

Terminologie commerciale: concrétisation d'une approche terminologique à Électricité de France

1 Introduction

S'il est un aspect de la terminologie qui n'est guère abordé dans la profusion d'articles parus dans les revues spécialisées, c'est la terminologie en entreprise. Non pas l'activité terminologique qui se développe de plus en plus dans les services de traduction, grâce aux progrès technologiques et à la formation d'une nouvelle génération de traducteurs. Nous voulons parler des difficultés auxquelles se heurte un jour un service, une direction d'une entreprise, dans un domaine donné, et qui sont autant d'obstacles à une bonne communication interne (au sein des équipes de travail) comme externe (avec les clients, fournisseurs...). Un jour, on se dit: «ça ne peut plus continuer ainsi, il faut remettre un peu d'ordre dans notre langage».

Nombreuses sont les entreprises qui ont des problèmes de communication fondés sur une méconnaissance et donc une mauvaise utilisation de leur jargon technique. Moins nombreuses sont celles qui en prennent conscience. Rares sont celles qui tentent de les régler et plus rares encore sont celles qui décident de faire appel à un «professionnel» de la terminologie.

2 L'expérience à EDF

La Direction du développement et de la stratégie commerciale d'EDF (Électricité de France) fait partie de

ces entités qui ont pris conscience d'un problème de terminologie et qui ont décidé de le résoudre. Pour cela, ils ont fait appel au Département Grets⁽¹⁾ de la Direction des études et de la recherche d'EDF. Ce département a mené une enquête afin d'apprécier les divergences qui existaient en matière de «culture marketing» entre les employés traitant les questions commerciales mais appartenant à des structures différentes de l'entreprise. Les résultats de cette enquête ont permis de préciser les besoins à satisfaire pour parvenir, sur un thème aussi familier et vital que le commercial, à un langage commun à tous. La solution la plus adaptée à ce problème s'est avérée être la constitution d'une base de données terminologiques, qui en outre pourra compléter la base de connaissances du Système d'information commercial (Sic) d'EDF.

2.1 Définition de la base de données

La théorie nous enseigne de définir au préalable l'utilisateur final de la base de données, l'utilisation que l'on envisage d'en faire et le contenu que l'on veut lui donner. Cela permet ensuite de choisir le logiciel le mieux adapté aux besoins du terminologue et aux besoins du «client». Si ces paramètres ne sont pas définis au début du projet, on court alors le risque de se retrouver avec un produit final inutilisable, ne correspondant finalement pas aux besoins de l'utilisateur, et on aura ainsi perdu beaucoup de temps et d'argent pour un résultat bien décevant.

⁽¹⁾ Groupe de recherche énergie, technologie et société.

Autant de principes qui ne sont pourtant pas faciles à mettre en pratique pour plusieurs raisons. Ces raisons, précisons-le, ne sont pas spécifiques à EDF. Le commanditaire de la base de données est généralement une personne qui n'est ni terminologue ni linguiste, une personne occupée par de nombreux autres dossiers qui n'a souvent que peu de temps à consacrer à ce projet et qui attend du terminologue une solution à son problème de communication.

2.1.1 Utilisateurs et utilisations

Ainsi, pour en revenir à notre projet, les paramètres «indispensables» préalables à la constitution de toute base de données terminologiques n'ont pu être définis de manière satisfaisante.

L'utilisateur final est resté vague: il s'agissait des agents commerciaux au sens large, soit tous ceux qui sont de près ou de loin en contact avec le langage commercial, autrement dit beaucoup de monde, dans des structures différentes, à des niveaux hiérarchiques différents, etc.

Le rôle de l'outil terminologique ne devait pas être «normalisateur». Mais les confusions révélées par l'enquête étaient telles qu'il semblait difficile, voire inutile, de ne faire qu'un travail descriptif.

Seuls le mode de gestion et le mode de diffusion des données ont pu être définis: gestion informatique des données, diffusion sur supports papier et informatique.

2.1.2 Contenu de la base

Théoriquement encore, c'est la définition des utilisateurs et des utilisations qui permet de préciser plus facilement le contenu de la base (choix des termes et nature des informations). Il a donc fallu procéder un peu différemment.

Délimitation du domaine et choix des termes

Le fait qu'il existait déjà un fichier a

été plutôt bien accueilli. En effet, un groupe de travail appelé «Groupe lexique», composé de plusieurs experts d'EDF-GDF dans le domaine commercial, travaillait déjà depuis plusieurs mois sur les termes du «marketing». Au début du projet, il avait traité environ une cinquantaine de termes de façon plus ou moins avancée. Le problème que posent habituellement la délimitation du domaine et le choix des termes a donc pu être évité.

