

COUPE « LE MOT D'OR » 2003 : corrigé indicatif

1^{ère} partie :

Le correcteur privilégiera les réponses qui fournissent des néologismes suggestifs et respectant les modes de formation des mots. Il se souviendra de ce qu'écrivait le grand poète Ronsard qui acceptait « les vocables nouveaux pourvu qu'ils soient moulés et façonnés sur un patron déjà reçu du peuple ».

La qualité de la justification doit également être prise en compte.

Voici des exemples de réponses possibles en français :

- a) gestion en ligne de la relation avec le personnel,
- b) tenue décontractée chic du vendredi,
- c) parfumage d'ambiance.

2^{ème} partie : réponses en français

Intermédiaire commercial dont le rôle est d'acheter la marchandise auprès du fabricant pour la revendre au détaillant	Grossiste
Titre qui donne à l'inventeur d'un produit ou d'un procédé un monopole d'exploitation pendant une durée limitée (en général vingt ans)	Brevet d'invention
Organisme centralisateur des achats pour une chaîne d'hypermarchés ou de supermarchés, ou un groupement de détaillants	Centrale d'achat
Unité de stockage permanent des programmes et données dans un ordinateur	Disque dur
Détournement fautif de la clientèle d'un commerçant par des procédés illicites ou malhonnêtes	Concurrence déloyale
Abri aménagé aux points de départ ou d'arrêt d'un véhicule de transport en commun	Aubette
Titulaire d'une action de société par actions	Actionnaire
Méthode de vente qui permet au consommateur de choisir librement les produits dans le point de vente et de les payer aux caisses de sortie	Libre-service
Personne privée désignée par les parties pour régler le litige qui les oppose	Arbitre
Utilisation en commun d'une voiture particulière (notamment pour se rendre au travail et en revenir)	Covoiturage
Décision de justice rendue par une cour ou une haute juridiction	Arrêt
Mobilier de présentation des articles utilisé dans les points de vente en libre-service	Gondole
Exercice d'un droit dans la seule intention de nuire à autrui	Abus de droit
Brochure rassemblant les offres de produits de plusieurs entreprises	Catalogue commun
Petit logiciel nécessaire au fonctionnement d'un périphérique d'ordinateur	Pilote (de périphérique)
Acquittement ou enregistrement du péage par un dispositif automatique, sans arrêt du véhicule	Télépéage
Valeur mobilière représentative d'un droit de créance sur une entreprise émettrice	Obligation
Ensemble des établissements de vente destinés à approvisionner les ménages	Commerce de détail
Établissement bancaire dirigeant une opération financière, assurant les relations entre une entreprise cliente et les autres banquiers de celle-ci, et agissant vis-à-vis des tiers	Chef de file
Véhicule de transport en commun destiné à assurer un va-et-vient régulier, fréquent et sans réservation	Navette

3^{ème} partie :

Le correcteur se référera à la terminologie officielle, lorsqu'elle existe, sans refuser les autres équivalents possibles.

Voici les définitions en français des termes proposés :

Compétence : ensemble des connaissances techniques et des savoir-faire nécessaires pour l'exercice d'une activité.

Mercaticien (ne) : spécialiste de la mercatique (ensemble des techniques et des actions grâce auxquelles une entreprise développe méthodiquement la vente de ses produits et de ses services en adaptant son offre aux besoins et au comportement du consommateur).

Culture d'entreprise : ensemble de valeurs et de modes de fonctionnement qui caractérisent une entreprise et qui influencent les pratiques de son personnel.

Directrice commerciale : responsable de la mercatique (ensemble des techniques et des actions grâce auxquelles une entreprise développe méthodiquement la vente de ses produits et de ses services en adaptant son offre aux besoins et au comportement du consommateur) dans l'entreprise.

Franchisage : le fait pour une entreprise de concéder à des entreprises indépendantes, en contrepartie d'une redevance, le droit de se présenter sous sa raison sociale et sa marque pour vendre des produits ou services. Ce contrat s'accompagne généralement d'une assistance technique.

De luxe : haut de gamme.

Numéro un : meneur.

Tournée de présentation : tournée promotionnelle organisée de place en place par une entreprise qui souhaite présenter ses projets aux investisseurs et à la presse.

