

Corrigé du sujet « grand public » (la Dictée du Mot d'Or 2025)

Texte de la DICTÉE :

Ses interlocuteurs s'étaient complu à présenter leur firme comme un archétype de bonne gouvernance. Quoi qu'il en pensât dans son for intérieur, Élio se garda bien de paraître en douter et les quitta en bons termes. Il traversa un centre commercial et ne put s'empêcher de jeter un regard professionnel sur l'agencement des gondoles, des frontales et des emplacements promotionnels.

Il se sentit un peu las. Je deviens cacochyme, pensa-t-il plaisamment. Pour se détendre, il emprunta un mail pour rejoindre son hôtel, situé au numéro deux cent d'une avenue à l'allure vieillotte. On lui avait réservé la chambre quatre-vingt. Sa tapisserie était surannée mais son agencement dénotait un confort douillet. Il brancha son ordinateur portable sur le réseau sans fil de l'hôtel pour consulter sa messagerie.

Sa femme lui envoya un texto. Elle avait dû appeler un serrurier pour réparer la porte d'entrée. Le chambranle s'était déformé et les pènes n'étaient plus en face des mortaises des gâches.

Quoiqu'il fût sorti d'une école renommée, Élio ne mésestimait pas les mercaticiens qui se sont formés eux-mêmes. Claude, son épouse aux yeux émeraude et au prénom épïcène, qui affectionnait en plus les vêtements ambigües, en était un bon exemple. Ils s'étaient rencontrés dans un séminaire sur la mercatique symbiotique et ils s'étaient plu aussitôt.

Prononciation du mot « archétype » : [arketip].

Gondole : meuble servant à présenter la marchandise dans un magasin en libre-service.

Frontale (ou frontal) : surface visible, face au client, utilisée sur un rayonnage pour la présentation d'un produit.

Emplacement promotionnel : espace réservé dans un magasin à la promotion d'un type de produits ou d'une marque.

« Mail » se prononce comme « maille ».

Numéro deux cent, chambre quatre-vingt : vingt et cent employés pour vingtième et centième sont considérés comme invariables (nombres cardinaux employés comme adjectifs ordinaux).

Chambranle (nom masculin) : encadrement d'une porte ou d'une fenêtre.

Pêne (nom masculin) : pièce mobile d'une serrure, qui s'engage dans la gâche.

Mortaise (nom féminin) : entaille faite dans une pièce de bois ou de métal.

Gâche (nom féminin) : pièce métallique fixe présentant une mortaise dans laquelle s'engage le pêne d'une serrure.

Émeraude : adjectif invariable (nom employé comme adjectif).

Épicène : dont la forme ne varie pas avec le genre.

« Ambigües » peut s'écrire aussi « ambiguës »

Mercatique symbiotique : stratégie mercatique fondée sur la mise en commun de dispositifs commerciaux par des entreprises concurrentes

Liste et définitions des termes utilisés dans le conte terminologique pour éviter les anglicismes :

Ces termes figurent dans l'ordre de leur apparition dans le texte. Certains ont fait l'objet d'un travail des commissions de terminologie et d'une publication officielle.

Piraterie routière (*automobile*) : vol d'un véhicule avec agression du conducteur.

Autoradio (*automobile*) : poste de radio monté dans le tableau de bord d'une automobile.

Florilège (mercatique) : compilation reprenant les chansons à succès d'un chanteur, les morceaux les plus connus d'un compositeur.

Chanteur de charme (spectacle) : chanteur dont les chansons cherchent à charmer, à séduire.

Aquaplanage (automobile) : perte d'adhérence des roues d'un véhicule sur une surface mouillée due à la formation d'une pellicule d'eau entre les pneus et cette surface.

ABS (antiblocage de sécurité (automobile)) : dispositif de régulation du système de freinage qui limite le risque de blocage des roues au freinage.

Coussin gonflable ou de sécurité (automobile) : dispositif de sécurité constitué par une enveloppe souple qui, en cas de choc, se gonfle instantanément en s'interposant entre l'occupant et les parties agressives de l'habitacle.

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

Franchisé (économie d'entreprise) : se dit d'un magasin qui exploite la marque d'une entreprise à laquelle il est lié par un contrat de franchise.

Mercatique relationnelle (mercatique) : technique mercatique (voir ci-dessous la définition de la mercatique) visant à créer ou à renforcer des liens personnalisés de confiance entre fournisseur et client.

Haut de gamme (mercatique) : expression classant un produit dans les premiers rangs d'une gamme.

Journal interne d'entreprise (économie d'entreprise) : publication imprimée, sonore ou filmée, réalisée par une entreprise et destinée à ses différents collaborateurs.

Magazine promotionnel (mercatique) : publication gratuite destinée à la clientèle.

Faire le point (divers) : regrouper, par ordre logique ou chronologique, dans un but de synthèse, les divers éléments d'information concernant un sujet important d'actualité.

Stratégie de marque (économie d'entreprise) : stratégie commerciale axée principalement sur la marque.

