

COUPE « LE MOT D'OR » 2008 : 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.

2^{ème} partie :

| | |
|---|--|
| aboutissement favorable d'une négociation entre deux ou plusieurs parties | accord |
| dénomination unique à caractère universel qui permet de localiser un document sur Internet et qui indique le chemin pour y accéder (exemple : http://www.culture.gouv.fr/culture/dglf/accueil.htm) | adresse universelle (ou adresse réticulaire) |
| logiciel conçu pour détecter les virus et les vers et, le cas échéant, les éliminer ou suggérer des remèdes. | (logiciel) antivirus |
| appareil portatif de reproduction sonore et éventuellement d'enregistrement, muni d'un casque à écouteurs, que l'on peut utiliser en se déplaçant | baladeur |
| carburant constitué de dérivés industriels tels que les gaz, alcools, éthers, huiles et esters obtenus après transformation de produits d'origine végétale ou animale | biocarburant |
| calculatrice électronique de petite dimension | calculette |
| carte de paiement remise par les entreprises à certains de leurs salariés pour régler leurs frais professionnels | carte d'entreprise |
| personne responsable, dans une entreprise, de la gestion d'un produit ou d'un groupe de produits | chef de produit, manager de produit |
| logiciel apparemment inoffensif, installé ou téléchargé sur un ordinateur et au sein duquel a été dissimulé un programme malveillant qui peut par exemple permettre la collecte frauduleuse, la falsification ou la destruction de données. | cheval de Troie |
| compagnie aérienne dont l'offre commerciale repose principalement sur les tarifs les plus bas possible, obtenus en réduisant les coûts d'exploitation, notamment ceux qui sont liés aux conditions d'utilisation des appareils et aux services proposés aux passagers | compagnie à bas prix, compagnie à bas coûts |
| ensemble d'installations hôtelières et d'équipements de loisirs aménagés en un lieu par un même promoteur | complexe touristique |
| rapport qui rend compte à l'ensemble des acteurs concernés de l'activité d'une entreprise, considérée du point de vue des relations humaines, de la morale professionnelle et des effets sur l'environnement | rapport social, compte rendu social |
| vendeur qui sollicite la clientèle à son domicile | démarcheur |
| responsable de haut niveau dans une entreprise | dirigeant |
| acteur économique qui commercialise des produits ou des services exclusivement sur Internet | distributeur en ligne |
| technique de fraude visant à obtenir des informations confidentielles, telles que des mots de passe ou des numéros de cartes de crédit, au moyen de messages ou de sites usurpant l'identité d'institutions financières ou d'entreprises commerciales | hameçonnage, filoutage |
| 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 | réunion-bilan |
| travail sur l'aspect extérieur d'un produit industriel en vue d'un résultat esthétique s'accordant aux impératifs fonctionnels et commerciaux | stylisme |
| technique de vente faisant appel à des arguments adaptés à la personne de l'acheteur | vente personnalisée |

| | |
|---|---------------------------|
| ensemble de prestations de service (transport, hébergement, restauration, visites, excursions, distractions, etc.) proposé à prix fixe par un organisateur de voyages ou de séjours | voyage à forfait, forfait |
|---|---------------------------|

3^{ème} partie (corrigé du sujet de la Coupe francophone des affaires) :

Liste indicative d'équivalents possibles **dans le contexte donné** (tous les anglicismes composés ont été écrits avec des traits d'union, conformément aux habitudes des dictionnaires français, bien que cela ne soit d'usage en anglais que pour les adjectifs) :

