

LE MOT D'OR DE LA FRANCOPHONIE 2021

(mardi 16 mars 2021 de 14h à 15h)

COUPE DU FRANÇAIS DES AFFAIRES

(projet d'entreprise – créativité francophone – maîtrise du français des affaires)

Nom et prénom du candidat (en majuscules accentuées) :

Établissement et division :

Les organisateurs vous remercient et vous félicitent d'affirmer, par votre participation, votre **volonté d'entreprendre (4^{ème} partie)** marquée par votre **créativité francophone (1^{ère} et 4^{ème} parties)** et votre souci permanent d'une bonne maîtrise du **français des affaires**, condition de toute réussite professionnelle et de la compréhension des langues étrangères.

SUJET

Le sujet comporte quatre parties indépendantes. Les réponses doivent être portées sur le sujet lui-même.

1^{ère} partie : cherchez des mots nouveaux pour des concepts nouveaux. Proposez, dans chacun des cas suivants, un mot, un sigle ou une expression pour désigner en français :

a) Un mode de livraison par lequel un distributeur, qui dispose à la fois d'une offre en ligne sur la Toile et d'un réseau de points de vente, livre ses clients qui ont commandé en ligne à partir de ses magasins et non à partir d'une plateforme spécialisée. Ce système nécessite une mise en place opérationnelle complexe, notamment au niveau de chaque point de vente, mais permet de réduire les coûts et les délais de livraison en s'appuyant sur le maillage territorial des points de vente. Il peut aussi permettre de mieux gérer les stocks en évitant les ruptures ou les excès dans les magasins ou dans une plateforme spécialisée.

Réponse :

b) Le retrait d'argent chez un commerçant à l'occasion d'un achat. Faire 20 euros d'achats dans un magasin, payer 50 euros par carte bancaire et recevoir du commerçant 30 euros en espèces : ce service de dépannage, fourni sur une demande formulée avant le paiement, est une pratique largement répandue en Europe où il représentait déjà 7 % du total des retraits en 2017. En France, le montant maximal que le commerçant peut rendre au client est fixé à 60 euros. Les paiements par chèque ne peuvent pas donner lieu à fourniture d'espèces.

Réponse :

c) La technique de communication publicitaire qui consiste à diffuser une information ou un message favorable à une marque ou à ses produits sans que le message apparaisse comme venant de la marque et sans mention explicite de celle-ci. On utilise par exemple une image ou une musique associée à une publicité connue du public, ou des objets ou logos apparaissant furtivement dans un film, ou de faux avis de consommateurs sur Internet, etc. La communication peut aussi provenir d'un concurrent malintentionné et être défavorable à une marque qu'il cherche à dénigrer...

Réponse :

2^{ème} partie : trouvez le mot ou l'expression dont la définition vous est donnée :

Les candidats du niveau « initiation » doivent trouver **dix** mots ou expressions, les candidats du niveau « approfondissement » **quinze**, et les candidats du niveau « spécialisation » **vingt**.