À l'écoute du client (mercatique) : qualifie une pratique commerciale totalement liée aux attentes et aux exigences du client.

Autodidacte (formation) : personne qui s'est instruite elle-même, en dehors de toute institution de formation. Cette autoformation est souvent conduite grâce à la pratique, à partir de laquelle et pour laquelle l'autodidacte acquiert des connaissances.

Sur le tas (formation) : par la pratique, en travaillant.

École de commerce et de gestion (formation) : école où sont enseignées les théories et les techniques du commerce et de la gestion.

Démarchage téléphonique (mercatique) : technique de prospection, de vente et d'enquêtes commerciales fondée sur des appels téléphoniques en nombre et ciblés.

Publipostage (mercatique) : prospection, démarchage ou vente par voie postale.

Barattage commercial (mercatique) : technique de vente qui consiste à persuader les clients fidèles de renouveler rapidement leur équipement, par analogie avec une pratique du monde de la finance.

Contact commercial (mercatique) : personne physique ou organisation avec laquelle une entreprise cherche à entrer en relation parce qu'elle est susceptible d'être intéressée par son offre commerciale.

Client potentiel (mercatique) : contact confirmé dont l'intention d'acquérir un produit ou un service donné est attestée : client potentiel peut avoir participé à une présentation de l'offre ou demandé un devis.

Contact confirmé (mercatique) : contact commercial qui a manifesté son intérêt pour l'offre commerciale d'une entreprise, par exemple, une personne qui a rempli un formulaire de contact sur la toile ou le visiteur d'un salon qui demande des informations sur un produit ou un service.

Grossiste (commerce) : marchand en gros, intermédiaire dans le circuit de distribution entre le producteur et le détaillant.

Chef des ventes (économie d'entreprise) : personne qui, sous les ordres du directeur commercial, est responsable de l'action de vente par une équipe de vendeurs.

Relancer (divers) : donner un nouvel élan.

Flux de trésorerie (gestion financière) : ensemble des entrées et sorties de trésorerie et d'équivalents de trésorerie.

Conseiller en mercatique (économie d'entreprise) : spécialiste qui fait profession de conseiller les entreprises dans le domaine 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.

Franchisage (commerce) : 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.

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

Savoir-faire (divers) : ensemble des connaissances techniques nécessaires pour une activité, habileté acquise par l'expérience, compétence.

Mercaticien (économie d'entreprise) : spécialiste de la mercatique. Voir ci-dessus la définition de la mercatique.

Maîtrise de soi (divers) : qualité de celui qui se domine et maîtrise ses émotions.

Directeur de la mercatique (économie d'entreprise) : responsable de la mercatique dans une entreprise. Voir ci-dessus la définition de la mercatique.

Groupe de conseillers (*économie d'entreprise*) : petit groupe d'experts et de techniciens qui assiste un décideur.

Président-directeur général (*économie d'entreprise*) : dirigeant de plus haut rang dans une société anonyme.

Vêtements de sport (*habillement*) : vêtements spécialement prévus pour des activités sportives.

Accords de commercialisation (*mercatique*) : collaboration entre entreprises pour commercialiser des produits.

Alliance de marques ou **cogriffage** (*mercatique*) : alliance entre marques commerciales.

Parrainer (*économie d'entreprise*) : apporter un soutien matériel à une manifestation, à une personne, à un produit ou à une organisation en vue d'en retirer un bénéfice direct.

Équipe (*sport*) : groupe d'athlètes participant à une compétition.

Catalogue commun (*mercatique*) : catalogue regroupant les offres de produits de deux ou plusieurs entreprises.

Magasin d'exposition (*mercatique*) : local d'exposition et de démonstration des produits (meubles, cuisines, carrelages, etc.) fabriqués, distribués ou installés par une entreprise, un groupement d'artisans, etc.

Message publicitaire (*publicité*) : annonce publicitaire ou promotionnelle de courte durée diffusée sur un support audiovisuel.

Heure de grande écoute (*télévision*) : tranche horaire où l'audience est la plus forte.

Zone d'accès sans fil (*internet*) : espace où le public bénéficie de services radioélectriques temporaires ou permanents à haut débit, notamment d'un accès sans fil à l'internet.

Lait frappé (*restauration*) : boisson refroidie, aromatisée, à base de lait.

Serveur (*restauration*) : personne chargée de servir les clients dans un restaurant ou un café.

Courriel (*Internet*) : message électronique, document informatisé qu'un utilisateur saisit, envoie ou consulte en différé par l'intermédiaire d'un réseau.

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

Directeur de la mercatique (*économie d'entreprise*) : responsable de la mercatique dans une entreprise. Voir ci-dessus la définition de la mercatique.

Cadre supérieur (*économie d'entreprise*) : personne qui appartient à la catégorie supérieure des salariés d'une entreprise, qui participe à l'élaboration des politiques de l'entreprise et qui a un pouvoir décisionnel au sein de celle-ci.

Conseiller en gestion (*économie d'entreprise*) : spécialiste qui analyse les problèmes de gestion et propose des solutions.

