

Corrigé du sujet « grand public » (la Dictée du Mot d'Or 2019)

Texte de la DICTÉE :

Le soir, Stéphanie, qui avait quasiment jeûné à midi, décida de s'offrir un repas-détente et de faire bonne chère. Elle invita une amie dans un restaurant réputé, qui datait de l'an mille neuf cent et qui n'était qu'à quelque deux cents mètres de son appartement, au numéro deux cent de la rue. En l'attendant, elle consulta le menu. Une accorte sommelière lui fit remarquer que le café était inclus dans le prix mais que le vin était exclu. La salle était décorée par les trophées dorés d'un club de golf, dont l'arrangement asymétrique n'eut pas l'heur de lui plaire. Deux dames très chics, en robe de lamé, passèrent près d'elle et la saluèrent. C'étaient des amies de jeunesse et Stéphanie se souvint avec nostalgie des cinq années qu'elle avait vécu en leur compagnie.

Sur ces entrefaites, son amie arriva enfin, tout enchifrenée et ayant l'air contrariée par son retard. « Bien que j'aie une voiture, expliqua-t-elle, j'ai pris un taxi car je n'aime pas conduire en ville. Je ne regrette pas les soixante euros qu'il m'a coûté. »

Elles commandèrent un carpaccio de Saint-Jacques crues aux truffes, un ris de veau meunière au riesling, des fraises au sabayon de champagne et une bouteille de cabernet d'Anjou.

N.B. :

1) *vingt et cent employés pour vingtième et centième sont considérés comme invariables : « l'année mille neuf cent », « le numéro deux cent » (nombres cardinaux employés comme adjectifs ordinaux).*

2) *« mille neuf cent, deux cents et, deux cent » peuvent s'écrire aussi « mille-neuf-cent, deux-cents et deux-cent » (le rapport du Conseil supérieur de la langue française publié le 6 décembre 1990 au J.O. préconise l'usage du trait d'union pour tous les numéraux composés).*

3) *« quelque deux cents mètres » : quelque est un adverbe invariable signifiant « environ »*

4) *heur = bonheur*

5) *« des dames très chics » : l'adjectif chic s'accorde en nombre mais est invariable en genre.*

6) *« les cinq années qu'elle avait vécu en leur compagnie » : dans son sens originel (être en vie, exister), vivre est un verbe intransitif (il n'est transitif qu'aux sens de mener, éprouver, supporter : vivre sa vie, vivre un calvaire par exemple). « Les années » n'est pas un complément d'objet mais un complément circonstanciel de temps. On écrirait en revanche : « Les cinq années infernales que j'ai vécues » (c'est-à-dire supportées).*

7) *« tout enchifrenée » : l'adverbe « tout » est invariable sauf devant un mot féminin commençant par une consonne ou un h aspiré.*

8) *« ayant l'air contrariée » : lorsque « avoir l'air » signifie « paraître », l'adjectif ou le participe est considéré comme un attribut et s'accorde avec le sujet. Lorsque « avoir l'air » signifie « a l'apparence de », il équivaut à « avoir un air » et l'adjectif ou le participe s'accorde avec « air ».*

9) *« les soixante euros » qu'il m'a coûté : coûter est un verbe intransitif ou transitif indirect (il n'est transitif direct qu'au sens figuré). « Les soixante euros » n'est pas un complément d'objet mais un complément circonstanciel (ou adverbial) de mesure.*

10) *« coûté » peut s'écrire aussi « couté » (préconisation du rapport du Conseil supérieur de la langue française publié le 6 décembre 1990 au J. O.).*

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. Les dates mentionnées sont celles de la publication au Journal officiel.

Ces termes sont en majorité extraits des lexiques figurant sur le site de l'APFA (<http://www.apfa.asso.fr>). Ces lexiques donnent les équivalents français de plus de 7600 anglicismes et près de 3800 définitions (la plupart officielles) de termes relevant du français des affaires.

directeur général, directrice générale (économie d'entreprise) : salarié ou salariée 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.

grand magasin (commerce) : grand établissement de vente regroupant les marchandises de différents commerces, présentées dans des rayons spécialisés.

