

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Diplomová práce

**Sigles et abréviations dans la publicité française et son
exploitation en FLE**

Jitka Černohousová

Plzeň 2014

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Katedra románských jazyků

Studijní program Učitelství pro střední školy

Studijní obor Učitelství francouzštiny pro střední školy

Diplomová práce

**Sigles et abréviations dans la publicité française et son
exploitation en FLE**

Jitka Černohousová

Vedoucí práce:

PhDr. Helena Horová, PhD

Katedra románských jazyků

Fakulta filozofická Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2014

Prohlašuji, že jsem práci zpracovala samostatně a použila jen uvedených pramenů a literatury.

Plzeň, duben 2014

Poděkování:

Děkuji PhDr. Heleně Horové, PhD za odborné vedení této práce, praktické rady, podporu a inspiraci při jejím vytváření.

Table des matières

1	INTRODUCTION	1
2	CONTEXTE DES SIGLES ET ABRÉVIATIONS.....	3
2.1	Formation des mots, néologie.....	3
2.2	Sigles et abréviations français	6
2.2.1	Abréviation	6
2.2.2	Siglaison.....	8
2.3	Sigles et abréviations anglais.....	10
2.4	Sigles et abréviations tchèques	12
3	PUBLICITÉ FRANÇAISE.....	14
3.1	Qu'est-ce qu'est la publicité ?	14
3.2	Point de vue linguistique	16
4	ANALYSE LINGUISTIQUE DES MATÉRIELS PUBLICITAIRES..	19
4.1	Analyse linguistique	19
4.2	Constatations	45
5	EXPLOITATION DE LA PUBLICITÉ EN FLE	47
5.1	Tendances actuelles	47
5.2	Documents authentiques.....	50
5.3	Activités.....	52
5.3.1	Activité 1.....	53
5.3.2	Activité 2.....	57
5.3.3	Activité 3.....	61
5.3.4	Activité 4.....	64
5.3.5	Activité 5.....	67
5.3.6	Activité 6.....	69
5.3.7	Activité 7.....	72
5.3.8	Activité 8.....	75
5.3.9	Activité 9.....	78
5.3.10	Activité 10	80
6	MISE EN PRATIQUE	82

7	CONCLUSION	84
8	BIBLIOGRAPHIE	86
8.1	Livres	86
8.2	Magazines	86
8.3	Sources électroniques	87
9	RÉSUMÉ TCHÈQUE	100
10	RÉSUMÉ FRANÇAIS	100
11	ANNEXES	101
11.1	Annexes	101
11.2	Corrigés	219

1 INTRODUCTION

Ce mémoire porte sur les sigles et abréviations qui se trouvent dans la publicité française et également sur l'exploitabilité de ce type de publicité en FLE. Il s'agit d'un thème partiellement linguistique et partiellement didactique. On examine le contenu des documents publicitaires et fait une analyse afin de découvrir si et quels sigles et abréviations y sont utilisés. Mais cela représente seulement une partie de l'objectif qu'on a déterminé. On a l'intention de prouver que ces documents peuvent être exploités pédagogiquement dans la classe du français au lycée d'enseignement général tchèque.

Au début, on présente le contexte plus vaste des sigles et abréviations. On traite par exemple la formation des mots, la néologie. On distingue de différents genres de la néologie. Ensuite, on se concentre directement sur les sigles et abréviations français. On compare aussi le procès de leur création en français avec ce procès et leurs formes en tchèque et en anglais.

Dans le chapitre suivant, on explique le terme « *publicité*. » On cite la définition de ce terme. On s'en occupe d'une part du point de vue général, on peut dire même économique, et d'autre part du point de vue linguistique. On indique le type de la publicité française qu'on traite dans l'analyse linguistique et puis utilise comme la base pour les activités pédagogiques et les raisons pour lesquelles on l'a choisi.

Il suit une analyse linguistique des matériels accumulés. On présente brièvement chaque document et commente son contenu linguistique. Étant donné qu'on traite les sigles et abréviations français, on s'occupe exclusivement de ces éléments. On indique leur forme d'origine et parfois une explication complémentaire, au cas où on estimerait qu'on en a besoin. Enfin, on résume ses constatations et fait une distinction des sigles et abréviations trouvés.

Le chapitre suivant se focalise sur les possibilités de l'exploitation pédagogique de la publicité française dans la classe. On conçoit des activités basées sur les documents publicitaires qu'on a examinés dans l'analyse

linguistique. Ces activités sont destinées aux étudiants qui fréquentent un lycée d'enseignement général tchèque. Leur difficulté est alors adaptée à leurs niveaux de la langue. Leur but est de développer toutes les compétences langagières possibles qui sont définies par le Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues.

Le dernier chapitre se préoccupe de la pratique. Cela veut dire qu'on a eu la possibilité de mettre les activités conçues à l'épreuve pendant la pratique pédagogique obligatoire à l'Académie de commerce à Pilsen. On présente ses expériences et constate des avantages ou des inconvénients potentiels des activités.

2 CONTEXTE DES SIGLES ET ABRÉVIATIONS

Ce chapitre est consacré au contexte plus vaste des sigles et abréviations. Vu que créer les sigles ou les abréviations représente une sorte de formation, il faut mentionner la formation des mots nouveaux. Ce procédé de formation est appelé la néologie. Il existe plusieurs types de néologie qui sont décrits ci-dessous. La partie suivante de ce chapitre se concentre concrètement sur les sigles et abréviations français. Étant donné que les étudiants tchèques déjà connaissent ce genre d'unités lexicales en tchèque et très souvent en anglais parce que l'anglais est dans la majorité des cas la langue étrangère première pour eux, il faut aussi comparer la création et la forme des sigles et abréviations français avec celles-ci en tchèque et en anglais.

2.1 Formation des mots, néologie

Chaque langue évolue au cours de temps. Elle s'enrichit constamment des nouveaux mots, des nouvelles expressions et formes. La langue française n'est pas une exception. Il existe un certain nombre de procédés de formation, c'est-à-dire de néologie, qui contribuent à l'enrichissement du lexique français. Ces procédés utilisent des différents moyens desquels dispose le français. Pourtant, la création lexicale est toujours conditionnée par une innovation dans le rapport signifiant-signifié. C'est d'où provient la distinction de la néologie en deux types. On distingue la néologie formelle et sémantique. S'il s'agit d'une création globale, cela veut dire qu'ils apparaissent conjointement un nouveau sens et un nouvelle forme, on parle de la néologie formelle. Ce type de néologie est caractéristique par une apparition d'un nouveau signifiant. La néologie sémantique est au contraire plus difficile à détecter. Elle résulte d'une innovation spécifique, de la mutation ou de l'évolution, qui touche seulement le niveau du sens. Pour le but de cette thèse, on se concentre justement sur le premier type.

La néologie formelle, comme son nom suggère, se compose de l'ensemble des procédés qui provoquent, ou permettent, l'apparition de nouvelles formes. Ils s'agit, d'une part, de l'emprunt de formes à d'autres langues et, d'autre part, de la génération de nouvelles formes selon les règles du lexique. « *D'un côté,*

hétérogénéité liée au contact des langues, de l'autre homogénéité d'un système gouverné par des règles. »¹ Les types de création lexicale sont suivants : la dérivation, la composition, les sigles et les abréviations, les emprunts.²

Premièrement, on s'occupe de la dérivation. Elle représente, dans le cas le plus standard, un mécanisme morphologique qui consiste en la combinaison d'un radical et d'un affixe. Cet affixe est appelé « *dérivationnel* ». La dérivation renvoie à une relation entre les radicaux des lexies. On distingue le radical à l'origine d'une dérivation (le source de la dérivation) et le radical construit par cette dérivation (le cible de la dérivation.) Au niveau des lexies, on parle alors de la lexie source et de la lexie cible. Les affixes qui sont utilisés pendant la dérivation sont soit des suffixes soit des préfixes. Le suffixe est ajouté après le radical d'un mot ; le préfixe est un élément précédant le radical.

La composition est également un mécanisme morphologique mais elle construit de nouveaux radicaux. « *Un mot-forme est formé par composition lorsqu'il résulte de la concaténation – c'est-à-dire de la juxtaposition linéaire – de plusieurs mots-formes ou radicaux. Bien entendu, la composition n'est pas une concaténation aléatoire de radicaux. Il existe en français des patrons de composition.* »³ Les résultats de la composition sont les lexies composées (souvent appelées les mots composés) et les locutions. La frontière entre ces deux formes en français a un caractère flou ce qui cause une certaine fluctuation dans la façon de laquelle les mots composés s'orthographient. Dans les grammaires et les textes de linguistique, on estime que la notion de composition est souvent étendue à la lexicalisation de syntagmes, c'est-à-dire à la formation de locutions. Les mots-formes desquels les locutions sont constituées sont considérés en quelque sorte « *dégénérés.* » Car les locutions ont tendance à se comporter comme des blocs dans la phrase, à la manière des lexies composées. « *L'important, pour une locution, c'est d'être un syntagme, c'est-à-dire de*

1 GAUDAN, F., GUESPIN, L., *Initiation à la lexicologie française*, Bruxelles : Éditions Duculet, 2000. ISBN 2-8011-1264-X, p. 251

2 GAUDAN, F., GUESPIN, L., 2000, p. 251

3 POLGUERE, A., *Lexicologie et sémantique lexicale*, Québec : Les Presses de l'Université de Montréal, 2008. ISBN 978-2-7606-2015-5, p. 79

posséder une structure syntaxique interne qui en fait une expression linguistique valide. Cette caractéristique la distingue clairement de la lexie formée par composition. »⁴

Le procédé de formation de sigles et d'abréviations est un type de création lexicale qui porte sur le fait d'abrégier les mots ou les expressions. Ils est traité plus en détail dans la partie suivante de ce chapitre, appelée « *Sigles et abréviations français.* »

Le dernier type de néologie est l'emprunt. L'emprunt est définis comme un signe qui s'installe dans un système linguistique en étant emprunté à un autre. Ce signe ne subit pas des modifications formelles. Il est constitué par une dénomination exogène, qui est appelé « *le xénisme,* » qui circule à l'intérieur du lexique français. Pourtant, le processus d'implantation d'un terme dans une autre langue que la sienne prend du temps. Il en existe plusieurs phases. À la phase de xénisme, le terme est mentionné de façon autonymique. Cela signifie qu'on le paraphrase et le mentionne comme un terme étranger qui appartient à une autre langue. Il se rapport souvent à la réalité étrangère. La phase suivante, celle de l'utilisation occasionnelle, est une phase intermédiaire. Le terme devient « *le pérégrinisme.* » Cela veut dire qu'il n'a plus besoin d'être traduit en français mais est encore perçu comme étranger. La phase finale se caractérise par l'acceptation du terme et son perception comme d'un terme français. Les proximités culturelles et linguistiques rendent les emprunts entre les langues faciles. La France et la Grande-Bretagne représentent un exemple parfait. Leur histoire croisée a permis de nombreux cas d'échanges réciproques entre ces deux communautés linguistiques. Actuellement, il est fréquent que ce soit le français qui emprunte à l'anglais. C'est parce que cette langue joue un rôle international de communication pour les échanges scientifiques, technologiques, industriels et financiers, ce qui inclut notamment les industries culturels.⁵

4 POLGUERE, A., 2008, p. 80

5 GAUDAN, F., GUESPIN, L., 2000, p. 295-297

2.2 Sigles et abréviations français

L'abréviation et la siglaison représentent les deux procédés qui contribuent à la création lexicale. Les locuteurs ont parfois tendance à raccourcir ou à abrégé les mots qu'ils estiment trop longs. Le but de cette activité est d'économiser leur dépense articulatoire et mémorielle et, en même temps, de maintenir la compréhensibilité du signe.

2.2.1 Abréviation

Le principe d'abréviation est d'exprimer une unité linguistique par un signifiant qui, tronqué d'un ou de plusieurs éléments, conserve le signifié de l'unité de départ. On distingue plusieurs formes différentes d'abréviation :

a) La première forme touchent des objets, des êtres ou des processus désignés par une fusion de deux ou plusieurs unités lexicales. Car ils sont trop encombrant, ils sont habituellement réduits à un terme plus caractéristique. Les exemples de ce genre d'abrégé sont nombreux. On peut en citer : « *quotidien au lieu de journal quotidien, hebdomadaire au lieu de périodique hebdomadaire, pull au lieu de pull-over, métropolitain au lieu de chemin de fer métropolitain.* »⁶ Ces abréviations concernent souvent des mots composés savantes, par exemple : « *cinéma ou ciné pour cinématographe, photo pour photographie, stylo pour stylographe, micro pour microphone.* »⁷

b) La deuxième forme concerne les unités lexicales graphiquement ininterrompues qui sont jugées trop longues (souvent à partir de trois syllabes.) Quelques exemples de cette abréviation sont suivants : « *métro pour métropolitain, fac pour faculté, prof pour professeur, imper pour imperméable.* »⁸

c) La dernière forme porte sur la langue écrite. Il est typique pour elle qu'elle utilise des abréviations qui réduisent un mot à une ou plusieurs lettre(s) : *M pour Monsieur, Mme pour Madame, Dr pour Docteur, F pour franc(s), p. pour pages, Mgr pour Monseigneur. Certains ouvrages spécialisés comme les*

6 NIKLAS-SALMINEN, A., *La lexicologie*, Paris : Armand Colin, 2008. ISBN 978-2-200-26936-4, p. 80

7 NIKLAS-SALMINEN, A., 2008, p. 80

8 NIKLAS-SALMINEN, A., 2008, p. 80

dictionnaires et les grammaires, par exemple, comportent des listes d'abréviations assez longues, dont certaines sont d'usage courant : *c-à-d*, *ex.*, *cf.*, *qqch* (« quelque chose »), *qqn* (« quelqu'un »).⁹

L'abréviation qui efface les dernières syllabes du mot s'appelle l'apocope. Autrement dit, il s'agit d'une troncation à droite ce qui est plus fréquent. Ce genre d'abréviation est à l'origine de nombreuses dénominations courantes. On en peut citer par exemple : « *fac(ulté)*, *prof(esseur)*, *amphi(théâtre)*. »¹⁰ La troncation à gauche s'appelle l'aphérèse. Elle consiste en la réduction de la partie initiale du mot ce qui est plus rare. Elle concerne des unités en nombre réduit, par exemple : « *(auto)bus*, *(ca)pitaine*, *(prin)cipal*. »¹¹ La règle pour abrégé est que deux ou trois syllabes sont conservées, parfois une seule : « *stylo(-bille)*, *ciné(-ma)*. »¹² Néanmoins, on ne respecte pas toujours cette règle. Les mots comme « *manif(estation)*, *fac(ulté)*, *prof(esseur)* »¹³ sont terminés par la consonne initiale de la deuxième ou de la troisième syllabe du mot entier. Le résultat de l'abréviation est souvent une réduction d'un mot préfixé à son préfixe qui prend les sens de l'ensemble. Les composés savants représentent généralement le premier élément qui est conservé, par exemple : « *télé(vision)*, *homo(sexuel)*. »¹⁴¹⁵

Un phénomène, le pseudo-suffixe « *-o* » s'est développé au sujet de l'abréviation. On a généralisé le timbre de la voyelle qui apparaît dans *promo*, *interro*, *compo*, *expo*, *vélo*, *labo*, *mélo*, etc. Les autres exemples de ces formations sont : « *mécano (mécanicien)*, *apéro (apéritif)*, *prolo (prolétaire)*, *hosto (hôpital)*. »¹⁶ Car ces abréviations sont homophones avec les mots populaires terminés par le suffixe nominal « *-ot*, » elles possèdent une coloration plus ou moins familière. Il existe aussi d'autres pseudo-suffixes, par exemple : «

9 NIKLAS-SALMINEN, A., 2008, p. 80

10 NIKLAS-SALMINEN, A., 2008, p. 80

11 NIKLAS-SALMINEN, A., 2008, p. 80

12 NIKLAS-SALMINEN, A., 2008, p. 80

13 NIKLAS-SALMINEN, A., 2008, p. 80

14 NIKLAS-SALMINEN, A., 2008, p. 80-81

15 GAUDAN, F., GUESPIN, L., 2000, p. 294

16 NIKLAS-SALMINEN, A., 2008, p. 81

cinoche (cinéma), juteux (adjudant). »¹⁷

Même les abréviations peuvent fonctionner comme la base pour la formation de nouveaux mots. Par exemple l'abréviation « *bus*. » Elle est l'élément final dans autobus, trolleybus, abribus, bibliobus. Une autre, « *auto* » sert d'élément initial à de nombreux mots nouveaux : auto-école, autoradio, autoroute, auto-stop.

Les abréviations sont utilisées par des registres de langue différents. Elles font partie du langage familier des écoliers et des étudiants. Le jargon de chaque groupe socioprofessionnel dispose également de ses mots tronqués. Du point de vue historique, c'est-à-dire diachronique, les formes abrégées ont toujours joué un rôle considérable dans l'édification du lexique français.¹⁸

2.2.2 Siglaison

On a mentionné que les abréviations appartiennent plutôt à la langue parlée. Les sigles, au contraire, semblent caractériser avant tout la langue standard. Les sigles sont généralement définis comme toutes les dénominations complexes formés des lettres initiales de leurs éléments initiaux. La création de mots par siglaison est de nos jours étendue et généralisée. Tout le monde connaît les sigles les plus importants, mais d'autres (la plupart d'eux) n'ont de sens que pour des initiés (par exemple CNC ou SACD). Pour les initiés, le rapport entre le sigle et le syntagme développé est transparent. En revanche, pour des locuteurs ordinaires, le sigle a un fonction cryptique. Il est absolument arbitraire et en plus, il ne s'inscrit pas à l'intérieur de séries, de paradigmes. Les sigles désignent surtout des organisations administratives, politiques, syndicales, étatiques, internationales, etc. Pratiquement tous les domaines d'activité ou toutes les sphères de vie possèdent leurs propres sigles. Les exemples de quelques-uns de différents domaines : « *RMI (Revenu minimum d'insertion), SMIC (Salaire minimum interprofessionnel de croissance), PS (Parti socialiste), CGT (Confédération générale du travail), ONU (Organisation des Nations unies), FIV*

17 NIKLAS-SALMINEN, A., 2008, p. 81

18 NIKLAS-SALMINEN, A., 2008, p. 79-82

(*Fécondation in vitro*), *HIV* (angl. *Human Immunodeficiency Virus*), *USA* (angl. *United States of America*). »¹⁹

On peut se poser la question si les sigles peuvent être considérés comme des mots, au même titre que les abréviations. Certains d'eux sont des associations simples des lettres sans signification indépendante et d'usage conventionnel étroitement localisé et limité. Ces sigles ne sont pas d'habitude classées parmi les mots. Néanmoins, d'autres forment des signifiants qui possèdent une fonction désignative autonome intégrée au système général de la langue (USA, UNESCO, SNCF, RATP). Il est souvent difficile, ou même impossible, pour les locuteurs de reconstituer la locution entière correspondant aux sigles bien qu'ils connaissent parfaitement leur signification. Parfois, les sigles deviennent des mots véritables, comme par exemple les termes anglais Radar (Radio Detecting and Ranging) et Laser (Light Amplification by Stimulated Emission of Radiations). Il est puis inutile d'utiliser des lettres capitales.

S'il s'agit de la prononciation des sigles, un certain nombre d'entre eux se prononcent de façon alphabétique, cela veut dire comme lorsqu'on récite l'alphabet, ce qu'indique normalement la présence de points. On peut indiquer par exemple : « *RATP* [*eratepe*], *PC* [*pe se*], *PS* [*pe es*]. »²⁰ Au cas où la combinaison des consonnes et des voyelles permettrait l'articulation des phonèmes et leur fusion en syllabes, les sigles se prononcent de façon syllabaire, comme des mots ordinaires qui obéissent aux lois phonétiques générales de la langue. Cette prononciation incite une tendance à omettre les points parce que le mot résultant est perçu comme une suite de syllabes. Les sigles prononcés de cette façon s'intègrent mieux au langage. Il s'agit par exemple de : « *ONU* [*ony*], *UNESCO* [*yneskɔ*], *OTAN* [*otã*]. »²¹ Aujourd'hui, comme on a déjà mentionné ci-dessus, on sent le besoin de disposer de dénominations courtes. Ce besoin en combinaison avec le goût pour les lexèmes ont conduit à généraliser la création d'acronymes. Ce sont des sigles prononcés de façon exclusivement syllabaire.

19 NIKLAS-SALMINEN, A., 2008, p. 81

20 NIKLAS-SALMINEN, A., 2008, p. 82

21 NIKLAS-SALMINEN, A., 2008, p. 82

Pour leur création, on ne se limite plus aux initiales ; ce qui est le plus important, c'est l'oralisation.²² En effet, on combine les premières syllabes ou les premières lettres de chacun des termes de la formation abrégée : « *Sobodi* (= *Société bordelaise de diffusion*), *Fortran* (= *ang. formula translation*). »²³

En ce qui concerne le fonctionnement des sigles dans la phrase, quelques-uns fonctionnent comme des noms propres, sans article ; mais la plupart fonctionnent comme des noms communs. Les organisations, les entreprises, les institutions nouvelles visent à trouver des sigles bien sentis et efficaces que s'enregistrent vite et se retiennent facilement. Afin d'atteindre ce but, on a tendance à inventer des sigles directement prononçables desquels le signifiant est parfois homonyme d'un mot existant, par exemple « *CIEL* (= *Centre international d'étude des langues*). »²⁴

Comme certaines abréviations servent à former des mots nouveaux, certains sigles qui sont totalement entrés dans l'usage donnent souvent naissance à la création de mots dérivés à l'aide des suffixes : *CGT* – *cégétiste*, *ENA* – *énarque*, *CAPES* – *capésien*, *capésienne*, *SMIC* – *smicard*, *RMI* – *érémiste*.²⁵

2.3 Sigles et abréviations anglais

En anglais, il existe deux types principaux de création de formes abrégées. Le premier est le raccourcissement (*shortening*). Traditionnellement, les linguistes classent le procédé de raccourcissement également parmi les procédés de formation de mots. Cependant, certains proclament que ce procédé ne constitue pas un nouveau mot mais simplement une forme plus courte d'un mot existant. Raccourcir, en général, exprime la tendance de l'anglais moderne vers le monosyllabisme. Il s'agit alors d'un procédé dans lequel une partie du mot d'origine est enlevée. On distingue des formes raccourcies de mots et des mots de lettres initiales ; le raccourcissement des mots dans le discours oral et dans celui écrit.

22 GAUDAN, F., GUESPIN, L., 2000, p. 293

23 NIKLAS-SALMINEN, A., 2008, p. 82

24 NIKLAS-SALMINEN, A., 2008, p. 82

25 NIKLAS-SALMINEN, A., 2008, p. 82

Son sous-type est la coupure (clipping). Il s'agit d'un raccourcissement des mots parlés. Une découpage (abréviation lexicale/raccourcissement) est une réduction d'un mot à une forme plus courte. On supprime ou coupe une ou plusieurs syllabes d'un mot. Le « clipping » est typique pour les noms en anglais moderne. Les mots raccourcis (les coupures) existent dans le lexique ensemble avec les mots plus longs à partir desquels ils sont créés. La plupart des linguistes les considèrent comme des mot - variantes. Les formes plus courtes sont généralement utilisées dans le discours décontracté et diffèrent en référence stylistique et/ou en charge émotionnelle. Quelques-unes apparaissent à la fois dans le discours oral et écrit, d'autres quasiment dans le discours oral. Les mots originaux, c'est-à-dire plus longs, deviennent parfois obsolètes. Quelques formes raccourcies de mots peuvent être utilisées comme des éléments lexicaux indépendants puisqu'ils ont une signification différente de leurs formes d'origine actuellement. On distingue des types suivants d'abréviations lexicales :

- a) découpage final - les mots qui ont été raccourcis à la fin ;
- b) découpage initial - les mots qui ont été raccourcis au début ;
- c) découpage mixte – les mots qui ont été coupés des deux côtés ;
- d) découpage médiane - moins fréquente, les mots desquels les syllabes ou certains sons ont été supprimés au milieu du mot.

Sigles et acronymes sont des mots formés à partir des lettres initiales. Acronymes (mots de syllabe) sont des mots formés à partir des initiales des expressions constituées de plusieurs mots et sont lus comme des mots ordinaires - NATO, UNESCO, PIN, AIDS, UFO. Sigles (mots de lettre) sont des mots formés à partir des initiales d'expressions composées généralement de deux ou trois mots avec la lecture alphabétique (la prononciation orthographique) : VIP , FBI, CIA , SMS.

Les soi-disant abréviations latines (un sous-groupe particulier de sigles) ont un statut particulier parce qu'ils peuvent être parfois remplacés par des mots anglais – a. m., p. m., etc.

Certaines abréviations (de différents types) sont limitées dans leur utilisation à la langue écrite – les abréviations graphiques (par écrit), par exemple: Rd, St, Oct. Certaines d'elles ont pénétré dans la parole orale - MP, SOS, PhD, MA. Elles sont lues par ordre alphabétique.²⁶

Si on compare les sigles et abréviations anglais avec ceux français, on découvre quelques différences. On peut mentionner par exemple le fait que la création de sigles et d'abréviation n'est pas entièrement acceptée comme le procédé de formation de mots en anglais. En ce qui concerne les modes de former les abréviations, il y a aussi les différences. Les découpages mixte et médiane qui sont possibles en anglais ne sont pas utilisées en français. Il existe également une différence légère en terminologie portant sur les acronymes et les sigles. S'il s'agit de la prononciation, ses règles sont pareilles dans toutes les deux langues. Même si on constate que les procédés ne sont pas identiques, on peut toujours utiliser la langue anglaise pour approcher ou mieux expliquer des phénomènes en langue française.

