

Corrigé du sujet "grand public" du Mot d'Or 2009

1^{ère} partie : texte réécrit en français correct :

Océane décida de s'accorder une **récréation** pendant le **déjeuner** qu'elle remplaçait souvent par du **grignotage**. Elle enfila un **chandail** et un pantalon de **survêtement**, se coiffa d'un **baladeur** et se mit à trotter en écoutant un **florilège** des derniers **tubes**. Elle croisa un **motard** qui lui rappela un **chanteur de charme accro** de **culturisme** qu'elle avait connu lorsqu'elle travaillait dans les **métiers du spectacle**.

Autodidacte, elle bénéficiait en effet d'une **expérience** assez variée. Après avoir vendu, **à son compte**, des **succès de librairie** en **porte-à-porte**, elle avait collaboré à des **auditions** pour des **émissions** de télévision. Elle avait fait ensuite du **marchandisage** chez un **maxidiscompteur** avant de trouver un **emploi** au service **mercatique** d'un distributeur de **vêtements de sport**. Avec l'aide d'un excellent **mentor**, elle était devenue en quelques années une **mercaticienne** de **haut niveau**. Elle avait alors décidé de créer sa propre **entreprise**.

2^{ème} partie : texte de la dictée :

Après quelques années prospères, son commerce se trouva en butte aux attaques d'un casseur de prix et son chiffre d'affaires s'effondra. Quelque contrariée qu'elle fût et quoi qu'elle en pensât à part soi, Océane jugea incongru d'exhiber son amère déconvenue et se ressaisit. Ayant constaté l'essor des affaires sur la Toile et compris qu'il y a là un créneau commercial dont on peut tirer parti car le nombre de consommateurs internautes croît sans cesse, elle fut rassérénée et se lança dans le cybercommerce. Devenue détaillante en ligne, elle eut l'idée d'un aguichage par bouche-à-oreille électronique sur les forums pour promouvoir ses produits vedettes et en faire les porte-drapeaux et les vaches à lait de son entreprise. Cela eut l'heur de plaire aux cybernautes qui passèrent commande à l'envi et Océane fut déchargée du faix de ses soucis financiers.

4^{ème} partie : définitions des termes relevant du français des affaires :

Marchandisage : ensemble des méthodes et techniques ayant trait à la présentation et à la mise en valeur des produits sur les lieux de vente. Les spécialistes invoquent la règle dite des "5B", qui consiste à présenter le bon produit, au bon prix, au bon moment, au bon endroit et en bonne quantité.

Maxidiscompteur : discompteur (spécialiste du discompte, système de commercialisation permettant d'offrir au client des produits à prix réduit) pratiquant le maxidiscompte, c'est-à-dire un discompte agressif caractérisé par des prix très bas et par un assortiment de produits très restreint, présenté sommairement.

Mercatique (adjectif) : qui se rapporte à la mercatique, ensemble des techniques et des actions grâce auxquelles une entreprise développe la vente de ses produits, de ses services, en adaptant leur production et leur commercialisation aux besoins du consommateur.

Mentor : cadre chargé d'améliorer les compétences et la réussite professionnelle d'un individu ou d'une équipe (dans le domaine des métiers du spectacle : personne chargée de conseiller sur le plan artistique et commercial un artiste ou un groupe pour lui permettre d'atteindre une plus grande notoriété).

Mercaticien : spécialiste de la mercatique, ensemble des techniques et des actions grâce auxquelles une entreprise développe la vente de ses produits, de ses services, en adaptant leur production et leur commercialisation aux besoins du consommateur.

Entreprise : agent économique (individu ou organisation autonome) dont la fonction principale est la mise à la disposition de sa clientèle de biens ou de services marchands.

Casseur de prix (synonyme : discompteur spécialisé) : magasin spécialisé dans une catégorie de produits, dont l'objectif est d'éliminer la concurrence en pratiquant des marges très faibles.

Chiffre d'affaires : montant des ventes de biens ou de services réalisées par une entreprise pendant une période donnée.

Affaires : activités commerciales, industrielles et financières.

Créneau commercial : petit segment de marché, ciblé en termes de clientèle ou de produit, nouveau et encore peu exploité.

Consommateurs internautes : consommateurs achetant sur Internet.

Cybercommerce ou commerce en ligne : technique d'achat et de vente à distance utilisant des procédés électroniques (essentiellement Internet) qui permettent la liaison directe et instantanée entre le vendeur et le client.

Détaillant en ligne : entreprise de vente au détail à distance par Internet.

Aguichage : procédé publicitaire qui utilise l'aguiche, phase initiale d'une campagne publicitaire se présentant sous forme d'énigme destinée à inciter et à maintenir l'attention du public.

Bouche-à-oreille électronique : technique mercatique reposant sur la transmission, de proche en proche, par voie électronique, de messages commerciaux (exploitation des messages circulant par Internet entre les consommateurs).

Produit vedette : produit qui remporte un grand succès commercial et qui contribue de façon considérable à la croissance des ventes d'une entreprise.

Porte-drapeau ou produit-phare : produit chargé de magnifier une marque dans le public.

Vache à lait : produit de notoriété établie dégageant une forte rentabilité.