

« LE MOT D'OR » 2026 : corrigé indicatif

1^{re} 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.

Exemples de réponses possibles :

- a) inflation par réduction des quantités, réduflation
- b) inflation par baisse de qualité
- c) inflation par opportunisme, mercantiliflation, cupidiflation

2^e partie :

Équipe qui, au sein d'une entreprise, est chargée de vendre les produits et de développer la clientèle	Force de vente
Ensemble des matières premières, produits semi-finis et produits finis conservés dans l'attente d'une utilisation ultérieure	Stocks
Forme d'épargne consistant à garder son argent sans le faire fructifier par des placements	Thésaurisation
Fait, pour un ménage, d'avoir accumulé trop de dettes par rapport à ses possibilités de remboursement	Surendettement
Base de calcul d'un impôt	Assiette
Achat ou création de biens durables pour remplacer ou augmenter le capital productif d'une entreprise	Investissement
Ensemble des biens et services vendus à l'extérieur du pays	Exportations
Société dont plus de la moitié du capital social est détenu par une autre, dite « société-mère »	Filiale
Prévision de recettes et de dépenses	Budget
Augmentation continue du niveau général des prix	Inflation
Texte fixant les règles de fonctionnement d'une société ou d'une association	Statuts
Regroupement d'entreprises ayant des activités de même nature	Concentration horizontale
Boutique située dans une zone (aéroport, bateau...) où les produits vendus sont exemptés de taxes	Boutique hors taxes, boutique franche
Opération par laquelle un agent économique se fait prêter une somme d'argent	Emprunt
Entreprise appartenant à l'ensemble de ses membres, gérée par ceux-ci sur la base de l'égalité des droits et des obligations et dont l'objectif est de leur rendre des services	Coopérative
Ensemble des biens de production durables dont dispose une entreprise	Capital fixe
Capitaux spéculatifs passant d'une place à une autre, prêts à se placer à court terme, suivant les variations des taux d'intérêts et l'appréciation des risques de change	Capitaux flottants, capitaux fébriles
École où sont enseignées les théories et les techniques du commerce et de la gestion	École de commerce
Échange direct d'un bien contre un autre, sans utilisation de la monnaie	Troc
Grand établissement de vente présentant un assortiment étendu dans des rayons spécialisés	Grand magasin

3^e partie :

Liste indicative d'équivalents possibles, avec leurs définitions, **dans le contexte donné** et dans l'ordre du texte. Certains ont fait l'objet d'un travail des commissions de terminologie et d'une publication officielle. Les dates mentionnées sont celles de la publication au Journal officiel. Les anglicismes ont été écrits selon l'orthographe anglaise.

Executive manager (économie d'entreprise) : cadre de direction (professionnel qui se voit confier la gestion et la direction d'une partie ou de toute une activité, directeur ou sous-directeur d'un service).

Briefing (divers) : réunion préparatoire (présentation aux acteurs concernés des informations ou des directives relatives à une opération avant le début de celle-ci – 27.12.2006).

General manager (économie d'entreprise) : directeur général, directrice générale (salarié qui occupe le rang le plus élevé dans la direction d'une entreprise ; le directeur général est nommé par le conseil d'administration ou le directoire de la société).

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

Software (informatique) : logiciel (ensemble des programmes, procédés et règles, et éventuellement de la documentation, relatifs au fonctionnement d'un ensemble de traitement de données programme nécessaire au traitement de l'information par un ordinateur – 17.01.1982 et 06.09.2020 – ou, plus couramment, programme nécessaire au traitement de l'information par un ordinateur).

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

Au top (divers) : en tête.

Hit parade (spectacle) : palmarès (classement des meilleurs succès de diffusion dans le domaine des variétés. Par extension, peut s'appliquer à toutes formes de production artistique, littéraire ou autre – 13.11.1985).

Marketing manager (économie d'entreprise) : directeur de la mercatique (dans une entreprise, 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 – 28.03.2018) – 12.05.2000).