2.4 Sigles et abréviations tchèques

L'abréviation est, en général, une création à partir d'une dénomination composée de plusieurs mots. On prend seulement une partie de chaque mot. Il s'agit d'une création spécifique qui possède une fonction économique. Des formes résultant de ce procédé de formation ne sont pas considérées toujours comme des mots au sens propre. D'après leur origine et leur nature, on distingue des abréviations initiales et de groupe. Les abréviations initiales sont formées des premières lettres de la dénomination. Dans la majorité des cas, elles désignent des états, des institutions et des entreprises. Cela veut dire qu'elles sont utilisées comme des noms propres. Elles s'écrivent en lettres capitales : ČR, OSN. Les abréviations de groupe sont formées des parties des mots particuliers ou d'un mot entier relié à une partie raccourcie d'un autre mot. Elles s'écrivent généralement avec la première lettre capitale. Elle désignent des institutions et des entreprises

²⁶ KVETKO, P., *English lexicology in Theory and Practice*, Trnava : Univerzita Sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2009. ISBN 978-80-8105-110-4, p. 39-41

(par exemple Čedok) ou des produits (kovral). Toutes les abréviations de groupes sont prononcées comme un mot. On les décline également. Les abréviations initiales sont prononcées de façon alphabétique. Seulement quelques exceptions (par exemple JAMU) se prononcent de façon syllabique. Il existe aussi encore une sorte de mots abrégatifs. Elle est basée sur la transition des collocations ou des mots composés aux dérivations ou, à l'aide de l'ellipse, au fond d'un mot de la collocation d'origine. Ce procédé est appelé l'univerbation. Les mots créés de cette façon appartiennent à la langue familière. L'abréviation est une création limitée par son volume et sa fonction. Elle ne reste qu'une création marginale.²⁷²⁸

La tendance à remplacer des locutions vastes par des formes plus courtes est présente toujours en tchèque moderne. On raccourci des mots dans toutes les sphères de communication. Parfois outre mesure de compréhensibilité ce qui était critiqué au passé. Les abréviations sont utilisées surtout dans les textes spécialisés et administratifs parce qu'ils permettent une communication claire et rapide. Pourtant, l'usage excessif dans d'autres domaines, par exemple dans la presse, peut influence négativement la compréhension des locuteurs.²⁹

La langue tchèque et celle française n'appartiennent pas à la même famille de langues, alors on attend des différences entre elles. Les abréviations initiales tchèques correspondent plus au moins aux sigles français. Les abréviations de groupe peuvent être comparées aux sigles qui sont devenus des mots véritables ou aux acronymes français. Pourtant, on ne peut pas dire qu'il s'agit des formes tout à fait identiques. En tchèque, le procédé d'univerbation est assez étendu et populaire. Par contre, il est utilisé plutôt rarement en français. S'il s'agit de la prononciation, ses règles sont pareilles chez les formes qui paraient être similaires dans toutes les deux langues. On peut constater que le tchèque est exploitable en expliquant ces phénomènes en français. Néanmoins, il faut faire attention aux différences et nuances pour ne pas fourvoyer son public.

27 HAUSER, P., *Základní pojmy z nauky o slovní zásobě a tvoření slov*, Brno: Masarykova Univerzita v Brně, 2003. ISBN 80-210-3081-X, p. 39-40

28 ČERMÁK, F., *Jazyk a jazykověda*, Praha: Nakladatelství Karolinum, 2001. ISBN 80-246-0154-0, p. 146

29 ČECHOVÁ, M., *Stylistika současné češtiny*, Praha: ISV – nakladatelství, 1997. ISBN 80-85866-21-8, p. 115

3 PUBLICITÉ FRANÇAISE

La publicité nous entoure presque à chaque pas. Elle fait partie inséparable de nos vies. Nous la rencontrons sous formes différentes tous les jours ; des affiches dans les boîtes aux lettres, sur les rues, au transport public ; des panneaux d'affichage autour des routes ; des messages publicitaires à la radio, à la télévision, sur l'Internet. Il est impossible de s'en débarrasser. Son influence immense, mais plus ou moins négligé et inaperçu, sur le comportement, les décisions et également le langage est la raison pour laquelle on a décidé de l'examiner. Premièrement, on se concentre sur la publicité telle quelle.

3.1 Qu'est-ce qu'est la publicité ?

La publicité peut être définie comme « *un ensemble des actions mises en œuvre par une entreprise commerciale ou industrielle pour se faire connaître et communiquer sur ses produits et/ou prestations afin d'en promouvoir la vente.* »³⁰ Son but est alors d'inciter à consommer et d'influencer le choix du public, c'est-à-dire des clients. L'objet destiné à la consommation est soit matériel (par exemple un bien, un produit) soit immatériel (par exemple un service, un événement), ou même institutionnel (la marque elle-même). L'objectif de chaque opération ou campagne publicitaire est d'attirer l'attention du client sur un produit ou une marque et en même temps de le familiariser avec lui parce que cela optimise et rend plus facile l'acte d'achat. La publicité vise également à créer un besoin et par la suite persuader les clients que le produit ou le service proposé répond à ce besoin. Elle peut aller jusqu'à proclamer que tel produit répond mieux que d'autres produits de concurrence à la demande ou à l'attente d'une clientèle ciblée. Son impact sur la fidélisation des consommateurs est considérable. Si on entend parler d'un produit, c'est celui-ci qui inspire en général plus de confiance et attire par conséquent plus de consommateurs en comparaison avec un produit pareil inconnu. Il faut mentionner qu'on distingue trois types principaux de publicité :

³⁰ *La publicité : Définition.* [en ligne]. [consulté le 28 février 2014]. Disponible sur : <http://www.petite-entreprise.net/P-1722-85-G1-la-publicite-definition.html>

« a) Cognitive : pour faire connaître ;

b) Conative : pour faire bouger, acheter ;

c) Affective : pour faire aimer. »³¹

Même si la publicité peut ressembler à la propagande, il faut les discriminer. La propagande est une « action systématique exercée sur l'opinion pour lui faire accepter certaines idées ou doctrines, notamment dans le domaine politique ou social. »³² Au contraire, la publicité possède une finalité commerciale et pas idéologique.

Les entreprises utilisent toutes sortes de moyens et de techniques pour faire leur publicité. Leur but premier reste de transmettre un message donné et leur but final de vendre le plus possible. Pour qu'ils les atteignent, leur publicité « doit reposer sur un message ciblé, qui dans ce cas de figure, est unidirectionnel. Le client/consommateur se retrouve dans la position de celui qui ingurgite. »³³

Le message transmis contient toujours seulement des aspects positifs de la marque vantée. Le ton, le support et le cadre qu'on adopte sont au plus possible en adéquation avec la clientèle cible. Des analyses sociologiques et marketing représentent un moyen souvent utilisé par les publicitaires qui envisagent de toucher au mieux leurs clients.

Grâce aux médias et d'autres canaux de communication qui la véhiculent, la publicité est aussi étendue aujourd'hui. Comme on a déjà mentionné ci-dessus, il devient même impossible d'y échapper tant elle a envahi toutes les formes de médias. Mais elle n'occupe pas juste la presse, la télévision et la radio. Il y a en plus des espaces d'affichage qui encombrant la voie publique et la sphère privée. En bref, la publicité ne manque aucune possibilité de s'imposer.³⁴

31 *La publicité : Définition*. [en ligne]. [consulté le 28 février 2014]. Disponible sur : <http://www.petite-entreprise.net/P-1722-85-G1-la-publicite-definition.html>

32 *Définitions : propagande – Dictionnaire de français Larousse*. [en ligne]. [consulté le 28 février 2014]. Disponible sur : <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/propagande/64344>

33 *La publicité : Définition*. [en ligne]. [consulté le 28 février 2014]. Disponible sur : <http://www.petite-entreprise.net/P-1722-85-G1-la-publicite-definition.html>

34 *La publicité : Définition*. [en ligne]. [consulté le 28 février 2014]. Disponible sur : <http://www.petite-entreprise.net/P-1722-85-G1-la-publicite-definition.html>

3.2 Point de vue linguistique

Au début de ce chapitre, on a dit que la publicité influence, entre autres, le langage. Elle est alors assez intéressante aussi du point de vue linguistique. On se concentre sur ses spécificités et apports à la langue française dans les lignes suivantes.

De nos jours, c'est justement la publicité qui participe à la création linguistique. Les messages publicitaires apportent des nouveautés dans le vocabulaire ou la syntaxe français. On peut même déclarer que ce sont aujourd'hui seuls les publicitaires qui utilisent sans complexes toutes les possibilités du français et qui osent introduire des innovations. C'est parce que leur travail exige qu'ils créent des messages frappants et attirants.

Des nouveaux mots présentés par la publicité séduisent le public facilement parce qu'ils l'amuse bien. Cependant, ces mots ne sont pas accueillis au début de façon enthousiaste car ils ne se trouvent pas dans le dictionnaire, cela veut dire ils ne sont pas perçus comme les mots français. Mais puisqu'ils sont répétés de nouveau à maintes reprises, le public les enfin adopte. On estime que c'est la forme linguistique du message publicitaire qui attire l'attention. C'est parce qu'il arrive de temps en temps que tout le monde retient la formule et oublie totalement le nom du produit. Au cours de quelques décennies, la réclame a passé à la publicité, puis à la pub. Il s'agit d'un nouveau mode de communication qui a contribué à développer tout un art d'informer et de convaincre, qui associe l'image, le son et la parole. La réclame au passé n'avait que des médisants qui la méprisaient. La publicité a au contraire ses admirateurs de nos jours.

Le monde de la publicité, c'est-à-dire tous ses créateurs, les publicitaires, visent à utiliser au mieux toutes les possibilités de l'instrument de communication ; cela veut dire de la langue. Ils osent se libérer des règles de bon usage des siècles précédents. Les linguistes, comme par exemple Étiemble, s'occupent de la relation entre la langue et la publicité depuis longtemps. M.

Étiemble a parlé dans ses textes des traits qui ne caractérisaient que la langue de la publicité à son époque. Mais ces traits marquent la langue d'aujourd'hui. Outre la « *siglomanie* », qui n'est pas aussi étendue actuellement, on y trouve également des abréviations, des constructions syntaxiques inhabituelles et des emprunts à l'anglais.

On trouve de nombreux exemples de formations syntaxiques empruntées aux usages des jeunes dans les textes publicitaires. Ces formations, véhiculées par la publicité, attirent l'attention puisqu'elles sont toutes nouvelles et inusitées. Car elles sont multipliées et amplifiées par tous les médias (l'affiche, la presse, la radio, la télévision et l'Internet), elles deviennent imperceptiblement familières sans que le public s'en rende compte. Au cas où elles répondraient à un besoin, ces formes innovées passent sans difficulté dans la langue commune.

Le jeu avec la langue est caractéristique pour le domaine de la publicité. Les publicitaires profitent du fait que la langue française se prête facilement aux jeux de mots. Pour une illustration plus démonstrative, voici quelques exemples : « *une moquette qui a une réputation sans taches (sans accent circonflexe et au pluriel, bien entendu), nougâtez-vous (où l'accent circonflexe est indispensable), ceints et saufs (qu'il faut lire pour repérer le jeu de mots), Synthol, protégez-nous (où un liquide antiseptique prend des airs d'ange gardien), etc.* »³⁵ Toutes les publicités jouant avec les mots apportent un « *mieux-disant culturel* », c'est-à-dire qu'elles évoquent d'autres mots de la langue et par conséquent tiennent l'esprit du lecteur ou de l'auditeur en éveil.³⁶

Il résulte de tout ce qu'on a présenté ci-dessus que la publicité est un matériel très intéressant à analyser du point de vue linguistique. Néanmoins, il serait impossible d'examiner toutes ses formes dans un mémoire de cette ampleur. On se concentre alors sur celles écrites, c'est-à-dire sur les affiches, les magazines, les journaux, etc. On a décidé de choisir cette forme de publicité de plusieurs raisons. La première est qu'il est relativement facile de se procurer ce

35 WALTER, H., *Le Français dans tous les sens*, Paris : Éditions Robert Laffont, 2008. ISBN 978-2-7578-0245-8, p. 391

36 WALTER, H., 2008, p. 386-393

type de matériels. Par exemple, les affiches, qui sont distribuées sur les rues, aux magasins ou par différentes organisations, sont accessibles à tout le monde. Il ne pose également aucun problème de ramasser des périodiques divers. La deuxième raison est que la version imprimée en comparaison avec la version vidéo ou audio offre une univocité des énoncés plus importante. Il n'y a pas de danger de l'incompréhension ou de la confusion. Enfin, la troisième raison est qu'on peut montrer et prouver démonstrativement ses constatations et résultats à l'aide des copies des matériels ajoutées en annexes.

4 ANALYSE LINGUISTIQUE DES MATÉRIELS PUBLICITAIRES

Dans ce chapitre, on traite directement des matériels publicitaires concrets qu'on a rassemblés. On les analyse du point de vue linguistique. Le procédé de cette analyse est le suivant : on prend un document après l'autre, le décrit brièvement et commente son contenu linguistique. Étant donné qu'on s'occupe des sigles et des abréviations français, on se concentre justement à ces éléments. On présente la forme d'origine et parfois une explication complémentaire, au cas où on estimerait qu'on en a besoin. Les photocopies des documents utilisés dans cette analyse se trouvent en annexes. Enfin, on résume des acquisitions qu'on a constaté.

4.1 Analyse linguistique

1. Le premier document est une affiche distribuée par l'association arrageoise le Pharos. (voir Annexe 1) Il s'agit d'une publicité du dispositif d'accompagnement des jeunes talents en musiques actuelles de l'Arrageois. On trouve deux formes abrégées sur cette affiche. Un sigle « *EP* » qui est emprunté à l'anglais. Il signifie « *extended play*. » Cela veut dire en français un support musical entre l'album et le single. Il est alors un sigle du domaine de la musique. La deuxième forme abrégée est le « *CEMM*. » Ce sigle exprime le nom du Centre d'Enseignement des Musiques Modernes. Il s'agit d'une association installée à Arras qui a pour but de découvrir et d'enseigner la musique et en plus, de promouvoir l'expression artistique.³⁷

2. Le document suivant est une publicité d'un parfum très célèbre, du Chanel N°5. (voir Annexe 2) Elle a été publiée dans le magazine Marie Claire. La forme abrégée se trouve directement dans le nom du produit et aussi dans le slogan : « *Une goutte de N°5, et rien d'autre.* » L'abréviation « *N°* » représente le mot « *le numéro.* »

3. La publicité suivante est celle de la société L'Oréal Paris. (voir

³⁷ *Ep* – definition of *Ep* by the Free Online Dictionary, Thesaurus and Encyclopedia. [en ligne]. [consulté le 5 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.thefreedictionary.com/EP>
 Le Centre d'Enseignement des Musiques Modernes – Arras. [en ligne]. [consulté le 5 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.arras.fr/culture/le-centre-denseignement-des-musiques-modernes.html>

Annexe 3) Elle porte sur un nouveau crème Revitalift qui corrige, redensifie et remodèle la peau. Ils se trouvent deux formes abrégées dans ce document. Il y a une abréviation la « *1^{ère}* » fois ce qui représente l'adjectif numéral ordinal « *la première.* » Le deuxième exemple est le sigle « *LHA.* » Il signifie un acide lipo-hydroxy. Il est un acide dermatologique utilisé afin de régénérer les cellules de l'épiderme.³⁸

4. Le document numéro quatre est une publicité du crème de soin anti-âge d'exception de la compagnie cosmétique Lierac Paris. (voir Annexe 4) On y trouve le sigle « *ADN.* » Il signifie l'acide désoxyribonucléique. Il est un acide caractéristique des chromosomes, il porte l'information génétique. Il y a aussi l'abréviation « *ml* » qui est une forme raccourcie du mot « *le millilitre.* »³⁹

5. Le cinquième document, la publicité du lait corps de la marque Nivea, contient juste une forme abrégée. (voir Annexe 5) Il s'agit de l'abréviation « *1^{er}.* » Elle représente l'adjectif numéral ordinal « *le premier.* »

6. Le document suivant est une publicité de Noël de la société téléphonique Orange. (voir Annexe 6) Elle offre le tarif Open qui porte sur l'Internet, la télévision et le téléphone. On y trouve un sigle connu - « *TV.* » Il signifie le nom commun « *la télévision.* » Puis, il y a encore un sigle : « *4G.* » Il exprime la quatrième génération des standards pour la téléphonie mobile. Il s'agit d'un sigle du domaine des télécommunications.⁴⁰

7. La publicité numéro sept est celle d'un nouveau appareil de photographie Nikon. (voir Annexe 7) Ils s'y trouvent deux sigles. Le premier est « *GPS.* » Il s'agit d'un sigle emprunté à l'anglais qui représente « *global positioning system.* » On peut le traduire en français comme le système de localisation globale. Le deuxième est « *ISO.* » Il est également emprunté à l'anglais. Son forme est dérivée du nom de International Organization for

38 *Acide lipo-hydroxy (LHA) – Définition.* [en ligne]. [consulté le 5 mars 2014]. Disponible sur : <http://journaldesfemmes.com/faq/3-acide-lipo-hydroxy-lha-definition>

39 *ADN – What does ADN stand for? Acronyms and abbreviations by the Free Online Dictionary.* [en ligne]. [consulté le 5 mars 2014]. Disponible sur : <http://acronyms.thefreedictionary.com/ADN>

40 *Définition de la 4G – LTE – Agence Nationale des Fréquences.* [en ligne]. [consulté le 5 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.recevoirlatnt.fr/4g-lte/quest-ce-que-la-4g/definition-de-la-4g-lte/>

Standardization. Il exprime en général la sensibilité à la lumière.⁴¹

8. Le numéro huit est la publicité de l'entreprise de prêt-à-porter H&M. (voir Annexe 8) Déjà le nom de cette entreprise est une forme abrégée de l'original « *Hennes & Mauritz.* » Puis, on y trouve l'abréviation « *pull* » qui représente le mot plus long « *le pull-over.* »⁴²

9. Le document suivant est la publicité du Musée d'Orsay. (voir Annexe 9) Elle invite aux nocturnes exceptionnelles de l'exposition Masculin. On y voit le sigle « *M'O* » qui renvoie au nom du musée. En plus, il y a l'abréviation « *h* » dans le texte qui représente le mot « *l'heure.* » D'autres abréviations remplacent les noms des mois ; « *sept* » pour septembre et « *janv* » pour janvier.⁴³

10. La dixième est la publicité de la radio Chérie FM. (voir Annexe 10) Elle contient un sigle emprunté à l'anglais - « *FM.* » Il représente l'expression « *frequency modulation* » qui se traduit en français comme la modulation de fréquence.⁴⁴

11. Après, il y a la publicité de la radio publique d'information France Info. (voir Annexe 11) On y trouve le slogan : « *Je l'ai appris sur France Info* » qui comporte une abréviation « *Info.* » Il s'agit de la forme abrégée du mot d'origine plus long « *informations.* »

12. La publicité de la radio RFM contient plusieurs éléments raccourcis. (voir Annexe 12) Dans son texte, il s'y trouve l'expression « *écoutez RFM* » avec le sigle qui représente le nom de la station de radio « *Radio FM.* » Puis, il y a l'abréviation répétée « *H* » qui dans ce cas signifie « *l'heure.* »⁴⁵

41 *GPS – What does GPS stand for? Acronyms and abbreviations by the Free Online Dictionary.* [en ligne]. [consulté le 5 mars 2014]. Disponible sur : <http://acronyms.thefreedictionary.com/gps>
Définition > ISO. [en ligne]. [consulté le 5 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.futura-sciences.com/magazines/high-tech/infos/dico/d/high-tech-iso-1227/>

42 *Notre histoire.* [en ligne]. [consulté le 5 mars 2014]. Disponible sur : <http://about.hm.com/fr/About/facts-about-hm/people-and-history/history.html#cm-menu>

43 *Musée d'Orsay: Accueil.* [en ligne]. [consulté le 5 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.musee-orsay.fr/>

44 *Frequency modulation – definition of frequency modulation by the Free Online Dictionary, Thesaurus and Encyclopedia.* [en ligne]. [consulté le 6 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.thefreedictionary.com/frequency+modulation>

45 *RFM Le meilleur de la musique.* [en ligne]. [consulté le 6 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.rfm.fr/>

13. Le document suivant est la publicité d'un soin anti-âge de la société dermatologique Avène. (voir Annexe 13) Il comporte un sigle « *O. G. G.* » Il représente « *l'oléamide de glycyglycine.* » C'est un composant chimique qui protège l'élasticité de la peau.⁴⁶

14. Le matériel portant sur la soin intime de la marque Rogé Cavaillès comprend un sigle du domaine de la dermatologie. (voir Annexe 14) Il s'agit du sigle « *pH.* » Celui-ci signifie « *le potentiel hydrogène.* » Ce potentiel mesure l'acidité ou la basicité d'une solution.⁴⁷

15. On trouve dans la publicité du fromage suisse le Gruyère le sigle « *AOP.* » (voir Annexe 15) Il représente « *l'appellation d'origine protégée.* » C'est une garantie d'origine et de typicité d'un produit. Son but est de préserver un patrimoine culturel et gastronomique.⁴⁸

16. La publicité des soldes de Noël du Channel Outlet Store contient une abréviation. (voir Annexe 16) Cette abréviation « *DÉC* » y remplace le nom du mois « *décembre.* »

17. Le document suivant est la publicité des Fourrures Nicolas, d'un artisan créateur, publié au magazine Marie Claire. (voir Annexe 17) Il comporte l'abréviation « *IMPERS* » qui est au pluriel. Cette forme abrégée représente le mot original « *imperméables.* »

18. Cette publicité invite à l'exposition appelée Le récit et la condensation de l'artiste Eugène Leroy au MUba. (voir Annexe 18) Le sigle « *MUba* » qu'il s'y trouve remplace la dénomination du « *Musée des beaux-arts* » de Tourcoing, situé à Nord-Pas-de-Calais.⁴⁹

19. L'affiche qui convie le public au festival Ground Zero à Lille

46 *YSTHÉAL Contour yeux et lèvres.* [en ligne]. [consulté le 6 mars 2014]. Disponible sur : http://www.vidal.fr/parapharmacie/vf410015n162/ystheal_contour_yeux_et_levres/

47 *Définition > PH – Potentiel Hydrogène.* [en ligne]. [consulté le 6 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.futura-sciences.com/magazines/matiere/infos/dico/d/chimie-ph-222/>

48 *Les appellations d'origine contrôlée et protégée (AOC / AOP) – Portail public de l'alimentation.* [en ligne]. [consulté le 6 mars 2014]. Disponible sur : <http://alimentation.gouv.fr/les-appellations-d-origine>

49 *Accueil MUba Eugène Leroy, musée des beaux-arts de Tourcoing.* [en ligne]. [consulté le 6 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.muba-tourcoing.fr/>

comprend un sigle. (voire Annexe 19) Parmi les locations, on y trouve « *Fnac.* » Cela signifie la « *Fédération nationale d'achats des cadres.* » Il s'agit d'une chaîne de magasins française spécialisée dans la distribution de produits culturels et électroniques.⁵⁰

20. Le matériel numéro vingt concerne la réinvention des concerts flash. (voir Annexe 20) Dans le texte, il s'y trouve le sigle « *o.n.l.* » Celui-ci remplace le nom de « *l'Orchestre national de Lille.* » Ce qui est spécifique est que ce sigle est écrit en minuscules. Puis, il y a aussi l'abréviation « *h* » qui remplace le mot « *l'heure.* »⁵¹

21. La publicité de la salle de concerts Le Grand Mix à Tourcoing présente deux abréviations des dénominations des mois. (voir Annexe 21) C'est « *OCT.* » pour « *octobre* » et « *DÉC.* » pour « *décembre.* » Le nom de la salle comporte aussi une abréviation. Le « *mix* » est une forme abrégée du « *mixage.* »⁵²

22. L'affiche de l'Aéronef, de la salle de concert et de spectacle à Lille, est pleine de formes raccourcies de dénominations des jours. (voir Annexe 22) Il s'agit des abréviations « *VEN, SAM, MER, MAR, DIM, JEU et LUN* » pour « *vendredi, samedi, mercredi, mardi, dimanche, jeudi et lundi.* » Il y trouve aussi l'abréviation du mois « *octobre* » : « *OCT* », du mot « *l'heure* » : « *H* », et du mot d'origine latin « *versus* » : « *vs.* »

23. Les abréviations des dénomination des jours se trouvent également dans la publicité de Verone Productions. (voir Annexe 23) Mais en ce cas-là, ce sont les versions avec les points à la fin : « *MER., JEU., SAM., VEN.* » Dans le texte, on découvre les expressions « *TH DE BETHUNE* » et « *TH SEBASTOPOL* » où l'abréviation « *TH* » représente le nom commun « *le théâtre.* » À la fin, il y a aussi l'abréviation « *INFOS* » qui remplace le mot « *informations.* »

50 *Histoire / Site Institutionnel du groupe Fnac.* [en ligne]. [consulté le 7 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.groupe-fnac.com/index.php/histoire-2/>

51 *Orchestre national de Lille.* [en ligne]. [consulté le 7 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.onlille.com/>

52 *Mix : définition et synonymes du mot mix dans le dictionnaire.* [en ligne]. [consulté le 7 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.linternaute.com/dictionnaire/fr/definition/mix/>

24. La publicité de l'organisation appelée Domaine musiques contient une abréviation. (voir Annexe 24) Cette abréviation « *actus* » du mot « *l'actualité* » est au pluriel, c'est pourquoi elle est terminée par un « s. »

25. L'invitation à l'exposition Do not think de l'organisation La condition publique comprend plusieurs mots raccourcis. (voir Annexe 25) Le premier est l'abréviation « *skate* » du terme emprunté à l'anglais « *skateboard.* » Il y a encore les abréviations « *mer* » et « *dim* » pour « *mercredi* » et « *dimanche.* » Enfin, on y trouve la forme abrégée « *h* » du mot « *l'heure.* »

26. Le document suivant porte sur l'exposition de Picasso, Leger et Masson. (voir Annexe 26) On y découvre le sigle « *LAM.* » Il signifie le nom du « *Lille Métropole Musée d'art moderne, d'art contemporain et d'art brut.* »⁵³

27. La publicité invitant à l'événement appelé Happy Birthday à la Galerie Perrotin comprend deux genres d'abréviations. (voir Annexe 27) Ils s'y trouvent des noms raccourcis des mois « *octobre* » et « *janvier* », « *OCT* » et « *JAN.* » Il y a encore l'abréviation « *expo* » qui représente le mot d'origine « *l'exposition.* »

28. Ce matériel est une affiche de la maison Folie Beaulieu à Lomme. (voir Annexe 28) Il contient, comme le document précédent, les abréviations des dénominations des mois. Dans ce cas-là, du mois d'octobre et de novembre. Mais on y découvre encore trois abréviations terminées par « -o. » ou par « -os » au pluriel. Il s'agit de « *expo* » pour « *l'exposition* », de « *photos* » pour « *photographies* » et de « *Infos* » pour « *informations.* »

29. La publicité suivante invite à l'événement Les Toiles dans la Ville 2^e. (voir Annexe 29) Ce sont des spectacles du cirque sous chapiteau et en plein air. On y trouve une abréviation déjà au titre, « 2^e » pour « *deuxième.* » Ensuite, il s'y répète une forme abrégée « *C^{ie}* » qui remplace le mot plus long « *la Compagnie.* »⁵⁴

30. Cette affiche du Grand Bleu présente l'opéra Fusée. (voir Annexe 30)

53 *Infos pratiques : Contacts.* [en ligne]. [consulté le 7 mars 2014]. Disponible sur : http://www.musee-lam.fr/wp-content/uploads/2014/02/info-pratiques_contacts1.pdf

54 *LES ABRÉVIATIONS – Autres abréviations courantes.* [en ligne]. [consulté le 7 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.les-abreviations.com/autres-abreviations.html>

Il contient les abréviations « *OCT.* » pour « *octobre* » et « *H* » pour « *l'heure.* » Puis, il y a le mot raccourci « *av.* » qui signifie à l'origine « *l'avenue.* »

31. Ce document est une publicité du magazine Mon univers maison. (voir Annexe 31) Il encourage le public d'envoyer des photographies de leur création. On y trouve le sigle « *mum* » qui représente justement le nom du magazine. Ce sigle est atypique parce qu'il est écrit en minuscules comme un mot ordinaire. On y trouve encore l'abréviation « *photos* » qui remplace « *la photographie* » au pluriel.

