Goodwill

Paul A. Horguelin

Volume 14, Number 4, décembre 1969

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/003099ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/003099ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Les Presses de l'Université de Montréal

ISSN

0026-0452 (print)

1492-1421 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Horguelin, P. A. (1969). Goodwill. *Meta*, 14(4), 218–218.
<https://doi.org/10.7202/003099ar>

GOODWILL

Outre son sens courant (**bonne volonté, bon vouloir, bienveillance**), le terme *goodwill* s'emploie aussi en commerce et comptabilité pour désigner la **clientèle, l'achalandage, le fonds de commerce, le pas-de-porte**. Ces termes figurent dans tous les bons dictionnaires, mais on y cherche en vain un troisième sens, plus récent, de *goodwill*: la bonne opinion qu'ont d'une entreprise ceux qui traitent avec elle. À notre époque de relations extérieures, où toute société qui se respecte s'efforce par tous les moyens de « projeter une image favorable », pour reprendre la terminologie à la mode, le *goodwill* est une chose importante. Comment rendre ce terme en français ?

Dans un ouvrage traitant de la correspondance commerciale, Jacques Surlemont écrit ce qui suit: « Le mot anglo-saxon de « goodwill » est bien plus descriptif que le mot français « clientèle » par lequel on désigne ce « capital-client »; ne met-il pas en évidence la « bonne volonté » que le client met à patronner votre maison ¹? » **Capital-client** est une solution à retenir. Personnellement, je préférerais **capital-clientèle**.

Par recouplement, je suis arrivé à ce paragraphe de la rubrique « relation » dans le dictionnaire Robert:

— Néol. (d'après l'anglais *public relations*). *Relations publiques* (la forme normale serait « relations avec le public ». V. Public, II, 2°): ensemble des méthodes et des techniques utilisées par des groupements (entreprises, syndicats, partis, États...), et *spécialt.* par des groupements d'intérêt, pour « créer un climat de confiance dans leur personnel... et dans le public*, en vue de soutenir leur activité et d'en favoriser le développement » (C. SALLERON) ².

Il me semble que **climat de confiance** est une bonne équivalence à laquelle on ne peut reprocher de « sentir la traduction ».

PAUL A. HORGUELIN

1. Jacques Surlemont, *la Lettre commerciale*, Bruxelles, Baude, 1945, p. 131.
2. Paul Robert, *Dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française*, Paris, Société du Nouveau Litté, 1964, vol. VI, p. 51.