Retailer (commerce) : détaillant, vendeur au détail (marchand qui achète des marchandises en gros et les revend au détail, c'est-à-dire en petites quantités, aux consommateurs.).

E-mail (Internet) : courriel, courrier électronique, message électronique (document informatisé qu'un utilisateur saisit, envoie ou consulte en différé par l'intermédiaire d'un réseau – 20.06.2003).

E-mail (Internet) : messagerie électronique (service permettant aux utilisateurs habilités de saisir, envoyer ou consulter en différé des courriels – 20.06.2003).

Phoning (mercatique) : démarchage téléphonique (technique de prospection, de vente et d'enquêtes commerciales fondée sur des appels téléphoniques en nombre et ciblés – 28.02.1993) mais aussi **utilisation du téléphone**.

Copy strategy (publicité) : base de campagne (ensemble de réflexions qui permet de passer à la réalisation d'une campagne publicitaire. – 18.02.1983).

Spot publicitaire (publicité) : message publicitaire (annonce publicitaire ou promotionnelle de courte durée diffusée sur un support audiovisuel – 13.11.1985).

Marketing mix (mercatique) : plan mercatique, marchéage (organisation coordonnée de l'ensemble des actions commerciales de l'entreprise).

Lead (mercatique) : contact confirmé (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 – 06.07.2024).

Suspect (mercatique) : contact commercial (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 – 16.07.2024).

Prospect (mercatique) : client potentiel (contact confirmé dont l'intention d'acquérir un produit ou un service donné est attestée : un client potentiel peut avoir participé à une présentation de l'offre ou demandé un devis – 16.07.2024).

Cocktail (restauration) : pot (terme familier : réunion autour d'une boisson, notamment dans une collectivité professionnelle), **coquetel** (Québec).

Snack (restauration) : amuse-gueule (petit sandwich, biscuit salé, etc. servi avec l'apéritif ou au cours d'une réception).

Snacking (restauration) : grignotage (fait de manger très peu, du bout des dents ; mais aussi prise d'aliments en dehors des repas – 26.03.2004).

Speech (communication) : laïus (petite allocution de circonstance).

Boss (économie d'entreprise) : patron (dirigeant d'une entreprise, employeur ou chef par rapport à ses subordonnés).

Marketer (mercatique) : mercaticien ou mercaticienne (spécialiste de la mercatique : voir ci-dessus – 12.05.2000).

Advertising man/woman (publicité) : publicitaire (personne qui s'occupe professionnellement de publicité - 18.02.1983).

Freelance (économie d'entreprise) : travailleur indépendant (personne indépendante professionnellement, qui n'a pas de contrat de travail avec un employeur), **à son compte**.

Home office (économie d'entreprise) : bureau à domicile (bureau affecté au travail professionnel et installé au domicile de l'utilisateur – 26.10.2006).

Street marketing (mercatique) : publicité de rue (technique mercatique consistant à distribuer des prospectus et des échantillons sur la voie publique ou à y mener toute autre opération de communication pour promouvoir un produit – 17.06.2012).

Advertainment (mercatique) : divertissement publicitaire, publicité divertissante (technique de promotion commerciale associant un message publicitaire à un moment ludique ou de détente).

Target market (mercatique) : clientèle cible, marché cible (segment de marché, groupe de consommateurs auquel l'entreprise destine un produit ou un service et sur lequel elle fait porter ses efforts de commercialisation – 15.03.2011).

Discounter (commerce) : discompteur, spécialiste du discompte (système de commercialisation permettant d'offrir au client des produits à prix réduit – 28.02.1993).

Shopping mall (commerce) : galerie marchande (espace piétonnier couvert, à fonction commerciale dominante – 21.03.1986).

Cybermarketing (mercatique) : mercatique électronique, ensemble des techniques mercatiques utilisant des supports ou des réseaux électroniques – 28.07.2001).