Franchisé : qui exploite la marque d'une entreprise par un contrat de franchisage.

Mercatique relationnelle : technique mercatique visant à créer ou à renforcer des liens personnalisés de confiance entre fournisseur et client.

Journal d'entreprise : publication imprimée, sonore ou filmée, réalisée par une entreprise et destinées à ses différents collaborateurs.

Magazine promotionnel : publication gratuite destinée à la clientèle.

Publicité divertissante : message publicitaire qui prend la forme d'un divertissement, dont les supports peuvent être des spots audiovisuels, des séries ou des jeux vidéo, conçus à cet effet.

Voyage de motivation : voyage de récompense offert par une entreprise ou un organisme pour stimuler un salarié ou un distributeur.

Cadeau publicitaire : objet de faible valeur distribué gratuitement pour promouvoir un produit ou une entreprise.

Faire le point : reprendre, par ordre logique ou chronologique, dans un but de synthèse, des divers éléments d'information diffusés antérieurement sur un sujet important d'actualité.

Stratégie de marque : stratégie commerciale axée principalement sur la marque.

À l'écoute du client : qualifie une pratique entrepreneuriale totalement liée aux attentes du marché.

Congrès : réunion de personnes qui se rassemblent pour échanger leurs idées ou se communiquer les résultats de leurs études.

Programme : liste ordonnée des activités prévues pour une période déterminée.

Négociation : suite d'entretiens, d'échanges de vues et de transactions effectués en vue de parvenir à un accord.

Redevance : somme versée à échéances périodiques en contrepartie d'un avantage concédé contractuellement.

Surréservation : action de réserver des places (en avion) ou des chambres (en hôtel) en nombre plus important que celui des places ou des chambres offertes.

Enregistrement (transport aérien) : opération par laquelle le voyageur fait contrôler son titre de transport (et éventuellement son passeport) et confie ses bagages au transporteur.

Décollage : fait pour un avion de quitter le sol, de prendre son envol.

Avion : appareil de locomotion aérienne muni d'ailes et d'un système de propulsion (hélices, réacteurs).

Permanent de nuit : réceptionniste de nuit d'un hôtel, généralement chargé aussi de la main courante (document comptable quotidien qui enregistre par chambre les sommes à facturer pour chaque type de prestation).

Entrée : arrivée et enregistrement d'un client.

Mercatique personnalisée : technique mercatique développant la relation individuelle avec la clientèle.

Exploitation intensive des informations : processus de recherche dans un ensemble de données destiné à détecter des corrélations cachées ou des informations nouvelles.

Base de données : ensemble organisé de données concernant un même domaine et accessibles au moyen d'un logiciel spécialisé.

Étude des arbitrages : étude des arbitrages d'achat et des comportements d'achat des clients

Consommateur : personne qui achète et utilise des marchandises et des services pour la satisfaction de ses besoins.

Évaluation par comparaison : procédure d'évaluation par rapport à un ou plusieurs modèles reconnus, qui s'inscrit dans une recherche d'excellence.

Concurrent : entreprise qui fait concurrence à une autre.

Gestion par catégorie de produits : technique de gestion de produits qui applique la mercatique à l'ensemble de la chaîne allant de la détection d'une catégorie de besoins à leur satisfaction.

Mercatique associée : association mercatique entre producteurs et distributeurs.

Tarifification selon les revenus : méthode, employée principalement en hôtellerie, dans les compagnies d'aviation et dans les entreprises de location de véhicules, visant à maximiser la recette totale en choisissant l'arbitrage le plus favorable entre le taux d'occupation et la recette unitaire.

Gestion en temps réel : concurrence par la réduction du temps de réponse.

Auditeurs passifs : qui se contentent d'écouter, sans aucune réaction ou intervention.

Laïus : allocution, discours.

Boniment : discours trompeur pour vanter une marchandise, séduire le client.

Télémercatique : utilisation des techniques et des moyens de télécommunication au service de la mercatique.

Mercatique électronique : ensemble des techniques mercatiques utilisant des supports ou des réseaux électroniques.

« **Briques et mortier** » : magasin, point de vente physique, par opposition à un site de commerce en ligne

« **Briques et clics** » : se dit d'un distributeur qui vend ses produits à la fois dans un magasin physique et en ligne.

