

COUPE « LE MOT D'OR » 2004 : 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 en français :

- a) blogue,
- b) parrainage,
- c) client papillon.

2^{ème} partie : réponses en français

Forme de commerce mondial assurant une juste rémunération des petits producteurs des pays en voie de développement	Commerce équitable
Moteur de recherche spécialisé dans les sites de commerce électronique, capable d'interroger simultanément plusieurs boutiques en ligne afin de trouver l'article recherché au meilleur prix	Dénicheur ou comparateur de prix
Système économique qui accorde un rôle central aux mécanismes du marché pour réguler l'activité économique	Économie de marché
Jeune entreprise innovante et dynamique, à croissance rapide, exerçant le plus souvent son activité dans un secteur de pointe	Jeune pousse
Adaptation d'un produit fabriqué en série aux exigences particulières d'un client	Personnalisation
Organisme de solidarité sociale (assurance, prévoyance) financé par les cotisations de ses membres	Mutuelle
Se dit, par opposition à "analogique", de la représentation de données au moyen de chiffres et aussi des systèmes, dispositifs ou procédés employant ce mode de représentation	Numérique
Support destiné à mettre en valeur des produits exposés dans un magasin	Présentoir
Petit dispositif de commande, tenu à la main et connecté à un ordinateur, dont le déplacement sur une surface entraîne le déplacement d'un repère sur l'écran	Souris
Logiciel gérant un ordinateur, indépendant des programmes d'application mais indispensable à leur mise en œuvre	Système d'exploitation
Ensemble des études et des techniques de conception et de mise en œuvre des machines automatiques	Robotique
Capital investi, avec des gains potentiels élevés et des risques importants, sous la forme de prises de participations dans des entreprises œuvrant dans des techniques de pointe, sur des idées nouvelles et sur des marchés risqués	Capital-risque
Discipline relative au traitement informatique des connaissances et du raisonnement par la réalisation de logiciels capables de reproduire certains aspects de l'activité intelligente humaine	Intelligence artificielle
Paiement anticipé et partiel à valoir sur le montant d'une somme due	Acompte
Actif immobilisé n'ayant pas d'existence physique (brevet, licence...)	Actif incorporel
Versement obligatoire effectué par les employeurs et les salariés pour financer la protection sociale	Cotisation sociale
Réduction des coûts unitaires par une augmentation de la production et une meilleure répartition des coûts fixes	Économie d'échelle
Élément de rémunération destiné à rembourser des dépenses liées à l'exercice d'une profession ou à l'exécution d'un travail	Indemnité
Marché des capitaux à court et à moyen terme (par opposition au marché financier des capitaux à long terme)	Marché monétaire
Dépréciation d'un matériel résultant d'un vieillissement dû au progrès technique	Obsolescence

3^{ème} partie :

Le correcteur se référera à la terminologie officielle, lorsqu'elle existe, sans refuser les autres équivalents possibles.

Voici les définitions, en français, des termes proposés :

Autodidacte : personne qui s'est instruite elle-même, en dehors de toute institution de formation. Cette autoformation est souvent conduite grâce à la pratique, à partir de laquelle et pour laquelle l'autodidacte acquiert des connaissances.

Homme d'affaires : homme qui traite des affaires commerciales, financières ou industrielles.

À l'écoute du marché : qualifie une pratique entrepreneuriale totalement liée aux attentes du marché.

Partenariat : association d'entreprises en vue de mener une action commune.

Cocommercialisation : collaboration entre entreprises pour commercialiser un produit.

Alliance de marques : alliance entre marques commerciales.

Concurrent : entreprise qui fait concurrence à une autre.

Coentreprise : association d'entreprises ayant pour objet la réalisation d'un projet commun.

Maxidiscompte : discompte (système de commercialisation permettant d'offrir au client des produits à prix réduit) agressif, caractérisé par des prix très bas et par un assortiment de produits très restreint, présenté sommairement.

Vente à perte : vente à un prix inférieur au coût de revient.

Capacité d'autofinancement : résultat dégagé par une entreprise au cours d'une période de référence une fois les produits encaissés et les charges décaissées.

Pression : action insistante ou travail d'influence sur les pouvoirs publics.

Revue de consommateurs : publication destinée à fournir aux consommateurs des informations pour éclairer leur choix.

Cocounage : mode de vie et de consommation conduisant à un repli douillet sur le foyer.

Styliste : professionnel chargé du stylisme (travail sur l'aspect extérieur d'un produit industriel en vue d'un résultat esthétique s'accordant aux impératifs fonctionnels et commerciaux).

Ruée : mouvement rapide, impétueux, d'un grand nombre de personnes dans la même direction.

Maisonnerie : commerce, ou ensemble de commerces, spécialisé dans la vente au détail d'articles d'équipement pour la maison.