Consommateur susceptible d'acheter un produit donné	
Mode de financement d'activités culturelles faisant appel à plusieurs marques partenaires	
Recours à des modes de déplacement compatibles avec les objectifs du développement durable	
Personne jouissant d'une notoriété suffisante pour lancer, en liaison avec une entreprise, une mode vestimentaire ou un comportement de consommation	
Caractère @, fréquemment employé dans les adresses de courrier électronique pour séparer le nom identifiant l'utilisateur de celui du gestionnaire de la messagerie	
Technique mercatique reposant sur la transmission, de proche en proche, par voie électronique, de messages commerciaux circulant entre les consommateurs	
Financement faisant appel à un grand nombre de personnes, généralement des internautes, pour qu'elles investissent les fonds nécessaires à l'aboutissement d'un projet	
Programme d'aide à l'élimination des bogues (défaut de conception ou de réalisation se manifestant par des anomalies de fonctionnement d'un logiciel)	
Monnaie dont la création et la gestion reposent sur l'utilisation des techniques de l'informatique et des télécommunications (exemple : le bitcoin)	
Logiciel d'aide à l'acquisition de connaissances ou de compétences	
Message publicitaire diffusé par voie postale	
Service de télécommunication interpersonnelle permettant l'enregistrement et le stockage de messages sonores téléphonés, leur écoute et leur expédition éventuelle vers un ou plusieurs destinataires	
Paiement qui s'effectue chaque fois qu'on utilise un bien ou un service	
Service en ligne qui, au moyen d'un logiciel de navigation, permet le traitement des courriels et donne accès aux fonctions habituelles d'un logiciel de messagerie	
Agent économique profitant d'un bien ou d'un avantage collectif sans en supporter les frais, laissés à la charge des autres usagers.	
Opération qui vise à déceler des comportements discriminatoires en effectuant successivement des démarches analogues au nom de personnes différentes par l'origine ou l'apparence	
Voyage de récompense offert par une entreprise ou un organisme pour stimuler un salarié ou un distributeur	
Tout acteur concerné par la bonne marche de l'entreprise, tels le créancier, le fournisseur, le client, le dirigeant, le salarié, l'actionnaire	
Pratique consistant à repérer les internautes qui ont visité un site marchand afin de leur adresser des messages publicitaires liés à leurs centres d'intérêt présumés	
Véhicule ou élément de véhicule qui, équipé pour le séjour ou l'exercice d'une activité, conserve en permanence les moyens de mobilité lui permettant d'être déplacé par simple traction	

3^{ème} partie : dites-le en français.

Remplacez, dans le texte suivant, des expressions et mots étrangers ou relevant du français par des équivalents français. Écrivez dans la marge de droite chaque expression ou mot retenu et son équivalent français.

Les candidats du niveau « initiation » doivent donner **dix** équivalents, les candidats du niveau « approfondissement » **quinze**, et les candidats du niveau « spécialisation » **vingt**.

Installé dans le rocking chair de son living room, bien qu'il ne fût pas adepte du cocooning, Rémi sirota un energy drink on the rocks et fit un flashback sur sa carrière. Il avait eu une jeunesse assez cool et même relax, plus préoccupé par sa voiture qu'il avait tunée et customisée pour la rendre plus design, et qu'il allait exhiber en regardant des soaps dans les drive-in cinémas, ou par le snowboard freestyle, le skatepark boarding ou le nordic walking dont il était addict que par ses études. Mais sa famille n'appartenait pas à la jet set et faisait partie tout au plus de la middle class. Après qu'un aquaplaning ait failli lui faire renverser un biker, il avait pris conscience à temps de sa futilité et suivi les cours d'une business school.

Il aurait eu envie d'être freelance et aurait voulu profiter de l'essor du Net business où il espérait trouver une market niche et se lancer dans l'e-commerce en devenant e-tailer. Un seed capital et un early-stage financing auraient été nécessaires mais, en dépit de la qualité de son business plan, il ne put trouver ni love money, ni business angel et chercha en vain l'aide d'une société de venture capital ou un partenaire pour une joint venture.

Il dut donc se contenter, comme premier job de vendre en door-to-door des blenders de cuisine. Mais il fut vite fatigué des modalités du direct marketing : hard selling, vente au finish, proposition d'avantage hard ou d'avantage soft, répétition du même pitch.

Sa formation de marketer lui permit d'être embauché dans le service de marketing intelligence d'une entreprise du food business orientée vers l'ecofood. Très customer-driven, il avait su détecter à temps l'essor du fun shopping et permis l'adaptation du packaging de certains produits à cette niche marketing. Devenu e-business manager, il avait lancé une opération de marketing viral sur les newsgroups, comptant sur le buzz marketing pour rendre l'entreprise vraiment click-and-mortar. Il occupait maintenant le poste de marketing manager et se trouvait parmi les executive managers de l'entreprise. C'était une bonne situation, même s'il ne faisait pas partie des happy few.

Rémi descendit pour le lunch dans un self-service en free flow. Il prit un plateau pour circuler dans le food court et choisir ses plats sur des scrambles avant de passer au check-out. Il ne dédaignait pas le fooding mais il appréciait aussi le fast food car il fait gagner du temps.

