche mercatique appliquée à des groupes de consommateurs repérés selon un critère ethnosociologique. (JO du 26 octobre 2006)

Mercatique de comportements pour *situational marketing*

Technique mercatique privilégiant le comportement du consommateur à un moment donné. (JO du 28 juillet 2001)

Mercatique de masse pour *mass marketing*

Technique mercatique consistant à traiter les consommateurs globalement et non individuellement. (JO du 28 juillet 2001)

Mercatique de relance pour *remarketing*

Révision de la mercatique d'un produit dont la demande est en régression. (JO du 28 juillet 2001)

Mercatique de terrain pour *field marketing*

Assistance aux vendeurs qui vise à rendre plus efficace l'animation commerciale des points de vente. (JO du 28 décembre 2006)

Mercatique écologique pour *ecomarketing*

Technique mercatique utilisant des arguments écologiques. (JO du 12 mai 2000)

Mercatique électronique pour *cybermarketing, electronic marketing*

Ensemble des techniques mercatiques utilisant des supports ou des réseaux électroniques. (JO du 28 juillet 2001)

Mercatique engagée pour *cause marketing, cause-related marketing*

Mercatique associant une entreprise à la défense d'une grande cause. (JO du 28 décembre 2006)

Mercatique informatisée pour *database marketing*

Technique mercatique s'appuyant sur l'exploitation systématique de bases de données. (JO du 28 juillet 2001)

Mercatique intégrée pour *integrated marketing*

Stratégie mercatique prenant en compte tous les éléments relatifs au client et au produit. (JO du 28 juillet 2001)

Mercatique interactive pour *interactive marketing*

Stratégie reposant sur l'ajustement permanent de l'offre aux besoins des consommateurs grâce à un échange régulier d'informations entre l'acheteur, le distributeur et le vendeur. (JO du 28 décembre 2006)

Mercatique par affinité pour *affinity marketing*

Technique mercatique cherchant à renforcer un message par des associations d'images. (JO du 28 juillet 2001)

Mercatique par grands comptes pour *account-trade marketing*

Technique mercatique s'appuyant prioritairement sur l'étude des relations commerciales avec les principaux clients de l'entreprise. (JO du 28 juillet 2001)

Mercatique par stimulation sensorielle, mercatique sensorielle pour *sensory marketing*

Mercatique consistant à solliciter un ou plusieurs sens du consommateur pour le séduire.

Note : L'expression «marketing sensoriel» est impropre. (JO du 2 mars 2010)

Mercatique personnalisée pour *micromarketing, one-to-one marketing*

Technique mercatique développant la relation individuelle avec la clientèle. (JO du 12 mai 2000)

Mercatique prospective pour *prospect marketing*

Étude des tendances prédominantes pour déterminer une stratégie commerciale. (JO du 28 juillet 2001)

Mercatique relationnelle pour *relationship marketing*

Technique mercatique visant à créer ou à renforcer des liens personnalisés de confiance entre fournisseur et client. (JO du 28 juillet 2001)

Mercatique symbiotique pour *symbiotic marketing*

Stratégie mercatique fondée sur la mise en commun de dispositifs commerciaux par des entreprises concurrentes. (JO du 28 juillet 2001)

Mercatique téléphonique pour *phone marketing, phoning*

Utilisation du téléphone au service de la mercatique.

Note : Le terme « marketing téléphonique » ne doit pas être utilisé.

(JO du 28 février 1993 et du 22 septembre 2000)

Planificateur mercatique pour *market planning manager*

Responsable de l'ordonnancement des opérations commerciales.

(JO du 30 janvier 2005)

Profit imputable à une mercatique stratégique (PIMS) pour *profit impact of marketing strategy (PIMS)* (JO du 28 juillet 2001)

Responsable de la mercatique et de la communication pour *marketing and communication manager* (JO du 26 mars 2004)

Système d'information mercatique (SIM) pour *marketing information system (MIS, MkIS)*

Ensemble de techniques et de procédures visant à collecter, analyser et diffuser les informations disponibles sur une entreprise, son environnement, ses concurrents, ses marchés, pour un usage interne ou externe.

Note : L'expression « système d'information marketing » est à proscrire.

(JO du 18 mars 2011)

Veille mercatique pour *fluid marketing*

Démarche qui consiste à détecter, à l'échelle nationale et internationale, les tendances naissantes et à y répondre.

Note : L'expression « marketing fluide » est à proscrire. (JO du 28 décembre 2006)

Bulletin d'adhésion

Nom, prénom.....

Rue.....

Ville Pays

souhaite devenir membre de l'APFA-LES MOTS D'OR

Cotisation annuelle*	Europe et Afrique	Autres pays
Personne individuelle	5 €	10 €
Collectivité / Entreprise / Institution	50 €	
Association / Lycée / Université	30 €	
Jeune (moins de 26 ans)	2 €	3 €

* merci de joindre votre règlement au bulletin d'inscription

Date et signature

En 2001, la **MERCATIQUE** entre au **DICTIONNAIRE DE L'ACADÉMIE FRANÇAISE**

Dans la 9^e édition de son **DICTIONNAIRE**, l'**ACADÉMIE FRANÇAISE** retient le terme **MERCATIQUE**, nom féminin, avec cette définition : « Ensemble des techniques et des actions grâce auxquelles une entreprise développe la vente de ses produits, de ses services, en adaptant sa production aux besoins du consommateur. *Étude de mercatique*. **Doit être préféré à Marketing** ». (Extrait du fascicule n° 20 publié au JO des Documents administratifs du 30 novembre 2001).