32. Le matériel suivant publié au magazine Mon univers maison est une publicité de l'entreprise SARL PLUCAIN. (voir Annexe 32) La première forme raccourcie « *SARL* » représente « *la société à responsabilité limitée.* » Il s'agit d'un sigle du domaine de l'économie. Il y a aussi l'abréviation « *TÉL* » qui signifie à l'origine « *le téléphone.* » Dans ce cas-là, on l'entend comme le numéro de téléphone.⁵⁵

33. Dans le texte de l'affiche de la société Carport TOUTALU, on découvre deux sigles. (voir Annexe 33) « *ZAL* » remplace l'expression originale « *la zone d'activités logistiques.* » Le deuxième « *RDV* » est le terme qui substitue le mot composé « *le rendez-vous.* » On y trouve également l'abréviation du mot « *l'heure* » sous forme « *h.* »⁵⁶

34. La publicité de l'agence immobilière Constructa Vente contient plusieurs sigles concernant le prix. (voir Annexe 34) Le sigle « *TTC* » signifie « *toutes taxes comprises.* » Le suivant, « *TVA,* » représente un type de taxes - « *la taxe sur la valeur ajoutée.* » Il s'y trouve aussi « *PTZ.* » Son signification est « *le prêt à taux zéro plus.* » Il s'agit d'un prêt destiné aux personnes qui souhaitent acquérir leur première résidence. Il y a encore un sigle « *BBC* » qui représente l'expression « *bâtiment basse consommation.* » Ce terme désigne un bâtiment pour lequel la consommation d'énergies est diminuée par rapport à des

55 *SARL – What does SARL stand for? Acronyms and abbreviations by the Free Online Dictionary.* [en ligne]. [consulté le 8 mars 2014]. Disponible sur : <http://acronyms.thefreedictionary.com/SARL>

56 *La ZAL Toulouse, zone d'activités logistiques de CPL se trouve à Eurocentre.* [en ligne]. [consulté le 8 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.zal.fr/?p=1684>

habitations standards.⁵⁷

35. Ce matériel publicitaire propage des nouvelles fonctions améliorées des pages web d'une agence immobilière. (voir Annexe 35) Dans le slogan « *Un concentré D'IMMO* » se trouve l'abréviation « *immo* » du mot plus long « *l'immobilier.* »

36. L'affiche du salon Amenago invite à une exposition de l'aménagement de la maison au Grand-Palais à Lille. (voir Annexe 36) Son texte contient le sigle « *PVD* » qui n'a aucune signification ; il s'agit d'un code avantage afin d'obtenir l'invitation gratuite à l'exposition. Ensuite, il y a l'abréviation « *déco* » représentant le mot d'origine « *la décoration.* » À la fin, on trouve encore l'abréviation « *Infos* » du nom commun au pluriel « *l'information.* »⁵⁸

37. La publicité de l'exposition Construire Naturel au Grand Palais à Lille comporte trois formes abrégées. (voir Annexe 37) La première est dans l'expression « *ÉCO MATÉRIAUX* » où l'abréviation « *éco* » remplace l'adjectif qualificatif au pluriel « *écologiques.* » Il suit l'abréviation « *immo* » pour le mot « *l'immobilier.* » Enfin, il s'y trouve l'abréviation « *pers.* » qui représente le nom commun « *la personne.* »

38. On découvre dans la publicité de la société Maisons Car & Ver seulement un sigle. (voir Annexe 38) Il s'agit du sigle « *CCMI* » qui représente « *le contrat de construction de maison individuelle.* » Ce contrat protège les particuliers de certains constructeurs douteux. Il assure les garanties encadrées par la réglementation française.⁵⁹

57 *TTC traduction TTC définition TTC dictionnaire.* [en ligne]. [consulté le 8 mars 2014]. Disponible sur : <http://fr.thefreedictionary.com/TTC>

TVA traduction TVA définition TVA dictionnaire. [en ligne]. [consulté le 8 mars 2014]. Disponible sur : <http://fr.thefreedictionary.com/TVA>

Prêt à taux zéro (PTZ+) - Service-public.fr. [en ligne]. [consulté le 8 mars 2014]. Disponible sur : <http://vosdroits.service-public.fr/particuliers/F10871.xhtml>

Norme BBC. [en ligne]. [consulté le 8 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.norme-bbc.fr/>

58 *DECO : Signification de déco dans la langue française – Dictionnaire des abréviations – MeltingMots.com.* [en ligne]. [consulté le 8 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.meltingmots.com/928-significations-de-deco.html>

59 *CCMI – Le Contrat de Construction de Maison Individuelle.* [en ligne]. [consulté le 8 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.jeconstruismamaisonavec.com/ccmi-contrat-construction-maison-individuelle.php>

39. Le document suivant est la publicité du fitness centre Opal Forme à Arras. (voir Annexe 39) On y découvre l'abréviation « *Ier* » de l'adjectif numéral ordinal « *premier*. » Il s'y trouve également la forme raccourcie « *7j/7* » qui remplace l'expression « *sept jour sur sept*. » Enfin, on y voit l'abréviation « *h* » du mot « *l'heure*. »

40. La publicité des portails prestige de l'entreprise Art et Portails contient un sigle et une abréviation. (voir Annexe 40) Ce premier, « *SAV* » représente la formule « *le service après-vente*. » L'abréviation est la même qu'au document précédent, « *7j/7*. »⁶⁰

41. On trouve plusieurs formes abrégées dans la publicité des Demeures du Ternois. (voir Annexe 41) Au début, il y a le sigle « *RT 2012* » qui signifie « *la réglementation thermique de l'année 2012*. » Après, un autre sigle « *TTC* » représente l'expression « *toutes taxes comprises*. » Cela veut dire que le prix annoncé est définitive. Dans le texte, il y a encore les abréviations « *Tél.* » substituant « *le téléphone* » et « *h* » qui remplace « *l'heure*. »⁶¹

42. Le matériel publicitaire numéro quarante-deux est la publicité de la menuiserie Delbarre. (voir Annexe 42) Il est plein de sigles et d'abréviations. Premièrement, on découvre le sigle « *PVC* » qui représente la dénomination de la matière plastique « *polychlorure de vinyle*. » Il suit l'abréviation « *expo* » pour le nom « *l'exposition*. » Puis, on y trouve le sigle « *RDV* » qui remplace le terme « *le rendez-vous*. » Enfin, il y a de nouveau des abréviations « *Tél.* » et « *h*. » que dans le document précédent.

43. La publicité d'un spécialiste des Poêles, inserts et chaudières à granulés de bois, de Confort Flamme, contient seulement un sigle. (voir Annexe 43) Il s'agit du sigle « *SAV* » qui substitue l'expression beaucoup plus longue « *le*

60 *SAV traduction SAV définition SAV dictionnaire*. [en ligne]. [consulté le 8 mars 2014]. Disponible sur : <http://fr.thefreedictionary.com/SAV>

61 *Réglementation thermique 2012 : un saut énergétique pour les bâtiments neufs*. [en ligne]. [consulté le 8 mars 2014]. Disponible sur : http://www.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/Reglementation_thermique.pdf

TTC traduction TTC définition TTC dictionnaire. [en ligne]. [consulté le 8 mars 2014]. Disponible sur : <http://fr.thefreedictionary.com/TTC>

service après-vente. »⁶²

44. L'affiche de l'entreprise DH Confort comporte de nouveau le sigle « PVC » qu'on a expliqué ci-dessus. (voir Annexe 44) En plus, il y a l'abréviation « Alu » qui renvoie à « l'Aluminium » ce qui est un élément chimique, un métal.⁶³

45. Le document suivant est la publicité du contrôle technique automobile du garage Soriano. (voir Annexe 45) On y découvre l'abréviation « Ets » qui représente le mot original « l'établissement. » Ensuite, il y a le sigle « TTC » pour « toutes taxes comprises. » Ils se trouvent également les abréviations « Zac » remplaçant « la Zone d'aménagement concerté » et « av. » pour « l'avenue. » Cette zone désigne une opération d'aménagement qui résulte d'une initiative publique.⁶⁴

46. La publicité courte du groupe Marin qui achète des véhicules accidentés contient une abréviation. (voir Annexe 46) Dans l'expression « pb de mécanique, » le « pb » signifie le mot « le problème. »⁶⁵

47. Dans la publicité du producteur des cuisines ALNO, on trouve de nouveau l'abréviation « h » pour « l'heure. » (voir Annexe 47) Puis, il y a encore le sigle « Z.C » qui représente « la Zone Commerciale. »⁶⁶

48. Le placard publicitaire des bains Blue Spa à Arras contient aussi l'abréviation « H » pour « l'heure. » (voir Annexe 48) Il s'y trouve en plus la

62 *SAV traduction SAV définition SAV dictionnaire.* [en ligne]. [consulté le 8 mars 2014]. Disponible sur : <http://fr.thefreedictionary.com/SAV>

63 *PVC traduction PVC définition PVC dictionnaire.* [en ligne]. [consulté le 9 mars 2014]. Disponible sur : <http://fr.thefreedictionary.com/PVC>

Alu traduction Alu définition Alu dictionnaire. [en ligne]. [consulté le 9 mars 2014]. Disponible sur : <http://fr.thefreedictionary.com/Alu>

64 *LES ABRÉVIATIONS – Abréviations et majuscules.* [en ligne]. [consulté le 9 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.les-abreviations.com/majuscules.html>

TTC traduction TTC définition TTC dictionnaire. [en ligne]. [consulté le 8 mars 2014]. Disponible sur : <http://fr.thefreedictionary.com/TTC>

ZAC traduction ZAC définition ZAC dictionnaire. [en ligne]. [consulté le 9 mars 2014]. Disponible sur : <http://fr.thefreedictionary.com/zac>

65 *Les principales abréviations utiles à la prise de notes.* [en ligne]. [consulté le 9 mars 2014]. Disponible sur : <http://concours-fonction-publicque.publidia.fr/actualites/pratique/les-principales-abreviations-utiles-a-la-prise-de-note>

66 *Boréal Parc (Beaurains) va devenir la 3e zone commerciale de l'Arrageois.* [en ligne]. [consulté le 9 mars 2014]. Disponible sur : http://www.lavoixdunord.fr/Locales/Arras/actualite/Secteur_Arras/2011/04/16/article_boreal-parc-beaurains-va-devenir-la-3e-z.shtml

forme raccourcie « *pers.* » ce qui est l'abréviation du mot « *la personne.* » Elle fait partie également de l'expression « *pers. sup.* » qui signifie « *la personne supplémentaire.* »

49. L'affiche du Bureau Vallée qui vend des appareils électroménagers comporte l'abréviation « *Bd* » qui représente « *le boulevard.* » (voir Annexe 49) On y découvre encore le sigle « *PC* » qui est emprunté à l'anglais. En anglais, il signifie « *Personal Computer* » ce qui se traduit en français comme l'ordinateur personnel.⁶⁷

50. L'encart publicitaire de l'établissement installé à Arras, Secret d'Intérieur, comprend l'abréviation « *Déco.* » (voir Annexe 50) Cette abréviation remplace le mot « *la décoration.* »

51. Le placard publicitaire de la société Play Bac Presse contient un grand nombre de formes abrégées. (voir Annexe 51) On y trouve les abréviations « *photos* » et « *la photo* » pour le mot « *la photographie* » au singulier et au pluriel. Puis, il y a le sigle « *BD* » qui signifie « *la bande-dessinée.* » Un autre sigle du domaine informatique, le « *PDF* » remplace « *le Portable Document Format.* » On y voit aussi l'abréviation « *Doc* » qui représente le mot d'origine « *la documentation.* » Une autre abréviation « *ciné* » substitue « *le cinéma.* » Le sigle « *CD* » qui est emprunté à l'anglais signifie à l'origine « *Compact Disc* » ou en français « *le disque compact.* » Il y a également les abréviations au singulier « *info* » et au pluriel « *infos* » du mot « *l'information.* » Enfin, on y trouve l'expression « *code promo* » où l'abréviation « *promo* » remplace dans ce cas là le nom commun « *la promotion.* »⁶⁸

67 *PC traduction PC définition PC dictionnaire.* [en ligne]. [consulté le 9 mars 2014]. Disponible sur : <http://fr.thefreedictionary.com/pc>

68 *BD traduction BD définition BD dictionnaire.* [en ligne]. [consulté le 9 mars 2014]. Disponible sur : <http://fr.thefreedictionary.com/BD>

PDF – Portable Document Format | Sigles.net – Dictionnaire de sigles et acronymes : description, domaine, pays, langue, année, site officiel du sigle que vous recherchez. [en ligne]. [consulté le 9 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.sigles.net/sigle/pdf-portable-document-format>

CD traduction CD définition CD dictionnaire. [en ligne]. [consulté le 9 mars 2014]. Disponible sur : <http://fr.thefreedictionary.com/cd>

Définitions : promotion – Dictionnaire de français Larousse. [en ligne]. [consulté le 9 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/promotion/64301>

52. Le matériel promotionnel des Galeries Lafayette à Reims invite aux animations qui se déroulent à leurs magasins. (voir Annexe 52) Il s'y répète à plusieurs reprises l'abréviation « *h* » pour « *l'heure.* » Il y a aussi les abréviations « *1^e, 2^e, 3^e* » pour les adjectifs numéraux cardinaux « *premier, deuxième, troisième.* » On y trouve encore l'abréviation « *RDC* » qui signifie « *le rez-de-chaussé.* »⁶⁹

53. L'affiche invitant aux Ateliers d'écoute de Jazz à la Médiathèque du Palais Saint-Vaast comporte deux abréviations. (voir Annexe 53) Il s'agit de « *1^{er}* » pour l'adjectif numéral cardinal « *premier* » et de « *h* » pour le nom commun « *l'heure.* »

54. Dans la publicité de l'inauguration du musée Louvre-Lens, on trouve le sigle « *CCI.* » (voir Annexe 54) Il représente la dénomination de « *la Chambre de commerce et d'industrie.* »⁷⁰

55. La publicité de la compagnie d'assurance publiée au journal Métro contient une abréviation et un sigle. (voir Annexe 55) Il y a l'abréviation « *ça* » du mot « *cela.* » Le sigle « *MNH* » signifie « *la Mutuelle Nationale des Hospitaliers.* » Elle propose une protection sociale complémentaire aux fonctionnaires hospitaliers et autres professionnels de la santé.⁷¹

56. Le placard publié au journal Métro invite au concert du groupe américain Thirty Seconds to Mars. (voir Annexe 56) On y trouve le sigle « *SFR* » qui remplace la dénomination de « *la Société Française du Radiotéléphone.* » Il y a aussi l'abréviation « *pass* » du mot « *le passeport.* » Enfin, il y a de nouveau l'abréviation « *h* » pour « *l'heure.* »⁷²

69 *Rdc traduction rdc définition rdc dictionnaire.* [en ligne]. [consulté le 10 mars 2014]. Disponible sur : <http://fr.thefreedictionary.com/rdc>

70 *CCI traduction CCI définition CCI dictionnaire.* [en ligne]. [consulté le 10 mars 2014]. Disponible sur : <http://fr.thefreedictionary.com/ci>

71 *MNH – Mutuelle Nationale des Hospitaliers, France | Sigles.net – Dictionnaire de sigles et acronymes : description, domaine, pays, langue, année, site officiel du sigle que vous recherchez.* [en ligne]. [consulté le 10 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.sigles.net/sigle/mnh-mutuelle-nationale-des-hospitaliers>

72 *SFR – Société Française de Radiotéléphonie, France | Sigles.net – Dictionnaire de sigles et acronymes : description, domaine, pays, langue, année, site officiel du sigle que vous recherchez.* [en ligne]. [consulté le 10 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.sigles.net/sigle/sfr-societe-francaise-de-radiotelephonie>

57. Ce document est la publicité de la série Community. (voir Annexe 57) On y découvre l'abréviation « *fac* » qui représente le nom commun « *la faculté.* » Puis, il y a encore l'abréviation « *télé* » pour « *la télévision.* »

58. Dans la publicité de la mutuelle Malakoff Médéric, on repère un sigle concernant leur type de contrat. (voir Annexe 58) Ce sigle « *PEPS I* » substitue le contrat « *Performance Équilibre & Protection Santé Individuelle.* »⁷³

59. La publicité du développeur-constructeur Kaufman et Broad publiée au journal Direct Matin Lille Plus contient une abréviation. (voir Annexe 59) Il s'agit de la forme abrégée « *appart* » de l'original « *l'appartement.* » On y trouve également le sigle « *PTZ+* » qui signifie « *le Prêt à taux zéro plus.* »⁷⁴

60. Ce matériel publicitaire concerne la carte d'abonnement au cinéma. (voir Annexe 60) On y découvre le sigle « *ugc* » qui représente « *L'Union générale cinématographique.* » Cette union est l'un des plus importants groupes européens d'exploitation cinématographique.⁷⁵

61. Le document suivant est la publicité de l'université Lille 1. (voir Annexe 61) On y repère plusieurs termes raccourcis. L'abréviation « *BAC* » représente « *le baccalauréat.* » Il suit le sigle « *IUT A* » qui désigne « *l'Institut Universitaire de Technologie A.* » Ils s'y répètent de nouveau les abréviations « *h* » pour « *l'heure* » et « *Tél.* » pour « *le téléphone.* » Il y a encore le sigle « *C. V.* » qui remplace l'expression « *Curriculum vitæ.* »⁷⁶

62. Le placard publicitaire du parc d'aventure indoor Koezio comprend le

73 Malakoff Médéric reçoit le Label d'Excellence pour trois de ses produits | News Assurances. [en ligne]. [consulté le 10 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.news-assurances.com/malakoff-mederic-recoit-le-label-dexcellence-pour-trois-de-ses-produits/01676677>

74 Prêt à taux zéro (PTZ+) - Service-public.fr. [en ligne]. [consulté le 8 mars 2014]. Disponible sur : <http://vosdroits.service-public.fr/particuliers/F10871.xhtml>

75 UGC – Union Générale Cinématographique, France | Sigles.net – Dictionnaire de sigles et acronymes : description, domaine, pays, langue, année, site officiel du sigle que vous recherchez. [en ligne]. [consulté le 10 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.sigles.net/sigle/ugc-union-generale-cinematographique>

76 Bac : définition et synonymes du mot bac dans le dictionnaire. [en ligne]. [consulté le 10 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.linternaute.com/dictionnaire/fr/definition/bac/>

IUT A de Lille – L'expérience de la formation. [en ligne]. [consulté le 10 mars 2014]. Disponible sur : <http://www-iut.univ-lille1.fr/>

CV traduction CV définition CV dictionnaire. [en ligne]. [consulté le 10 mars 2014]. Disponible sur : <http://fr.thefreedictionary.com/cv>

sigle « *B2B* » qui est emprunté à l'anglais. (voir Annexe 62) Il signifie « *business to business* » ce qui peut être expliqué en français comme l'ensemble des relations commerciales entre deux entreprises. Il y a aussi l'abréviation « 2^{ème} » de l'adjectif numéral cardinal « *deuxième* » Enfin, il s'y trouve de nouveau l'abréviation « *h* » pour « *l'heure* » et « *m²* » pour « *le mètre carré.* »⁷⁷

63. Sur le placard publicitaire de l'événement L'Anim dans tous ses états à Dunkerque, on repère plusieurs abréviations. (voir Annexe 63) La première se trouve au nom de l'événement. « *Anim* » signifie « *l'animation.* » Puis, il y a « *ciné* » qui remplace le mot plus long « *le cinéma.* » On y trouve également l'abréviation « *H* » pour « *l'heure.* »⁷⁸

64. L'encart publicitaire des projections de cinéma de l'Université de Lille 3 à Villeneuve d'Ascq comporte aussi l'abréviation « *ciné* » pour « *le cinéma.* » (voir Annexe 64) On y trouve encore les abréviations des dénominations des mois, « *OCT.* » pour « *octobre* » et « *NOV.* » pour « *novembre.* » En plus, il y a la forme abrégée « *Jodo* » qui dans ce cas-là signifie le nom du réalisateur Alejandro Jodorowsky.⁷⁹

65. Sur l'affiche de l'association Terr'Acces, on découvre le sigle « *SUMPPS.* » (voir Annexe 65) Ce sigle représente « *le Service universitaire de Médecine Préventive et de Promotion de la Santé.* » Ce service est gratuit et ouvert à tous les étudiants de l'Université d'Artois ; il offre une écoute et une relation d'aide, un soutien psychologique ou une visite médicale de prévention.⁸⁰

66. Cette publicité invite au concert d'un groupe de punk hardcore/trash metal américain, de Suicidal Tendencies. (voir Annexe 66) On y trouve des abréviations usuelles : « *Dim* » pour « *dimanche* », « *OCT* » pour « *octobre* », »

77 *B2B – Business to Business | Sigles.net – Dictionnaire de sigles et acronymes : description, domaine, pays, langue, année, site officiel du sigle que vous recherchez.* [en ligne]. [consulté le 10 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.sigles.net/sigle/b2b-business-to-business>

78 *Fête de l'anim du 20 au 24 mars 2014.* [en ligne]. [consulté le 10 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.fete-anim.com/>

79 *A la rencontre de maître Jodo : de Fellini à Refn en passant par Iron Man ! [INTERVIEW].* [en ligne]. [consulté le 11 mars 2014]. Disponible sur : http://www.allocine.fr/article/fichearticle_gen_carticle=18626672.html

80 *Santé.* [en ligne]. [consulté le 11 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.univ-artois.fr/Vie-etudiante/Sante>

« *h* » pour « *l'heure* », « *mn* » pour « *minutes* » et « *Infos* » pour « *informations.* » Il y a encore le sigle « *RSA* » qui désigne « *le Revenu de Solidarité active.* » Il assure aux personnes sans ressource ou disposant de faibles ressources au moins un niveau minimum de revenu. Le sigle dernier « *CAHC* » remplace le nom de « *la Communauté d'Agglomération Hénin-Carvin* » qui est mentionné dans cette publicité.⁸¹

67. Le document promotionnel du Service TER qui offre un panier fraîcheur chaque semaine dans 10 gares du Nord-Pas-de-Calais contient plusieurs termes raccourcis. (voir Annexe 67) Le sigle « *TER* » représente « *le train express régional.* » Après, on y repère l'abréviation « *kg* » pour le mot « *le kilogramme* », « *h* » pour « *l'heure* » et « *min* » pour « *minutes.* » En outre, il y a l'abréviation « *éco* » qui remplace l'adverbe « *écologiquement.* » Enfin, le sigle « *SNCF* » renvoie à la dénomination de « *la Société Nationale des Chemins de fer français.* »⁸²

68. Ce placard de la société SNCF contient des abréviations et sigles pareils comme le document précédent. (voir Annexe 68) Pourtant, on y voit aussi des termes nouveaux. Il s'y trouve l'abréviation « *Pass* » du mot « *le passeport.* » Il y a en plus des formes abrégées des noms des moyens de transport. « *Bus* » pour « *l'autobus* », « *méto* » pour « *le chemin de fer métropolitain* » et « *tram* » pour « *le tramway.* » Dans le titre d'un passeport, on découvre le sigle « *GV* » qui représente l'expression « *Grande Vitesse.* » Finalement, il y a encore les abréviations « *g* » pour « *le gramme* » et « *km* » pour « *le kilomètre.* »⁸³

69. L'affiche de la campagne Alimenterre invite au Festival de films

81 RSA – Revenu de Solidarité Active, France | Sigles.net – Dictionnaire de sigles et acronymes : description, domaine, pays, langue, année, site officiel du sigle que vous recherchez. [en ligne]. [consulté le 11 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.sigles.net/sigle/rsa-revenu-de-solidarite-active>
Accueil – Communauté d'Agglomération Hénin-Carvin. [en ligne]. [consulté le 11 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.agglo-henincarvin.fr/>

82 TER – Train Express Régional, France | Sigles.net – Dictionnaire de sigles et acronymes : description, domaine, pays, langue, année, site officiel du sigle que vous recherchez. [en ligne]. [consulté le 11 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.sigles.net/sigle/ter-train-express-regional>
SNCF traduction SNCF définition SNCF dictionnaire. [en ligne]. [consulté le 11 mars 2014]. Disponible sur : <http://fr.thefreedictionary.com/sncf>

83 GV – Grande Vitesse | Sigles.net – Dictionnaire de sigles et acronymes : description, domaine, pays, langue, année, site officiel du sigle que vous recherchez. [en ligne]. [consulté le 11 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.sigles.net/sigle/gv-grande-vitesse>

documentaires. (voire Annexe 69) Elle contient le sigle « *CFSI* » qui fait référence au « *Comité Français pour la Solidarité Internationale.* » Ce comité regroupe 24 organisations et ses objectifs sont la réduction de la pauvreté et des inégalités croissantes, l'économie au service de l'Homme et non pas l'inverse et le partage équitable et la gestion durable des ressources naturelles. Sur l'affiche, on trouve également l'abréviation « *infos* » pour « *informations* », « *H* » pour « *l'heure* » et « *BVD* » pour « *le boulevard.* »⁸⁴

70. La publicité du festival de jazz à Tourcoing comporte l'abréviation « *27^e* » de l'adjectif numéral ordinal « *vingt-septième.* » (voir Annexe 70) Après, on y découvre la forme abrégée du nom du mois « *octobre* », « *Oct.* » Il suit les abréviations « *6^{tet}* » et « *4^{tet}* » pour les termes musicaux « *le sextet* » et « *le quartet.* » À la fin, il se trouve encore l'abréviation « *RENS.* » du mot « *renseignements.* »

71. Ce matériel publicitaire porte sur le Celtic Festival à Douai. (voir Annexe 71) Il comprend de nouveau l'abréviation « *h* » pour « *l'heure.* » En outre, on y voit le terme « *expo* » qui remplace le mot plus long « *l'exposition.* » Puis, il y a la « *St-Patrick* » ce qui est une abréviation de la « *Saint Patrick.* » Il s'agit d'une fête chrétienne qui célèbre le patron de l'Irlande.⁸⁵

72. On trouve les abréviations des adjectifs numéraux cardinaux sur cette affiche concernant le festival musical. (voir Annexe 72) Il y a « *6^e* » et « *12^e* » pour « *sixième* » et « *douzième.* » Ce document comporte aussi les abréviations « *ED.* » du mot d'origine « *l'édition* » et « *oct.* » de la dénomination du mois « *octobre.* »⁸⁶

73. La publicité de la société Qualiatic, d'un éditeur de solutions de gestion intégrées, contient un sigle emprunté à l'anglais dans son slogan. (voir Annexe 73) Il s'agit du slogan « *Curieux de voir un client satisfait de son ERP ?* » où

84 *Comité Français pour la Solidarité Internationale.* [en ligne]. [consulté le 11 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.cfsi.asso.fr/>