Allocution (*communication*) : bref discours prononcé dans une circonstance particulière.

Boisson énergétique (*restauration*) : boisson tonique qui fournit de l'énergie à l'organisme et stimule ses forces.

Boisson non alcoolisée (*restauration*) : boisson sans alcool.

Modèle d'entreprise (*économie d'entreprise*) schéma identifiant et combinant les paramètres qui caractérisent une entreprise du point de vue de l'organisation, du fonctionnement et de la stratégie, afin de mettre au jour les facteurs de sa rentabilité.

Stratégie de groupe (*économie d'entreprise*) : choix des orientations structurelles et concurrentielles communes à deux ou plusieurs entreprises.

Marchandage (*mercatique*) : discussion pour obtenir ou vendre quelque chose au meilleur prix, ou pour obtenir un avantage.

Beau joueur (*divers*) : celui qui s'incline loyalement devant la supériorité de l'adversaire.

Voici ce que donnerait le début du conte terminologique en français (les anglicismes sont écrits selon l'orthographe anglaise) :

Élio s'installa au volant, verrouilla les portes pour éviter le **carjacking** et alluma son **car radio**. Celui-ci diffusait un **best of** de **crooners** d'autrefois. Échaudé par un **aquaplaning**, il venait de faire vérifier son **ABS (Antiblockiersystem)** et ses **airbags** avant de commencer un **road show** pour expliquer aux **franchisees** de son entreprise les nouvelles techniques de **marketing relationnel** applicables aux produits **premium**.

Il allait leur présenter le dernier **house organ** et le dernier **customer magazine**, faire avec eux un **roundup** sur la **brand strategy** et les inciter à être toujours **customer driven**.

Élio n'était pas un **self-made man** et ne s'était pas formé **on the job** mais avait fait de solides études dans une **business school**. Il avait commencé sa carrière en mettant en place un service de **phoning** et de **mailing** ciblant de manière différenciée, en évitant le **churning** commercial, les **suspects**, les **prospects** et les **leads** d'un **wholesaler** en matériel photographique. Il avait ensuite été **sales executive** d'un distributeur d'articles de sport dont il avait réussi à **booster** les ventes et améliorer le **cash flow**.

Il était enfin entré, comme **consultant marketing**, au service d'une société de **franchising** d'articles de sport. Grâce à sa **corporate culture**, à son **know-how** de **marketing expert** et à son **self-control**, il était finalement devenu **directeur marketing** de cette société.

Un message de son secrétariat lui rappela qu'il avait rendez-vous avec le **brain trust** du **chairman** d'une fabrique de **sportwear** pour mettre au point une opération de **comarketing** et de **cobranding**. Il était prévu de **sponsoriser** ensemble un **team** sportif connu et de mettre au point un **bus catalogue**, un **showroom** et des **spots** publicitaires pour le **primetime**.

Il était en avance. Il repéra un **hot spot** à une terrasse de café. Il commanda un **milk shake** au **barman** et put y consulter ses **e-mails** et sa **database**.

C'était le **marketing manager** qui l'attendait, accompagné d'un **senior executive** et d'un **management consultant**. Il eut droit à un **speech** de bienvenue et on lui proposa un **energy drink** et un **soft drink**. On confronta les **business models** des deux entreprises et on explora les possibilités d'une **corporate strategy**. L'élaboration d'un projet d'accord donna lieu à un **bargaining** assez âpre mais chacun fit preuve de **fair play**.

Définitions des Dix mots :

Biome (nom masculin) : vaste région biogéographique s'étendant sous un même climat, comme la toundra, la forêt tropicale humide, la savane, la prairie tempérée, la mangrove, le désert, etc.

Butiner : visiter les fleurs pour récolter le pollen, en parlant des abeilles ; au sens figuré, récolter ça et là.

Canopée : étage supérieur de la forêt, qui reçoit directement le rayonnement solaire.

Conséconscient : adjectif qualifiant une personne qui tend à considérer les conséquences à moyen et à long terme de ses actions comme un élément prioritaire lors de la prise de décision. Nouveau mot, équivalent du terme anglais *future-minded*.

Débrousser : enlever les mauvaises herbes dans un champ cultivé (Burkina Faso, Bénin, Cameroun, Centrafrique, Côte d'Ivoire, Niger, République démocratique du Congo, Sénégal, Tchad, Togo), défricher un terrain jusque-là non cultivé (Centrafrique, République du Congo).

Empreinte : trace naturelle laissée par la pression d'un corps sur une surface ; marque durable, profonde. Empreinte carbone : volume de gaz à effet de serre produit par une activité, un véhicule, un individu, etc.

Glaner : recueillir les épis de blé restés sur le champ après le passage des moissonneurs ; récupérer de la nourriture à la fin des marchés.

Palmeraie : plantation de palmiers.

Énergie solaire : énergie fournie par le soleil et captée grâce à des panneaux photovoltaïques.

Vivant : les hommes, la faune et la flore.