

« LE MOT D'OR » 2019 : corrigé indicatif

1^{ère} 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.

Voici des exemples de réponses possibles :

- a) publicité opportuniste, publicité en embuscade
- b) stratégie de croissance éclair
- c) prêt-à-camper de luxe

2^{ème} partie :

Contrat de prêt dont la rémunération inclut une participation du prêteur aux bénéfices de l'emprunteur	Prêt participatif
Dans un message électronique, association facétieuse de quelques caractères typographiques qui évoquent un visage expressif	Frimousse Binette (Québec)
Camion équipé pour confectionner rapidement des mets, le plus souvent élaborés, à emporter ou à consommer sur place	Camion de restauration Camion restaurant
Technique d'achat et de vente à distance recourant à des moyens de communication portables (téléphones mobiles)	Commerce sans fil
Logiciel distribué avec l'ensemble de ses programmes-sources afin que l'ensemble des utilisateurs qui l'emploient puissent l'enrichir et le redistribuer à leur tour	Logiciel libre
Navire-citerne affecté au transport de pétrole et de produits pétroliers	Pétrolier
Ensemble des opérations bancaires de faible montant unitaire faites essentiellement avec les particuliers, les professions libérales et les petites entreprises	Banque de détail
Stratégie d'entreprise dont l'objectif est de réorienter l'offre commerciale vers le haut de gamme	Montée en gamme
Bureaux mis à disposition d'utilisateurs temporaires ; mise à disposition de tels bureaux	Bureaux à la carte Hôtellerie de bureaux
Logiciel qui permet de représenter des données sous forme de graphiques	Grapheur
Degré de réputation d'une marque, d'une enseigne ou d'une entreprise résultant d'une enquête demandant de citer le nom d'un produit, d'un service, etc.	Notoriété
Dispositif informatique de pointage et de navigation, qui comporte une surface plane sur laquelle on déplace le doigt	Pavé tactile
Technique commerciale consistant à appliquer à un nouveau produit un nom de marque connu	Extension de marque
Mode de travail consistant, pour des professionnels indépendants, à partager espace, poste de travail, expérience ou compétences	Cotravail
Réseau de télécommunication et de téléinformatique destiné à l'usage exclusif d'un organisme et utilisant les mêmes protocoles et techniques que l'internet	Intranet
Indemnité de rupture dans le cas particulier d'un contrat à exécution successive (bail, contrat de travail...)	Indemnité de résiliation
Fenêtre qui s'affiche soudainement à l'écran sans que l'utilisateur en ait fait la demande	Fenêtre intrusive
Service mettant des véhicules à la disposition d'utilisateurs successifs selon une procédure simplifiée par rapport à la location traditionnelle (libre-service automatisé par exemple)	Partage de véhicule Autopartage
Bande magnétique servant à l'enregistrement des images et du son	Bande vidéo
Croissance économique respectueuse de l'environnement naturel, et visant, par des actions ou des innovations spécifiques, à remédier aux atteintes qui lui sont portées	Croissance verte

3^{ème} 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.

La plupart de ces termes sont 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.

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).

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

talk show (télévision) : **émission-débat** (émission consistant en une discussion sur des sujets de société entre un animateur et ses invités. Le terme **talk show** désigne aussi le **débat-spectacle**, émission de divertissement consistant en une discussion sur des sujets de société entre un animateur et ses invités. – 18.01.2005).

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

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

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

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

big business (économie d'entreprise) : **les grandes affaires, les grandes entreprises, le grand commerce** (ensemble des activités industrielles, agricoles, commerciales ou financières de grande envergure. – 28.07.2001).

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

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

relax (société) : décontracté.

glamour (société) : élégant, séduisant.

background (économie d'entreprise) : carrière, expérience.

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

quick meal (restauration) : **repas rapide**.

brunch (mot-valise combinant les mots *breakfast* et *lunch* - restauration) : **déjeuner-buffet, petit-déjeuner-déjeuner, déjeuner-dîner** (Québec, Suisse, Belgique) (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).

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

scramble (restauration) : **présentoir, buffet** (pour la restauration en libre-service – 15.09.1992)

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

sweater (habillement) : **tricot de sportif, tricot d'entraînement** (mais aussi gilet à manches longues).

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

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

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

au top niveau : **au meilleur niveau, en pleine forme**.

on the job (formation) : **sur le tas** (par la pratique, en travaillant).

business-school (formation) : **école de commerce et de gestion** (école où sont enseignées les théories et les techniques du commerce et de la gestion).

marketing woman (économie d'entreprise) : **mercaticienne** (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).

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).

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

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

lead (*mercatique*) : **acheteur potentiel identifié** (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).

