

Avant-propos de M. Jean-Marcel LAUGINIE

*Président de l'association Actions pour promouvoir le français des affaires (APFA),
organisateur des Journées du français des affaires et des cérémonies du Mot d'Or*

L'entrée des langues dans la stratégie des entreprises, par la prise en compte de leur diversité et par l'analyse des mots de la performance, caractérise ce cinquième volume des Actes des Journées du français des affaires.

Placer les langues au cœur de la stratégie de l'entreprise relevait de l'audace entrepreneuriale qui a été saluée en 1996 par la création de la distinction du *Mercaticien d'or* remise à Claude CHOLLET, entrepreneur de talent, pour avoir fait le choix de "*vivre l'aventure du français dans une stratégie duplurilinguisme*".

1995 et 1996 ont été ainsi des grandes années pour la famille de la mercatique avec Le Mot d'Or à Jean-Claude GILARDI pour le premier dictionnaire de mercatique.

Le Québec a été à l'honneur avec la remise des Mots d'Or à Jean A-H. BOURGET et à Marie José THÉRIAULT en présence de Nicole RENÉ, Présidente de l'Office québécois de la langue française.

Le Mot d'Or remis à Jérôme BÉDIER, Président de la Fédération des entreprises du commerce et de la distribution (FCD), salue une attention remarquable à l'emploi des mots justes dans les documents d'information du monde du commerce.

Ces exemples illustrent la présence des langues au cœur de la vie des entreprises sur les terres francophones : c'est la bonne nouvelle de ce cinquième volume des Actes des Journées du français des affaires.