marketing-manager : directeur de la mercatique
trade-show : salon professionnel, foire-exposition
auto-center : centre automobile, centre auto
biodiesel : biogazole
alcoholtest : éthylomètre (*éthylotest* désigne l'opération, *alcootest* est une marque)
airbag : sac gonflable, coussin gonflable, coussin de sécurité
ABS (anti-blockier-system : terme allemand) : ABS (antiblocage de sécurité)
aquaplaning : aquaplanage
biker : motard, motocycliste
boss : patron
briefer : donner des instructions, donner des consignes, mettre au courant, instruire
executive-manager : cadre de direction
food-business : agroalimentaire, industrie et commerce alimentaires
cobranding : alliance de marques, cogriffage
blender : mélangeur
mixer : batteur
toaster : grille-pain
designer : styliste, esthéticien industriel
look : aspect, apparence, allure
high-tech : de haute technicité, de technique de pointe, de pointe
up-market : haut de gamme, de qualité supérieure
the happy few : les privilégiés
marketing-intelligence : veille au marché, veille mercatique (veille : recherche permanente d'informations)
customer-driven : à l'écoute des clients
fun-shopping : achat récréatif, achat ludique, achat plaisir
product-manager : chef de produit
en real-time (terme informatique) : en temps réel (signifie ici : en réagissant sans perte de temps)
design : style, esthétique (industrielle)
niche marketing : créneau mercatique
phoning : démarchage téléphonique
Web : Toile
teasing : aguichage
marketing viral : bouche-à-oreille électronique
newsgroup : forum
Webmaster : administrateur de site
Website : site sur la Toile
hacker : fouineur, bidouilleur
buzzer : spécialiste du bouche-à-oreille
blockbuster : produit vedette
flagship : porte-drapeau, tête de gamme, produit vedette
cash-cow : vache à lait
hard-selling : vente agressive
avantage hard : avantage choc
e-commerce : commerce en ligne
e-clientèle : clientèle d'internautes
offshoring : délocalisation
pure-player : distributeur en ligne
click-and-mortar : entreprise traditionnelle (bricks-and-mortar) travaillant aussi sur la Toile
hard-discounter : maxidiscompteur
category killer : (magasin spécialisé) casseur de prix
corner : emplacement promotionnel
vidéo-clip : vidéo promotionnelle, bande vidéo promotionnelle, bande promo

dumping : vente à perte
branding : image
mystery shopper : faux client (chargé de tester les vendeurs)
customer-assistant : assistant de clientèle
odd-price : prix en trompe-l'œil (19,99 € par exemple)
prix discount : prix réduit

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

Quentin, **directeur de la mercatique** d'un fabricant d'appareils électroménagers, quitta le **salon professionnel** qu'il venait de visiter et se dirigea vers un **centre automobile** pour faire le plein de **biogazole**, acheter un **éthylomètre** et faire vérifier ses **sacs gonflables** et son **ABS (antiblocage de sécurité)**. Il était devenu très prudent depuis qu'un **aquaplanage** avait failli lui faire renverser un **motard**. Son **patron** lui avait **donné ses instructions** la veille car il devait rencontrer le soir un **cadre de direction** d'une entreprise de l'**agroalimentaire** pour lui proposer une **alliance de marques** portant sur une série d'appareils courants (**mélangeur, batteur, grille-pain...**) auxquels des **stylistes** habiles avaient donné un **aspect de haute technicité** pour qu'ils aient l'apparence de produits **haut de gamme** destinés aux **privilegiés**.

Grâce au service de **veille au marché** que Quentin, très à **l'écoute du client**, avait mis 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 en **temps réel** l'**esthétique** des produits pour occuper ce **créneau mercatique**. La valeur unitaire des articles ne justifiait pas le **démarchage téléphonique** ou le **porte-à-porte**. Utilisateur lui-même de la **Toile**, Quentin avait eu l'idée d'un **aguichage** par **bouche-à-oreille électronique** sur les **forums**. Il 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**.

L'entreprise de Quentin pratiquait le **commerce en ligne** avec une **clientèle d'internautes** et avait recouru à la **délocalisation**. Elle n'était cependant pas devenue un simple **distributeur en ligne** mais était une **entreprise traditionnelle acclimatée à la Toile**. En attendant sa voiture, il entra dans un magasin spécialisé qui avait la réputation d'être un **maxidiscompteur** et même un **casseur de prix**. Il fut étonné de trouver un de ses appareils dans un **emplacement promotionnel** avec une **vidéo promo** bien faite, mais à un prix qui sentait la **vente à perte**. Ce n'était pas bon pour l'**image** de l'entreprise. Jouant au **faux client**, il interrogea un **assistant de clientèle** sur les autres appareils. Il fut rassuré car leurs prix relevaient plus du prix en **trompe-l'œil** que du vrai **prix réduit**.

4^{ème} partie (origines étymologiques) :

& (dit « et commercial », esperluette, esperluète ou perluète) :

Réponse : et (latin) est la seule réponse sûre pour expliquer l'origine du signe &. Mais chacune des trois autres a ses partisans pour expliquer la formation des mots esperluette, esperluète ou perluète.