Les **DÉRIVES** du « *marketing* » anglais et de ses emplois franglais, en perte de paradigme

- l' « *ambush marketing* » est un pseudo-parrainage.
- le « *buzz marketing* », du bouche à oreille,
- le « *direct marketer* », un démarcheur ou une démarcheuse,
- le « *machine gun marketing* », une attaque commerciale,
- le « *marketing compliance* », la conformité aux normes,
- le « *marketing direct* », la vente directe,
- le « *marketing intelligence* », la veille au marché
- le « *marketing mobile* », la publicité sans fil,
- le « *marketing viral* » et le « *marketing de propagation* » sont du bouche à oreille électronique,
- le « *multilevel marketing (MLM)* » est une vente en réseau par cooptation (VRC),
- le « *pré-marketing* », un préplacement.

La **MERCATIQUE** fait école !

Succès supplémentaire, et non le moindre, la **mercatique** est traduite dans **plusieurs langues** : savez-vous qu'en IAAI, la langue austronésienne de l'Île d'Ouvéa, mercatique se dit : *semaanûsa* ?⁽¹⁾ (Vous pouvez retrouver ces traductions sur le site de l'APFA : www.presse-francophone.org/apfa). Elle devient ainsi, dans chacune de ces langues, un outil de structuration des connaissances commerciales.

⁽¹⁾ **DICTIONNAIRE FRANÇAIS-IAAI** par Daniel Miroux - Alliance Champlain.

En dehors du site de l'APFA pour le français des affaires www.presse-francophone.org/apfa/sommaire.htm les sites de référence sont :
www.academie-francaise.fr/dictionnaire ; www.francophonie.org ;
www.franceterme.culture.fr ; www.journal-officiel.gouv.fr ;
www.granddictionnaire.com ; www.langue-francaise.org ;
www.laterminologie.fr



Devenir membre de l'APFA-LES MOTS D'OR

Pour être régulièrement informé des nouvelles listes de terminologie, participer à leur élaboration, agir pour les faire connaître et encourager leur emploi, devenez membre de l'APFA-LES MOTS D'OR en renvoyant ce coupon, après l'avoir rempli au verso, à :

APFA - LES MOTS D'OR
278 rue de Sandillon
45590 SAINT-CYR-EN-VAL
FRANCE



Pour l'amour des mots
le bonheur d'entreprendre
la découverte des cultures

actions pour promouvoir le français des affaires et les langues partenaires des pays francophones et des pays francophiles dans la vie économique
Sous le patronage de la Délégation générale à la langue française et aux langues de France, de l'Organisation internationale de la Francophonie et de l'Union internationale de la presse francophone

Table d'équivalence de la famille de la MERCATIQUE

<i>account-trade marketing</i>	mercatique par grands comptes
<i>affinity marketing</i>	mercatique par affinité
<i>cause marketing, cause-related marketing</i>	mercatique engagée
<i>customer marketing</i>	mercatique d'aval
<i>cybermarketing,</i>	mercatique électronique
<i>database marketing</i>	mercatique informatisée
<i>ecomarketing</i>	mercatique écologique
<i>electronic marketing</i>	mercatique électronique
<i>field marketing</i>	mercatique de terrain
<i>fluid marketing</i>	veille mercatique
<i>geomarketing</i>	géomercatique
<i>integrated marketing</i>	mercatique intégrée
<i>interactive marketing</i>	mercatique interactive
<i>market planning manager</i>	planificateur mercatique
<i>marketer</i>	mercaticien, -ienne
<i>marketing</i>	mercatique
<i>marketing and communication manager</i>	responsable de la mercatique et de la communication
<i>marketing information system (MIS, MkIS)</i>	système d'information mercatique (SIM)
<i>marketing fluide</i>	veille mercatique
<i>marketing management</i>	direction de la mercatique
<i>marketing manager</i>	directeur de la mercatique
<i>marketing sensoriel</i>	mercatique sensorielle
<i>marketing téléphonique</i>	mercatique téléphonique
<i>mass marketing</i>	mercatique de masse
<i>micromarketing, one-to-one marketing</i>	mercatique personnalisée
<i>phone marketing, phoning</i>	mercatique téléphonique
<i>profit impact of marketing strategy (PIMS)</i>	profit imputable à une mercatique stratégique (PIMS)
<i>prospect marketing</i>	mercatique prospective
<i>relationship marketing</i>	mercatique relationnelle
<i>remarketing</i>	mercatique de relance
<i>reporting</i>	mercatique après-vente
<i>sensory marketing</i>	mercatique par stimulation sensorielle, mercatique sensorielle
<i>situational marketing</i>	mercatique de comportements
<i>symbiotic marketing</i>	mercatique symbiotique
<i>système d'information marketing (SIM)</i>	système d'information mercatique (SIM)
<i>trade marketing</i>	mercatique associée
<i>tribal marketing</i>	mercatique de communauté
<i>upstream direct marketing</i>	mercatique d'amont