85 *Date de la Saint Patrick – Calendrier 2014 – 2015 – 2016.* [en ligne]. [consulté le 11 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.joursferies.fr/saint-patrick.php>

86 *LES ABRÉVIATIONS – Autres abréviations courantes.* [en ligne]. [consulté le 11 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.les-abreviations.com/autres-abreviations.html>

« ERP » signifie « *Entreprise Resource Planning*. » En français, on l'appelle les Progiciels de Gestions Intégrées. Ce sont les applications qui coordonnent l'ensemble des activités d'une entreprise.⁸⁷

74. Ce matériel est une publicité originale du bloc de papier de la société Rhodia. (voir Annexe 74) Il contient le sigle « 4G » qui signifie la quatrième génération des standards pour la téléphonie mobile. Il y a encore un sigle « HD » qui représente le terme « *la haute définition*. » Il s'agit du format qui assure la qualité optimale d'image et de son émis par la télévision.⁸⁸

75. Le document promotionnel suivant porte sur l'offre anniversaire des chaussures de la marque Finsbury. (voir Annexe 75) On y trouve le sigle « CC^{al} » qui remplace la formule plus longue « *le Centre Commercial*. »⁸⁹

76. La publicité de l'établissement Bexley qui est un producteur des chaussures de luxe comprend deux formes abrégées. (voir Annexe 76) La première est l'abréviation « 2^{ème} » de l'adjectif numéral cardinal « *deuxième*. » La suivante, « *pulls* », représente le nom commun au pluriel « *le pull-over*. »⁹⁰

77. On découvre dans la publicité d'un billet spécial proposé par la société SNCF un sigle. (voir Annexe 77) Il s'y trouve le sigle « TGV » qui signifie à l'origine « *le train à grande vitesse*. »⁹¹

78. L'affiche de la société O2 home services contient un sigle et deux abréviations. (voir Annexe 78) Le sigle est « CDI » qui représente « *le contrat à durée indéterminée*. » Il s'agit d'un type de contrat de travail. Les abréviations se

87 ERP – *Entreprise Resource Planning*. [en ligne]. [consulté le 11 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.commentcamarche.net/contents/317-erp-entreprise-resource-planning>

88 Définition de la 4G – LTE – Agence Nationale des Fréquences. [en ligne]. [consulté le 11 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.recevoirlatnt.fr/4g-lte/quest-ce-que-la-4g/definition-de-la-4g-lte/>
HD – Haute Définition | Sigles.net – Dictionnaire de sigles et acronymes : description, domaine, pays, langue, année, site officiel du sigle que vous recherchez. [en ligne]. [consulté le 11 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.sigles.net/sigle/hd-haute-definition>

89 CC – Centre Commercial, France | Sigles.net – Dictionnaire de sigles et acronymes : description, domaine, pays, langue, année, site officiel du sigle que vous recherchez. [en ligne]. [consulté le 11 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.sigles.net/sigle/cc-centre-commercial>

90 Pull : définition et synonymes du mot pull dans le dictionnaire. [en ligne]. [consulté le 11 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.linternaute.com/dictionnaire/fr/definition/pull/>

91 TGV – Train à Grande Vitesse, France | Sigles.net – Dictionnaire de sigles et acronymes : description, domaine, pays, langue, année, site officiel du sigle que vous recherchez. [en ligne]. [consulté le 11 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.sigles.net/sigle/tgv-train-a-grande-vitesse>

trouvent liées ensemble. « *H/F* » signifie des noms communs « *homme/femme.* »⁹²

79. Le document suivant est un encart publicitaire de l'Association Trèfle qui s'occupe des gens sourds. (voir Annexe 79) On y trouve l'abréviation « *h* » pour « *l'heure.* » En plus, il y a le sigle « *LSF* » qui remplace la dénomination de « *la Langue des Signes Française.* » Les sigles « *TS* » et « *TP* » sont expliqués au début de ce document et puis utilisés au lieu des formes originales longues. Ils signifient « *le Transfert Situationnel* » et « *le Transfert Personnel.* » Enfin, on mentionne des sigles des organisations qui offrent une aide financière. « *AGEFIPH* » pour « *l'Association de gestion du fonds pour l'insertion professionnelle des personnes handicapées* », « *FONGECIF* » pour « *les Fonds de Gestion de Congés Individuels de Formation* » et « *OPCALIA* » pour « *l'Organisme paritaire collecteur interbranches et interprofessionnel.* »⁹³

80. Sur l'affiche de l'Exposition des ateliers Arts plastiques, on trouve un sigle qui remplace la dénomination de « *l'Association de Gestion et d'Animation des Équipements de Meaulens.* » (voir Annexe 80) Il s'agit du sigle « *AGAEM.* » Puis, on y découvre aussi l'abréviation « *h* » pour « *l'heure.* »⁹⁴

81. Le placard publicitaire du Centre interprétation art et culture comprend plusieurs formes abrégées. (voir Annexe 81) Il y a le sigle « *CIAC* » qui représente le nom du centre. En plus, on y repère le sigle « *SIVOM* » qui remplace « *le Syndicat intercommunal à vocations multiples.* » Ce syndicat est un

92 *CDI – Contrat à Durée Indéterminée* | *Sigles.net – Dictionnaire de sigles et acronymes : description, domaine, pays, langue, année, site officiel du sigle que vous recherchez.* [en ligne]. [consulté le 11 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.sigles.net/sigle/cdi-contrat-a-duree-indeterminee>
Signification de H/F – L'Univers des Experts. [en ligne]. [consulté le 12 mars 2014]. Disponible sur : <http://experts-univers.com/signification-de-h-f.html>

93 *Web LSF Lexique – INJS METZ.* [en ligne]. [consulté le 12 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.lsf dico-injsmetz.fr/>
Accueil – www-agefiph – agefiph. [en ligne]. [consulté le 12 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.agefiph.fr/>
Fongecif Ile de France – Formation professionnelle IDF, Formation salariés, Formation rémunérée, CIF, DIF, VAE, Bilan de compétence. [en ligne]. [consulté le 12 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.fongecif-idf.fr/>
Promoteur de compétences – Opcalia. [en ligne]. [consulté le 12 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.opcalia.com/>

94 *AGAEM à ARRAS Site Officiel.* [en ligne]. [consulté le 12 mars 2014]. Disponible sur : <http://agaem.pagesperso-orange.fr/topic/index.html>

établissement public de coopération intercommunale française. Enfin, il s'y trouvent les abréviations « *h* » pour « *l'heure* » et « *tél* » pour « *le téléphone*. »⁹⁵

82. Ce matériel promotionnel concerne des assurances étudiantes. (voir Annexe 82) Il est plein de sigles et d'abréviations. Au début, on trouve l'acronyme « *SMENO*. » Il représente « *la Société mutualiste des étudiants du Nord-Ouest*. » Il y a également l'abréviation « *ça* » du mot « *cela*. » Le « *vélo* » remplace le nom commun plus long « *le vélocipède*. » L'abréviation « *Europ* » est une forme courte de « *l'Europe*. » En plus, on y trouve « *24h/24 et 7j/7* » ce qui signifie « *24 heures sur 24 et 7 jours sur 7*. » Le mot raccourci « *pers.* » représente « *la personne*. » On y découvre aussi l'abréviation « *infos* » du mot « *l'information* » au pluriel. Enfin, on mentionne l'abréviation « *auto* » de l'adjectif qualificatif « *automobile*. »⁹⁶

83. La publicité de la ville de Lille contient deux abréviations. (voir Annexe 83) La première est « *pass* » qui remplace le nom commun plus long « *le passeport*. » La deuxième, « *h* », représente « *l'heure*. »

84. Cette affiche portant sur la mobilité internationale des jeunes comporte l'abréviation « *CaP* » qui signifie « *le coup de pouce*. » Il s'agit d'une aide financière. (voir Annexe 84) Il y a encore les abréviations « *NOV*. » pour le mois de « *novembre* » et « *h* » pour « *l'heure*. »⁹⁷

85. L'encart publicitaire concernant la carte multiservices pour les étudiants des Universités et des Grandes Écoles comprend plusieurs sigles. (voir Annexe 85) Le premier est « *PRES* » qui représente la dénomination originale du

95 *Dictionnaire encyclopédique environnement*. [en ligne]. [consulté le 12 mars 2014]. Disponible sur : http://www.dictionnaire-environnement.com/syndicat_intercommunal_vocations_multiples_sivom_ID133.html

96 *Mutuelle étudiante pas chère et sécurité sociale étudiante – SMENO emeVia*. [en ligne]. [consulté le 12 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.smeno.com/>
VELO : Significations de vélo dans la langue française – Dictionnaire des abréviations – MeltingMots.com. [en ligne]. [consulté le 12 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.meltingmots.com/3672-significations-de-velo.html>
AUTO : Significations de auto dans la langue française – Dictionnaire des abréviations – MeltingMots.com. [en ligne]. [consulté le 12 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.meltingmots.com/585-significations-de-auto.html>

97 *Cap sur le monde / Ville d'Antony*. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.ville-antony.fr/cap-sur-monde>

« *Pôle de Recherche et d'Enseignement Supérieur.* » Le suivant est « *CROUS.* » Il signifie à l'origine « *le Centre Régional des Œuvres Universitaires et Scolaires.* » Ce centre remplit une mission de service public à vocation sociale. Cette mission du CROUS est de veiller à l'amélioration des conditions de vie et de travail de l'ensemble des étudiants.⁹⁸

86. Le document promotionnel du parc de loisirs Eurolac qui se trouve au lac d'Ardres comporte un grand nombre de formes raccourcies. (voir Annexe 86) L'abréviation « *pass* » remplace le nom « *le passeport.* » On y découvre deux abréviations possibles du mot « *le minimum* », « *min.* » et « *mini.* » « *Pers.* » représente le mot commun original « *la personne.* » Les formes abrégées des dénominations des mois de « *septembre* » et de « *octobre* », « *Sept.* » et « *Oct.* », s'y trouvent également. À la fin, il y a des sigles désignant des moyens de paiements. « *ANCV* » pour les chèques de « *L'Agence Nationale pour les Chèques-Vacances* » et « *CB* » pour « *la carte bancaire.* »⁹⁹

87. On trouve trois abréviations sur l'affiche de l'Equinoxe, d'une crêperie bretonne et d'un bar celtique à Arras. (voir Annexe 87) Il y a de nouveau « *h* » pour « *l'heure.* » L'abréviation suivante « *expo* » remplace le nom commun « *l'exposition.* » Enfin, on découvre « *Tél.* » ce qui est l'abréviation du mot « *le téléphone.* »

88. La publicité invitant à l'exposition itinérante, participative ludique appelée Gens en kit comporte aussi des expressions raccourcies. (voir Annexe 88) Le sigle « *A.F.P.I.T* » signifie « *l'Association pour la formation, la promotion et l'insertion par le travail.* » Celui-ci suivant « *ESAT* » remplace « *l'Établissement et service d'aide par le travail.* » Enfin, on y trouve

98 *Les pôles de recherche et d'enseignement supérieur (PRES) – MESR.* [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/cid20724/les-poles-de-recherche-et-d-enseignement-superieur-pres.html>

Présentation. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.crous-lille.fr/p/nous-connaître/présentation>

99 *ANCV.* [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.ancv.com/>
Site officiel des Cartes Bancaires CB. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.cartes-bancaires.com/>

l'abréviation « *Infos* » du nom commun « *l'information* » au pluriel.¹⁰⁰

89. Ce matériel publicitaire porte sur le festival Migrant'scène. (voir Annexe 89) On y repère les abréviations « *ciné* » du mot original « *le cinéma* » et de nouveau « *h* » pour « *l'heure.* » Il s'y répète plusieurs fois l'abréviation « *min* » qui signifie « *la minute.* » On y voit également « *infos* » qui est la forme abrégée de « *l'information* » au pluriel. À la fin, il y a le sigle « *IPNS* » qui représente l'expression « *Imprimé Par Nos Soins.* »¹⁰¹

90. Cette affiche concernant le moyen de transport public Ma citadine contient l'abréviation « *nov.* » de la dénomination du mois de « *novembre.* » (voir Annexe 90) On y trouve aussi l'abréviation « *bus* » du mot plus long « *l'autobus.* » Il y a encore de nouveau l'abréviation « *h* » pour « *l'heure.* »

91. La publicité de la société Transpole Lille Métropole comprend deux abréviations dans son slogan. (voir Annexe 91) On y trouve « *ça* » qui représente le mot « *cela* » et « *bus* » qui remplace le nom « *l'autobus.* » En outre, il y a de nouveau l'abréviation « *infos* » du nom commun « *l'information* » au pluriel.

92. Le document publicitaire suivant invite aux concerts de l'Orchestre national de Lille. (voir Annexe 92) On y découvre les abréviations « *oct.* » et « *déc.* » qui signifient les mois de « *octobre* » et de « *décembre.* » Ils s'y trouvent également les abréviations « *h* » pour « *l'heure* » et « *Pass* » pour « *le passeport.* »

93. Le matériel suivant est l'affiche qui invite au festival NAME. (voir Annexe 93) Même le nom du festival est un sigle qui représente les mots « *nord art musique électronique.* » On y repère les abréviations « *SEPT* » et « *SEPT.* » pour la dénomination du mois de « *septembre.* » Il y a encore l'abréviation empruntée à l'anglais « *tbc* » qui dans ce cas là représente « *to be completed.* »

100 *Les bénéficiaires de Fonds européens.* [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : [http://cartobenef.asp-public.fr/cartobenef/liste_benef.php?nivgeo=reg&codgeo=31&evenement=&order=&deb=1300&fi=1350&page=27&typeFonds=FSE&thematique=&bornMin=&bornMax=&anneeProg=&motClef=Emploi et handicap : établissements et services d'aide par le travail \(Esat\).](http://cartobenef.asp-public.fr/cartobenef/liste_benef.php?nivgeo=reg&codgeo=31&evenement=&order=&deb=1300&fi=1350&page=27&typeFonds=FSE&thematique=&bornMin=&bornMax=&anneeProg=&motClef=Emploi%20et%20handicap%20%3A%20%C3%A9tablissements%20et%20services%20d'aide%20par%20le%20travail%20(Esat).) [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://vosdroits.service-public.fr/particuliers/F1654.xhtml>

101 *IPNS – SIGLABRAC.* [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.siglabrac.fr/index.php/term/sigle.24900-ipns.xhtml>

On peut le traduire en français comme « à compléter. » On y trouve de nouveau l'abréviation « Cap » qui remplace « le coup de pouce. » Il y a encore le sigle « b2b » qui dans le contexte de la musique signifie « back to back. » Il s'agit également du terme emprunté à l'anglais. La dernière abréviation « V. » dans l'expression « V. d'Ascq » représente le mot « la ville. » Le deuxième sigle qu'on découvre sur cette affiche est « DJ » qui représente l'expression anglaise « Disc Jockey. »¹⁰²

94. La publicité de la salle de spectacles Le Métaphone est pleine de formes abrégées. (voir Annexe 94) Il s'agit des abréviations des désignations des mois et des jours. En ce qui concerne les mois, il y a « Sept » pour « septembre », « Oct » pour « octobre », « Nov » pour « novembre » et « Déc » pour « décembre. » Les dénominations des jours « vendredi », « samedi », « dimanche » et « mercredi » sont remplacées par « Ven », « Sam », « Dim » et « Mer. » Il s'y trouve à plusieurs reprises de nouveau l'abréviation « h » pour « l'heure. » Mais on y repère encore les abréviations « expo » du nom commun « l'exposition », « bus » du mot original « l'autobus », « Infos » du mot « l'information » au pluriel et « min » pour « minutes. » Enfin, il y a le sigle « DJ » comme dans le document précédent.

95. Cette affiche de la société Transpole Lille Métropole contient également un grand nombre de formes raccourcies. (voir Annexe 95) On y voit les abréviations des appellations des moyens de transports. « Bus » remplace « l'autobus » ; « Métro » représente « chemin de fer métropolitain » et « Tram » signifie « le tramway. » Il y a aussi le sigle « TER » pour désigner « le train express régional. » L'abréviation « Dispo » est une version abrégée de l'adjectif qualificatif « disponible. » De nouveau, on y retrouve l'abréviation « pass » pour

102 TBC – To Be Completed. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : [http://www.acronymfinder.com/To-Be-Completed-\(TBC\).html](http://www.acronymfinder.com/To-Be-Completed-(TBC).html)

When two dj's 'b2b' what does this mean. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.kgbanswers.co.uk/when-two-djs-b2b-what-does-this-mean/2157906>

Cap sur le monde / Ville d'Antony. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.ville-antony.fr/cap-sur-monde>

DJ – Disc Jockey | Sigles.net – Dictionnaire de sigles et acronymes : description, domaine, pays, langue, année, site officiel du sigle que vous recherchez. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.sigles.net/sigle/dj-disc-jockey>

« *le passeport.* » Le mot tronqué « *perso* » remplace l'adjectif qualificatif « *personnel.* » Et finalement, il y a l'abréviation « *infos* » du nom commun plus long « *l'information* » au pluriel.¹⁰³

96. Ce matériel promotionnel concerne itinéraire unique dédié à la culture industrielle franco-belge. (voir Annexe 96) On y repère le sigle « *ICI* » qui signifie « *l'itinéraire de la culture industrielle.* » Un autre sigle « *3D* » provient de l'anglais et représente l'expression « *three dimensional.* » On le traduit en français comme « *en trois dimensions.* » Le dernier sigle « *UNESCO* » remplace la dénomination anglaise « *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.* » Il s'agit de l'Organisation des Nations Unies pour l'Education, la Science et la Culture.¹⁰⁴

97. La publicité de la compagnie 2 RIEN MERCI contient quelques abréviations et un sigle. (voir Annexe 97) Dans le nom de la compagnie, « 2 » représente « *de.* » On y trouve l'abréviation « *électro* » de l'adjectif qualificatif « *électronique.* » Puis, il y a de nouveau « *info* » pour « *l'information* » et « *rés* » pour « *la réservation.* » Le sigle « *Z.A* » remplace l'expression « *la zone d'activités.* »¹⁰⁵

98. Cette affiche là, qui invite aux Récits pour des Lanternes, comprend

103 *TER – Train Express Régional, France* | *Sigles.net – Dictionnaire de sigles et acronymes : description, domaine, pays, langue, année, site officiel du sigle que vous recherchez.* [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.sigles.net/sigle/ter-train-express-regional>

DISPO : Significations de Dispo dans la langue française – Dictionnaire des abréviations – MeltingMots.com. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.meltingmots.com/4321-significations-de-dispo.html>

PERSO : Significations de perso dans la langue française – Dictionnaire des abréviations – MeltingMots.com. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.meltingmots.com/201-significations-de-perso.html>

Définitions : tramway – Dictionnaire de français Larousse. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/tramway/79015>

104 *3D – definition of 3D by the Free Online Dictionary, Thesaurus and Encyclopedia.* [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.thefreedictionary.com/3d>

UNESCO – United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization | *Sigles.net – Dictionnaire de sigles et acronymes : description, domaine, pays, langue, année, site officiel du sigle que vous recherchez.* [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.sigles.net/sigle/unesco-united-nations-educational-scientific-and-cultural-organization>

105 *ELECTRO : Signification de électro dans la langue française – Dictionnaire des abréviations – MeltingMots.com.* [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.meltingmots.com/1488-significations-de-electro.html>

ZA – Zone d'Activités, France | *Sigles.net – Dictionnaire de sigles et acronymes : description, domaine, pays, langue, année, site officiel du sigle que vous recherchez.* [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.sigles.net/sigle/za-zone-d-activites>

seulement les abréviations des dénominations des mois de « *septembre* » et de « *octobre.* » (voir Annexe 98) Il s'agit de « *Sept.* » et de « *Oct.* » On y trouve encore l'abréviation « *3^e* » de l'adjectif numéral ordinal « *troisième.* »

99. Ce document publicitaire porte sur la Grande Braderie annuelle. (voir Annexe 99) On y découvre les abréviations « *Nov* » et « *Déc* » qui représentent les mois de « *novembre* » et de « *décembre.* » En outre, il y a l'abréviation « *h* » qui remplace le nom commun « *l'heure.* »

100. On découvre dans la publicité de la société Artois Literie deux formes abrégées. (voir Annexe 100) Il s'agit de l'abréviation « *la télé* » qui représente le mot plus long « *la télévision.* » Puis, on y voit à maintes reprises l'abréviation « *promo* » qui remplace le nom commun « *la promotion.* » Enfin, il s'y trouve encore une abréviation « *cm* » pour l'unité de longueur « *le centimètre.* »¹⁰⁶

101. Le matériel suivant concerne un nouveau modèle de l'automobile Mitsubishi Outlander. (voir Annexe 101) On y repère l'abréviation « *techno* » de l'adjectif qualificatif « *technologique.* » En plus, il y a des abréviations des unités de longueur et de volume, « *km* » pour « *le kilomètre* » et « *L* » pour « *le litre.* » À la fin, on découvre encore l'abréviation « *Bd* » du mot « *le boulevard.* »¹⁰⁷

102. La publicité du boutique Pat à Arras contient l'abréviation « *N°* » qui représente le nom commun « *le numéro.* » (voir Annexe 102) En plus, il y a de nouveau l'abréviation « *h* » pour « *l'heure.* » On y voit se répéter plusieurs fois

106 *PROMO.* : Significations de *promo.* dans la langue française – Dictionnaire des abréviations – MeltingMots.com. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.meltingmots.com/860-significations-de-promo.html>

CM : Significations de *cm* dans la langue française – Dictionnaire des abréviations – MeltingMots.com. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.meltingmots.com/2427-significations-de-cm.html>

107 *KM* : Significations de *km* dans la langue française – Dictionnaire des abréviations – MeltingMots.com. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.meltingmots.com/82-significations-de-km.html>

L : Significations de *l* dans la langue française – Dictionnaire des abréviations – MeltingMots.com. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.meltingmots.com/4097-significations-de-l.html>

BD : Significations de *bd* dans la langue française – Dictionnaire des abréviations – MeltingMots.com. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.meltingmots.com/293-significations-de-bd.html>

encore la forme abrégée « *réf* » du mot plus long « *la référence.* »¹⁰⁸

103. L'affiche des pompes funèbres et marbrerie ROC-ECLERC comporte beaucoup de mots et d'expressions raccourcis. (voir Annexe 103) On y trouve l'abréviation « *Ets* » qui signifie le nom commun « *l'établissement.* » Puis, il y a « *7j/7 24h/4* » qui représente « *7 jours sur 7, 24 heures sur 24.* » L'abréviation « *expo* » remplace le mot original « *l'exposition.* » On y repère aussi le sigle « *TTC* » qui représente l'expression « *toutes taxes comprises.* »¹⁰⁹

104. Le document promotionnel suivant est la publicité de l'établissement Clarisme Finances. (voir Annexe 104) Il s'y trouve l'abréviation « *bd* » du nom commun « *le boulevard.* » En plus, on y voit le sigle du domaine des finances « *RAC* » qui représente « *le rachat de crédit.* »¹¹⁰

105. On découvre dans ce matériel publicitaire de la société Barré Automobiles un sigle et quatre abréviations. (voir Annexe 105) Le sigle « *T.A.E.G.* » remplace l'expression « *le taux annuel effectif global fixe.* » L'abréviation « *auto* » représente l'adjectif qualificatif « *automobile.* » Il suit l'abréviation « *Bd* » qui signifie « *le boulevard.* » Après, on y voit « *km* » pour l'unité de longueur « *le kilomètre* » et « *1^{er}* » qui remplace l'adjectif numéral ordinal « *premier.* »¹¹¹

108 N°: *Significations de n° dans la langue française – Dictionnaire des abréviations – MeltingMots.com.* [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.meltingmots.com/131-significations-de-n.html>

Référence : *Abréviations et acronymes de référence – Dictionnaire des abréviations – MeltingMots.com.* [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.meltingmots.com/257-abreviations-de-referance.html>

109 *LES ABRÉVIATIONS – Abréviations et majuscules.* [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.les-abreviations.com/majuscules.html>

TTC traduction TTC définition TTC dictionnaire. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://fr.thefreedictionary.com/TTC>

110 *Rachat de crédit conso et hypothécaire – Toutes les réponses sur le rachat de crédit immobilier (Lille).* [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.bc-consultant.com/faq-courtier-en-financement-lille-pret-immobilier-nord-pas-de-calais-rachat-credit-conso.htm>

111 *LE TAEG – Taux Annuel Effectif Global – Cofidis.* [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : http://www.cofidis.fr/credit_en_ligne/guide-du-credit/solutions-credit/teg-taux-effectif-global-definition-calcul.do

AUTO : Significations de auto dans la langue française – Dictionnaire des abréviations – MeltingMots.com. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.meltingmots.com/585-significations-de-auto.html>

BD : Significations de bd dans la langue française – Dictionnaire des abréviations – MeltingMots.com. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.meltingmots.com/293-significations-de-bd.html>

106. Sur l'affiche du comparateur de diagnostics immobiliers Tous les Diagnostics, on trouve un sigle et une abréviation. (voir Annexe 106) Le sigle « *ERNT* » représente le type de diagnostics « *l'état des risques naturels et technologiques.* » Ce diagnostic informe sur les risques naturels comme les séismes, éruption volcanique, cyclone, le débordement de cours d'eau, l'inondation, avalanche, cyclone ou les risques d'incendie et sur les risques technologiques comme l'effet toxique, l'effet thermique ou l'effet de surpression, le transport de marchandise dangereuse, ou encore la rupture de barrage. L'abréviation « *promo* » remplace le nom commun « *la promotion.* »¹¹²

107. Cette publicité contient un sigle dans son texte. (voir Annexe 107) Il s'agit du sigle « *GDF* » faisant partie de « *GDF SUEZ* » qui représente la dénomination de la société énergétique « *Gaz de France.* »¹¹³

108. Le dernier matériel promotionnel est la publicité de l'entreprise Bouygues Telecom. (voir Annexe 108) On y découvre l'abréviation « *1^{er}* » de l'adjectif numéral ordinal « *premier.* » En outre, il y a le sigle « *4G* » qui exprime la quatrième génération des standards pour la téléphonie mobile. Il s'agit d'un sigle du domaine des télécommunications. Ils s'y trouvent d'autres sigles de ce domaine. Ils sont empruntés à l'anglais. « *SMS* » représente « *Short Message Service.* » Cela peut se traduire en français comme « *le service de messagerie courte.* » Le deuxième, « *MMS* », signifie « *Multimedia Messaging Service.* » Cela se traduit comme « *le service de messagerie multimédia.* »¹¹⁴

KM : Significations de km dans la langue française – Dictionnaire des abréviations – MeltingMots.com. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.meltingmots.com/82-significations-de-km.html>

112 *État des risques naturels, miniers et technologiques* – Service-public.fr. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://vosdroits.service-public.fr/particuliers/F12239.xhtml>

PROMO : Significations de promo dans la langue française – Dictionnaire des abréviations – MeltingMots.com. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.meltingmots.com/860-significations-de-promo.html>

113 *GDF – Gaz de France, France* | Sigles.net – Dictionnaire de sigles et acronymes : description, domaine, pays, langue, année, site officiel du sigle que vous recherchez. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.sigles.net/sigle/gdf-gaz-de-france>

114 *Définition de la 4G – LTE* – Agence Nationale des Fréquences. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.recevoirlatnt.fr/4g-lte/quest-ce-que-la-4g/definition-de-la-4g-lte/>
SMS – definition of SMS by the Free Online Dictionary, Thesaurus and Encyclopedia. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.thefreedictionary.com/sms>
MMS – definition of MMS by the Free Online Dictionary, Thesaurus and Encyclopedia. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.thefreedictionary.com/mms>

4.2 Constatations

On a examiné plus d'une centaine de matériels publicitaire et on a constaté que les sigles et les abréviations s'y trouvaient fréquemment. On les divise en quelques groupes afin de présenter ses constatations de façon cohérente et avec clarté.

