

# DÉFENSE DU FRANÇAIS

BULLETIN ÉDITÉ PAR LA SECTION SUISSE DE L'UNION DE LA PRESSE FRANCOPHONE

20, avenue du Temple, 1012 Lausanne

Paraît douze fois par an

N° 456

Prix de l'abonnement: 40 francs (26 euros). Compte de chèques postaux: Lausanne 10-3056-2.

Sept. 2004

«Fabriquer un mot nouveau? Rien de plus facile! Prenez un terme américain, le tour est joué. C'est tout? C'est tout. Dealer, duty free shop, radioguidance, raider, hot line, serial killer, show-room, spot market, story-board, wysiwyg, c'est cool! On se fait comprendre dans le monde entier! C'est la preuve de l'universalité de la langue française.»

(Alain Bladuche-Delage)

## Positionner

Ce verbe a été formé (1963) sous l'influence de l'anglais *to position*. En français, il exprime l'action de mettre une pièce dans une position exactement déterminée en vue d'un travail, d'un assemblage. En comptabilité: positionner un compte (le mettre à jour). Milit.: déterminer la position exacte d'un avion, d'un navire, d'un objectif. Comm.: définir les caractéristiques d'un produit et sa «position» par rapport à son marché et à sa clientèle.

Hors de ces emplois précis, il vaut mieux dire *placer, mettre, situer, établir, installer, localiser, déterminer*.

La forme pronominale *se positionner* n'est pas admise par certains dictionnaires: acquérir une position; se situer, se définir.

(Défense du français, n° 456, septembre 2004)

## «Sale»

Jusqu'alors les mots «*Sonderverkauf*», «*soldi*» et «*soldes*» suffisaient à faire comprendre à la clientèle alémanique, tessinoise et romande qu'il s'agissait d'une mise en vente au rabais.

Aujourd'hui – sans doute par souci de clarté – il n'est presque plus de commerce qui n'affiche «*sale*» à sa devanture. Sage précaution, au cas où nos commerçants auraient à faire face à un déferlement subit de clients américains ou australiens.

Une «*sale*» manie de plus à attribuer à nos mercantis «anglo-ricains».

(Défense du français, n° 456, septembre 2004)

## Privilégier

Ce verbe très ancien (v. 1223) a eu d'abord le sens particulier d'«attribuer des indulgences» (à une église), puis celui d'«accorder un privilège à quelqu'un». Il avait disparu des dictionnaires courants avant de revenir avec le sens de «favoriser». Cette extension de sens est critiquée par certains grammairiens et lexicologues.

Sans qu'il soit vraiment condamnable, ce faux néologisme peut être remplacé par *préférer, avantager, favoriser (quelqu'un); donner la primauté, la préférence, la plus grande importance (à quelque chose)*.

(Défense du français, n° 456, septembre 2004)

## «Staff»

«Le président, entouré de son *staff*, donna lecture du palmarès» lit-on dans un journal d'entreprise.

*Staff* est emprunté à un mot anglais qui a d'abord eu le sens de bâton (de commandement). Il désigne aujourd'hui un groupe de personnes assurant une fonction déterminée dans un service et spécialement une équipe de direction, un comité. Il peut aussi désigner le personnel, les employés d'une entreprise ainsi que l'état-major militaire: *staff officer* «officier d'état-major». *Medical staff*: corps médical; *teaching staff*: corps enseignant. *Staff meeting*: réunion de service dans un hôpital et, par ext., réunion de travail.

Les termes français correspondants ne sont-ils pas suffisamment explicites?

(Défense du français, n° 456, septembre 2004)

## Rédhibitoire

Ce mot apparaît en droit dans «action rédhibitoire» désignant l'action qui tend à faire prononcer l'annulation d'une vente à raison de l'existence d'un vice: *vice rédhibitoire* (1765). Passé dans l'usage courant pour qualifier ce qui peut motiver l'annulation d'un engagement quelconque, d'une chose tout à fait inacceptable. Se dit aussi dans le langage général, comme excuse que l'on donne de ne pas faire quelque chose.

Par extension: qui constitue un obstacle radical, un empêchement absolu. Il est toutefois abusif de dire, comme tel commentateur sportif, que «l'écart semble rédhibitoire» entre deux concurrents.

(Défense du français, n° 456, septembre 2004)

## «Winner»

Notre société américanisée se définit en deux camps: les vainqueurs et les vaincus; ceux qui réussissent et ceux qui échouent: les *winner*s et les *losers*.

En anglais *to win* signifie gagner, triompher, remporter la palme, et un *winner* n'est autre qu'un gagnant, un vainqueur, un triomphateur... en bon français.

(Défense du français, n° 456, septembre 2004)