émission-débat (télévision) : émission consistant en une discussion sur des sujets de société entre un animateur et ses invités. Elle est à distinguer du **débat-spectacle**, émission de divertissement consistant en une discussion sur des sujets de société entre un animateur et ses invités (18.01.2005).

commerce de détail (commerce) : commerce dont l'activité consiste à vendre en petites quantités à des consommateurs des marchandises achetées en gros.

avant-soirée (télévision) : tranche horaire qui précède les heures de grande écoute (18.01.2005).

associé principal (économie d'entreprise) : dans une société en nom collectif ou en commandite.

directeur de centre commercial (commerce) : responsable du fonctionnement, du développement et de l'animation d'un centre commercial (26.03.2004).

les grandes entreprises, les grandes affaires (économie d'entreprise) : ensemble des activités industrielles, agricoles, commerciales ou financières de grande envergure (28.07.2001).

vente au détail (commerce) : activité commerciale consistant à vendre en petites quantités à des consommateurs des marchandises achetées en gros.

femme d'affaires (économie d'entreprise) : femme qui traite des affaires commerciales et financières.

opérateur de prise de vue, cadreur (audiovisuel) : responsable de la caméra et du cadrage des images, sous l'autorité du directeur de la photographie (18.02.1983).

repas rapide (restauration) : repas léger pris rapidement, généralement en libre-service.

déjeuner-buffet, petit-déjeuner-déjeuner, déjeuner-dîner (Québec, Suisse, Belgique) (restauration) : repas qui se prend entre la fin de la matinée et le début de l'après-midi et qui prend souvent la forme d'un buffet où chacun vient se servir en fonction de ses goûts et de son appétit.

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

présentoir (restauration) : meuble utilisé pour la présentation des plats dans la restauration en libre-service (15.09.1992).

libre-service (restauration) : service que le client assure lui-même dans certains restaurants ; restaurant où le client se sert lui-même.

tricot de sportif (habillement) : maillot conçu pour laisser évacuer l'humidité et la transpiration.

appareil d'entraînement à domicile (sport) : appareil fixe qui permet de pratiquer chez soi les mouvements de différents sports, le plus souvent vélo d'appartement.

gymnastique de forme (sport) : ensemble d'exercices qu'effectue une personne en vue d'améliorer et d'entretenir sa forme physique, dans un souci de bien-être.

culturisme (sport) : culture physique où l'on fait travailler certains groupes musculaires pour les développer de façon apparente.

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.

mercaticienne (économie d'entreprise) : spécialiste 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 (12.05.2000 et 28.03.2018).

démarchage téléphonique (mercatique) : technique de prospection, de vente et d'enquêtes commerciales fondée sur des appels téléphoniques en nombre et ciblés (28.02.1993).

publipostage (mercatique) : prospection, démarchage ou vente par voie postale (3.01.1974).

acheteur potentiel (mercatique) : contact qui est susceptible d'être intéressé pour une offre commerciale, un produit ou un service.

acheteur potentiel identifié (mercatique) : contact qu'une entreprise considère comme prometteur en raison de l'intérêt qu'il a manifesté pour une offre commerciale, un produit ou un service, par exemple par une demande d'informations dans un salon).

acheteur potentiel confirmé (mercatique) : contact dont le besoin d'achat pour un produit ou un service donné est confirmé, par exemple par la demande d'un devis.

grossiste (commerce) : intermédiaire dans les circuits de distribution entre le producteur et le détaillant.

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 (26.03.2004).

chef des ventes (commerce) : personne qui, sous les ordres du directeur commercial, est responsable de l'action de vente par une équipe de vendeurs (30.01.2005).

vente agressive à prix réduit (mercatique) : elle est appelée aussi **maxidiscompte**, le discompte étant un système de commercialisation qui permet d'offrir au client des produits à prix réduit ; discompte est un synonyme ancien d'escompte (28.02.1993).

flux de trésorerie (gestion financière) : ensemble des entrées et sorties de trésorerie et d'équivalents de trésorerie (13.03.2013).

conseiller en mercatique (*économie d'entreprise*) : spécialiste qui fait profession de conseiller les entreprises dans le domaine de la mercatique : voir ci-dessus.

groupe de conseillers (*économie d'entreprise*) : petit groupe d'experts et de techniciens qui assiste une direction.

président, président directeur général (*économie d'entreprise*) : dirigeant de plus haut rang dans une société anonyme ; président du conseil d'administration, pouvant exercer aussi la fonction de directeur général.

publireportage (*publicité*) : message publicitaire écrit ou télévisé présenté sous la forme d'un reportage permettant de fournir au consommateur des informations plus détaillées que par les messages classiques (12.05.2000).

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

magazine promotionnel (*mercatique*) : publication gratuite destinée à la clientèle (28.07.2001).

veille à la concurrence (*économie d'entreprise*) : recherche, traitement et diffusion, en vue de leur exploitation, de renseignements relatifs à la concurrence (14.08.1998).

évaluation par comparaison (*économie d'entreprise*) : procédure d'évaluation par rapport à un ou plusieurs modèles reconnus, appelée aussi **parangonnage** (25.02.2018).

concurrence par la réduction du temps de réponse (*économie d'entreprise*) : la vitesse de réaction de l'entreprise aux évolutions du marché est un avantage concurrentiel important.

plan mercatique (*mercatique*) : organisation coordonnée de l'ensemble des actions commerciales de l'entreprise, appelée parfois **marchéage**.