Les abréviations des mots liés à l'expression du temps représentent le premier groupe. Les unités de temps, on les a découvertes presque dans tous les documents. Notamment celle du mot l'heure s'y trouvait à maintes reprises. Il suit des variantes diverses d'abréviations de la minute. On peut inclure dans cette catégorie également toutes les formes abrégées des dénominations des mois et des jours. On a vu leurs variantes différentes, celles-ci en majuscules, celles-là en minuscules, avec ou sans point.

Le deuxième groupe représentent les abréviations des unités de longueur, de volume et de poids. On a trouvé des expressions raccourcies pour le mètre carré, le kilomètre, le centimètre, le millilitre, le litre, le gramme et le kilogramme. Elles n'apparaissaient pas trop souvent. Leur utilisation est limitée par le type de produit ou d'entreprise qui lance la publicité.

Après, on a trouvé un nombre remarquable d'abréviations des adjectifs numéraux ordinaux. On peut constater que la publicité utilise presque exclusivement seulement ces formes raccourcies. L'apparition des mot originaux est plutôt rare.

Une autre catégorie des abréviations sont celles-ci qui remplacent les dénominations de lieu, de localisation. On a repéré beaucoup d'exemples ; on mentionne le boulevard, l'avenue, la ville. C'est justement le boulevard qui possède plusieurs variantes des abréviations.

Les moyens de transport sont également une source des mots abrégés. On a découvert les abréviations, comme le tram ou le bus, et les sigles qui portaient en générale sur le transport ferroviaire. On peut citer le TGV ou le TER comme les exemples.

Une part considérable de tous les abréviations et sigles représentent ceux spécialisés. Il s'agit avant tout des termes du domaine d'économie, d'industrie, de chimie, de commerce, de finances et de technologie. On a constaté que plusieurs d'eux ont été empruntés à la langue anglaise.

Le reste des sigles substitue aux noms des organisations, associations, institutions et entreprises diverses. On peut mentionner par exemple les musées, les centres concernant l'enseignement ou la formation professionnelle, les syndicats, les compagnies d'assurance et beaucoup d'autres.

Dans la dernière catégorie, on a rassemblé les abréviations qui n'ont pas eu une signification ou une utilisation spécifique. Il s'agit de celles des mots comme l'information, le téléphone, le passeport, l'exposition ou la personne. Elle ne sont pas dépendantes du domaine d'activité, du type de produit, de service ou de public.

Pour finir, il faut dire qu'on a eu la possibilité d'examiner seulement un nombre limité de tous les documents publicitaires qui étaient diffusés chaque jour. Pourtant, on est persuadé que les matériels, qu'on a présentés et étudiés dans ce chapitre, constituent un échantillon représentatif et reflètent l'état réel de l'utilisation des sigles et des abréviations dans la publicité française.

5 EXPLOITATION DE LA PUBLICITÉ EN FLE

Dans le chapitre précédant, on a mentionné que la publicité représentait un type de documents écrits intéressant du point de vue linguistique. Pourtant, grâce aux tendances actuelles de la didactique des langues, elle est exploitable également comme un matériel pédagogique. Sur les pages suivantes, on présente ces tendances et les avantages de l'utilisation des documents dits authentiques dans la classe de langue étrangère. Car la publicité est sans doute le document authentique. Ensuite, on donne des exemples des activités et des exercices concrets et on ajoute des commentaires sur leurs apports et objectifs.

5.1 Tendances actuelles

La tendance actuelle dans l'enseignement des langues étrangères est d'utiliser l'approche communicative. D'après la distinction classique, il existe des normes de grammaire et des normes d'emploi. Savoir une langue, cela veut dire aujourd'hui savoir communiquer. La règle est claire : « *Il ne suffit pas de connaître le système linguistique, il faut également savoir s'en servir en fonction du contexte social.* »¹¹⁵ Dans l'acte de communiquer, il y a plusieurs composantes qu'on a besoin de maîtriser. Il s'agit des composantes linguistiques, discursives, référentielles, socioculturelles et stratégiques. Ce sont les composantes de la compétence fondamentale dans l'approche communicative, de la compétence de communication. La recherche de l'authenticité est devenue une des choses les plus importantes dans la didactique des langues qui pratique cette approche. Dans la classe, on exprime explicitement les finalités d'apprentissage et les objectifs communicatifs. Ils sont souvent énumérés dans un tableau du manuel dont disposent également les élèves ou les étudiants. On détermine les besoins langagiers ce qui amène la définition d'une progression dite notionnelle-fonctionnelle. Son but est de coordonner la démarche linguistique, qui est fondée sur le classement des éléments, et la démarche de l'urgence communicative, qui privilège des formes complexes. On met l'élève/l'étudiant en situation où il est

115 MARTINEZ, P., *La didactique des langues étrangères*, Paris : Presses Universitaires de France, 2008. ISBN 978-2-13-056553-6, p. 76

l'acteur autonome de son apprentissage. L'expression personnelle et « le vécu » ont leur place dans des situations qui ont tendance à adopter un sens social acceptable. On introduit la mise en scène des jeux de rôle souvent humoristiques, des simulations globales, etc. Le discours communicatif profite bien du fonctionnement des réseaux de communication dans la classe et de la dynamique du groupe. Il est basé sur l'acceptation du discours de l'autre, de ses spécificités et variétés, et sur l'acceptation du bien-fondé de la communication dans la classe.

Les activités et exercices sont alors liés à l'acquisition d'un contenu notionnel/fonctionnel qui peut être réutilisable immédiatement. Le développement de savoir-faire et de savoir-être devient plus important que l'accumulation des savoirs. Dans ce contexte, on considère que les outils et documents sont authentiques eux-mêmes. Les documents comme par exemple des articles de journaux, des schémas, des photos publicitaires, des bandes dessinées, sont fréquemment jugés d'être plus motivants, plus susceptibles de faire apparaître l'expression personnelle et l'autonomie. Ils sont également plus proches de l'usage de la langue réel et habituel. Cela provoque la réflexion chez l'élève/l'étudiant sur les conditions sociales et culturelles de sa production.¹¹⁶

À la base des renseignements cités ci-dessus, on peut définir les principes de l'approche communicative. Il s'agit surtout d'enseigner la compétence de communication. On a déjà mentionné qu'elle était constituée de différentes composantes. Ce sont d'autres types de compétences. La compétence linguistique, la compétence sociolinguistique (cela veut dire rendre l'élève/l'étudiant sensible aux règles sociales d'utilisation de la langue étrangère et en conséquent lui permettre de s'exprimer de façon adéquate dans une situation donnée), la compétence discursive (c'est-à-dire discriminer de différents types de discours et la forme écrite et parlée de la langue), la compétence référentielle (afin d'éviter la méconnaissance d'éléments référentiels qui peut causer l'incompréhension du sens d'un échange) et la compétence stratégique (celle-ci vise à compenser les manques potentiels au niveau de la compétence linguistique

¹¹⁶ MARTINEZ, P., 2008, p. 76 - 80

et sociolinguistique ; elle n'intervient qu'au cours de l'actualisation de la compétence de communication).

Le principe suivant concerne le travail sur les différentes composantes de la compétence de communication. Il y a les tentatives d'utiliser l'outil ou la méthode d'analyse en particulier en traitant des textes dans la classe. Mais il faut également mettre en œuvre des techniques de travail qui sont pertinentes pour l'oral et les niveaux débutants. On ne peut pas négliger certaines compétences en faveur des autres.

Il faut travailler aussi sur le discours. Cela se traduit par favoriser des documents qui contiennent des échanges complets. Leur exploitation dans la classe permet une intégration des plusieurs niveaux d'analyse. Elle rend plus facile également la mise en relation des caractéristiques sociolinguistiques d'une conversation ou d'un texte, des réalisations linguistiques et des stratégies de communication qui représentent les composantes indissociables de la compétence de communication.

Ce principe commande de privilégier le sens. Cela veut dire de s'efforcer de mettre en relation le sens et la syntaxe dans les programmes d'enseignement. Les enseignants utilisant l'approche communicative tendent souvent à faire fond sur la théorie des actes de parole comme sur la seule garantie d'un enseignement communicatif de la langue étrangère. Cette théorie est un aide appréciable pour les débutants. Néanmoins, pour les avancés, l'analyse de discours est plus pertinente et il faut le respecter.

Enfin, on ne peut pas oublier la dimension sociale de la langue. Soit de la langue en général, soit de la langue étrangère. On peut bénéficier d'une mise en scène des personnages à travers les documents, dialogues ou textes. Ces personnages sont utiles parce qu'ils utiliseront des registres de langue divers et leurs rôles sociaux seront très variés.¹¹⁷

117 BÉRARD, E., *L'approche communicative: théorie et pratique*, Paris : Clé International, 1991. ISBN 2-19-033352-0, p. 28-31

5.2 Documents authentiques

L'exploitation des documents authentiques constitue un élément important de l'application de l'approche communicative. L'introduction de ces documents dans la classe de langue a changé considérablement les supports d'apprentissage en particulier pour les niveaux intermédiaire et avancé.

Étant donné qu'on s'occupe de la publicité française imprimée, on se concentre avant tout sur les documents authentiques écrits. Leur gamme est aussi large qu'elle représente un réservoir inépuisable d'outils d'enseignement d'une multiplicité et d'une richesse extraordinaire et couvre presque tous les niveaux. Cette diversité est bien exprimée par le didacticien Jean-Pierre Cuq : « *Aux textes dits fonctionnels de la vie quotidienne comme un horaire de bus ou un prospectus, une fiche mode d'emploi ou une recette de cuisine, et ceux de la vie administrative comme un formulaire d'inscription ou un constat amiable d'accident, s'ajoutent tous les documents médiatiques qui offrent une mine de textes : bulletin météo, horoscope ; faits divers, tests de personnalité, jeux, articles informatifs, courrier de cœur.* »¹¹⁸ Grâce à elle, on peut utiliser toujours de nouveaux documents comme les déclencheurs des activités variées de compréhension, de production, d'enrichissement lexical, de perfectionnement grammatical et textuel et, en même temps, faire entrer dans la classe la réalité extérieure et la culture de la langue cible.

En ce qui concerne les méthodes d'exploitation des documents authentiques, il faut prendre en compte aussi bien la pluralité des publics et des médias que les exigences imposées par l'institution dans laquelle se déroule l'enseignement (outils pédagogiques, horaire, programme, etc.). On doit respecter surtout deux principes fondamentaux : « *savoir ne pas saturer d'activités un document authentique et savoir circonscrire les modalités opératoires d'utilisation pédagogique.* »¹¹⁹ On ne peut pas se limiter seulement à une exploitation linguistique. Au contraire, il faut avant tout perfectionner la

118 CUQ, J.-P., GRUCA, I., *Cours de didactique du français langue étrangère et seconde*, Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble, 2008. ISBN 978-2-7061-1459-5, p. 434

119 CUQ, J.-P., GRUCA, I., 2008, p. 439

réception et la rendre la plus proche possible de l'authentique. Cela exige une fine analyse pré-pédagogique qui met en relief des traits spécifiques propres à chaque document et le relie à un type plus général. En effectuant cette analyse, on peut profiter des acquisitions de la linguistique textuelle qui offrent entre autres des possibilités d'exploitation intéressantes pour implanter une pédagogie de la compréhension et de la production. Dans notre cas, il s'agit surtout de la compréhension écrite et de la production écrite et orale.¹²⁰

On peut résumer les raisons de l'utilisation des documents authentiques en classe de langue étrangère en trois essentielles. Premièrement, l'élève/l'étudiant au niveau débutant est motivé de façon positive au cas où il comprendrait des échanges réels. On utilise le document authentique alors comme un moyen de motivation. Si cette motivation est permanente, pour l'élève/l'étudiant et aussi pour l'enseignant, elle peut représenter un facteur unique important qui apporte le succès d'une approche communicative par rapport à une approche grammaticale.

Deuxièmement, on favorise l'autonomie d'apprentissage de l'élève/l'étudiante en utilisant les documents authentiques. Si on développe dans la classe de langue des stratégies de travail par rapport à ce type de documents, l'élève/l'étudiant réinvestira probablement ces stratégies en dehors de la classe. Autrement dit, on ne se concentre pas qu'au contenu des documents mais également à l'objectif « *apprendre à apprendre.* »

Troisièmement, par l'utilisation des documents écrits et sonores authentiques, on expose l'élève/l'étudiant à des aspects de l'usage langagier qui ne font à présent l'objet d'aucune description élaborée et desquels on pense néanmoins qu'ils sont pertinents à enseigner. Ces documents rendent possible de travailler sur une mise en relation des énoncés produits avec les conditions de production. On ne travaille pas dès lors seulement sur les aspects linguistiques mais également sur la dimension pragmatique du langage et sur les usages sociaux.¹²¹

120 CUQ, J.-P., GRUCA, I., 2008, p. 434-440

121 BÉRARD, E., 1991, p. 50-51

Les documents authentiques sont aujourd'hui au centre du dispositif pédagogique. Grâce à eux, on peut combiner la réalisation du linguistique avec celle de l'interculturel. Généralement dit, la flexibilité de l'approche du document en classe de langue doit répondre à la souplesse du matériel. Les genres multiples de documents cohabitant avec d'autres supports didactiques doivent correspondre à une série d'activités et d'exercices d'apprentissage qui dispose des objectifs soigneusement définis. Vu que les technologies avancent à grands pas, il ne pose aucun problème à l'heure actuelle de renouveler le matériel au jour le jour quel que soit l'endroit du monde où on se trouve. Finalement, il ne reste que deux questions. D'une part, celle de la durée de vie des documents et, d'autre part, celle des stratégies mises en place par rapport à la situation d'enseignement, afin de les exploiter dans leur authenticité.¹²²

5.3 Activités

On a conçu des activités pédagogiques à partir des documents examinés dans l'analyse linguistique. On a choisi dix documents variés et préparé à leur base dix activités présentées ci-dessous. Elles sont destinées aux étudiants tchèques qui fréquentent un lycée d'enseignement général. Cela veut dire que leur difficulté varie du niveau A1 jusqu'au niveau B2. Il s'agit des activités diverses desquelles le but est d'améliorer toutes les compétences de la compréhension et de la production. Pour chacune, on définit les objectifs, le niveau de la langue pour lequel elle est pertinent, le matériel, les compétences engagées et la forme de travail. On adjoint également une courte description. Chaque activité contient plusieurs exercices qui sont centrés aux compétences particulières. À la fin de tout exercice, on ajoute le commentaire où on décrit ses apports langagiers, culturels ou personnels. Les corrigés des activités se trouvent en annexes.

122 CUQ, J.-P., GRUCA, I., 2008, p. 440

5.3.1 Activité 1

Généralités

Objectifs : Étudiant s'oriente dans un nouveau type de document. Il sait trouver des informations demandées. Il sait s'exprimer oralement. Il sait remplir un questionnaire. Il connaît le lexique portant sur la musique. Il sait l'utiliser correctement dans une phrase complète.

Niveau de la langue : A2

Matériel : Annexe 1, Annexe 109

Compétences engagées : compréhension écrite, production orale, production écrite

Forme de travail : individuelle

Cette activité est concentrée sur la compréhension écrite, la production écrite et orale. Les étudiants lisent le document publicitaire qui porte sur le dispositif d'accompagnement des jeunes talents en musiques actuelles de l'Arrageois. Il n'est pas trop difficile et ne contient pas beaucoup de mots ou de constructions syntaxiques compliqués. Puis, ils travaillent avec le dossier d'inscription à ce dispositif. En conséquent, on estime que le niveau de la langue nécessaire pour accomplir cette activité avec succès est le niveau A2 d'après le Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues. Les étudiants travaillent individuellement.

Les étudiants améliorent trois compétences langagières et enrichissent également leur vocabulaire. Mais travailler avec ce matériel apporte encore d'autres avantages. Les étudiants font connaissance avec une nouvelle sorte de document authentique français. S'ils le comprennent et réussissent à remplir les tâches, cela les motivera sans doute. Ils pratiquent aussi la recherche des renseignements importants dans un texte inconnu. En plus, ils se familiarisent légèrement avec le milieu musical français et le soutien des jeunes artistes.

Il n'est pas obligatoire d'exploiter tous les trois exercices dans la classe. Le

premier exercice est celui de base. Pourtant, l'enseignant peut décider de continuer par n'importe lequel, leur ordre n'est pas stricte.

Exercice 1 – Compréhension écrite

Consigne

Lisez ce document et répondez aux questions suivantes.

- a) Quelles sont les conditions de la participation ?
- b) Qu'est-ce qu'on gagne ?
- c) Comment et quand on peut s'inscrire ?

Commentaire

Chacun reçoit sa propre copie du document. Il s'agit d'un nouveau type de matériel pour eux. C'est pourquoi on en discute quelques minutes au début. La tâche des étudiants est de rechercher les informations et puis de répondre oralement à trois questions. Pour qu'ils répondent correctement, il faut qu'ils comprennent bien le texte. On présente les questions. Il est recommandé de les écrire sur le tableau-noir afin que tous les étudiants sachent leur forme correcte. Il faut également vérifier qu'ils les comprennent et savent ce qu'ils doivent chercher. Ils lisent le matériel aussi individuellement. Puis, ils ont du temps pour préparer leurs réponses. Enfin, on corrige ces réponses ensemble et les étudiants corrigent l'un l'autre.

Même si cet exercice est basé principalement sur la compréhension écrite, il n'améliore pas qu'elle. Les étudiants pratiquent la production orale vu qu'ils répondent aux questions oralement et ils corrigent les réponses des autres. Pour cette correction, il est essentiel qu'ils comprennent ce que les autres disent. Cela veut dire qu'il s'entraînent en même temps à la compréhension orale.

Exercice 2 – Production écrite

Consigne

Voilà le dossier d'inscription au dispositif d'accompagnement Plug&Play. Imaginez que vous êtes musiciens et le remplissez.

Commentaire

Les étudiants travaillent avec le dossier d'inscription qui est dans la forme d'un questionnaire. Chacun reçoit sa propre copie sur laquelle ils peuvent écrire. Leur tâche est d'imaginer qu'ils sont musiciens et veulent participer au dispositif d'accompagnement Plug&Play. Puis, ils remplissent le dossier. Ils doivent indiquer le nom du groupe ou de l'artiste, le style musical, la composition de la formation musicale, le nom, le prénom, l'âge, la fonction dans le groupe, la situation professionnelle, l'adresse, le numéro de téléphone, la biographie, les liens internet, l'expérience scénique et la motivation pour participer au dispositif Plug&Play. Comme quelques termes peuvent leur être inconnus, on les explique à l'avance.

Dans cet exercice, les étudiants pratiquent principalement la production écrite. Mais il sert aussi à réviser leur connaissance du lexique concernant des styles musicaux et des musiciens particuliers. En plus, les étudiants se familiarisent avec un autre type de document authentique et apprennent à travailler avec lui. Dans ce cas là, ils apprennent à remplir un questionnaire.

Exercice 3 – Production orale

Consigne

Répondez aux questions posées par l'enseignant.

- a) Quel style de musique aimez-vous ?
- b) Quel interprète préférez-vous ? Pourquoi ?
- c) Jouez-vous d'un instrument de musique ?

Commentaire

Cet exercice est centré sur la production orale. L'enseignant pose des questionnes citées ci-dessus et les étudiants lui répondent par une phrase complète immédiatement. Ils prouvent la connaissance du lexique concernant des styles musicaux et des instruments de musique. Ils retiennent la locution « *jouer d'un instrument.* » En plus, ils s'entraînent à l'expression de la préférence. Il s'agit d'un court exercice qui rappelle une conversation réelle et vise à habituer les étudiants à réagir aux questionnes sans réflexion longue.

5.3.2 Activité 2

Généralités

Objectifs : Étudiant fait connaissance avec des produits typiques français, des personnages fameux du domaine de la mode, des marques françaises. Il sait raconter l'histoire. Il s'exprime oralement. Il connaît les couleurs et les adjectifs numéraux. Il connaît et sait utiliser les pronoms indéfinis. Il sait comparer et convaincre.

Niveau de la langue : A1-B2

Matériel : Annexe 2, Annexe 110

Compétences engagées : production orale, compréhension orale, production écrite

Forme de travail : individuelle, en couple

Cette activité est centrée plutôt sur la production orale. Mais on travaille également sur la compréhension écrite. On exploite la publicité d'un parfum français très célèbre, du Chanel N°5. À l'égard de la nature de l'activité, on estime que le niveau de la langue nécessaire pour l'accomplir avec succès varie de A1 jusqu'à B2 d'après le Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues.

Grâce à cette activité, les étudiants font connaissance avec le milieu de la mode française renommée. Il s'agit d'une partie inséparable de la culture de la France. On peut même parler d'un stéréotype. Mais dans ce cas là, le stéréotype est fondé sur la vérité.

On a créé un exercice qui est pertinent pour tous les niveaux. Puis, on présente des exercices pour chaque niveau particulier. Ils sont tous basés sur le contenu du document publicitaire utilisé dans l'exercice 1.

Exercice 1 – Niveaux A1-B2

Consigne

Regardez ce document. Répondez aux questions posées.

- a) Connaissez-vous cette marque fameuse du parfum ?
- b) Pouvez-vous me dire d'après quel personnage est-t-il nommé ?
- c) Racontez l'histoire de Coco Chanel si vous la connaissez.
- d) Citez d'autres personnages du domaine de la mode française.
- e) Énumérez toutes les marques françaises que vous connaissez.

Commentaire

On montre ce document aux étudiants. Il ne faut pas faire des copies pour tous. Il suffit de le projeter au tableau à l'aide d'un appareil de projection si on en dispose. Le niveau de la langue n'est pas déterminant pour accomplir cet exercice. Les étudiants font plutôt preuve de leurs connaissances de la culture française.

L'enseignant pose les questions citées ci-dessus aux étudiants. Il les pose oralement et ils sont obligés de lui répondre également par oral. S'ils connaissent le personnage selon lequel le parfum est nommé, ils devront raconter son histoire. Sinon, l'enseignant la leur présente lui-même. Pourtant, il est recommandé qu'il leur demande au cours de cette présentation parce qu'ils peuvent quand même connaître quelques détails. Et bien sûr, le but de cette activité est aussi leur participation active.

On peut faire une petite compétition et récompenser les étudiants qui citent le plus de personnages et de marques. De toute façon, on devrait mentionner, sauf Coco Chanel, au moins Yves Saint Laurent, Louis Vuitton, Dior, Lacoste et Camaïeu. On peut également discuter de la représentation et de l'influence de ces marques en République tchèque. La mode est un thème intéressant en particulier pour les filles. Cela veut dire qu'elles sont plus motivées à s'exprimer et, en conséquent, à s'entraîner à la production orale.

Exercice 2 – Niveau A1

Consigne

- a) Indiquez les couleurs qui se trouvent dans le document.

b) Trouvez y l'adjectif numéral. Citez tous ses multiples jusqu'à 100.

Commentaire

Cet exercice est destiné aux étudiants qui ont le niveau de la langue A1. Vu que leurs capacités langagières sont assez limitées, il s'agit d'un exercice simple qui se concentre à la production orale. Les étudiants doivent indiquer toutes les couleurs qui se trouvent dans le document. Ce sont noir, blanc, jaune et gris. Puis, leur tâche est de trouver l'adjectif numéral et de citer tous ses multiples jusqu'à 100. Cet exercice a pour but de réviser la connaissance des adjectifs numéraux français parce qu'ils posent des problèmes souvent même aux étudiants qui ont un niveau de la langue plus élevé. Pour pratiquer également leur forme écrite, les étudiants peuvent écrire les réponses sur le tableau-noir.

Exercice 3 – Niveau A2

Consigne

Divisez vous en couples et jouez la situation suivante. Vous vous trouvez dans une parfumerie. L'un cherche un cadeau, l'autre est vendeur et l'aide à choisir. Le vendeur doit convaincre l'acheteur à choisir le parfum Chanel N°5. Utilisez la comparaison et les verbes comme *promettre, assurer, conseiller, recommander*, etc. Après, changez les rôles.

Commentaire

Cet exercice est aussi basé sur le développement de la compétence de la production orale. Les étudiants travaillent en couple et jouent une situation décrite ci-dessus. Le but de cet exercice est ce qu'ils pratiquent l'expression de la comparaison et du superlatif des adjectifs qualificatifs. Ils améliorent aussi leur capacité de donner des conseils, des recommandations et de convaincre.

Exercice 4 – Niveau B1

Consigne

Trouvez dans le texte les pronoms indéfinis. Puis remplissez les phrases dans l'exercice ci-dessous par le pronom indéfini qui y correspond.

- a) Je vais faire des courses, tu as besoin de _____ ?
- b) Tout le monde est venu ? - Non, il manque encore _____ personnes.
- c) Ce n'est pas trop gentil de critiquer l'apparence d' _____.
- d) La police n'a pas trouvé _____ indice.
- e) _____ dans sa famille ne savait pas qu'elle a acheté un chien.
- f) J'ai reçu ta lettre il y a _____ jours.

Commentaire

Cet exercice développe la compétence de la production écrite. Il s'agit d'un exercice grammatical qui vérifie que les étudiants connaissent les pronoms indéfinis et savent les utiliser correctement dans les phrases. Ils remplissent les phrases cités ci-dessus par les formes des pronoms indéfinis qui y conviennent. On peut corriger cet exercice immédiatement dans la classe vu qu'il est assez court.

Exercice 5 – Niveau B2

Consigne

Lisez l'histoire du parfum Chanel N°5 et faites un résumé de 150 mots.

Commentaire

En faisant cet exercice, les étudiants améliorent leur compétence de la compréhension et de la production écrites. Ils lisent un texte authentique qui n'est pas du tout simplifié. Leur tâche est de choisir des informations les plus importantes et de rédiger un résumé de ce texte. Cela exige un niveau bien avancé de la langue. Ils doivent absolument comprendre le contenu de l'histoire. En plus, même s'ils mentionnent seulement quelques renseignements, ils doivent toujours rédiger un texte cohérent et structuré logiquement.