Cuisinette : petite partie d'une pièce aménagée à usage de cuisine (les dispositions adoptées sont très diverses : alcôve, placard, renforcement le long d'une cloison, etc.).

Fabriqué en France : mention apposée sur un produit et indiquant qu'il est fabriqué dans le pays désigné.

Produit phare : produit chargé de magnifier une marque dans le public.

Groupe de conseillers : groupe d'experts qui conseillent un décideur.

Fournisseur d'idées ou **conseil-partenaire** : partenaire de l'entreprise jouant le rôle de fournisseur d'idées, de conseiller, de stimulant.

Catalogue du plein air : catalogue proposant des articles de détente et de loisir pour l'extérieur.

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.

Magazine promotionnel : publication gratuite destinée à la clientèle.

Marchandisage : ensemble des techniques permettant d'assurer la meilleur écoulement des produits par une adaptation et une présentation des marchandises tenant compte des besoins des consommateurs et de divers éléments de politique commerciale.

Mercatique olfactive : promotion commerciale par les odeurs.

Fièvre d'achat : fringale d'achat, désir ardent d'acheter.

Client butineur ou picoreur : consommateur dont les achats sont conditionnés par les différentes remises dont il peut bénéficier et non par sa préférence pour telle ou telle marque ou enseigne.

Achat obsessionnel : désir d'achat devenant une idée fixe.

Information en primeur : information importante ou à sensation donnée en exclusivité.

Chef de produit : personne responsable de la gestion d'un produit ou d'un groupe de produits.

Réunion de bilan ou 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.

Tableau de papier : panneau recouvert d'une liasse de feuilles de papier sur lesquelles on écrit au stylo-feutre dans une salle de réunion.

Stratégie de marque : stratégie commerciale axée principalement sur la marque.

Béni-oui-oui : personne toujours empressée à approuver les initiatives d'une autorité établie.

Retour d'information : remontée d'informations concernant une action, un événement, une expérience.

Adresse de courrier électronique : libellé permettant l'identification d'un utilisateur de messagerie électronique et l'acheminement des messages qui lui sont destinés.

Message (électronique) : courriel, document informatisé qu'un utilisateur saisit, envoie ou consulte en différé par l'intermédiaire d'un réseau.

Cybercommerce ou **commerce en ligne** : technique d'achat et de vente à distance utilisant Internet qui permet la liaison directe et instantanée entre le vendeur et le client.

En ligne : se dit d'un service accessible par l'intermédiaire du réseau Internet.

Téléachat : achat à distance utilisant les techniques de télécommunication.

Créneau mercatique : petit segment de marché, ciblé en termes de clientèle ou de produit, généralement nouveau, et/ou peu exploité.

Toile : Internet.

Réussite : parcours d'entreprise réussi.

Responsable du commerce électronique : chef du service de vente en ligne.

Savoir-faire : habileté acquise par l'expérience, connaissance pratique.

Histoire de l'entreprise : récit retraçant la vie de l'entreprise depuis son origine.

Éthique des affaires : ensemble des valeurs et des règles morales qui s'imposent dans la vie des affaires.

Parrainer : apporter un soutien matériel à une manifestation, à une personne, à un produit ou à une organisation en vue d'en retirer un bénéfice direct.

Commerce équitable : forme de commerce international assurant une juste rémunération des producteurs, notamment dans les pays en développement.

Présentoir : dispositif destiné à présenter des articles.

Frontal ou frontale : surface visible, face au client, utilisée sur un rayonnage pour la présentation d'un produit.

Grande surface : magasin vendant de nombreux produits en libre-service, sur une vaste superficie.

Dossier de presse : groupe de documents (communiqués, notes explicatives, photos, documents publicitaires, etc.) insérés dans une pochette et destinés à renseigner les journalistes sur un sujet donné.

Industrie de l'humanitaire : économie caritative, ensemble d'activités économiques ayant pour fin ou pour moyen l'action humanitaire ou charitable.

Promotion par l'argument charitable : promotion des ventes par des actions ou des messages à vocation charitable.

4^{ème} partie (origines étymologiques) :

Boutique :

Réponse : boticle (ancien français)...

mais aussi, de manière indirecte, le mot grec *apothékê* (*αποθήκη*), prononcé aujourd'hui "apotiki", qui désignait (et désigne toujours) un lieu de dépôt, un magasin de vivres ou d'approvisionnements, un cellier, une cave, et qui est devenu en latin *apotheca* en gardant le même sens. L'évolution des langues romanes a fait disparaître le *a* initial et a transformé la consonne sourde *p* en consonne sonore *b*. Le mot latin *apotheca* est ainsi devenu en italien *bottega* (boutique, magasin, mais aussi atelier), en occitan *botica* (mais on rencontre aussi *botiga* et *boutigo*), en espagnol *botica* (pharmacie, boutique) et *bodega* (cave, cellier), en catalan *botiga* (magasin, boutique) et *bodega* (cale d'un navire), en français ancien *boticle* puis *bouticle* et en français moderne *boutique*.

