

## COUPE FRANCOPHONE DES AFFAIRES “ LE MOT D'OR ” 1995

mardi 21 mars 1995 de 14 h à 15 h

### SUJET

Le sujet comporte quatre parties indépendantes.

Les réponses doivent être portées sur le sujet lui-même qui sera remis au professeur en fin d'épreuve.

Identification du candidat :

Établissement :

Division :

Nom (en majuscules accentuées) :

Prénom :

Les organisateurs de la Coupe “ LE MOT D'OR ” vous remercient et vous félicitent d'affirmer, par votre participation, votre volonté d'entreprendre marquée par le souci d'une bonne maîtrise du français des affaires, condition de toute réussite professionnelle et de la compréhension des langues étrangères.

**1ère partie : trouvez le mot ou l'expression dont la définition vous est donnée :**

Les candidats du niveau " initiation " doivent trouver **dix** mots ou expressions (en français et dans leur langue), les candidats du niveau " approfondissement " **quinze**, et les candidats du niveau " spécialisation " **vingt**.

Titre de propriété négociable représentant une partie du capital d'une société anonyme	
Autorisation d'exploiter un brevet ou de fabriquer, vendre un produit ou un service, moyennant le paiement d'une redevance	
Espace piétonnier couvert à fonction commerciale dominante et abritant de nombreuses petites boutiques complémentaires	
Mode de financement réalisé par une entreprise à l'aide de ses propres ressources	
Montant des ventes de biens et services effectuées par une entreprise	
Vaste bureau orné de plantes où l'espace est divisé par des éléments mobiles (meubles, cloisons basses)	
Réduction exceptionnelle accordée pour tenir compte d'un défaut de qualité, de l'aspect défraîchi d'un article ou de sa non conformité à la commande	
Partie détachable d'un titre représentant le droit de son propriétaire à encaisser une somme correspondant au revenu du titre	
Niveau du stock qui déclenche, dès qu'il est atteint, l'envoi d'une commande de réapprovisionnement	
Action de réserver des places en nombre plus important que celui des places disponibles (transports, spectacles)	
Information publicitaire présentée sous la forme d'un article de presse payé par la société annonceuse	
Musique ou bruitage identifiant ou annonçant une publicité (équivalent sonore du logo)	
Dénomination, figure, ou emblème qu'on place sur la façade d'un établissement commercial pour l'individualiser et rallier la clientèle	
Discussion entre un acheteur qui veut faire baisser le prix d'un article et un vendeur	
Disque à mémoire optique, de grande capacité, sur lequel les données sont enregistrées et lues par laser	
Mémoire (dans un ordinateur) dont le contenu ne peut pas être modifié en usage normal	
Réduction habituelle accordée en considération de l'importance de la commande ou de services rendus par le client	
Intérêt perçu sur le capital initial augmenté des intérêts accumulés pendant les périodes précédentes	
Magasin en libre service dont la surface de vente est comprise entre 400 et 2500 m <sup>2</sup>	
Partie du revenu non affectée à la consommation	

## 2ème partie : il faut le dire en français.

**Remplacez, dans le texte suivant, des expressions et mots étrangers ou relevant du français par des équivalents français. Écrivez dans la marge de droite chaque expression ou mot retenu et son équivalent français.**

Les candidats du niveau “ initiation ” doivent donner **dix** équivalents, les candidats du niveau “ approfondissement ” **quinze**, et les candidats du niveau “ spécialisation ” **vingt**.

Un peu effrayé par les accidents survenus à des ferry-boats et malgré l'attrait de leurs duty-free-shops, Lionel avait choisi de franchir le Channel par le tunnel. Pendant la traversée, il avait occupé son temps à feuilleter le remake d'un catalogue outdoor agrémenté de quelques photos de top-models, tout en écoutant l'enregistrement en live du one-man-show d'un crooner sur son walkman. Le design des articles lui parut s'améliorer d'une année sur l'autre. Ils avaient un look plus glamour.

Il sortit sa voiture, qu'il avait prise en leasing, du shuttle et mit en marche l'autoradio. C'était un appareil high-tech, autoreverse, à display digital, avec balance et fader.

Directeur marketing d'une grande entreprise, Lionel tendit l'oreille lorsqu'il entendit une information sur un catalogue électronique. Le leader américain de la VPC et quatre autres spécialistes des mail-orders voulaient lancer un catalogue sur un CD-Rom de 640 mégabytes qui serait vendu en marketing direct dans des revues informatiques et en bundle par des fabricants de lecteurs de compact discs. Ce catalogue serait ultérieurement diffusé sur les systèmes de télévision interactive déjà utilisés pour le home-banking, en attendant de passer sur le network d'Internet.

Après le shopping traditionnel, voici le shopping sur écran de téléviseur ou de computer. Vive le télémarketing ! Les Américains vont amasser un know-how marketing précieux et écrire une nouvelle success-story, pensa Lionel.

Lionel arrêta sa voiture sur le parking d'un shopping-center pour visiter un hard-discounter. Il s'intéressa en professionnel au merchandising, et notamment à la répartition des facings, et se posa des questions sur la valeur du marketing-mix du distributeur.

Mais il lui fallait acheter des souvenirs. Pour sa femme, il prit une cassette vidéo au packaging flatteur qui annonçait un best-of de la conquête de la lune. Pour sa fille, il choisit un tee-shirt agrémenté du nom de l'équipe sportive que son entreprise sponsorisait et un best-seller autobiographique écrit par un rocker. Son fils eut droit à un modèle réduit d'automobile en kit accompagné d'un pin's du tunnel qui devait constituer un must pour un collectionneur.

Il entra dans un grill-room où on lui servit des mixed-grills avec des pickles et un milk-shake. Le barman lui proposa ensuite un after-dinner mais Lionel préféra un light-drink.

**3ème partie : cherchez des mots nouveaux pour des concepts nouveaux. Proposez, dans chacun des cas suivants et en justifiant votre proposition, un mot, un sigle ou une expression pour désigner en français :**

a) L'alliance de deux marques. Cette alliance de deux marques ou de deux entreprises pour lancer de nouveaux produits ou dynamiser des produits existants permet de partager les coûts d'une campagne publicitaire tout en accroissant son efficacité. On peut citer l'exemple de la " Clio Club Med " conjuguant l'idée de la " petite voiture avec toutes les qualités du haut de gamme " avec l'image de la qualité des prestations attachée au Club Méditerranée.

Réponse :

b) La comparaison des produits et des méthodes d'une entreprise avec ceux de ses meilleurs concurrents. Il s'agit, pour une entreprise, de comparer ses propres performances, notamment en matière de coûts de fabrication, avec celles des meilleures autres entreprises. Le but est d'adopter, en les adaptant et en les améliorant, les savoir-faire performants identifiés chez les autres. Cela peut s'appliquer à des produits, des fonctions (achats...), des sous-fonctions (livraisons, traitement des commandes...), des processus (techniques de production...).

Réponse :

c) La politique commerciale qui consiste à lancer un produit nouveau à un prix élevé. Cette pratique vise à conférer au produit une image de marque prestigieuse et à attirer une clientèle à fort pouvoir d'achat. Ces prix élevés peuvent être temporaires, des réductions successives permettant dans ce cas d'élargir progressivement la clientèle.

Réponse :

**4ème partie : sachez entreprendre en français. Présentez, en une dizaine de lignes, votre propre projet de création d'entreprise ou un projet qui a été réalisé et auquel vous auriez aimé participer.**