5.3.3 Activité 3

Généralités

Objectifs : Étudiant sait créer un texte court original. Il sait s'exprimer oralement, présenter sa création, justifier son choix, discuter et argumenter. Il fait connaissance avec une dominante française et une construction pareille en République tchèque. Il connaît le lexique portant sur des technologies modernes.

Niveau de la langue : A2/B1

Matériel : Annexe 7

Compétences engagées : production écrite, production orale

Forme de travail : individuelle, en groupe

Cette activité suscite la créativité des étudiants. On leur présente la publicité d'un nouveau appareil de photographie Nikon. Mais on efface le slogan. Leur tâche est alors d'inventer un slogan original. Cela exige la capacité de s'exprimer un peu plus avancé. Ils révisent aussi le lexique concernant des technologies modernes. On estime que le niveau nécessaire pour l'accomplir avec succès est le niveau A2/B1 d'après le Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues.

Exercice 1 – Production orale

Consigne

Regardez ce document et remplissez les tâches suivantes.

- a) Inventer un slogan original pour le produit.
- b) Présenter votre slogan et justifier votre choix.
- c) Discuter en avec vos camarades et choisissez le meilleur slogan.
- d) Dans le document, il se trouve une dominante de la France. Comment elle s'appelle ? Qu'est-ce que vous savez d'elle ? Pouvez-vous citer une construction pareille qui se trouve en République tchèque ?

Commentaire

Les étudiants travaillent au début individuellement. Chacun invente son propre slogan et puis le présente et justifie son choix. Ils pratiquent surtout la production orale.

Après, ils discutent de la qualité, de la justesse et du caractère captivant des slogans particuliers. Ils doivent en choisir le meilleur. Cette partie de l'activité exige la production orale plus élaborée parce que les étudiants expriment leurs opinions et arguments. Également, ils s'entraînent à la compréhension orale, vu qu'ils doivent comprendre les arguments des autres pour présenter les leurs. Ils développent en conséquent leur capacité d'exprimer et de défendre leur opinion correctement et d'argumenter. Il s'agit d'une base pour le travail en groupe réussi.

La dernière question concerne une dominante de la France qui se trouve sur la publicité. Tous les étudiants reconnaissent sans doute que cette construction exceptionnelle est la tour Eiffel. Ils doivent citer toutes les informations qu'ils en possèdent. Il faut au moins mentionner son créateur, le nombre d'étages, etc. Puis, on leur demande s'ils connaissent une construction pareille qui se trouve en République tchèque. Il s'agit de la tour de Petřín à Prague. Elle a été inspirée de la tour Eiffel. Les étudiants peuvent voir l'interconnexion de la France avec leur propre pays, dans ce cas là au niveau de l'architecture.

Exercice 2 – Production écrite

Consigne

Citez tous les appareils de technologies modernes que vous connaissez. Écrivez les phrases sur le thème « Que peux-je faire avec cet appareil ? »

Commentaire

Cet exercice se concentre à l'enrichissement du vocabulaire des étudiants. Ils doivent indiquer toutes les dénominations françaises des appareils de technologies modernes qu'ils connaissent. Il s'agit par exemple du portable, de

l'ordinateur portable, de la tablette, du téléphone intelligent (du smartphone), etc. Puis, ils sont obligés d'écrire les phrases sur les fonctions de ces appareils. Ils développent la compétence de la production écrite. Ils doivent écrire le plus de phrases possibles.

5.3.4 Activité 4

Généralités

Objectifs : Étudiant sait s'exprimer oralement et par écrit. Il possède un vocabulaire suffisant pour décrire l'apparence physique, le vêtement et les accessoires des personnes. Il fait connaissance avec des marques de vêtement françaises. Il sait tenir une conversation simple sur le thème du shopping.

Niveau de la langue : A1/A2

Matériel : Annexe 8

Compétences engagées : production orale, production écrite, compréhension écrite

Forme de travail : individuelle, en couple

Pendant cette activité, les étudiants s'entraînent à la production écrite et orale et à la compréhension écrite. Ils regardent la publicité de l'entreprise de prêt-à-porter H&M. Le niveau nécessaire pour accomplir cette activité avec succès varie entre les niveaux A1 et A2 selon le Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues.

Exercice 1 – Production écrite

Consigne

Regardez les personnages sur cette publicité. Décrivez :

- a) leur apparence physique ;
- b) leurs vêtements et accessoires.

Commentaire

La tâche des étudiants est de décrire les personnes qui se trouvent dans ce document. Il leur faut connaître le vocabulaire concernant l'apparence physique, le vêtement et les accessoires.

Comme on a déjà mentionné, les étudiants écrivent un court texte portant sur l'apparence physique des personnes, c'est-à-dire la taille, la couleur des

cheveux et des yeux, etc. La deuxième partie du texte comporte la description de leur vêtement et de leurs accessoires. Ils pratiquent les constructions utilisés pour ce type de description. On corrige ces textes ensemble dans la classe.

Exercice 2 – Production orale

Consigne

Connaissez-vous cette marque de vêtement ? S'agit-il d'une marque française ? Citez quelques marques de vêtement françaises que vous connaissez.

Aimez-vous faire du shopping ? Imaginez que vous voulez acheter de nouvelle chemise. Jouez cette situation en couples.

Commentaire

Cet exercice offre une possibilité de pratiquer la production orale. On discute de cette marque de vêtement avec les étudiants. Ils sont demandés de citer les marques françaises qu'ils connaissent. Comme on a déjà dit dans l'activité 2, la mode représente un thème intéressant en particulier pour les filles. Elles sont en conséquent plus motivées à s'exprimer et s'entraînent à la production orale. En même temps, les étudiants font connaissance avec la culture de la mode française qui a toujours un renommé en République tchèque.

Puis, les étudiants jouent une situation dans un magasin. Ils s'entraînent à une conversation simple et pratiquent les expressions liées à ce domaine. Ils retiennent les phrases comme par exemple « Combien ça coûte ? » ou « Ce n'est pas à ma taille. »

Exercice 3 – Compréhension écrite

Consigne

Lisez ce court extrait et trouvez tous les mots liés à l'habillement.

« *BETTY AUTIER*

Son style est fun, chic et décalé juste comme il faut. Betty Autier est notre icône de la semaine.

QUEL EST TON STYLE PERSONNEL ?

J'ai un faible pour les 80's. Même si je ne m'habille pas toujours dans ce style, les codes vestimentaires de l'époque m'attirent beaucoup : épaules rembourrées, pièces vintage et paillettes.

QU'EST-CE QUE TU REFUSERAIS DE PORTER ?

Quasiment rien ! Mais pour des raisons éthiques, je refuse tout de même la fourrure et les contrefaçons. »¹²³

Commentaire

Les étudiants travaillent avec un court extrait qui provient de la page web du magasin H&M. Leur tâche est de trouver tous les mots qui sont liés au domaine de l'habillement. Il peut s'agir des noms, des adjectifs qualificatifs, des verbes, etc. Les étudiants développent leur compétence de la compréhension écrite et, en même temps, ils enrichissent leur vocabulaire. En plus, ils font connaissance avec un nouveau type de discours, avec un interview.

123 Betty Autier / H&M. [en ligne]. [consulté le 5 avril 2014]. Disponible sur : http://www2.hm.com/fr_fr/life/Mode/everyday-icon/betty-autier.html

5.3.5 Activité 5

Généralités

Objectifs : Étudiant s'oriente dans un document authentique. Il est capable de trouver des informations essentielles. Il répond aux questions simples. Il sait exprimer quelle heure est-il.

Niveau de la langue : A1

Matériel : Annexe 25

Compétences engagées : compréhension écrite, production orale

Forme de travail : individuelle

Cette activité est basée sur le travail avec la publicité qui invite à l'exposition Do not think de l'organisation La Condition publique. Les étudiants doivent répondre aux questions simples. Ce document est bien ordonné et il ne contient pas de mots ou d'expressions compliqués. On estime que le niveau de la langue nécessaire pour l'accomplissement réussi de cette activité est le niveau A1 selon le Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues.

Exercice 1 – Compréhension écrite

Consigne

Regardez ce document et indiquez les informations demandés.

- a) le nom de l'événement
- b) le lieu
- c) la date et l'heure
- d) la page web

Commentaire

Les étudiants doivent trouver dans le document les réponses aux questions concernant le nom de l'événement, le lieu, la date et l'heure et la page web. Ils travaillent individuellement. Chacun reçoit sa propre copie du document. Ils s'entraînent à la compréhension écrite.

En plus, ils font connaissance avec un nouveau type de matériel et ils améliorent leur compétence de s'orienter dans un document authentique inconnu. Ils prouvent qu'ils sont capables trouver des informations essentielles. S'ils y réussissent, cela aura une influence positive à leur motivation.

Ils répondent oralement. Cela veut dire qu'ils pratiquent également la production orale, même s'ils produisent seulement de courtes phrases. En même temps, ils révisent l'expression de l'heure et de la date.

Exercice 2 – Production orale

Consigne

Trouvez les « jours » et l'expression de « l'heure » dans le document. Puis répondez à la question « Quelle heure est-il ? » et utilisez les données indiquées ci-dessous.

- a) 10:35
- b) 14:15
- c) 21:20
- d) 8:45
- e) 12:30
- f) 23:55
- g) 16:00

Commentaire

Étant donné que cet exercice est destiné aux étudiants avec un niveau de la langue A1, il n'est pas trop exigeant en ce qui concerne la difficulté de la consigne. Les étudiants doivent trouver les indications des jours et de l'heure dans le document. Puis, ils répondent à la question « *Quelle heure est-il ?* » Ils développent la compétence de la production orale. Ils s'entraînent à l'expression de l'heure et aux adjectifs numéraux.

5.3.6 Activité 6

Généralités

Objectifs : Étudiant sait transformer le discours direct en celui indirect. Il sait utiliser la concordance des temps. Il recherche les définitions des termes spécialisés sur l'Internet. Il sait transformer les constructions infinitives en phrases. Il sait mener une conversation téléphonique compliquée.

Niveau de la langue : B2

Matériel : Annexe 59

Compétences engagées : compréhension écrite, production écrite, production orale

Forme de travail : individuelle, en couple

Dans cette activité, on travaille avec la publicité du développeur-constructeur Kaufman et Broad publiée au journal Direct Matin Lille Plus. Étant donné la difficulté de ce document et des tâches à accomplir, on estime que le niveau de la langue nécessaire est le niveau B2 d'après le Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues. Les étudiants travaillent individuellement et en couples.

Exercice 1 – production écrite

Consigne

Regardez ce document et remplissez les tâches suivantes.

a) Transformez le discours direct dans les bulles en discours indirect au passé d'après l'exemple : « Elle a dit que ... » Respectez les règles de la concordance des temps.

b) Transformez les constructions infinitives dans les bulles en phrases.

Commentaire

Les étudiants doivent transformer le discours direct en discours indirect au passé d'après le modèle. Cela exige la connaissance des règles de la concordance

des temps. Ils transforment également les constructions infinitives en phrases. Cet activité vérifie leur compétences langagières, surtout celle de la production écrite. Vu que les textes qu'ils rédigent sont courts, on peut les corriger immédiatement dans la classe.

Exercice 2 – Compréhension écrite

Consigne

Dans le texte, ils se trouvent des termes spécialisés « PTZ+ » et « la loi Duflot. » Recherchez leurs significations sur l'Internet et les expliquez à vos camarades de classe.

Commentaire

Cet exercice est centré sur la recherche des termes spécialisés sur l'Internet. Les lycées disposent aujourd'hui des classes multimédia qui sont équipées par les ordinateurs avec l'accès sur l'Internet. Les étudiants apprennent à s'orienter sur les pages web françaises et à y rechercher des informations. Ils améliorent leur compétence de la compréhension écrite. Ils font connaissance aussi avec le domaine des biens immobiliers français.

Exercice 3 – Production orale

Consigne

Simulez un appel téléphonique à la société Kaufman et Broad. Vous travaillez en couple. L'un représente l'intéressé de vendre une maison, l'autre est le représentant de la société.

Commentaire

Cet exercice est centré sur la compétence de la production orale. Les étudiants travaillent en couple et doivent simuler un appel téléphonique qui est décrit ci-dessus. Ils s'entraînent à ce type de conversation et à ses règles. Ils inventent presque tous les détails de cette conversation eux-même. Ils utilisent le lexique spécialisé. Cet exercice exige un niveau avancé aussi de la compréhension orale. L'enseignant n'intervient pas mais il résume des points

forts et faibles à la fin du dialogue. Il faut éviter que les étudiants retiennent les fautes parce qu'il faut faire beaucoup plus d'efforts de s'en débarrasser plus tard. Pourtant, il s'agit d'un exercice difficile et l'enseignant devrait plutôt motiver les étudiants à s'efforcer de s'améliorer.

5.3.7 Activité 7

Généralités

Objectifs : Étudiant s'oriente dans un document promotionnel. Il sait choisir la meilleure possibilité à la base des informations données. Il sait s'exprimer oralement et justifier son choix. Il sait planifier un voyage et acquérir tous les renseignements nécessaires à la gare. Il sait écrire une lettre concernant ses expériences et impressions.

Niveau de la langue : B1/B2

Matériel : Annexe 68

Compétences engagées : compréhension écrite, production orale, production écrite

Forme de travail : individuelle, en couple

Dans cette activité, on travaille avec le placard publicitaire de la société SNCF. Étant donné qu'il s'agit d'un document assez spécifique et compliqué, on estime que le niveau de la langue nécessaire varie entre les niveaux B1 et B2 d'après le Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues. Les étudiants travaillent individuellement.

Cette activité sert en plus à faire connaissance avec le système de transport ferroviaire français et la Société Nationale des Chemins de fer français. Les étudiants peuvent le comparer avec celui-ci en République tchèque ou en profiter pendant un séjour en France.

Exercice 1 – Compréhension écrite

Consigne

Lisez ce document promotionnel et remplissez les tâches suivantes.

a) Imaginez que vous habitez en France.

b) Choisissez un rôle arbitraire, par exemple l'étudiant/l'employé/le voyageur. Définissez votre âge, si vous prenez le train pour aller à l'école/au

travail, etc.

c) Choisissez le passeport qui vous convient le mieux.

d) Présenter votre choix et le justifiez.

Commentaire

Les étudiants sont obligés d'imaginer qu'ils habitent en France et d'inventer un rôle arbitraire. On leur propose quelques idées. Ils définissent leur rôle le plus précisément possible. C'est-à-dire, ils doivent se mettre à la place d'un Français ou d'une Française. Puis, leur tâche est de lire le document et, en respectant les caractéristiques de leur rôle, choisir le passeport régional qui leur convient le mieux. Cela exige une très bonne compréhension du texte et des informations mentionnées dans le document.

Après, ils présentent oralement le rôle qu'ils ont inventé et également le passeport qu'ils ont choisi. Ils sont tenus aussi de justifier leur choix. Ils pratiquent la production orale et, en même temps, ils s'entraînent à présenter leurs opinions et arguments. Ils prouvent qu'ils s'orientent dans un document compliqué et qu'ils sont capables de rechercher les renseignements demandés.

Exercice 2 – Production orale

Consigne

Vous voulez partir en vacance à l'étranger. Vous voulez prendre le train. Vous allez à la gare afin d'apprendre tous les renseignements nécessaires. Préparez un dialogue en couple.

Commentaire

Pendant cet exercice, les étudiants développent leur compétence de la production orale. L'un représente un voyageur et l'autre un employé de gare. Le voyageur doit lui demander par exemple le prix des tickets, les départs des trains, la durée du voyage, les changements, les réductions des prix, etc. Cela exige aussi une bonne compréhension orale et un vocabulaire assez étendu. Les étudiants apprennent à tenir une conversation sur un thème spécifique.

L'enseignant n'interrompt pas leurs dialogues. Pourtant, à la fin de chaque dialogue, il résume les points forts et faibles de leur conversation et analyse les fautes les plus fréquentes ou graves.

Exercice 3 – Production écrite

Consigne

Écrivez une lettre à votre ami. Racontez lui vos expériences et impressions d'un voyage. La longueur minimale est 100 mots.

Commentaire

Cet exercice se concentre à la compétence de la production écrite. Les étudiants doivent rédiger une lettre de 100 mots. Ils révisent la forme et les parts obligatoires de la lettre personnelle. Ils doivent raconter leurs expériences et impressions d'un voyage. Cela veut dire qu'ils utilisent les temps du passé. Ils pratiquent l'usage du passé composé, de l'imparfait et du plus-que-parfait. Ils développent leur capacité de raconter une histoire plus complexe. Ils utilisent le lexique concernant le voyage, les moyens de transport, le logement, etc. Ils corrigent leurs lettres l'un l'autre et puis, l'enseignant vérifie ces corrigés.

5.3.8 Activité 8

Généralités

Objectifs : Étudiant sait travailler en groupe. Il est capable de créer un document publicitaire original. Il sait le présenter oralement et le décrire. Il sait faire des compromis. Il connaît les préfixes négatifs des adjectifs qualificatifs.

Niveau de la langue : A2/B1

Matériel : Annexe 74

Compétences engagées : compréhension écrite, production écrite, production orale

Forme de travail : individuelle, en groupe

Dans cette activité, la publicité originale et amusante du bloc papier sert plutôt à introduire son vrai contenu et à représenter un modèle duquel les étudiants peuvent s'inspirer. Étant donné la difficulté de cette tâche, on estime que le niveau de la langue nécessaire pour l'accomplir avec succès varie entre les niveaux A2 et B1 selon le Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues.

Les étudiants travaillent au début individuellement, puis en groupe. Le deuxième exercice représente un petit projet qui développe leur esprit d'équipe et met les partiellement à la place des Français.

Exercice 1 – compréhension écrite

Consigne

Lisez cette publicité du bloc papier. Elle vous rappelle la publicité de quel produit ? Trouvez y tous les adjectifs qualificatifs avec les préfixes négatifs. Indiquez d'autres préfixes. Puis mettez les adjectifs qualificatifs aux formes négatives.

a) poli

b) possible

- c) correct
- d) accordé
- e) légitime
- f) accessible
- g) connu

Commentaire

Au début, on s'occupe du matériel modèle. On demande aux étudiants s'il leur rappelle la publicité d'un autre produit. La bonne réponse est « *oui* » parce qu'il est lui-même inspiré des publicités des produits de technologie informatique, plus précisément des tablettes. Son but est d'attirer l'attention du public de nouveau sur les avantages des choses classiques comme le bloc papier.

Puis, ils doivent trouver tous les adjectifs qualificatifs avec les préfixes négatifs. Ils pratiquent également la formation des variantes négatives des adjectifs qualificatifs. Ils utilisent les préfixes correspondants.

Exercice 2 – Production écrite

Consigne

Faites les groupes de 3 personnes et remplissez les tâches suivantes.

- a) Choisissez un produit tchèque typique.
- b) Créez une publicité originale pour lui. Vous pouvez vous inspirer du modèle.
- c) Présenter votre publicité dans la classe et la décrivez.

Commentaire

Puis, les étudiants se divisent en groupes de trois personnes au maximum. Ils choisissent un produit tchèque typique et créent une publicité originale pour lui. Ils doivent réfléchir comment le présenter le mieux aux Français. Cela exige de l'effort et de la créativité. Car ils travaillent en groupe, ils apprennent également à faire des compromis. Vu qu'il s'agit de la publicité imprimée, ils

pratiquent la production écrite.

Enfin, ils présentent leur création dans la classe. Ils la décrivent et expliquent leur choix du produit et de la façon de le promouvoir. Alors, ils s'entraînent à la production orale. On peut voter la meilleur publicité et en récompense la exposer dans la classe.

5.3.9 Activité 9

Généralités

Objectifs : Étudiant sait planifier et faire un itinéraire. Il sait utiliser les temps du futur. Il sait rédiger un texte de 150 mots. Il s'oriente dans un document authentique. Il sait utiliser l'impératif. Il sait convaincre.

Niveau de la langue : B1

Matériel : Annexe 86

Compétences engagées : compréhension écrite, production écrite, production orale

Forme de travail : individuelle

Cette activité est basée sur le document promotionnel du parc de loisirs Eurolac qui se trouve au lac d'Ardres. Étant donné la complexité des tâches et la difficulté du document, on estime que le niveau nécessaire pour l'accomplir avec succès est le niveau B1 selon le Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues. Les étudiants travaillent individuellement.

Exercice 1 – Production écrite

Consigne

Regardez et lisez cet encart publicitaire du parc de loisirs. Remplissez les tâches suivantes.

a) Créez un itinéraire d'un jour au parc.

b) Décrivez votre séjour au parc. Écrivez quelles attractions vous visiterez, où et quoi vous mangerez, quand vous visiterez le parc et pourquoi, quel ticket vous achèterez, etc. Utilisez les temps du futur. La longueur minimale de texte est 150 mots.

Commentaire

Ils regardent et lisent le matériel et puis font un itinéraire d'un jour passé au parc. Ils s'entraînent à la compréhension et à la production écrites. En plus, ils

prouvent leur capacité de concevoir un plan d'un séjour. Ils améliorent leurs compétences de planifier et d'organiser.

Leur tâche suivante est de décrire ce séjour au parc. Ils doivent le raconter au futur. Ils alors pratiquent les temps du futur – le futur proche et le futur simple. Ils rédigent le texte d'une longueur minimale de 150 mots. Le contenu de ce texte doit être fondé sur les informations indiquées dans le document. Cela améliore leur compétence de raconter une histoire. Ils développent également la compétence de la production écrite.

L'enseignant corrige les itinéraires et textes et les rend aux étudiants la séance prochaine. Il met les fautes les plus fréquentes en vue et il explique les variantes correctes. Il faut éviter que les étudiants retiennent les formes fausses.

Exercice 2 – Production orale

Consigne

Vous travaillez auprès du parc de loisirs Eurolac. Vous êtes invités à la radio et votre tâche est d'inviter les auditeurs à votre parc.

Commentaire

Pendant cet exercice, les étudiants développent leur compétence de la production orale. Ils travaillent individuellement et chacun doit préparer un discours dans lequel ils invitent les auditeurs d'une radio au parc de loisirs Eurolac. Ils s'y adressent directement et pratiquent alors l'utilisation de l'impératif. Ils essaient de les convaincre de venir au parc. Ils énumèrent les avantages d'une visite d'Eurolac et, en conséquent, pratiquent également la comparaison et le superlatif. Ils doivent mentionner toutes les informations desquelles les visiteurs potentiels ont besoin.

Les étudiants travaillent toujours avec l'encart publicitaire. Ils ont le temps limité pour préparer leurs discours. L'enseignant n'intervient pas pendant qu'ils parlent mais à la fin, il évalue chacun et résume les fautes les plus fréquentes.

5.3.10 Activité 10

Généralités

Objectifs : Étudiant sait s'exprimer oralement. Il sait mener un dialogue sur un thème spécifique. Il sait raconter l'histoire. Il sait utiliser les temps du passé. Il sait raconter l'histoire. Ils sait rédiger le règlement de visites. Il sait exprimer l'obligation, interdire et donner la permission.

Niveau de la langue : A2/B1

Matériel : Annexe 93

Compétences engagées : compréhension écrite, compréhension orale, production orale

Forme de travail : en couple, individuelle

Cette activité est centrée sur la production orale et écrite. On travaille avec l'affiche qui invite au festival de musique appelé NAME. On estime que le niveau de la langue nécessaire pour accomplir cette tâche avec succès varie entre les niveaux A2 et B1 selon le Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues. Les étudiants travaillent au début en couple et puis individuellement.

Exercice 1 – Production orale

Consigne

Regardez cette publicité du festival de musique. Divisez vous en couples et préparer un dialogue d'après les consignes suivantes.

- a) L'un était au festival et raconte ses expériences et impressions.
- b) L'autre pose des questions diverses sur les groupes, les tickets, le programme, etc.
- c) Utilisez les temps du passé. La longueur minimale de dialogue est 5 minutes.

Commentaire

Les étudiants doivent préparer un dialogue basé sur ce document. Ils

travaillent en couple. Ils imaginent que l'un était au festival et l'autre pose des questions pertinentes. Ils parlent des groupes musicaux, des tickets, du programme, etc. Il est évident qu'ils doivent utiliser les temps du passé. Alors, ils pratiquent leur usage. Ils s'entraînent surtout à la production orale mais afin de mener un dialogue intelligent il faut qu'ils se comprennent bien. En conséquence, ils développent également la compréhension orale.

En plus, ils améliorent leur compétence de raconter une histoire. Dans ce cas là, il s'agit d'une histoire au passé. Ils sont capables d'exprimer leurs expériences et impressions. Grâce à cette activité, ils perfectionnent leur compétence de tenir une conversation sur un thème spécifique. Vu que la longueur minimale de dialogue est cinq minutes, il faut qu'ils se préparent en avance. Mais cette préparation peut consister seulement dans l'étude du document et la réflexion sur les questions possibles. Il faut maintenir une certaine mesure de spontanéité et d'inattendu.

Exercice 2 – Production écrite

Consigne

Rédigez un règlement de visites pour ce festival. Il doit contenir au moins 10 points. Exprimez des obligations, des interdictions et donnez des permissions.

Commentaire

Cet exercice est centré sur la compétence de la production écrite. Les étudiants doivent rédiger un règlement de visites qui contient au moins dix points. Ils ont tous décidément déjà visité un événement culturel ou sportif, alors ils ont les expériences avec ce type de texte en tchèque. Grâce à cet exercice, les étudiants améliorent leur capacité d'expression. Ils s'entraînent à formuler des phrases qui portent sur les obligations et les interdictions. Ils savent donner les permissions.

Chacun présente son règlement et les étudiants se complètent l'un l'autre. Celui-ci, qui invente le plus de points avec le moindre nombre de fautes, peut être récompensé par une bonne note ou par un autre avantage.

6 MISE EN PRATIQUE

On a eu la possibilité d'examiner l'exploitabilité des activités conçues à la base des documents publicitaires pendant la pratique pédagogique obligatoire à l'Académie de commerce à Pilsen. On a enseigné dans quatre classes et le niveau de la langue des étudiants a varié entre A1 et B1 d'après le Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues.

Dans deux classes de la deuxième année, on a expliqué la formation et l'usage du futur simple. Après quelques séances, on a décidé de le réviser à l'aide de l'activité numéro 9. Vu que les étudiants avaient plutôt le niveau A2 et cette activité était conçue pour le niveau B1, on a dû la modifier et simplifier. On a par exemple expliqué tous les mots inconnus en avance et raccourci la longueur du texte dans l'exercice numéro 1 à 100 mots. Les étudiants ont également préparé le discours oral de l'exercice numéro 2 comme un devoir pour la séance prochaine.

Il y avait dix étudiants dans la première classe. Le travail avec eux était sans problèmes. Ils ont rédigé les itinéraires et les textes et trois étudiants choisis par hasard ont lu leurs textes à haute voix. Puis ils les ont remis et on les a corrigés et rendus la séance prochaine. On a constaté que les verbes irréguliers leur posaient des difficultés et on a répété leurs formes. En ce qui concerne la production orale, chaque étudiant a dû préparer cinq phrases simples portant sur les attractions, les tarifs et les heures d'ouverture. Vu qu'ils ne savaient pas encore former des comparatifs et des superlatifs, ils ont pratiqué seulement l'utilisation de l'impératif. Après chaque discours, on a analysé les fautes. On a corrigé dans la majorité des cas l'usage des déterminants et la prononciation.