Nature des données / définition de la fiche terminologique

N'ayant pas de spécifications très précises de la part du client, nous lui avons proposé une fiche maximale et avons examiné avec lui chacune des rubriques, en espérant qu'il lui serait ainsi possible de préciser l'utilisateur et les utilisations qu'il envisageait. Effectivement, il a su se prononcer sur le caractère indispensable ou non de certaines rubriques. Il a, par exemple, spontanément supprimé des rubriques telles que la catégorie grammaticale, la phraséologie, les dérivés. Mais il n'a su en dire davantage sur le profil de l'utilisateur.

Il est cependant difficile pour un non-initié de raisonner avec des rubriques vides, et la fiche obtenue à la fin de la réunion comportait encore un grand nombre de rubriques (rubriques de types linguistiques et encyclopédiques, rubriques d'indexation et rubriques de gestion). Nous avons préféré les conserver. Même si ces informations ne sont finalement pas toutes accessibles à l'utilisateur final, elles permettent néanmoins le contrôle de cohérence de la base.

2.2 Choix du logiciel

Théoriquement toujours, la définition de la base de données (utilisateurs, utilisations, contenu) permet de déterminer précisément les critères à prendre en compte dans le

choix du logiciel support. En fait, la définition de la base de données - ou plutôt sa non-définition - a révélé une priorité: il fallait un logiciel souple, c'est-à-dire permettant des modifications profondes au fur et à mesure de la constitution de la base. En effet, nous étions persuadés que le travail avançant, le client parviendrait à préciser ses besoins. Un logiciel de terminologie souple signifiait pour nous:

- *Une structure de fiche libre:* les rubriques étant nombreuses et variées, les structures de fiche imposées par certains logiciels de terminologie n'étaient pas adaptées à nos besoins. Ils sont en outre le plus souvent envisagés comme des outils d'aide à la traduction, ce qui, dans notre contexte, ne présentait pas un grand intérêt.
- *Taille des champs illimitée:* le nombre de rubriques de type «encyclopédique», nécessitant donc de la place, était important.
- *Ajout et suppression de champs appliqués à toute la base:* dans la mesure où il fallait s'attendre à des ajouts et à des suppressions de champs, il était souhaitable que ces ajouts et ces suppressions s'appliquent à toute la base.
- *Tri multicritère:* l'intérêt des rubriques d'indexation étant de pouvoir faire des tris et des recherches par domaine, sous-domaine, etc., il fallait un logiciel qui permette non seulement de faire des tris et des recherches à partir de n'importe quel champ mais également de faire des recherches sur plusieurs champs à la fois.
- *Souplesse quant à la présentation des données:* la présentation des données diffère selon l'utilisateur et l'utilisation d'une part et selon le support d'autre part. Destiné à des utilisateurs supposés différents, le logiciel devait être souple quant à la présentation des données. De plus, afin de faciliter le processus de mise à jour du support papier, il était souhaitable que la présentation des

données et l'impression se fassent à partir de la base de données et non par une exportation sur un traitement de texte ou un logiciel de présentation.

• *Convivialité*: partant du principe que le groupe des utilisateurs potentiels était hétérogène et donc plus ou moins bien familiarisé avec les bases de données, il fallait que l'application soit facile d'accès, conviviale et simple d'utilisation, d'autant plus que les résultats de l'enquête avaient mis en évidence une certaine réticence, voire le rejet d'un éventuel outil terminologique.

Au vu de ces critères, nous avons le choix entre deux types de logiciels: les logiciels de terminologie et les systèmes de gestion de bases de données classiques.

2.2.1 Les logiciels de terminologie

Plusieurs logiciels répondent à certains de ces critères: structure de fiche libre, taille des champs illimitée, tris multicritères, ajout de champs appliqué à toute la base. Cependant, très rares sont ceux qui cumulent toutes ces fonctions et rares sont ceux qui sont accessibles à des personnes autres que des terminologues et traducteurs avertis. Quant à la présentation des données, elle est le plus souvent limitée et il est nécessaire d'exporter les données vers un traitement de texte ou vers un logiciel de présentation pour obtenir une impression convenable.