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

cadre de direction (*économie d'entreprise*) : directeur ou sous-directeur d'un service.

réunion-bilan (*économie d'entreprise*) : réunion destinée à rendre compte d'une opération pour faire le point sur sa réalisation et ses résultats, et éventuellement décider de la suite à donner (27.12.2006).

mentor (*économie d'entreprise*) : cadre chargé d'améliorer les compétences et la réussite professionnelle d'un individu ou d'une équipe (26.03.2004).

beni-oui-oui (*divers*) : personne toujours empressée à approuver les initiatives d'une autorité établie.

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

jeune loup (*économie d'entreprise*) : jeune cadre dynamique et ambitieux.

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.

meneur (*économie d'entreprise*) : **numéro un**, personne ou organisation en tête dans son domaine d'activité, qui exerce une influence prépondérante sur le groupe auquel elle appartient ou qui est cooptée pour représenter ce groupe.

centre commercial (*commerce et urbanisme*) : vaste ensemble commercial offrant une large gamme de magasins et de services, conçu et géré comme une même entité (5.06.2014).

défi ou challenge (*divers*) : entreprise difficile dans laquelle on se lance pour gagner.

personnel (*économie d'entreprise*) : ensemble des personnes employées dans un service ou une entreprise.

emploi (*marché du travail*) : situation d'un salarié ayant un contrat de travail.

remue-méninges (*divers*) : technique de groupe destinée à stimuler l'imagination des participants en vue de leur faire produire le maximum d'idées dans le minimum de temps (18.02.1983).

mise en scène commerciale (*économie d'entreprise*) : théâtralisation et animations commerciales.

parc commercial (*commerce et urbanisme*) : centre commercial (voir ci-dessus)

centre de commerces et de loisirs (*commerce et urbanisme*) : centre commercial faisant une large place aux animations et aux mises en scène commerciales et aménagé également comme un centre de loisirs.

Voici ce que donnerait le début du conte terminologique en français :

Stéphanie, **general manager** d'un **department store**, sortait d'un **talk show** matinal sur l'évolution du **retail business**, dont la diffusion était prévue en **access primetime** et auquel elle avait participé, avec le **senior partner** de son entreprise et un **retail management director**, comme représentants du **big business** dans le secteur du **retail**. Son allure de **business woman relax** et **glamour** et son **background** remarquable avaient séduit l'animateur et les **cameramen**.

Après l'émission, elle se contenta d'un **quick meal** en profitant du **brunch** offert par les organisateurs mais en se limitant à un **snacking** autour du **scramble en self-service**. Elle regagna son appartement et enfila un **sweater** pour utiliser son **home trainer**, dans une but de **fitness** et non de **body building**. Elle voulait rester physiquement **au top niveau**. Elle rejoignit ensuite son bureau.

Elle ne s'était pas formée **on the job** mais avait fait ses études dans une **business-school** et avait commencé sa carrière de **marketing woman** en mettant en place un service de **phoning** et de **mailing** pour atteindre les **suspects** et relancer les **leads** et les **prospects** d'un **dealer** en matériel photographique, tout en évitant le **churning** commercial. Elle avait ensuite été **sales executive** d'une enseigne pratiquant le **hard discount**, dont

elle avait réussi à **booster** les ventes et améliorer le **cash-flow**. Elle avait poursuivi sa vie professionnelle comme **consultant marketing** dans le **brain trust** du **chairman** d'une société fabriquant de l'électroménager. Elle s'y était montrée de bon conseil pour la commande d'un **infomercial et de spots publicitaires** télévisés, pour la création d'un **customer magazine** et pour la mise en place d'une **competitive intelligence** et d'un **benchmarking** afin de situer l'entreprise par rapport à ses concurrents et d'une **time-base competition** afin de réagir plus vite qu'eux. Elle fut également chargée de préparer un projet de **marketing mix** et de **copy strategy** pour la prochaine campagne publicitaire. Depuis quelques années, elle dirigeait le **department store**.

Au cours de l'après-midi, elle réunit les **executive managers** de son entreprise pour un **debriefing**. Elle se voulait le **coach** de collaborateurs efficaces. Elle détestait les **yes-men** paralysés par la peur de contrarier leur **boss**. Elle avait même un faible pour les **yuppies**. Après avoir rappelé la **corporate culture**, son souci de rester **leader** dans un **shopping center** en léger déclin et le **challenge** de maintenir néanmoins l'activité et de conserver tout le **staff** en ne supprimant aucun **job**, elle lança une séance de **brainstorming** sur le thème du **retailtainment** : l'entreprise faisait partie d'un **retail park** manquant de dynamisme, fallait-il chercher à faire évoluer celui-ci vers un **retailtainment center** ?