

# DÉFENSE DU FRANÇAIS

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

Case postale 287, 2002 Neuchâtel 2 – www.francophonie.ch – Rédaction : [olivier.bloesch@bluewin.ch](mailto:olivier.bloesch@bluewin.ch)

Paraît douze fois par an.

N° 634. Prix de l'abonnement : 40 francs (38 euros). Compte de chèques postaux : Lausanne 10-3056-2. Juillet 2019.

---

« Le rôle de l'Académie, tel qu'il a été fixé par son fondateur, le cardinal de Richelieu, est de veiller sur la langue française. »

(Marc Fumaroli, académicien)

## Infobésité, n. f.

Selon le Wiktionnaire, ce mot-valise formé d'*information* et d'*obésité* n'est pas si récent que ça. Utilisé pour la première fois en 1962, bien avant l'apparition de l'internet, il a été popularisé par le futurologue américain Alvin Toffler en 1970. À l'époque déjà, la société est submergée par l'*excès d'information* fourni par les médias, et l'arrivée de l'internet n'a rien arrangé. La surinformation (*infobésité*) dont nous bénéficions - ou que nous subissons, c'est selon - s'apparente finalement à l'excès de matière grasse alimentaire qui nous rend obèses.

(Défense du français, N° 634, juillet 2019)

## Sapiosexuel, adj.

La secrétaire d'État française chargée de l'égalité entre les hommes et les femmes, Marlène Schiappa, s'est récemment déclarée *sapiosexuelle* dans une interview accordée au *Journal du Dimanche*. Une belle occasion de revenir sur le lexique amoureux qu'abrite la langue française. La *sapiosexualité* (de l'adjectif latin *sapiens*, «intelligent, sage, raisonnable, prudent», et *sexualité*), c'est le fait d'être attiré par les «gens intelligents». Le premier béotien venu n'a donc aucune chance de séduire M<sup>me</sup> Schiappa.

(Défense du français, N° 634, juillet 2019)

## Pod, n. m.

Les lessiviers ne sont jamais à court d'imagination pour vendre leurs produits. Chez Procter & Gambia, on a inventé les *pods* 3 en 1 d'Ariel, une lessive liquide. Astuce : la lessive est enfermée dans des *capsules solubles* dans l'eau contenant trois composants dans trois compartiments séparés, mais soudés entre eux pour ne former qu'une seule *dosette*. On n'a plus qu'à jeter le *pod* dans le tambour de la machine à laver et le tour est joué. Soit, mais en francophonie, il est utile de traduire les anglicismes. On a le droit de dire (*Josette* ou *capsule*). Et le slogan «parfait pour les tâches (*sic*) difficiles» n'est peut-être qu'un jeu de mots laid, mais ressemble furieusement à une énorme faute d'orthographe.

(Défense du français, N° 634, juillet 2019)

## Pimper, v. t.

Le verbe *pimper* signifie surtout, de nos jours, customiser, personnaliser (un objet, une voiture, etc.). Malgré les croyances populaires, le terme est bien français. Il signifiait, avant son apparition en anglais au XVII<sup>e</sup> siècle, «s'attifer, se vêtir avec élégance», et son adjectif, *pimpant*, est toujours bien vivant. Le paradoxe de l'histoire, c'est que, lorsqu'on croit utiliser un anglicisme pour faire «djeun» dans *pimp my car*, on ne sait pas forcément que la vraie signification de *pimp* en anglais est... proxénète.

(Défense du français, N° 634, juillet 2019)

## Anacoluthie, n. f.

Une anacoluthie, c'est une «rupture ou discontinuité dans la construction d'une phrase», selon le *Robert*. Notre ami correcteur Francis Choffat nous en a soufflé une jolie : «Depuis la mi-juillet, l'eau chaude arrive par intermittence, car le concierge devait relancer manuellement le brûleur régulièrement. Celui-ci étant en vacances depuis le début du mois d'août, la chaudière n'est plus réenclenchée quand elle s'arrête.» Francis ajoute malicieusement que la journaliste auteure de cette prose improbable s'appelle Anna Coluthie...

(Défense du français, N° 634, juillet 2019)

## Vépéciste, n.

Une fois n'est pas coutume, un sigle permet de former un mot. D'habitude, c'est plutôt l'inverse. C'est ainsi que l'abréviation *VPC*, pour *vente par correspondance*, a donné *vépéciste*, tout comme le CD de compact-disc qui a donné *cédé*, ou le CD-ROM qui est devenu *céderom*. C'est ainsi que les Amazon, Zalando et autres Ackermann, sans vouloir leur faire de publicité, sont des *vépécistes* bien connus.

(Défense du français, N° 634, juillet 2019)