Marketing social (mercatique) : mercatique par réseaux sociaux (technique mercatique qui vise des groupes de consommateurs rassemblés dans des réseaux sociaux, en se fondant notamment sur l'action d'animateurs de communauté – 22.07.2015).

Marketing team (économie d'entreprise) : équipe de commercialisation (groupe de professionnels possédant des compétences complémentaires pour la mise en œuvre de la politique commerciale de l'entreprise).

Marketing intelligence (mercatique) : veille au marché (recherche, traitement et diffusion, en vue de leur exploitation, de renseignements relatifs à l'environnement commercial de l'entreprise – 14.08.1998).

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

Fun shopping (mercatique) : lèche-vitrine récréatif (chalandage effectué dans un climat de détente et de loisirs).

Product manager (économie d'entreprise) : chef de produit (personne responsable de la gestion d'un produit ou d'un groupe de produits – 14.05.2005).

En real-time (informatique) : en temps réel (signifie ici : en réagissant **sans perte de temps**)

Design (économie d'entreprise) : conception (ensemble des études préliminaires à la fabrication d'un produit – 7.06.1992) ou **stylisme (esthétique industrielle)**, travail sur l'aspect extérieur d'un produit industriel en vue d'un résultat esthétique s'accordant aux impératifs fonctionnels et commerciaux – 18.02.1983).

Niche marketing (économie d'entreprise) : créneau commercial, niche (petit segment de marché, ciblé en termes de clientèle ou de produit, généralement nouveau et peu exploité – 28.02.1983).

Web (Internet) : Toile (système basé sur les liens hypertextuels et permettant l'accès aux ressources du réseau Internet – 16.13.1999).

Teasing (mercatique) : 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 – 18.02.1983).

Marketing viral (mercatique) : bouche-à-oreille électronique (technique mercatique reposant sur la transmission, de proche en proche, par voie électronique, de messages commerciaux – 12.06.2007).

Newsgroup (Internet) : forum (service permettant discussion et échanges sur un thème donné : chaque utilisateur peut lire à tout moment les interventions de tous les autres et apporter sa propre contribution sous forme d'articles – 16.03.1999 et 01.09.2000).

Webmaster (Internet) : administrateur de site (personne chargée de la maintenance et du suivi d'un site – 16.03.1999).

Website (Internet) : 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 – 8.12.2002).

Hacker (informatique) : fouineur (personne passionnée d'informatique qui, par jeu, curiosité, défi personnel ou par souci de notoriété, sonde, au hasard plutôt qu'à l'aide de manuels techniques, les possibilités matérielles et logicielles des systèmes informatiques afin de pouvoir éventuellement s'y immiscer – 16.03.1999).

Buzzer (mercatique) : spécialiste du bouche-à-oreille.

Blockbuster (économie d'entreprise) : produit vedette (produit à forte marge et à volume de vente élevé, procurant une part importante des profits de l'entreprise).

Flagship store (commerce) : magasin-phare (magasin vitrine d'un réseau de vente ; flagship = vaisseau amiral).

Cash cow (mercatique) : vache à lait (produit de notoriété établie dégageant une forte rentabilité).

Hard selling (mercatique) : vente agressive (technique de vente dont l'argument principal est l'importance supposée des avantages financiers consentis au client – 12.05.2000).

Avantage hard (mercatique) : avantage choc (avantage accordé lors d'une vente agressive – 12.05.2000).

Business-center (économie d'entreprise) : centre d'affaires (lieu spécifique regroupant des entreprises, des services divers – 12.05.2000).

Trade show (économie d'entreprise) : salon professionnel (manifestation de promotion des ventes organisée principalement pour les professionnels – 15.09.1992).

Marketing expert (mercatique) : mercaticien ou mercaticienne (spécialiste de la mercatique - 12.05.2000).

Business school (enseignement) : école de commerce et de gestion, école des affaires (école où sont enseignées les théories et les techniques du commerce et de la gestion).

Assistant manager (économie d'entreprise) : directeur adjoint (personne chargée d'assister le directeur dans ses fonctions et de le suppléer en cas de besoin ou pour certaines tâches).

