

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 :

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

2^{ème} partie :

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) :

self-made-man : autodidacte
businessman : homme d'affaires
market-driven : à l'écoute du marché
deal : accord
partnership : partenariat
comarketing : cocommercialisation, comercatique
cobranding : alliance de marques, cogriffage
compétiteur : concurrent
joint-venture : coentreprise
hard-discount : maxidiscompte
dumping : vente à perte
cash-flow : capacité d'autofinancement, marge brute d'autofinancement
lobbying : pressions, actions pour influencer
consumer-magazine : revue de consommateurs
cocooning : cocounage, coconage (repli sur une consommation domestique)
designer : styliste
rush : ruée
home-center : maisonnerie
kitchenette : cuisinette
made in France : fabriqué en France
flagship : produit phare, produit vedette
brain-trust : groupe de conseillers
sparring-partner : fournisseur d'idées
catalogue outdoor : catalogue du plein air
infomercial : publiereportage
customer-magazine : magazine promotionnel
merchandising : marchandisage
marketing olfactif : mercatique olfactive
shopping-fever : fièvre d'achat
cherry-picker : client butineur, client picoreur, client grapilleur
obsessive-shopping : achat obsessionnel
scoop : information en primeur (ou en exclusivité), primeur, exclusivité
product-manager : chef de produit
debriefing : réunion de bilan
paper-board : tableau de papier
brand-stratégie : stratégie de marque
yes-man : béni-oui-oui
feed-back : retour d'information
adresse e-mail : adresse de courrier électronique

mail : message
Net : Internet
e-commerce : commerce en ligne, cybercommerce, commerce électronique
on-line : en ligne
téléshopping : téléachat
niche marketing : créneau (mercatique)
Web : Toile
success-story : réussite ("histoire d'une réussite" lorsqu'il s'agit d'un genre littéraire)
e-business-manager : responsable du commerce électronique
know-how : savoir-faire, compétence, expérience
business-history : histoire de l'entreprise
business-ethics : éthique des affaires
sponsoriser : parrainer
fair-trade : commerce équitable
merchandiser : présentoir
facing : frontal, frontale
superstore : grande surface
press-kit : dossier de presse
charity-business : industrie de l'humanitaire
charity-promotion : promotion par l'argument charitable

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

Autodidacte et **homme d'affaires** habile, très à l'**écoute du marché**, Arthur venait de conclure un **accord de partenariat** portant sur la **cocommercialisation** et l'**alliance de marques** avec son **concurrent** le plus agressif. Sans aller jusqu'à la **coentreprise**, il espérait éviter ainsi le recours au **maxidiscompte** et à la **vente à perte** et améliorer sa **capacité d'autofinancement**.

Leurs **pressions** sur les pouvoirs publics avaient bien-sûr été dénoncées par les **revues de consommateurs**. Heureusement que la mode du **cocounage** et le talent de ses **stylistes** allaient provoquer une **ruée** des clients dans ses **maisonneries**. Les nouvelles **cuisinettes, fabriquées en France**, allaient être leur **produit phare**.

Son **groupe de conseillers**, qui lui servait de **fournisseur d'idées**, lui avait conseillé un **catalogue du plein air**, un **publireportage**, un **magazine promotionnel** ainsi que plusieurs idées de **merchandisage** et de **mercatique olfactive** capables de donner la **fièvre d'achat** même à des **clients butineurs** et de les conduire à pratiquer l'**achat obsessionnel**.

Il donna cette **information en primeur** à ses **chefs de produit** lors de la **réunion de bilan** mensuelle, en leur présentant au **tableau de papier** sa nouvelle **stratégie de marque** et en leur précisant qu'il n'aimait pas les **béni-oui-oui** et qu'il attendait un **retour d'information**. Il leur rappela son **adresse de courrier électronique** et son exigence de **messages** hebdomadaires.

Le succès d'Internet lui faisait envisager aussi le **cybercommerce** pour proposer **en ligne** certains produits au **téléachat**. Il y avait là un **créneau mercatique** sur la **Toile** qui pourrait bien se transformer en une **réussite**. Il allait embaucher un **responsable du commerce électronique** ayant un bon **savoir-faire** dans ce domaine.

Pour agrémenter l'**histoire de son entreprise** et pour se faire pardonner quelques entorses à l'**éthique des affaires**, il avait décidé de **parrainer** un réseau de développement du **commerce équitable** en lui accordant un **présentoir** au **frontal** bien visible dans chacune de ses **grandes surfaces**. Il faisait préparer un **dossier de presse** pour informer les médias. On ne pourrait pas parler d'**industrie de l'humanitaire**, mais tout au plus de **promotion par l'argument charitable**.

3^{ème} partie (origines étymologiques) :

Boutique :

Réponse : boticle (ancien français)...

mais aussi, de manière indirecte, le mot grec *apothêkê* (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, "ordonner", 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 à fait sorti de l'usage théologique.

"Systémateur" 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-systémateur". "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.