

JEAN-PIERRE VÉROLLET (64) *ancien responsable du bureau d'études Renault*

# FAUT-IL DÉFENDRE LE FRANÇAIS EN AUTOMOBILE ?

DANS LE FONCTIONNEMENT quotidien, la mondialisation rassemble en réunion des nationalités de plus en plus diverses, induisant l'utilisation automatique de l'anglais *global*. Cela prolonge la présence d'expressions anglaises pour qualifier professionnellement la plupart des actions quotidiennes en matière de management, d'organisation ou de sciences et technologies, même si leurs origines ne sont pas toujours anglo-saxonnes. Et que dire, à l'extérieur des entreprises, de la publicité, de la mode, du langage médiatique, tous avides d'expressions anglaises pour paraître « branchés » ?

Devant ce déferlement, la question de la nécessité ou non d'une résistance organisée se pose, car la résilience même de notre langue peut, à la longue, être mise à mal.

## TOILETTER LA FRENCH TOUCH

Si l'on veut que la *French touch* perdure comme attrait et argument de vente fort de nos produits (pas seulement nos voitures, du reste), il faut que ses bases soient durables, entretenues, toilettées, car se contenter d'une protection administrative serait évidemment illusoire dans un monde ouvert. Or notre langue, plus que nos bâtiments, nos terroirs, notre culture, est exposée tous les jours aux atteintes furtives principalement de l'anglais.

Résister ou accepter l'inévitable ? Entre le marquage rigoureux, mot à mot, à la canadienne et le *wait and see* passif, pour éventuellement résister, que faire ?

« *La résilience même de notre langue peut, à la longue, être mise à mal* »

## AU SECOURS DU FRANÇAIS AUTOMOBILE

Depuis longtemps, le Collège de l'automobile réunit des représentants des constructeurs (CCFA), des équipementiers (FIEV) et de l'État (Académie française, ministère de l'Économie) ainsi que des journalistes et des linguistes de qualité pour entretenir notre belle langue en matière automobile.

Ses membres, en particulier ceux qui sont issus des constructeurs ou des équipementiers, doivent se tenir au plus proche des innovations de façon à détecter très tôt les opportunités de néologismes offensifs ou défensifs. La voiture connectée, la voiture autonome, la voiture zéro émission sont leurs gros chantiers actuels et durables.

## BAPTISER NOS INVENTIONS EN FRANÇAIS

En plus du succès industriel, nous pouvons au moins réussir ensemble *le baptême en français de nos inventions, quitte à proposer en même temps une traduction en anglais*, au lieu de laisser le chemin se faire (assez mal) dans l'autre sens, même si cela ne garantit pas la sauvegarde de l'élégance à la française, devenue la touche française par traduction automatique de *French touch*. ■

L'industrie automobile a été l'une des premières à s'internationaliser puis à se mondialiser, la filière automobile française tenant son rang depuis toujours. Faut-il pour autant laisser l'anglais devenir la langue d'usage du secteur ?

Pour se faire sa propre opinion, le lecteur peut tester la qualité des termes en français proposés par les Collèges de terminologie (80 domaines environ) : <http://www.culture.fr/franceterme>.

Pour le vocabulaire spécifiquement automobile, le dictionnaire et glossaire « Des mots et des Autos » est accessible à <http://www.ccfa.fr/Des-mots-et-des-autos>

## DÉFENSE ET ILLUSTRATION DE LA LANGUE FRANÇAISE

Monospace, covoiturage, citadine, AFU (Assistance au freinage d'urgence), suspension anticipative, voiturier automatique, etc. : autant de termes créés par le Collège de l'automobile pour faire pièce à l'invasion des termes anglophones dans le domaine automobile. N'ayant pas oublié les contraintes de toute nature qui pèsent sur les constructeurs, Jean-Pierre Vérollet se livre, de façon modérée et compréhensive, à une défense et illustration de la langue française comme élément de la *French touch*, cette « élégance à la française » qui constitue un des arguments marketing de notre industrie.