Ordinateur portable : ordinateur portable à alimentation autonome, de taille et de poids réduits.

Vidéoprojecteur : appareil de projection vidéo que l'on peut relier à un ordinateur.

De la Toile au téléphone : « cliquer-parler », service permettant à un internaute d'établir une liaison vocale avec un opérateur et de dialoguer avec lui pendant qu'il visite un site. L'internaute clique sur un bouton d'appel et peut être mis immédiatement en relation avec un opérateur ou être rappelé au numéro de téléphone qu'il a indiqué.

Page d'accueil : page de présentation d'un site sur la Toile.

Site sur la Toile : ensemble de documents et d'applications placés sous une même autorité et accessibles par la Toile à partir d'une même adresse universelle.

Du papier à la Toile : technique permettant, par simple lecture optique sur un catalogue, d'accéder directement à une page sur la toile décrivant le produit.

Catalogue commun : catalogue regroupant les offres de produits de plusieurs entreprises.

Page sur la Toile : document publié sur la Toile et pouvant être consulté, une fois affiché à l'écran, par simple défilement de celui-ci.

4^{ème} partie (origines étymologiques) :

Bureau :

Le mot français "bure" désigne depuis le Moyen Âge une étoffe grossière de laine brune, notamment utilisée pour la confection des vêtements de certains ordres religieux. On l'appelait aussi "burel" ou "bureau". Au 14^{ème} siècle, le mot "bureau" a été utilisé pour nommer un tapis de table, fabriqué avec cette étoffe, dont on se servait pour faire des comptes. Depuis la fin du 15^{ème} siècle, le terme désigne la table elle-même, qui sert aussi à écrire, et également, à partir du début du 17^{ème} siècle, la pièce où est installée cette table (pièce destinée au travail intellectuel et administratif).

Chèque :

Le mot chèque est une francisation du mot anglais "cheque" (que les Américains écrivent "check").

Ce mot vient probablement du verbe anglais "to check", qui signifie contrôler, vérifier, enrayer... et qui a comme sens premier celui de "mettre en échec". Il résulte d'une évolution du mot français ancien "eschec" ("échec") qui provient lui-même d'une expression persane signifiant "le roi est mort". La souche ou talon du chèque doit permettre de faire échec aux falsifications...

Certains auteurs donnent comme étymologie au mot "check" le mot arabe "sakk" (peut-être lui-même d'origine persane) désignant un paiement signé. Dans l'empire des califes Abbassides de Bagdad (du 8^{ème} siècle au 13^{ème} siècle), pour réduire les risques liés aux transferts de fonds, les agents du fisc recouraient au paiement signé (sakk), qui était une sorte de chèque, et les commerçants à la lettre de change (hawâla), dont le chèque est d'ailleurs un cas particulier. La lettre de change a ainsi été en usage à Bagdad bien avant qu'elle ne soit utilisée en Europe à la fin du Moyen Âge. Cette étymologie est cependant peu vraisemblable car l'utilisation du mot "cheque" (ou "check") est relativement récente (18^{ème} siècle). On peut penser que les Templiers (au 12^{ème} siècle) et les banquiers lombards (au 13^{ème} siècle) ont emprunté l'idée de la lettre de change aux banquiers de Bagdad (qui étaient probablement juifs car l'Islam interdit le prêt à intérêt aux musulmans) mais ils n'ont pas introduit les mots "sakk" et "hawâla" dans les langues européennes...

La graphie "cheque" a vraisemblablement été inspirée par le mot "exchequer" qui est une évolution du mot français ancien "eschequier" ("échiquier") et qui a pris en anglais moderne le sens de "finances". Le "Chancelier de l'Échiquier" est le ministre des Finances du Royaume-Uni. On appelle "Exchequer bills" les bons du Trésor. En ancien français, on appelait d'ailleurs aussi "Eschequier" ("Échiquier") le Trésor royal. Les anciens fonctionnaires des finances faisaient en effet leurs calculs avec des tables à jetons qui ressemblaient à un échiquier (table de jeu d'échecs) et étaient désignées par le même nom.

5^{ème} partie (présentation du projet) :

Le correcteur doit tenir compte à la fois de l'originalité et du réalisme du projet et de la qualité de l'exposé, notamment dans l'utilisation de la langue française.