Le signe & résulte de la ligature des lettres e et t pour abrégé l'écriture du mot *et*. Ce symbole, dont la forme a varié au cours du temps et varie encore selon les polices de caractères utilisées (&, &, &, &, &, &, &, etc.) était déjà utilisé à l'époque romaine. On en attribue l'invention à Tiron (Marcus Tullius Tiro), secrétaire de Cicéron et auteur d'une méthode de sténographie (les « notes tironiennes ») qui a été utilisée jusqu'à la fin du 15^e siècle. Mais ce sont les calligraphes du Moyen Âge qui lui ont donné une forme voisine de celle que nous connaissons.

Ce signe, très utilisé autrefois, ne l'est plus aujourd'hui en français que dans le domaine commercial, dans les raisons sociales (Sciences & Vie, Nature & Découvertes, Auber & Duval...). Son usage est un peu plus général en anglais. Cela explique son nom de « et commercial ». On le retrouve d'ailleurs, sous une appellation similaire, dans la plupart des langues pour désigner la conjonction de coordination correspondant au *et* français : *ampersand* en anglais, *e comercial* en portugais, *e commerciale* en italien, *en-teken* en néerlandais, *handlowe i* en polonais, *i comercial* en catalan, *Kaufmannsund* en allemand, *och-tecken* en suédois, *og-tegn* en danois, *y comercial* en castillan, etc.

Son utilisation commerciale explique sa présence sur les claviers de machines à écrire dont les caractères ont été repris sur les claviers d'ordinateurs. Comme le signe @ (« à commercial »), qui figure aussi sur les claviers et qui a été choisi comme séparateur dans les adresses électroniques, le signe & est très utilisé, en informatique, dans les langages de programmation et dans le langage HTML (notamment pour l'écriture des codes des couleurs et des codes des caractères spéciaux).

L'origine des mots « esperluette » ou « esperluète » et « perluète » fait l'objet de plusieurs hypothèses.

Certains dictionnaires les font provenir des mots latins *perna* (jambe, cuisse) et *sphærule* (petite sphère) avec une influence du mot *uvula* (luette). Le nom du signe proviendrait ainsi de sa forme. Cela semble peu crédible.

Une origine plus vraisemblable réside dans le fait que le signe & était présenté autrefois comme la 27^{ème} lettre de l'alphabet et prononcé « ète ». La récitation, comme une comptine chantée, de l'alphabet par les écoliers se terminait par des mots du genre : *et, per lui, et* (signe *et* qui par lui-même signifie *et*). Cette origine, à caractère mnémotechnique, est d'autant plus crédible qu'on en trouve une similaire pour le mot anglais correspondant *ampersand* (*and per se and*).

On peut penser aussi que les enfants s'amusaient à ajouter à leur récitation (en récréation plutôt qu'en classe) un mot fabriqué à partir d'*épeler* et de *pirouette* et aient fini, par jeu, par donner ce nom au signe &. On disait d'ailleurs parfois *pirlouète* ou *pirlouette*. Cela expliquerait que le mot ait plusieurs formes.

Marché :

Réponse : *mercatus* (latin)

Le mot latin *mercatus* (formé lui-même à partir du mot *merx* qui désignait la marchandise) était employé au sens de commerce, foire, marché, place de marché. Sa forme *mercatum* est devenue *marketum* puis a évolué vers *markiet* au 11^{ème} siècle, *market* (12^{ème} siècle) et enfin *marché*.

Le mot est en général resté plus proche de la forme latine dans les autres langues romanes : *mercat* en catalan et en occitan, *mercato* en italien, *mercato* en corse, *mercado* en espagnol et en portugais.

Notons qu'en 1973 les économistes François Perroux et Jean Fourastié, membres de la première commission ministérielle de terminologie économique et financière créée à l'initiative de Georges Pompidou et présidée par Valéry Giscard d'Estaing, ont inventé le néologisme *mercatique* construit à partir du mot latin *mercatus*.

Quant au mot francique *marka* (poids, monnaie), il est devenu en français *marc* (avec le même sens), mot qu'on utilise encore dans l'expression « au marc le franc ». En allemand, il est devenu *mark* (ancienne monnaie allemande).

Le mot francique *markôn* (marcher, piétiner) est devenu en français *marcher*.

Le dieu *Mercur* s'est contenté de donner en français son nom aux *mercuriales* (listes des prix des denrées sur un marché public) et à un jour de la semaine (*mercredi*, jour de Mercure). Le métal du même nom doit son appellation à la planète Mercure (dont le nom provient, il est vrai, de celui du dieu).

5^{ème} 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.