Dans la deuxième classe, il y avait dix-sept étudiants. Chaque exercice a alors pris plus de temps. S'il s'agit de l'exercice numéro 1, on a procédé de la même façon comme dans la première classe. Les étudiants ont rédigé leurs textes et trois d'eux choisis par hasard les ont lus à haute voix. En ce qui concerne les fautes, ils ont commis celles semblables à celles-ci de leurs camarades de la première classe. On a de nouveau expliqué les formes des verbes irréguliers. Ils ont également préparé l'exercice numéro 2 comme le devoir pour la séance

prochaine. On a procédé de façon pareille mais pour maintenir l'attention de tous les étudiants qui étaient tellement nombreux, on a changé les règles. Lorsqu'un étudiant a parlé, les autres ont dû l'écouter attentivement afin de découvrir toutes les fautes qu'il avait commises. On a corrigé surtout la prononciation et parfois l'ordre des termes de la proposition.

Malheureusement, à cause des thèmes qui ont été expliqués dans les classes d'autres années, on n'a pas pu mettre en pratique les autres activités. Pourtant, on espère qu'on aura la possibilité de le réaliser au cours de la carrière future de l'enseignant.

7 CONCLUSION

Au début, on a indiqué que ce mémoire portant sur la publicité française avait des objectifs linguistiques et didactiques à la fois. S'il s'agit de celui linguistique, on a eu l'intention de déterminer si et quels sigles et abréviations se trouvaient dans la publicité française imprimée. On a rassemblé un nombre important de document publicitaires et puis on a fait une analyse linguistique. On a examiné plus de cent documents et constaté plusieurs faits. D'abord, on utilise toujours fréquemment les sigles et abréviations dans la publicité française. Pourtant, on ne peut plus parler d'une « *siglomanie*. » On n'invente pas de nouvelles abréviations à tout prix. Vu qu'on utilise le plus souvent les formes abrégées des unités de temps, de longueur ou de poids, des dénominations des jours, des mois ou des lieux, on vise plutôt à donner le plus d'informations possibles sur le moindre espace possible. La majorité des sigles contiennent les termes spécialisés de divers domaines mais ceux-ci concernant l'économie ou les technologies sont les plus nombreux. Cela reflète le fait que ces domaines se développent considérablement à nos jours.

En ce qui concerne les objectifs didactiques, on a voulu prouver que les documents publicitaires peuvent être exploités dans les classes du français au lycée d'enseignement général tchèque. On a choisi soigneusement dix documents traités dans l'analyse linguistique afin de garantir une diversité des sujets, de la difficulté et, en conséquent, de la nature des activités. On a basé dix activités sur ces documents. Ces activités montrent des façons différentes d'exploiter la publicité française en expliquant les phénomènes grammaticaux, le vocabulaire, la culture, les types de discours, etc. En concevant les activités et les exercices, on a respecté les niveaux de la langue et les compétences établis par le Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues. Les activités développent surtout trois de ces compétences, étant donné que la compréhension orale ne peut pas être pratiquée à l'aide des documents écrits.

On a eu la possibilité de mettre une activité à l'épreuve pendant la pratique pédagogique à l'Académie de Commerce à Pilsen. On a dû l'adapter légèrement

au niveau de la langue plus bas des étudiants. Néanmoins, on l'a utilisée dans deux classes et on peut constater qu'on n'a pas rencontré beaucoup de difficultés. Cette activité a fait ses preuves. On espère de pouvoir tester toutes les activités en pratique au cours de la carrière de l'enseignant.

8 BIBLIOGRAPHIE

8.1 Livres

BÉRARD, E., *L'approche communicative: théorie et pratique*, Paris : Clé International, 1991. ISBN 2-19-033352-0.

ČECHOVÁ, M., *Stylistika současné češtiny*, Praha : ISV – nakladatelství, 1997. ISBN 80-85866-21-8.

ČERMÁK, F., *Jazyk a jazykověda*, Praha : Nakladatelství Karolinum, 2001. ISBN 80-246-0154-0.

CUQ, J.-P., GRUCA, I., *Cours de didactique du français langue étrangère et seconde*, Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble, 2008. ISBN 978-2-7061-1459-5.

GAUDAN, F., GUESPIN, L., *Initiation à la lexicologie française*, Bruxelles : Éditions Duculet, 2000. ISBN 2-8011-1264-X.

HAUSER, P., *Základní pojmy z nauky o slovní zásobě a tvoření slov*, Brno : Masarykova Univerzita v Brně, 2003. ISBN 80-210-3081-X.

KVETKO, P., *English lexicology in Theory and Practice*, Trnava: Univerzita Sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2009. ISBN 978-80-8105-110-4.

MARTINEZ, P., *La didactique des langues étrangères*, Paris : Presses Universitaires de France, 2008. ISBN 978-2-13-056553-6.

NIKLAS-SALMINEN, A., *La lexicologie*, Paris : Armand Colin, 2008. ISBN 978-2-200-26936-4.

POLGUERE, A., *Lexicologie et sémantique lexicale*, Québec : Les Presses de l'Université de Montréal, 2008. ISBN 978-2-7606-2015-5.

WALTER, H., *Le Français dans tous les sens*, Paris : Éditions Robert Laffont, 2008. ISBN 978-2-7578-0245-8.

8.2 Magazines

20 Minutes. Lille : Regicom, 2013, n°2519, ISSN 1762-5386.

Arras Métropole News. Arras : Sépav@t, 2013, n°2, ISSN en cours.

Artoiscope. Loos-en-Gohelle : Artoiscope, 2013, n°143, ISSN en cours.

Direct Matin Lille Plus. Lille : La Vie-Le Monde, 2013, n°1953.

Let's Motiv. Lille : L'Astrolab, 2013, n°88, ISSN en cours.

Let's Motiv. Lille : L'Astrolab, 2013, n°89. ISSN en cours.

Marie Claire. Issy-les-Moulineaux : Groupe Marie Claire, 2013, n°737, ISSN 0025-3049.

Metronews. Paris : SAS Publications Metro France, 2013, n°2498.

Mon univers maison. Roubaix : Visite Editions, 2013, n°111.

TGV Magazine. Paris : SNCF, 2013, n°158, ISSN 1287-6232.

TOP. Aix-en-Provence : Regicom, 2013, n°111.

TOP. Aix-en-Provence : Regicom, 2013, n°112.

TOP. Aix-en-Provence : Regicom, 2013, n°113.

Visite Immo Neuf. Roubaix : Visite Editions, 2013, n°93, ISSN en cours.

8.3 Sources électroniques

3D – definition of 3D by the Free Online Dictionary, Thesaurus and Encyclopedia. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.thefreedictionary.com/3d>

A la rencontre de maître Jodo : de Fellini à Refn en passant par Iron Man ! [INTERVIEW]. [en ligne]. [consulté le 11 mars 2014]. Disponible sur : http://www.allocine.fr/article/fichearticle_gen_carticle=18626672.html

Accueil_MUba Eugène Leroy, musée des beaux-arts de Tourcoing. [en ligne]. [consulté le 6 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.muba-tourcoing.fr/>

Accueil – Communauté d'Agglomération Hénin-Carvin. [en ligne]. [consulté le 11 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.agglo-henincarvin.fr/>

Accueil – www-agefiph – agefiph. [en ligne]. [consulté le 12 mars 2014].

Disponible sur : <http://www.agefiph.fr/>

Acide lipo-hydroxy (LHA) – Définition. [en ligne]. [consulté le 5 mars 2014]. Disponible sur : <http://journaldesfemmes.com/faq/3-acide-lipo-hydroxy-lha-definition>

ADN – What does ADN stand for? Acronyms and abbreviations by the Free Online Dictionary. [en ligne]. [consulté le 5 mars 2014]. Disponible sur : <http://acronyms.thefreedictionary.com/ADN>

AGAEM à ARRAS Site Officiel. [en ligne]. [consulté le 12 mars 2014]. Disponible sur : <http://agaem.pagesperso-orange.fr/topic/index.html>

Alu traduction Alu définition Alu dictionnaire. [en ligne]. [consulté le 9 mars 2014]. Disponible sur : <http://fr.thefreedictionary.com/Alu>

ANCV. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.ancv.com/>

AUTO : Significations de auto dans la langue française – Dictionnaire des abréviations – MeltingMots.com. [en ligne]. [consulté le 12 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.meltingmots.com/585-significations-de-auto.html>

B2B – Business to Business / Sigles.net – Dictionnaire de sigles et acronymes : description, domaine, pays, langue, année, site officiel du sigle que vous recherchez. [en ligne]. [consulté le 10 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.sigles.net/sigle/b2b-business-to-business>

Bac : définition et synonymes du mot bac dans le dictionnaire. [en ligne]. [consulté le 10 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.linternaute.com/dictionnaire/fr/definition/bac/>

BD : Significations de bd dans la langue française – Dictionnaire des abréviations – MeltingMots.com. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.meltingmots.com/293-significations-de-bd.html>

BD traduction BD définition BD dictionnaire. [en ligne]. [consulté le 9 mars 2014]. Disponible sur : <http://fr.thefreedictionary.com/BD>

Betty Autier / H&M. [en ligne]. [consulté le 5 avril 2014]. Disponible sur : http://www2.hm.com/fr_fr/life/Mode/everyday-icon/betty-autier-.html

Boréal Parc (Beaurains) va devenir la 3e zone commerciale de l'Arrageois. [en ligne]. [consulté le 9 mars 2014]. Disponible sur : http://www.lavoixdunord.fr/Locales/Arras/actualite/Secteur_Arras/2011/04/16/article_boreal-parc-beaurains-va-devenir-la-3e-z.shtml

Cap sur le monde / Ville d'Antony. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.ville-antony.fr/cap-sur-monde>

CC – Centre Commercial, France / Sigles.net – Dictionnaire de sigles et acronymes : description, domaine, pays, langue, année, site officiel du sigle que vous recherchez. [en ligne]. [consulté le 11 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.sigles.net/sigle/cc-centre-commercial>

CCI traduction CCI définition CCI dictionnaire. [en ligne]. [consulté le 10 mars 2014]. Disponible sur : <http://fr.thefreedictionary.com/cci>

CCMI – Le Contrat de Construction de Maison Individuelle. [en ligne]. [consulté le 8 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.jeconstruismamaisonavec.com/ccmi-contrat-construction-maison-individuelle.php>

CD traduction CD définition CD dictionnaire. [en ligne]. [consulté le 9 mars 2014]. Disponible sur : <http://fr.thefreedictionary.com/cd>

CDI – Contrat à Durée Indéterminée | Sigles.net – Dictionnaire de sigles et acronymes : description, domaine, pays, langue, année, site officiel du sigle que vous recherchez. [en ligne]. [consulté le 11 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.sigles.net/sigle/cdi-contrat-a-duree-indeterminee>

CM : Significations de cm dans la langue française – Dictionnaire des abréviations – MeltingMots.com. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.meltingmots.com/2427-significations-de-cm.html>

Comité Français pour la Solidarité Internationale. [en ligne]. [consulté le 11 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.cfsi.asso.fr/>

CV traduction CV définition CV dictionnaire. [en ligne]. [consulté le 10 mars 2014]. Disponible sur : <http://fr.thefreedictionary.com/cv>

Date de la Saint Patrick – Calendrier 2014 – 2015 – 2016. [en ligne]. [consulté le 11 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.joursferies.fr/saint-patrick.php>

DECO : Signification de déco dans la langue française – Dictionnaire des abréviations – MeltingMots.com. [en ligne]. [consulté le 8 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.meltingmots.com/928-significations-de-deco.html>

Définition > PH – Potentiel Hydrogène. [en ligne]. [consulté le 6 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.futura-sciences.com/magazines/matiere/infos/dico/d/chimie-ph-222/>

Définition de la 4G – LTE – Agence Nationale des Fréquences. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.recevoirlatnt.fr/4g-lte/quest-ce-que-la-4g/definition-de-la-4g-lte/>

Définitions : promotion – Dictionnaire de français Larousse. [en ligne]. [consulté le 9 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/promotion/64301>

Définitions : propagande – Dictionnaire de français Larousse. [en ligne]. [consulté le 28 février 2014]. Disponible sur : <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/propagande/64344>

Définitions : tramway – Dictionnaire de français Larousse. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/tramway/79015>

Dictionnaire encyclopédique environnement. [en ligne]. [consulté le 12 mars 2014]. Disponible sur : http://www.dictionnaire-environnement.com/syndicat_intercommunal_vocations_multiples_sivom_ID133.html

DISPO : Significations de Dispo dans la langue française – Dictionnaire des abréviations – MeltingMots.com. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014].

Disponible sur : <http://www.meltingmots.com/4321-significations-de-dispo.html>

DJ – Disc Jockey | *Sigles.net – Dictionnaire de sigles et acronymes : description, domaine, pays, langue, année, site officiel du sigle que vous recherchez.* [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.sigles.net/sigle/dj-disc-jockey>

Dossier d'inscription Plug & Play. [en ligne]. [consulté le 5 avril 2014]. Disponible sur : http://www.arras.fr/fileadmin/user_upload/pdf/Culture/Dossier_d_inscription_Plug_play.pdf

ELECTRO : Signification de électro dans la langue française – Dictionnaire des abréviations – MeltingMots.com. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.meltingmots.com/1488-significations-de-electro.html>

Emploi et handicap : établissements et services d'aide par le travail (Esat). [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://vosdroits.service-public.fr/particuliers/F1654.xhtml>

Ep – definition of Ep by the Free Online Dictionary, Thesaurus and Encyclopedia. [en ligne]. [consulté le 5 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.thefreedictionary.com/EP>

ERP – Entreprise Resource Planning. [en ligne]. [consulté le 11 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.commentcamarche.net/contents/317-erp-entreprise-resource-planning>

État des risques naturels, miniers et technologiques – Service-public.fr. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://vosdroits.service-public.fr/particuliers/F12239.xhtml>

Fête de l'anim du 20 au 24 mars 2014. [en ligne]. [consulté le 10 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.fete-anim.com/>

Fongecif Ile de France – Formation professionnelle IDF, Formation

salariés, Formation rémunérée, CIF, DIF, VAE, Bilan de compétence. [en ligne]. [consulté le 12 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.fongecif-idf.fr/>

Frequency modulation – definition of frequency modulation by the Free Online Dictionary, Thesaurus and Encyclopedia. [en ligne]. [consulté le 6 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.thefreedictionary.com/frequency+modulation>

GDF – Gaz de France, France | Sigles.net – Dictionnaire de sigles et acronymes : description, domaine, pays, langue, année, site officiel du sigle que vous recherchez. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.sigles.net/sigle/gdf-gaz-de-france>

GPS – What does GPS stand for? Acronyms and abbreviations by the Free Online Dictionary. [en ligne]. [consulté le 5 mars 2014]. Disponible sur : <http://acronyms.thefreedictionary.com/gps>

Définition > ISO. [en ligne]. [consulté le 5 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.futura-sciences.com/magazines/high-tech/infos/dico/d/high-tech-iso-1227/>

GV – Grande Vitesse | Sigles.net – Dictionnaire de sigles et acronymes : description, domaine, pays, langue, année, site officiel du sigle que vous recherchez. [en ligne]. [consulté le 11 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.sigles.net/sigle/gv-grande-vitesse>

HD – Haute Définition | Sigles.net – Dictionnaire de sigles et acronymes : description, domaine, pays, langue, année, site officiel du sigle que vous recherchez. [en ligne]. [consulté le 11 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.sigles.net/sigle/hd-haute-definition>

Histoire / Site Institutionnel du groupe Fnac. [en ligne]. [consulté le 7 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.groupe-fnac.com/index.php/histoire-2/>

Infos pratiques : Contacts. [en ligne]. [consulté le 7 mars 2014]. Disponible sur : http://www.musee-lam.fr/wp-content/uploads/2014/02/info-pratiques_contacts1.pdf

IPNS – SIGLABRAC. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.siglabrac.fr/index.php/term/sigle,24900-ipns.xhtml>

IUT A de Lille – L'expérience de la formation. [en ligne]. [consulté le 10 mars 2014]. Disponible sur : <http://www-iut.univ-lille1.fr/>

KM : Significations de km dans la langue française – Dictionnaire des abréviations – MeltingMots.com. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.meltingmots.com/82-significations-de-km.html>

L : Significations de l dans la langue française – Dictionnaire des abréviations – MeltingMots.com. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.meltingmots.com/4097-significations-de-l.html>

La publicité : Définition. [en ligne]. [consulté le 28 février 2014]. Disponible sur : <http://www.petite-entreprise.net/P-1722-85-G1-la-publicite-definition.html>

La ZAL Toulouse, zone d'activités logistiques de CPL se trouve à Eurocentre. [en ligne]. [consulté le 8 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.zal.fr/?p=1684>

Le Centre d'Enseignement des Musiques Modernes – Arras. [en ligne]. [consulté le 5 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.arras.fr/culture/le-centre-denseignement-des-musiques-modernes.html>

LE TAEG – Taux Annuel Effectif Global – Cofidis. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : http://www.cofidis.fr/credit_en_ligne/guide-du-credit/solutions-credit/teg-taux-effectif-global-definition-calcul.do

LES ABRÉVIATIONS – Abréviations et majuscules. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.les-abreviations.com/majuscules.html>

LES ABRÉVIATIONS – Autres abréviations courantes. [en ligne]. [consulté le 11 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.les-abreviations.com/autres-abreviations.html>

Les appellations d'origine contrôlée et protégée (AOC / AOP) – Portail public de l'alimentation. [en ligne]. [consulté le 6 mars 2014]. Disponible sur : <http://alimentation.gouv.fr/les-appellations-d-origine>

Les bénéficiaires de Fonds européens. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : http://cartobenef.aspublic.fr/cartobenef/liste_benef.php?nivgeo=reg&codgeo=31&evenement=&order=&deb=1300&fi=1350&page=27&typeFonds=FSE&thematique=&bornMin=&bornMax=&anneeProg=&motClef=

Les pôles de recherche et d'enseignement supérieur (PRES) – MESR. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/cid20724/les-poles-de-recherche-et-d-enseignement-superieur-pres.html>

Les principales abréviations utiles à la prise de notes. [en ligne]. [consulté le 9 mars 2014]. Disponible sur : <http://concours-fonction-publique.publidia.fr/actualites/pratique/les-principales-abreviations-utiles-a-la-prise-de-note>

Malakoff Médéric reçoit le Label d'Excellence pour trois de ses produits / News Assurances. [en ligne]. [consulté le 10 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.news-assurances.com/malakoff-mederic-recoit-le-label-dexcellence-pour-trois-de-ses-produits/01676677>

Mix : définition et synonymes du mot mix dans le dictionnaire. [en ligne]. [consulté le 7 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.linternaute.com/dictionnaire/fr/definition/mix/>

MMS – definition of MMS by the Free Online Dictionary, Thesaurus and Encyclopedia. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.thefreedictionary.com/mms>

MNH – Mutuelle Nationale des Hospitaliers, France / Sigles.net – Dictionnaire de sigles et acronymes : description, domaine, pays, langue, année, site officiel du sigle que vous recherchez. [en ligne]. [consulté le 10 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.sigles.net/sigle/mnh-mutuelle-nationale-des-hospitaliers>

Musée d'Orsay: Accueil. [en ligne]. [consulté le 5 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.musee-orsay.fr/>

Mutuelle étudiante pas chère et sécurité sociale étudiante – SMENO
emeVia. [en ligne]. [consulté le 12 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.smeno.com/>

N°: Significations de n° dans la langue française – Dictionnaire des
abréviations – MeltingMots.com. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014].
 Disponible sur : <http://www.meltingmots.com/131-significations-de-n.html>

Norme BBC. [en ligne]. [consulté le 8 mars 2014]. Disponible sur :
<http://www.norme-bbc.fr/>

Notre histoire. [en ligne]. [consulté le 5 mars 2014]. Disponible sur :
<http://about.hm.com/fr/About/facts-about-hm/people-and-history/history.html#cm-menu>

Orchestre national de Lille. [en ligne]. [consulté le 7 mars 2014].
 Disponible sur : <http://www.onlille.com/>

PC traduction PC définition PC dictionnaire. [en ligne]. [consulté le 9
 mars 2014]. Disponible sur : <http://fr.thefreedictionary.com/pc>

PDF – Portable Document Format | Sigles.net – Dictionnaire de sigles et
acronymes : description, domaine, pays, langue, année, site officiel du sigle que
vous recherchez. [en ligne]. [consulté le 9 mars 2014]. Disponible
 sur : <http://www.sigles.net/sigle/pdf-portable-document-format>

PERSO : Significations de perso dans la langue française – Dictionnaire
des abréviations – MeltingMots.com. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014].
 Disponible sur : <http://www.meltingmots.com/201-significations-de-perso.html>

Présentation. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur :
<http://www.crous-lille.fr/p/nous-connaître/presentation>

Prêt à taux zéro (PTZ+) - Service-public.fr. [en ligne]. [consulté le 8 mars
 2014]. Disponible sur : <http://vosdroits.service-public.fr/particuliers/F10871.xhtml>

PROMO : Significations de promo dans la langue française –
Dictionnaire des abréviations –MeltingMots.com. [en ligne]. [consulté le 13 mars
 2014]. Disponible sur : <http://www.meltingmots.com/860-significations-de->

[promo.html](#)

Promoteur de compétences – Opcalia. [en ligne]. [consulté le 12 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.opcalia.com/>

Pull : définition et synonymes du mot pull dans le dictionnaire. [en ligne]. [consulté le 11 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.linternaute.com/dictionnaire/fr/definition/pull/>

PVC traduction PVC définition PVC dictionnaire. [en ligne]. [consulté le 9 mars 2014]. Disponible sur : <http://fr.thefreedictionary.com/PVC>

Rachat de crédit conso et hypothécaire – Toutes les réponses sur le rachat de crédit immobilier (Lille). [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.bc-consultant.com/faq-courtier-en-financement-lille-pret-immobilier-nord-pas-de-calais-rachat-credit-conso.htm>

Rdc traduction rdc définition rdc dictionnaire. [en ligne]. [consulté le 10 mars 2014]. Disponible sur : <http://fr.thefreedictionary.com/rdc>

Référence : Abréviations et acronymes de référence – Dictionnaire des abréviations – MeltingMots.com. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.meltingmots.com/257-abreviations-de-reference.html>

Réglementation thermique 2012 : un saut énergétique pour les bâtiments neufs. [en ligne]. [consulté le 8 mars 2014]. Disponible sur : http://www.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/Reglementation_thermique.pdf

RFM Le meilleur de la musique. [en ligne]. [consulté le 6 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.rfm.fr/>

RSA – Revenu de Solidarité Active, France | Sigles.net – Dictionnaire de sigles et acronymes : description, domaine, pays, langue, année, site officiel du sigle que vous recherchez. [en ligne]. [consulté le 11 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.sigles.net/sigle/rsa-revenu-de-solidarite-active>

Santé. [en ligne]. [consulté le 11 mars 2014]. Disponible sur :

<http://www.univ-artois.fr/Vie-etudiante/Sante>

SARL – What does SARL stand for? Acronyms and abbreviations by the Free Online Dictionary. [en ligne]. [consulté le 8 mars 2014]. Disponible sur : <http://acronyms.thefreedictionary.com/SARL>

SAV traduction SAV définition SAV dictionnaire. [en ligne]. [consulté le 8 mars 2014]. Disponible sur : <http://fr.thefreedictionary.com/SAV>

SFR – Société Française de Radiotéléphonie, France | Sigles.net – Dictionnaire de sigles et acronymes : description, domaine, pays, langue, année, site officiel du sigle que vous recherchez. [en ligne]. [consulté le 10 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.sigles.net/sigle/sfr-societe-francaise-de-radiotelephonie>

Signification de H/F – L'Univers des Experts. [en ligne]. [consulté le 12 mars 2014]. Disponible sur : <http://experts-univers.com/signification-de-h-f.html>

Site officiel des Cartes Bancaires CB. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.cartes-bancaires.com/>

SMS – definition of SMS by the Free Online Dictionary, Thesaurus and Encyclopedia. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.thefreedictionary.com/sms>

SNCF traduction SNCF définition SNCF dictionnaire. [en ligne]. [consulté le 11 mars 2014]. Disponible sur : <http://fr.thefreedictionary.com/sncf>

TBC – To Be Completed. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : [http://www.acronymfinder.com/To-Be-Completed-\(TBC\).html](http://www.acronymfinder.com/To-Be-Completed-(TBC).html)

TER – Train Express Régional, France | Sigles.net – Dictionnaire de sigles et acronymes : description, domaine, pays, langue, année, site officiel du sigle que vous recherchez. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.sigles.net/sigle/ter-train-express-regional>

TGV – Train à Grande Vitesse, France | Sigles.net – Dictionnaire de sigles et acronymes : description, domaine, pays, langue, année, site officiel du sigle que vous recherchez. [en ligne]. [consulté le 11 mars 2014]. Disponible sur :

<http://www.sigles.net/sigle/tgv-train-a-grande-vitesse>

TTC traduction TTC définition TTC dictionnaire. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://fr.thefreedictionary.com/TTC>

TVA traduction TVA définition TVA dictionnaire. [en ligne]. [consulté le 8 mars 2014]. Disponible sur : <http://fr.thefreedictionary.com/TVA>

UGC – Union Générale Cinématographique, France | Sigles.net – Dictionnaire de sigles et acronymes : description, domaine, pays, langue, année, site officiel du sigle que vous recherchez. [en ligne]. [consulté le 10 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.sigles.net/sigle/ugc-union-generale-cinematographique>

Une histoire d'amour | N°5 Culture Chanel. [en ligne]. [consulté le 7 avril 2014]. Disponible sur : http://5-culture.chanel.com/fr/une_histoire_damour/

UNESCO – United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization | Sigles.net – Dictionnaire de sigles et acronymes : description, domaine, pays, langue, année, site officiel du sigle que vous recherchez. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.sigles.net/sigle/unesco-united-nations-educational-scientific-and-cultural-organization>

VELO : Significations de vélo dans la langue française – Dictionnaire des abréviations – MeltingMots.com. [en ligne]. [consulté le 12 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.meltingmots.com/3672-significations-de-velo.html>

Web LSF Lexique – INJS METZ. [en ligne]. [consulté le 12 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.lsf dico-injsmetz.fr/>

When two dj's 'b2b' what does this mean. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.kgbanswers.co.uk/when-two-djs-b2b-what-does-this-mean/2157906>

YSTHÉAL Contour yeux et lèvres. [en ligne]. [consulté le 6 mars 2014]. Disponible sur : http://www.vidal.fr/parapharmacie/vf410015n162/ystheal_contour_yeux_et_levres

ZA – Zone d'Activités, France | Sigles.net – Dictionnaire de sigles et acronymes : description, domaine, pays, langue, année, site officiel du sigle que vous recherchez. [en ligne]. [consulté le 13 mars 2014]. Disponible sur : <http://www.sigles.net/sigle/za-zone-d-activites>

ZAC traduction ZAC définition ZAC dictionnaire. [en ligne]. [consulté le 9 mars 2014]. Disponible sur : <http://fr.thefreedictionary.com/zac>

9 RÉSUMÉ TCHÈQUE

Tato diplomová práce se zabývá zkratkami a zkratkovými slovy ve francouzské reklamě a využitím této reklamy ve výuce francouzštiny. Její cíl je zároveň lingvistický a didaktický. Je rozdělena na dvě hlavní části. První část je zaměřena na širší kontext francouzských zkratek a zkratkových slov a jejich srovnání těmito elementy v českém a anglickém jazyce. Dále se zde nachází lingvistická analýza jednotlivých reklamních materiálů a jejich obsahu. Na jejím konci jsou shrnuty nejpoužívanější zkratky, které jsou rozdělené do několika skupin. Druhá část se zabývá pedagogickým využitím francouzské reklamy ve výuce. Na základě reklamních materiálů je vytvořeno 10 ukázkových aktivit, které jsou určeny pro studenty českých středních škol.