2.2.2 Les systèmes de gestion de bases de données

Les SGBD classiques cumulent un certain nombre d'avantages: structure de fiche libre, tris multicritères, ajout de champs appliqué à toute la base, présentation et impression des données très convenables, etc. Deux inconvénients cependant, et non des moindres: la taille des champs est limitée et leur utilisation, du fait de la puissance de ces logiciels, n'est pas toujours des plus aisées pour les non-initiés.

*FileMaker Pro*TM (Claris) est le logiciel qui nous a semblé être le mieux adapté à nos besoins, car c'est celui qui répond au plus grand nombre des critères définis.

3 FileMaker ProTM

Bien qu'il n'ait pas été spécialement conçu à ces fins, *FileMaker Pro*TM est un gestionnaire de base de données qui, grâce à sa souplesse d'utilisation et son éventail de fonctions, est adapté au traitement de données terminologiques.

Pour évaluer l'adéquation de ce logiciel au traitement de données terminologiques, nous nous sommes appuyés sur les travaux d'Élisabeth Blanchon (1991). L'importance de ces critères dépend des besoins de l'utilisateur final de la base de données terminologiques (cf. tableau).

*FileMaker Pro*TM possède d'autres fonctions qui ne sont certes pas indispensables mais qui simplifient et

agrémentent considérablement le travail de saisie ou de consultation de son utilisateur (terminologue ou utilisateur final). Sont entre autres prévus:

- la définition à l'avance du format des champs (majuscules/minuscules; gras/italique, alphanumérique/numérique, etc.);
- la possibilité de créer des rubriques répétitives (contenant plusieurs valeurs, la recherche portant sur toutes les valeurs);
- la définition de *scripts* qui permettent l'automatisation de certaines tâches;
- la possibilité de lancer ces *scripts* (sorte de macro-commandes) en cliquant sur un bouton;
- la possibilité de personnaliser la présentation des données (police, taille, couleur, encadrement, position des champs, etc.);
- la possibilité d'intégrer de l'image et du son.

En fait, la souplesse de *FileMaker Pro*TM nous a permis dans une moindre mesure de résoudre les

Autorisation d'accès limitant les activités de l'utilisateur	oui
Autorisation d'accès limitant l'accès à certains modèles et rubriques	oui
Importation et exportation de données	oui
Différents modes de présentation des données (écran + imprimante)	oui
Tri multicritère	oui
Recherche à partir de tout type de champ	oui
Structure de fiche libre	oui
Attribution automatique d'un numéro de fiche	oui
Contrôle sur contenu du champ	oui
Choix des informations dans une liste	oui
Génération automatique de la date de création et/ou modification	oui
Correction par lot	oui
Ajout de champs appliqué à toute la base	oui
Copie traitement de texte vers base de données	oui
Copie base de données vers traitement de texte	oui
Dissociation opérations de saisie/consultation (commande spécifique)	non
Interrogation sur plusieurs bases en même temps	non
Renvoi automatique à d'autres fiches	non

problèmes posés par la non-définition des utilisateurs et des utilisations et de limiter ainsi les risques d'une inadéquation entre le produit final et les besoins de l'utilisateur.

De plus, nous avons constaté que, dès la première présentation de la base sur *FileMaker Pro*TM au client, ce dernier a su petit à petit formuler plus de souhaits quant au contenu des données, à leur présentation, aux utilisateurs et utilisations possibles.

4 Conclusion

4.1 Le produit final

Courant mars 1995 devrait sortir une première édition papier du lexique commercial d'EDF. Il contient 250 termes et se présente sous la forme d'un classeur composé de fiches. Une fiche par terme⁽²⁾.

Cette édition «classeur» n'est proposée qu'à titre expérimental. Elle sera diffusée auprès d'un nombre limité de personnes qui devront juger de son utilité, de sa convivialité, de sa pertinence, etc.

Au vu de l'accueil réservé à cette première version, la diffusion sera élargie et une version sur support informatique proposée.

Enfin, nous prévoyons d'alimenter la base à l'aide d'un extracteur de termes, à partir de documents des services commerciaux d'EDF, ce qui nous permettra de détecter non seulement les termes les plus utilisés et non encore traités dans la base, mais également les différentes acceptions des termes ainsi que les contextes.

(2) Voir exemple de fiche en annexe (pp. 32 à 34).