Convention (économie d'entreprise) : congrès (réunion de personnes qui se rassemblent pour échanger leurs idées ou se communiquer les résultats de leurs études – 15.09.1992).

Charity-promotion (*mercatique*) : **promotion par l'argument charitable** (promotion des ventes par des actions ou des messages à vocation charitable – 14.08.1998).

Charity-business (économie générale) : **économie caritative** (ensemble d'activités économiques ayant pour fin ou pour moyen l'action humanitaire ou charitable – 19.05.2009).

Soft drink (*restauration*) : **boisson non alcoolisée** (boisson sans alcool).

Barman (*restauration*) : serveur.

Pour ceux qui maîtrisent mal le jargon des anglomanes, voici le texte transposé dans une langue débarrassée des emprunts abusifs à l'anglais américain :

Anna quitta la réunion des **cadres de direction**. La **réunion préparatoire** du directeur général, accompagné de son **groupe de conseillers**, avait été assez claire, notamment son exposé avec l'aide d'un **logiciel** de présentation et son plaidoyer pour la **culture d'entreprise**, sans laquelle l'entreprise ne pourrait pas rester, selon lui, en tête du **palmarès** de sa catégorie.

Le **directeur mercatique** avait expliqué ensuite qu'il allait faire contacter les **détaillants** par **courriels** et **appels téléphoniques** pour les informer de la nouvelle **base de campagne** de l'entreprise et des **messages publicitaires** programmés le mois suivant. Cette campagne s'intégrait dans le **plan mercatique** et visait à sensibiliser les **contacts confirmés**, les **contacts commerciaux** et les **clients potentiels**.

Anna renonça au **pot** qui suivit car elle évitait les **amuse-gueules** et le **grignotage**. Elle échappa ainsi au **laïus** du **patron**.

Anna était **mercaticienne**. Après ses études, elle s'était installée comme **publicitaire** travaillant en **indépendante** dans son **bureau à domicile**. Elle proposait à sa clientèle la mise en œuvre de **publicité de rue** et de **divertissements publicitaires**. Sa **clientèle cible** était constituée par les **discompteurs** spécialisés des **galeries marchandes**. Elle s'était formée ensuite à la **mercatique électronique** et à la **mercatique par réseaux sociaux** et avait été recrutée dans **l'équipe de commercialisation** de son entreprise actuelle.

Grâce au service de **veille au marché** que, très à **l'écoute du client**, elle avait fait mettre en place pour détecter à temps les nouvelles motivations d'achat, notamment en cas d'**achat plaisir**, le **chef de produit** avait pu faire adapter **sans perte de temps l'esthétique** des produits pour occuper ce **créneau mercatique**. Utilisatrice elle-même de la **Toile**, elle avait eu l'idée d'un **aguichage** par **bouche-à-oreille électronique** sur les **forums**. On avait chargé de l'opération l'**administrateur** du **site sur la Toile** de l'entreprise, **fouineur** et **spécialiste du bouche-à-oreille** pendant ses loisirs. Les nouveaux appareils étaient ainsi devenus les **produits vedettes**, les **porte-drapeaux** et les **vaches à lait** de l'entreprise, sans recours à la **vente agressive** et aux **avantages chocs**.

Elle se rendit dans un **centre d'affaires** où elle avait prévu la visite d'un **salon professionnel**. Elle y rencontra un **mercaticien** qu'elle avait connu à **l'école de commerce** et qui était devenu **directeur adjoint** de son entreprise. Il venait participer à un **congrès** sur le thème « **économie caritative** et **promotion par l'argument charitable** ». Ils entrèrent dans un bar et commandèrent des **boissons sans alcool** au **serveur**.

4^e 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 et l'emploi des termes recommandés du français des affaires, y compris dans le titre du projet. L'évaluation de leur éloquence est essentielle pour juger l'audition des trois meilleurs lauréats de l'écrit.