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

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

churning (*mercatique*) : **barattage commercial** (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).

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

hard discount (*mercatique*) : **vente à prix réduit agressive, maxidiscompte** (le discompte est un système de commercialisation permettant d'offrir au client des produits à prix réduit ; discompte est un synonyme ancien d'escompte. – 28.02.1993).

booster (*divers*) : **relancer** (dynamiser, stimuler, donner de l'élan, doper, encourager, renforcer, etc. – 12.05.2000).

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

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

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

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

infomercial (*publicité*) : **publireportage** (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).

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

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

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

benchmarking (*économie d'entreprise*) : **évaluation par comparaison, référencement, parangonnage** (procédure d'évaluation par rapport à un ou plusieurs modèles reconnus, qui s'inscrit dans une recherche d'excellence. - 25.02.2018).

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

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

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

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

debriefing (*économie d'entreprise*) : **réunion-bilan** (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).

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

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

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

yuppie (*Young Urban Professional, et par opposition à hippie – économie d'entreprise*) : **jeune loup** (jeune cadre dynamique et ambitieux).

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).

leader (*économie d'entreprise*) : **meneur, 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).

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

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

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

job (*marché du travail*) : **emploi, travail, poste, métier, tâche, boulot** (familier).

brainstorming (divers) : remue-méninges (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).

retailtainment (économie d'entreprise) : commerce et divertissement (animations, mise en scène commerciale).

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

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

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

Stéphanie, **directrice générale** d'un **grand magasin**, sortait d'une **émission-débat** matinale sur l'évolution du **commerce de détail**, dont la diffusion était prévue en **avant-soirée** et auquel elle avait participé, avec l'**associé principal** de son entreprise et un **directeur de centre commercial**, comme représentants des **grandes entreprises** dans le secteur de la **vente au détail**. Son allure de **femme d'affaires décontractée** et **élégante** et sa **carrière** remarquable avaient séduit l'animateur et les **opérateurs de prise de vue**.

Après l'émission, elle se contenta d'un **repas rapide** en profitant du **déjeuner-buffet** offert par les organisateurs mais en se limitant à un **grignotage** autour du **présentoir** en **libre-service**. Elle regagna son appartement et enfila un **tricot de sportif** pour utiliser son **appareil d'entraînement à domicile**, dans un but de **gymnastique de forme** et non de **culturisme**. Elle voulait rester en **pleine forme physique**. Elle rejoignit ensuite son bureau.

Elle ne s'était pas formée **sur le tas** mais avait fait ses études dans une **école de commerce et de gestion** et commencé sa carrière de **mercaticienne** en mettant en place un service de **démarchage téléphonique** et de **publipostage** pour atteindre les **acheteurs potentiels** et relancer les **acheteurs potentiels identifiés** et les **acheteurs potentiels confirmés** d'un **grossiste** en matériel photographique, tout en évitant le **barattage commercial**. Elle avait ensuite été **chef des ventes** d'une enseigne pratiquant la **vente agressive à prix réduit**, dont elle avait réussi à **relancer** les ventes et améliorer le **flux de trésorerie**. Elle avait poursuivi sa vie professionnelle comme **conseillère en mercatique** dans le **groupe de conseillers** du **président** d'une société fabriquant de l'électroménager. Elle s'y était montrée de bon conseil pour la commande d'un **publireportage** et de **messages publicitaires** télévisés, pour la création d'un **magazine promotionnel** et pour la mise en place d'une **veille à la concurrence** et d'une **évaluation par comparaison**, afin de situer l'entreprise par rapport à ses concurrents, et d'une **concurrence par la réduction du temps de réponse** afin de réagir plus vite qu'eux. Elle fut également chargée de préparer un projet de **plan mercatique** et de **base de campagne** pour la prochaine campagne publicitaire. Depuis quelques années, elle dirigeait le **grand magasin**.

Au cours de l'après-midi, elle réunit les **cadres de direction** de son entreprise pour une **réunion-bilan**. Elle se voulait le **mentor** de collaborateurs efficaces. Elle détestait les **béni-oui-oui** paralysés par la peur de contrarier leur **patron**. Elle avait même un faible pour les **jeunes loups**. Après avoir rappelé la **culture d'entreprise**, son souci de rester **meneur** dans un **centre commercial** en léger déclin et le **défi** de maintenir néanmoins l'activité et de conserver tout le **personnel** en ne supprimant aucun **emploi**, elle lança une séance de **remue-méninges** sur le thème de la **mise en scène commerciale** : l'entreprise faisait partie d'un **parc commercial** manquant de dynamisme, fallait-il chercher à faire évoluer celui-ci vers un **centre de commerces et de loisirs** ?

4ème 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.