4.2 Les enseignements tirés de cette expérience

Face aux exigences et aux besoins de l'entreprise en matière de terminologie, face aux difficultés rencontrées quant à la définition de ces mêmes besoins, on s'aperçoit que la théorie n'est pas toujours applicable, qu'il faut l'adapter et parfois même renier certains principes de base. Le choix d'un logiciel constitue alors une phase cruciale en amont de la constitution de la base de données, phase qu'il ne faut donc pas sous-estimer. C'est d'elle que dépend toute la réussite du projet.

Cette expérience a également mis en valeur le rôle du terminologue au sein d'une équipe d'experts comme le Groupe lexique. Rappelons que ce groupe travaillait déjà depuis longtemps sur les problèmes de terminologie commerciale. L'arrivée d'un terminologue parmi eux a permis de remotiver l'équipe sur le plan technique et méthodologique. Tant le «regard neuf» d'une personne extérieure au domaine que la seule présence «d'un spécialiste de la langue» ont donné un nouvel élan au travail de ce groupe d'experts.

Véronique Alory,
Terminologue indépendante.

Bibliographie

Blanchon (Élisabeth), 1991: «Choisir un logiciel de terminologie», dans *Banque des mots*, numéro spécial, Paris, CILF.

Gouadec (Daniel), 1990: *Terminologie: constitution des données*, Paris, Afnor.

Le Roux (Dominique), 1993: *La terminologie et ses applications en entreprise: une présentation*, EDF-DER-IPN/Grets - HN-52/93/005

Maurice (Nathalie), 1990: «Conception d'une base de données terminologique multilingue dans le domaine du droit. Analyse des besoins et méthode suivie», dans *Terminologie et traduction*, 3.

Annexes

LEXIQUE COMMERCIAL

VERSION 2

02/95

LEXIQUE COMMERCIAL

VERSION 2

02/95

TAUX DE PÉNÉTRATION

Définition :

Sur un *marché de stock*, rapport entre le nombre de *placements (1)* effectués au cours d'une période donnée et le stock en début de période.

Ex : en 1993, le taux de pénétration du chauffage au gaz en Résidentiel existant a été de 4,7%.

Note technique :

Le "taux de pénétration" ne mesure pas une *part de marché*.

Note linguistique :

Il y a fréquemment confusion entre "taux de pénétration" et "taux de réussite". Ces deux indicateurs ne mesurent pas la même chose et leurs ordres de grandeur sont très différents (un taux de réussite peut avoisiner 100 %. Un taux de pénétration ne dépasse guère 10 %).

Voir aussi : concurrence / marché de l'existant / marché de stock /
part de marché / placement (1) / premier équipement /
substitution

!

Ne pas confondre avec *taux de réussite*.

LEXIQUE COMMERCIAL

VERSION 2 () 02/95

LEXIQUE COMMERCIAL

VERSION 2

02/95

CIBLE*Note linguistique :*

Il peut y avoir identité d'une cible avec un *segment marketing*. Toutefois, le sens de "cible" est plus large que celui de "segment marketing".

Définition :

Ensemble des *prospects* visés par une *opération commerciale*.

Ex : . Ensemble des résidents de tel quartier.

. Ensemble des lotisseurs du Centre XXX.

Note technique :

Le "montage" d'une opération commerciale implique de déterminer précisément la cible visée par l'opération.

Voir aussi : acteur / décideur / opération commerciale / prospect /
segment marketing

!

SUBSTITUTION*Définition :*

Remplacement d'une *installation (1)* utilisant un *type d'énergie* donné par une installation utilisant un autre type d'énergie et assurant la satisfaction du même *besoin*.

Ex : Substitution d'un four au fioul par un four électrique.

Substitution d'un brûleur fioul par un brûleur gaz dans un même appareil.

Note technique :

Les *placements (1)* en substitution se font sur des placements de la *concurrence*. Toutefois, traditionnellement et par convention, on considère dans le cas du chauffage qu'il y a *premier équipement* et non substitution lorsque le *chauffage* remplacé est "*inorganisé*", c'est-à-dire qu'il ne s'agit pas d'un *chauffage central*.

Note linguistique :

Placement en substitution : accord obtenu d'un *client* pour remplacer un type d'énergie concurrent par un autre type d'énergie pour satisfaire le même besoin. L'installation (1) peut être ou non modifiée, remplacée. Lorsque l'installation antérieure fonctionnait au même type d'énergie, on ne parle pas de substitution mais de *renouvellement* sur le *marché de l'existant*.

Voir aussi : besoin / installation (1) / premier équipement /
renouvellement / type d'énergie

!

Ne pas confondre avec *renouvellement*