On peut retracer l'évolution suivante conduisant au mot français actuel : *apothékê* (grec) est devenu *apotheca* en latin puis *botica* en provençal. Ce mot a été repris en vieux français sous les formes *boticle* puis *bouticle* et est devenu *boutique* en français moderne.

Remarquons que l'allemand a repris la forme grecque pour désigner une pharmacie (*apotheke*).

Ordinateur :

Réponse : ordinateur (ancien français)...

Mais si ordinateur a bien pour étymologie le mot *ordinateur* de l'ancien français, celui-ci provient lui-même de l'évolution du mot latin *ordinator*. *Ordinateur* avait autrefois le sens d'ordonnateur, personne qui dispose, qui règle selon un ordre. Dans l'Église catholique, il avait aussi le sens d'ordinaire, celui qui confère un ordre ecclésiastique.

En 1954, la société IBM France voulait trouver un nom français pour sa nouvelle machine électronique destinée au traitement de l'information (IBM 650), en évitant d'utiliser la traduction littérale du mot anglais "computer" ("calculateur" ou "calculatrice"), qui était à cette époque plutôt réservé aux machines scientifiques. Aux États-Unis, les nouvelles machines de traitement automatique de l'information (capables de faire aussi du traitement de texte, du dessin, etc.) étaient appelées "electronic data processing systems" (EDPS) ou "data processing machines".

Un cadre de la société conseilla de consulter un de ses anciens professeurs, Jacques Perret, titulaire de la chaire de philologie latine à la Sorbonne. Le professeur Perret répondit par une lettre du 16 avril 1955, dont la lecture donne un exemple intéressant de recherche terminologique :

Que diriez vous d'"ordinateur" ? C'est un mot correctement formé, qui se trouve même dans le Littré comme adjectif désignant Dieu qui met de l'ordre dans le monde. Un mot de ce genre a l'avantage de donner aisément un verbe, "ordiner", un nom d'action, "ordination". L'inconvénient est que "ordination" désigne une cérémonie religieuse ; mais les deux champs de signification (religion et comptabilité) sont si éloignés et la cérémonie d'ordination connue, je crois, de si peu de personnes que l'inconvénient est peut-être mineur. D'ailleurs votre machine serait "ordinateur" (et non ordination) et ce mot est tout a fait sorti de l'usage théologique.

"Systèmeur" serait un néologisme, mais qui ne me paraît pas offensant ; il permet "systémation" ; mais "systémer" ne me semble guère utilisable.

"Combinateur" a l'inconvénient du sens péjoratif de "combine" ; "combiner" est usuel, donc peu capable de devenir technique ; "combinaison" ne me paraît guère viable à cause de la proximité de "combinaison". Mais les Allemands ont bien leurs "combinats" (sorte de trusts, je crois), si bien que le mot aurait peut-être des possibilités autres que celles qu'évoque "combine".

"Congesteur", "digesteur" évoquent trop "congestion" et "digestion"

"Synthétiseur" ne me paraît pas un mot assez neuf pour désigner un objet spécifique, déterminé comme votre machine.

En relisant les brochures que vous m'avez données, je vois que plusieurs de vos appareils sont désignés par des noms d'agents féminins (trieuse, tabulatrice). "Ordinatrice" serait parfaitement possible et aurait même l'avantage de séparer plus encore votre machine du vocabulaire de la théologie.

Il y a possibilité aussi d'ajouter à un nom d'agent un complément :

"ordinatrice d'éléments complexes" ou un élément de composition, par ex. "sélecto-systèmeur". "Sélecto-ordinateur" a l'inconvénient de deux "o" en hiatus, comme "électro-ordinatrice".

Il me semble que je pencherais pour "ordinatrice électronique"...

IBM France retint le mot **ordinateur** et chercha au début à protéger ce nom comme une marque. Mais le mot fut facilement et rapidement adopté par les utilisateurs et IBM France décida au bout de quelques mois de le laisser dans le domaine public.

On peut certes épiloguer sur le choix du terme : un ordinateur met-il vraiment en ordre ce qu'on lui confie ? De ce point de vue, ce choix n'est pas plus critiquable que celui du mot "computer", finalement retenu en anglais (un ordinateur n'est pas seulement une machine à calculer). L'avantage du mot ordinateur est que son sens ancien et son sens religieux ne sont pas connus par la plupart des utilisateurs et qu'il est donc sans ambiguïté pour eux.

Le mot a d'ailleurs été transposé en espagnol (*ordenador*) et en catalan (*ordinador*). Les autres langues romanes ont choisi de construire un néologisme à partir des mots latins *calculator* et *computator* : *computadora* en espagnol d'Amérique latine, *calcolatore* en italien, *computador* en portugais et *calculator* en roumain.

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.