

PRÉSENTATION DE L'APFA

Créée en 1984, l'association APFA "Actions pour promouvoir le français des affaires" est placée sous le patronage de la Délégation générale à la langue française et aux langues de France et de l'Organisation internationale de la Francophonie.

SA RAISON D'ÊTRE :

PROMOUVOIR LE FRANÇAIS DES AFFAIRES : rappel des difficultés du vocabulaire des affaires

LA CRÉATION DE L'APFA CORRESPOND :

- à un besoin pédagogique : dans les années 60/70, des enseignants d'économie et gestion étaient à la recherche de définitions et d'équivalents pour les termes des affaires venant en général du monde anglo-américain mais aussi japonais ;
- à un besoin de clarté dans la communication entre les entreprises et leurs différents publics ;
- à un besoin de compréhension des médias dont le rôle dans l'information économique devenait grandissant ; les journalistes étaient conduits, à juste titre, à déposséder les professionnels de leurs termes techniques en les diffusant auprès du grand public et des jeunes en formation, de façon brute et abrupte, le plus souvent sans explication ; les journalistes sont, en effet, des passeurs de mots et non des terminologues ;
- à un besoin d'accompagnement des travaux de la Commission de terminologie économique et financière créée en 1970 avec en son sein les économistes Jean FOURASTIÉ et François PERROUX, inventeurs de la mercatique (du latin mercatus, le marché) dont la force du paradigme de la détection des besoins et de la façon d'y répondre, est finement analysée par Claude HAGÈGE, Professeur au Collège de France, dans son dernier ouvrage "Combat pour le français au nom de la diversité des langues et des cultures" (p.139 à 142 - Éditions Odile Jacob, Paris, janvier 2006) ; le "marketing à l'américaine" est ainsi renvoyé à ses dérives le conduisant inexorablement à sa perte de paradigme ; belle illustration d'un remarquable travail des terminologues salué en 2007 par la création d'un baccalauréat de mercatique !
- à un besoin de prise en compte de toutes les langues maternelles des affaires ; ce besoin n'est apparu que progressivement à la fin des années 80 ; il correspond à la prise de conscience par des acteurs de la vie économique dans chaque pays de la richesse de leur langue pour agir efficacement dans le monde actuel et futur ; l'intitulé de la dénomination de l'APFA est ainsi devenu plus complet : "Actions pour promouvoir le français des affaires et les autres langues des pays francophones et des pays francophiles dans le domaine des affaires".

SON ÉTAT-CIVIL :

- Association créée sous le régime de la loi de 1901
- Publication faite au Journal Officiel (J.O.) du 7 mars 1984
- N° Siret: 348 196528000 15
- Adresse du siège : 278 rue de Sandillon - 45590 Saint-Cyr-en-Val - France

- Téléphone/répondeur (appel de France) : 02 38 76 24 05
- Téléphone/répondeur (numéro international) : 332 38 76 24 05
- Téléphone mobile (appel de France) : 06 73 79 43 41
- Messagerie électronique (courriel) : apfa.lemotdor@orange.fr
- Président : Jean Marcel LAUGINIE
- Nom de domaine sur la Toile : apfa.asso.fr
- Responsable du site sur la Toile et auteur des sujets du Mot d'Or : Jean-Marc CHEVROT
- Le site sur la Toile de l'APFA est hébergé dans celui de l'Union internationale de la presse francophone (UPF), 3 Cité Bergère, 75009 Paris - Tél. : 33 (0) 1 47 70 02 80 - Site : <http://www.presse-francophone.org>

SES OBJECTIFS :

Ils découlent de sa raison d'être :

- Faire connaître et faire apprécier les mots justes de la langue des affaires à travers son fondement, sa pratique et son évolution : aider à la diffusion des termes recommandés par la Délégation générale à la langue française et aux langues de France (DGLFLF), créer une pédagogie des mots nouveaux des affaires.
- Œuvrer pour une politique linguistique nataliste, selon le vœu du démographe Alfred SAUVY, en favorisant la créativité dans la démarche de la mercatique terminologique : détecter les besoins terminologiques, recueillir et proposer les suggestions.
- Convaincre que le mitage des langues des affaires n'est pas une fatalité, en montrant que chaque langue est susceptible de traduire avec son génie propre les termes du monde des affaires.
- Reconnaître la compétence initiale acquise au travail par les artisans les employés, les techniciens, compétence exprimée en français des affaires et dans les autres langues maternelles des différentes aires linguistiques.
- Sensibiliser à l'intercompréhension en langues des affaires.
- Encourager la création de services de veille terminologique en entreprise (SVTE).
- Inciter à créer des viviers de termes nouveaux des affaires dans toute démarche prospective.
- Accompagner l'excellence dans la bonne pratique du vocabulaire des affaires.