

PREMIER MINISTRE

Commission générale
de terminologie et de néologie

**Recommandation sur l'équivalent
français du mot *pitch***

Emprunté au vocabulaire de la publicité où il désigne une démonstration faite par une agence sur les services qu'elle peut offrir, le mot *pitch* est actuellement en vogue dans quelques émissions télévisées de divertissement.

Texte court, résumant sommairement un film, ou autre spectacle, et destiné à susciter l'intérêt du public, le *pitch* n'est rien d'autre qu'une présentation, désormais confiée le plus souvent aux acteurs eux-mêmes au moment de la sortie du film, à des fins de promotion.

Si l'emploi de ce mot anglais, traduit littéralement en ce sens par *baratin*, *boniment*, relève au départ d'une intention ludique, qui n'est certes en rien critiquable, il reste que la signification du mot est floue et même obscure pour la plupart des auditeurs français.

Mais surtout, comme le soulignent les Québécois, ce mot constitue « un emprunt à l'anglais qui concurrence inutilement les termes français existants ».

En effet le lexique français offre de nombreuses possibilités : **résumé**, **condensé**, **abrégé**, **argument**, ou tout simplement **présentation**... avec toutes les nuances d'expression que permet cette diversité.

Pourquoi s'en priver, au risque de laisser s'amenuiser la richesse et la précision de notre vocabulaire ?

La Commission générale recommande l'emploi, au lieu de *pitch*, de l'un ou l'autre de ces différents termes, en fonction du contexte.