10 RÉSUMÉ FRANÇAIS

Ce mémoire s'occupe des sigles et abréviations dans la publicité française et de son exploitation en FLE. Son but est à la fois linguistique et didactique. Il est divisé en deux parties principales. La première partie se concentre au contexte plus vaste des sigles et abréviations français et à leur comparaison avec ces éléments dans les langues tchèque et anglaise. Puis, il s'y trouve également l'analyse linguistique des documents publicitaires particuliers et de leur contenu. À sa fin, il y a un résumé des sigles et abréviations les plus fréquents qui sont divisés en quelques groupes. La deuxième partie se concentre sur l'exploitation pédagogique de la publicité française dans la classe. On a conçu 10 activités sur la base des documents publicitaires qui sont destinées aux étudiants des lycées tchèques.

11 ANNEXES

11.1 Annexes



le Pharos
Cultures en effervescence

PLUG & PLAY

**Dispositif d'accompagnement
des jeunes talents en musiques actuelles de l'Arrageois**

**Vous avez entre 18 et 35 ans ? Vous êtes musiciens ?
Envie d'évoluer dans votre pratique ? Le Plug & Play est fait pour vous !!**

À la clé : 2 ans d'accompagnement aux pratiques musicales !
Aide à la création, concerts, accompagnement dans les démarches,
production d'un EP (6 titres) au CEMM, résidence au Pharos...

**Les dossiers d'inscription sont à retirer au Pharos
ou en téléchargement sur www.arras.fr/culture/lepharos**

Clôture des inscriptions le 30 septembre


Ville
d'ARRAS

Renseignements
au 03 21 16 89 00
4, rue Charles Péguy
62000 Arras
pharos@ville-arras.fr
www.facebook.com/lepharos

Annexe 1 : Plug & Play



Annexe 2 : Chanel N°5

Marie Claire. Issy-les-Moulineaux : Groupe Marie Claire, 2013, n°737, ISSN 0025-3049

TESTÉ CONTRE
UNE SÉANCE LASER
LES RESULTATS SONT
INCROYABLES

EFFICACITÉ TESTÉE CONTRE UNE SÉANCE LASER :

POUR LA 1^{ère} FOIS, L'EFFICACITÉ DE NOTRE SOIN UTILISÉ PENDANT 8 SEMAINES A ÉTÉ COMPARÉE À CELLE D'UNE SÉANCE LASER SUR LES PATTES-D'OIE.

APRÈS 8 SEMAINES :
AMÉLIORATIONS SUR LES PATTES-D'OIE

MICRO-RELIEF PROFONDEUR DES RIDES

Paramètre	Après 8 semaines	Après une séance de laser CO ₂
Micro-relief	-10%	-10%
Profondeur des rides	-14%	-17%

APRÈS UNE SÉANCE DE LASER CO₂
CRÈME REVITALIFT LASER X3
(Test clinique, 50 femmes.)

ASSOCIATION UNIQUE D'ACTIFS :
ACIDE HYALURONIQUE FRAGMENTÉ
PRO-XYLANE™ CONCENTRÉ À 3 %
LHA

1 CORRIGE
2 REDENSIFIE
3 REMODELE

REVITALIFT
LASER X3

Parce que vous le valez bien.

L'ORÉAL
PARIS

"UN VRAI COUP DE JEUNE POUR MA PEAU."
Andie McDowell.

Achetez en ligne sur www.loreal-paris.fr

L'ORÉAL - SA au capital de 121 964 404,20 euros - Siège social : 11, rue Royale - 75009 Paris - RCS Paris 622 012 100

Annexe 3 : L'Oréal Paris

Marie Claire. Issy-les-Moulineaux : Groupe Marie Claire, 2013, n°737, ISSN 0025-3049

PREMIUM
SOIN ANTI-ÂGE D'EXCEPTION

Inspirés des dernières découvertes en génétique et des techniques de médecine esthétique, les soins Premium concentrent la quintessence de la recherche anti-âge au sein de textures sublimes. Dosage extrême en acide hyaluronique, microsphères végétales brevetées agissant au plus près de l'ADN, sélection unique d'extraits de fleurs noires rares et précieuses, ces soins d'exception assurent une action magistrale sur tous les signes de l'âge.

OFFRE FÊTES DE NOËL
Coffret Collector PREMIUM Crème avec PREMIUM Sérum 30 ml OFFERT*

ÉDITION COLLECTOR

Le temps passe,
oui et alors?

LE LANGAGE DE LA PEAU
LIERAC
PARIS

www.lierac.fr retrouvez nous sur   

Annexe 4 : Lierac Paris

Marie Claire. Issy-les-Moulineaux : Groupe Marie Claire, 2013, n°737, ISSN 0025-3049

**LA FAMILLE
S'AGRANDIT:
NOUVEAU
FORMAT FAMILIAL**

NIVEA

LAIT CORPS
SOUS LA DOUCHE
NOURRISSANT

24h+
HYDRATATION

PEAUX
TRES SECHES
Huile d'Amande
Douce
400 ml

**LE 1^{ER} LAIT CORPS
QUI S'APPLIQUE SOUS LA DOUCHE***

NIVEA.fr

*en G4S

Annexe 5 : Nivea

Marie Claire. Issy-les-Moulineaux : Groupe Marie Claire, 2013, n°737, ISSN 0025-3049

M4GIC NOËL

c'est faire passer toute la famille
en très haut débit avec Open

Open ~~la fibre~~
internet⁽¹⁾ - TV - téléphone
et jusqu'à 5 forfaits mobile⁽²⁾ **4G**

boutique Orange, 1014*, orange.fr

Suivez M4GIC sur @M4GICNoel

Nécessite la Livebox en location. Engagement de 12 mois minimum. Usages en France métropolitaine.
Offre soumise à conditions, valable en France métropolitaine du 21/11/13 au 08/01/14, réservée aux particuliers sur réseaux et mobiles compatibles, dans les zones éligibles sous réserve de raccordement effectif de l'immeuble et du domicile. Pour les habitations individuelles, frais d'accès au réseau Fibre : 149€ (souterrain) ou 299€ (aérien). Détail en point de vente. 4G : avec équipement compatible. Uniquement dans les zones ayant fait l'objet d'un déploiement technique à date. Couverture sur orange.fr. (1) Débit internet jusqu'à 200 Mbits/s en débit descendant et jusqu'à 50 Mbits/s en débit remontant avec Livebox compatible. (2) Soit une offre Open éligible et jusqu'à 4 forfaits Open multiligne éligibles (forfaits mobile réservés aux membres du foyer du client Open - même adresse de contrat). *Appel gratuit depuis une ligne fixe Orange, tarif variable depuis la ligne d'un autre opérateur.



Annexe 6 : Orange

Marie Claire. Issy-les-Moulineaux : Groupe Marie Claire, 2013, n°737, ISSN 0025-3049

JE SUIS VOTRE TALENT À PARTAGER

NOUVEAU Nikon D5300

Je suis le reflet de votre créativité. Je suis capable de la partager simplement et partout dans le monde grâce à ma connexion Wi-Fi** et mon GPS intégrés. Impressionnez vos amis au travers des nouvelles perspectives offertes par mon écran orientable. Devenez la star des réseaux sociaux grâce aux images de qualité supérieure enregistrées par mon capteur d'image de 24,2 mégapixels, mon autofocus à 39 points et ma sensibilité allant jusqu'à 12 800 ISO. Je suis votre galerie en ligne. nikon.fr

© Nikon France 2013. Tous droits réservés. Nikon et le logo Nikon sont des marques de Nikon Corporation. Wi-Fi et le logo Wi-Fi sont des marques de Wi-Fi Alliance. GPS est une marque de Garmin. Wi-Fi et le logo Wi-Fi sont des marques de Wi-Fi Alliance. Wi-Fi et le logo Wi-Fi sont des marques de Wi-Fi Alliance.

Nikon
At the heart of the image®

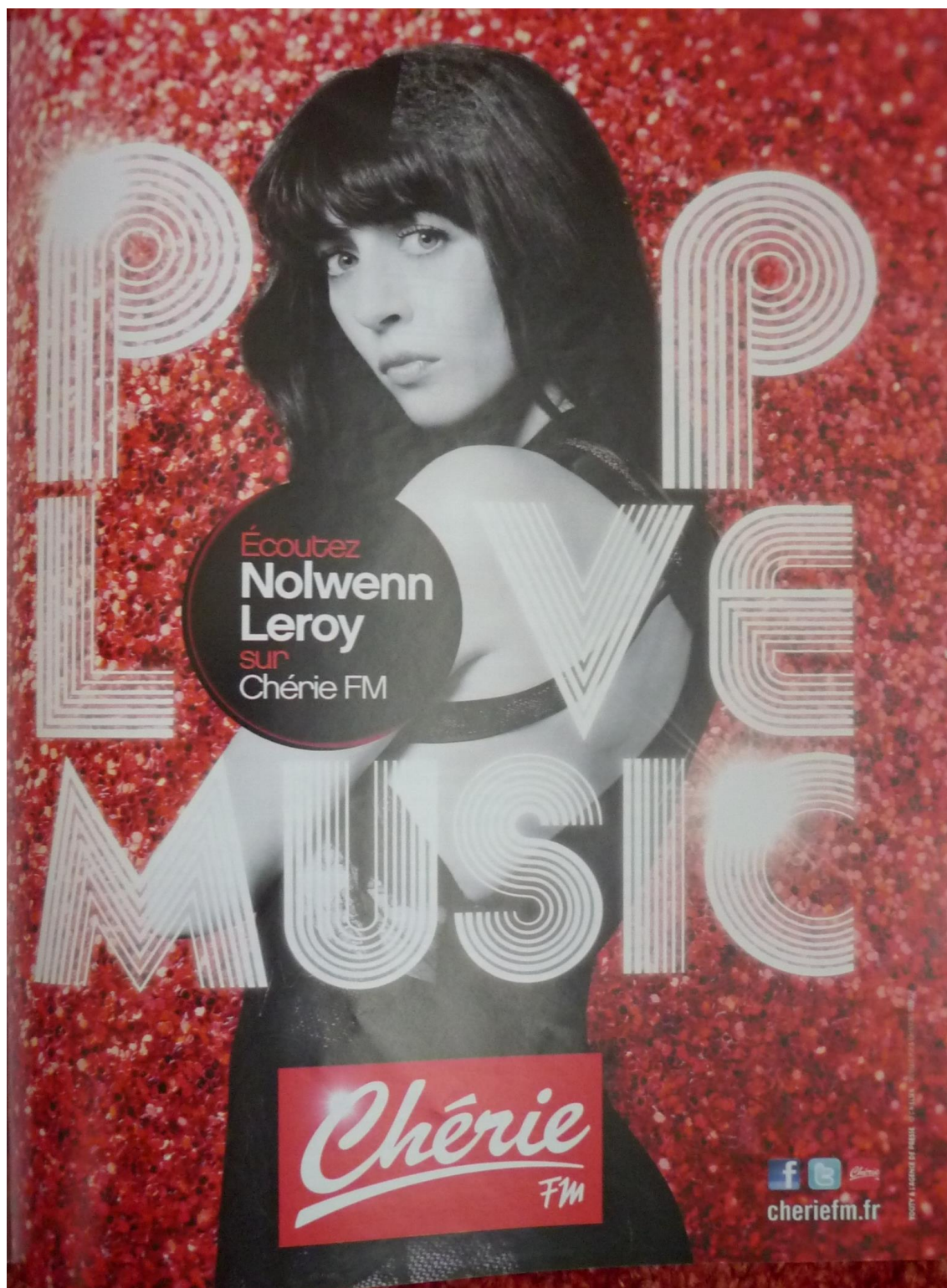
Annexe 7 : Nikon

Marie Claire. Issy-les-Moulineaux : Groupe Marie Claire, 2013, n°737, ISSN 0025-3049



Annexe 8 : H&M

Marie Claire. Issy-les-Moulineaux : Groupe Marie Claire, 2013, n°737, ISSN 0025-3049



Annexe 10 : Chérie FM

Marie Claire. Issy-les-Moulineaux : Groupe Marie Claire, 2013, n°737, ISSN 0025-3049



Annexe 11 : France Info

Marie Claire. Issy-les-Moulineaux : Groupe Marie Claire, 2013, n°737, ISSN 0025-3049

A promotional poster for RFM featuring a festive Christmas theme. The background is a dark blue sky with white stars and bokeh light effects. In the foreground, there are several wrapped gifts: a large red one with a white ribbon, a smaller red one, and a gold-wrapped one. There are also Christmas decorations like holly leaves, red berries, and a small gold star. The text is arranged in a hierarchy of boxes and banners. At the top, a red banner says 'EN DÉCEMBRE, ÉCOUTEZ RFM'. Below it, a white banner with a drop shadow says 'À 8H50, 11H50 ET 17H50'. A larger white banner with a drop shadow says 'GAGNEZ PLUS DE 20 000 EUROS DE CADEAUX EN JOUANT AVEC LES TRÉSORS DE NOËL !'. At the bottom, a white banner says 'LE MEILLEUR DE LA MUSIQUE' and a smaller one below it says 'TOUTES LES FRÉQUENCES SUR RFM.FR'. The RFM logo is in the bottom right corner. Social media icons for Facebook and Twitter are in the bottom left.

EN DÉCEMBRE, ÉCOUTEZ RFM
À 8H50, 11H50 ET 17H50
GAGNEZ PLUS DE 20 000 EUROS DE CADEAUX
EN JOUANT AVEC LES TRÉSORS DE NOËL !

LE MEILLEUR DE LA MUSIQUE
TOUTES LES FRÉQUENCES SUR RFM.FR

REJOIGNEZ-NOUS SUR  ET 



Annexe 12 : RFM

Marie Claire. Issy-les-Moulineaux : Groupe Marie Claire, 2013, n°737, ISSN 0025-3049

EAU THERMALE
Avène

YsthéAL

INNOVATION
ANTI-AGE
RIDES, ÉCLAT

Quelques rides et ridules, un teint sans éclat, une peau moins pulpeuse... Autant de signes d'alerte dus à la diminution des réserves physiologiques de la peau en vitamine A au fil du temps et des expositions solaires. Toujours à la pointe de l'innovation, YsthéAL apporte à votre peau tout ce dont elle a besoin pour préserver sa jeunesse. La preuve par 3 de son efficacité, un trio d'actifs anti-âge dermatologique breveté* :

- Le **Rétinaldéhyde**, actif anti-âge de référence à l'efficacité antirides cliniquement prouvée. Précurseur de la vitamine A active, il relance le métabolisme cellulaire et améliore la luminosité du teint.
- L'**O.G.G.**, lipopeptide anti-âge protecteur de l'élasticité cutanée, booste l'action du Rétinaldéhyde.
- Le **Pré-tocophéryl** neutralise les radicaux libres et protège la peau des agressions de l'environnement.

* 3 brevets déposés

laboratoires Dermatologiques Avène 45, Place Abel-Gance 92100 Boulogne
Pour tous renseignements, vous pouvez écrire à Núria Perez-Cullell, Docteur en pharmacie
www.eau-thermale-avene.com

La preuve par 3 de l'efficacité d'YsthéAL sous contrôle dermatologique

RIDES LISSÉES ⁽¹⁾	88 %
PEAU REPULPÉE ⁽²⁾	+ 40,8 %
TEINT ÉCLATANT ⁽²⁾	+ 28,8 %

Bonne tolérance testée sur peaux sensibles

(1) 2 semaines - 22 femmes - 21 ans d'appartenance de la Côte d'Azur.
(2) 12 semaines - 22 femmes de 40 à 60 ans - 12 ans d'exposition aux rayons UV - 22 femmes - 8 semaines d'appartenance de la Côte d'Azur.

Pierre Fabre

Annexe 13 :YsthéAL

Marie Claire. Issy-les-Moulineaux : Groupe Marie Claire, 2013, n°737, ISSN 0025-3049

« JE SUIS FRAGILE ! »

Soin Intime Extra-doux,
Votre intimité protégée.

Rogé Cavallès
Intime
Soin toilette intime
Extra-doux
Usage quotidien

Votre intimité est fragile. Avec ses extraits de camomille, le soin Toilette Intime Extra-doux Cavallès respecte l'équilibre délicat de votre pH et vous protège activement des désagréments quotidiens. Sans savon, sans parabènes, hypoallergénique.

Rogé Cavallès
Protège les peaux sensibles

Annexe 14 : Rogé Cavallès

Marie Claire. Issy-les-Moulineaux : Groupe Marie Claire, 2013, n°737, ISSN 0025-3049

Le Gruyère AOP suisse, provocateur de gourmandise !
 Un fromage de caractère

Sans le savoir-faire ancestral des maîtres-fromagers, Le Gruyère AOP suisse n'aurait pas sa noblesse de caractère. Il est au lait cru, et son goût fin, de fruité à corsé, varie grâce à son lent affinage de 5 à 18 mois. Il sublime vos talents en cuisine ... et il est né en Suisse !


LE GRUYÈRE
 SWITZERLAND

Pas de trou... que du goût !

www.gruyere.com



Retrouvez + de 270 recettes sur le site www.fromagesdesuisse.com ou en flashant ici



SUISSE
 SUZZERIA
 SWITZERLAND

AOP

Les Fromages de Suisse. +

www.fromagesdesuisse.com

Suisse. Naturellement.

Pour votre santé, mangez au moins cinq fruits et légumes par jour.
www.mangerbouger.fr

Annexe 15 : Le Gruyère

Marie Claire. Issy-les-Moulineaux : Groupe Marie Claire, 2013, n°737, ISSN 0025-3049

**CHANNEL
OUTLET
STORE**

NOËL
À PRIX LÉGERS

OUVERT LES DIMANCHES
8, 15 ET 22 DÉC

A16 sortie 41
COQUELLES

PARKING GRATUIT

**VOS MARQUES À PRIX
OUTLET
VOS MARQUES À PRIX**

IKKS JUNIOR • DESIGUAL • ADIDAS • CAFÉ COTON
ELIANE ET LENA • LE TEMPS DES CERISES • LAFUMA
TOMMY HILFIGER • LACOSTE • ZADIG & VOLTAIRE...

usinechanneloutletstore.com

Annexe 16 : Chanel Outlet Store

Marie Claire. Issy-les-Moulineaux : Groupe Marie Claire, 2013, n°737, ISSN 0025-3049

FOURRURES NICOLAS
ARTISAN CREATEUR
 CUIRS, PEaux LAINÉES, IMPERS DOUBLÉS,
 FOURRURES, ACCESSOIRES

*Christine Nicolas, reconnue ARTISAN D'ART,
 fabrique, répare, transforme selon votre goût.
 Quel que soit le vêtement, elle le réalise dans le respect
 de la tradition par la coupe comme les finitions.*




SUR MESURE

- Le vêtement en cuir : vestes, pantalons, jupes, gilets ...
- Dans la couleur qui vous sied le mieux
- Quel que soit votre budget
- Nous réalisons votre devis immédiatement et gratuitement
- Réalisé dans la tradition d'un maître artisan

Christine Nicolas
FOURRURES NICOLAS
 222, boulevard Gambetta. ROUBAIX
 03 20 73 09 60

Annexe 17 : Fourrures Nicolas

Marie Claire. Issy-les-Moulineaux : Groupe Marie Claire, 2013, n°737, ISSN 0025-3049



Annexe 18 : MUBa

Let's Motiv. Lille : L'Astrolab, 2013, n°89. ISSN en cours.



Annexe 19 : Ground Zero

Let's Motiv. Lille : L'Astrolab, 2013, n°89. ISSN en cours.

L'ONL réinvente la pause-déjeuner avec 8 concerts flash d'octobre à avril!

concerts flash
12h30

NOUVEAU

Durée : 45 minutes

8€
5€

CLASSIQUE
JAZZ
VOIX
COMÉDIES MUSICALES

Jean-Claude Casadesus
Paul Meyer
Baptiste Trotignon
Henri Demarquette
Cédric Tiberghien
Antoine Tamestit
Sequenza 9.3
...

orchestre national de lille
jean-claude casadesus
region nord-pas de calais

onlille.com

Nord-Pas de Calais La culture au cœur

Lille Métropole

Ville de Lille

Annexe 20 : Orchestre national de Lille

Let's Motiv. Lille : L'Astrolab, 2013, n°89. ISSN en cours.

SCÈNE DE MUSIQUES ACTUELLES
TOURCOING

LE GRAND MIX

OCT. DEC. 2013

01.10 BORN RUFFIANS + MOON KING
 12.10 CHOEURS DE CORDOUE :
 SOUAD MASSI & ERIC FERNANDEZ
 17.10 SEBADOH + GUEST
 18.10 BARONESS + ROYAL THUNDER
 23.10 SAVAGES + GUEST
 29.10 PLAY@HOME #7 : BRNS
 + OBSOLETE RADIO
 + HOFFENDER
 02.11 DEERHUNTER + GUEST
 07.11 FESTIVAL LES INROCKS :
 THESE NEW PURITANS
 + YOUNG FATHERS + PAPA
 08.11 FESTIVAL LES INROCKS :
 VALÉRIE JUNE + JACCO GARDNER
 + LUCIUS
 16.11 ENTER SHIKARI + HACKTIVIST
 17.11 PUTSCH#3 : AUSTRALIA
 + HUNTER AS A HORSE
 19.11 MOUNT KIMBIE
 + HIBOU BLASTER x NUMÉROBÉ
 x BBBLASTER
 + WESH ! SOUND SYSTEM
 07.12 GOÛTER-CONCERT > 16H : GIRLS IN HAWAII
 07.12 GIRLS IN HAWAII + VO
 14.12 WINTER CAMP FESTIVAL
 ORVAL CARLOS SIBELIUS
 HOSPICE D'HAVRÉ MAISON FOLIE DE TOURCOING
 20.12 KURT VILE & THE VIOLATORS
 + GUEST

+33(0)3 20 70 10 80
 WWW.LEGRANDMIX.COM

la musique

Annexe 21 : Le Grand Mix

Let's Motiv. Lille : L'Astrolab, 2013, n°89. ISSN en cours.

C'EST BIEN PLUS QUE DES CONCERTS

L'AÉRONEF

web achetez vos billets sur
WWW.AERONEF-SPECTACLES.COM

2013

OCTOBRE

DUNKERQUE 2013
CAPITALE REGIONALE
DE LA CULTURE

LES 4ECLUSES et L'AERONEF présentent

- LES CABARETS MONTÉS -

A BERGUES

VEN 04 OCT	J FUNK + JAMES TAYLOR QUARTET
SAM 05 OCT	VINTAGE MUSIC MARKET
SAM 05 OCT	BOOSTER GOES P-FUNK + DJ ANGO
MER 02 OCT	WE GOT CACTUS TOUR : BOB LOG III + THE PORK TORTA + ANDREW COLLBERG...
VEN 04 OCT	FRUSTRATION + VERTIGO BELLE SORTIE A SAINT ANDRE LEZ LILLE
MAR 08 OCT	MADD VIBES BRASS BAND BELLE SORTIE A EMMERIN
DIM 13 OCT	THE WEDDING PRESENT + FOOLS FERGUSON + GOUTER-CONCERT A 16H
MAR 15 OCT	AERO(POINT)BAR : LANCEMENT BACKSTAGE GAME
MER 23 OCT	VERNISSAGE : DEAD OR A LIVE par Christophe Bardey + LIEUTENANT COBB
JEU 24 OCT	SOIREE TYMPANS ET RETINES : CHASSOL + LIMOUSINE
SAM 26 OCT	SKATE HARD TO HELL ! THE SWITCHBLADE ROLLER GRRRLS vs LES SANS CULOTTES + THE STICKY BOYS + KIKI GIRLS
DIM 27 OCT	OUADADEN
LUN 28 OCT	MILES KANE

Ville de Lille Nord Nord-Pas de Calais Crédit Mutuel

Annexe 22 : L'Aéronef

Let's Motiv. Lille : L'Astrolab, 2013, n°89. ISSN en cours.

OLIVIER DE BENOIST
FOURNISSEUR D'EXCÈS
NOUVEAU SPECTACLE
Mer. 13 NOVEMBRE - TH DE BETHUNE

HANNI EL KHATIB
+ GUEST
Jeu. 21 NOVEMBRE - LE SPLENDID LILLE

CLARIKA
Mer. 27 NOVEMBRE - LE SPLENDID LILLE

JONATHAN LAMBERT
PERRUQUES
NOUVEAU ONE MAN SHOW
Sam. 30 NOVEMBRE - TH SEBASTOPOL

KATIE MELUA
Jeu. 5 DECEMBRE - LE ZENITH DE LILLE

JEREMY FERRARI
CET HOMME VA TROP LOIN!
Ven. 20 DECEMBRE - TH SEBASTOPOL

INFOS: 03 20 33 17 34 | VERONEPRODUCTIONS.COM ET POINTS DE VENTE HABITUELS

Annexe 23 : Verone Productions

Let's Motiv. Lille : L'Astrolab, 2013, n°89. ISSN en cours.

rencontres professionnelles
 international enquêtes pratique amateur
 emploi stages éducation artistique
 formation continue portraits d'acteurs conseil
 développement durable musique guide en ligne

DANSE ARTS DE LA PISTE MUSIQUES ACTUELLES
 MARIONNETTES VOIX THEATRE D'OBJET
 THEATRE POLITIQUES CULTURELLES
 ARTS DE LA RUE MUSIQUE
 SPECTACLE VIVANT

www.domaine-musiques.com

f t t

domaine musiques

Annexe 24 : Domaine Musiques

Let's Motiv. Lille : L'Astrolab, 2013, n°89. ISSN en cours.

MANUFACTURE CULTURELLE À ROUBAIX

LA CONDITION PUBLIQUE



5 octobre > 24 novembre

DO NOT THINK
Art contemporain et skate
Exposition de la Fondation d'Art Oxlane
+ sculpture skateable + events + ateliers

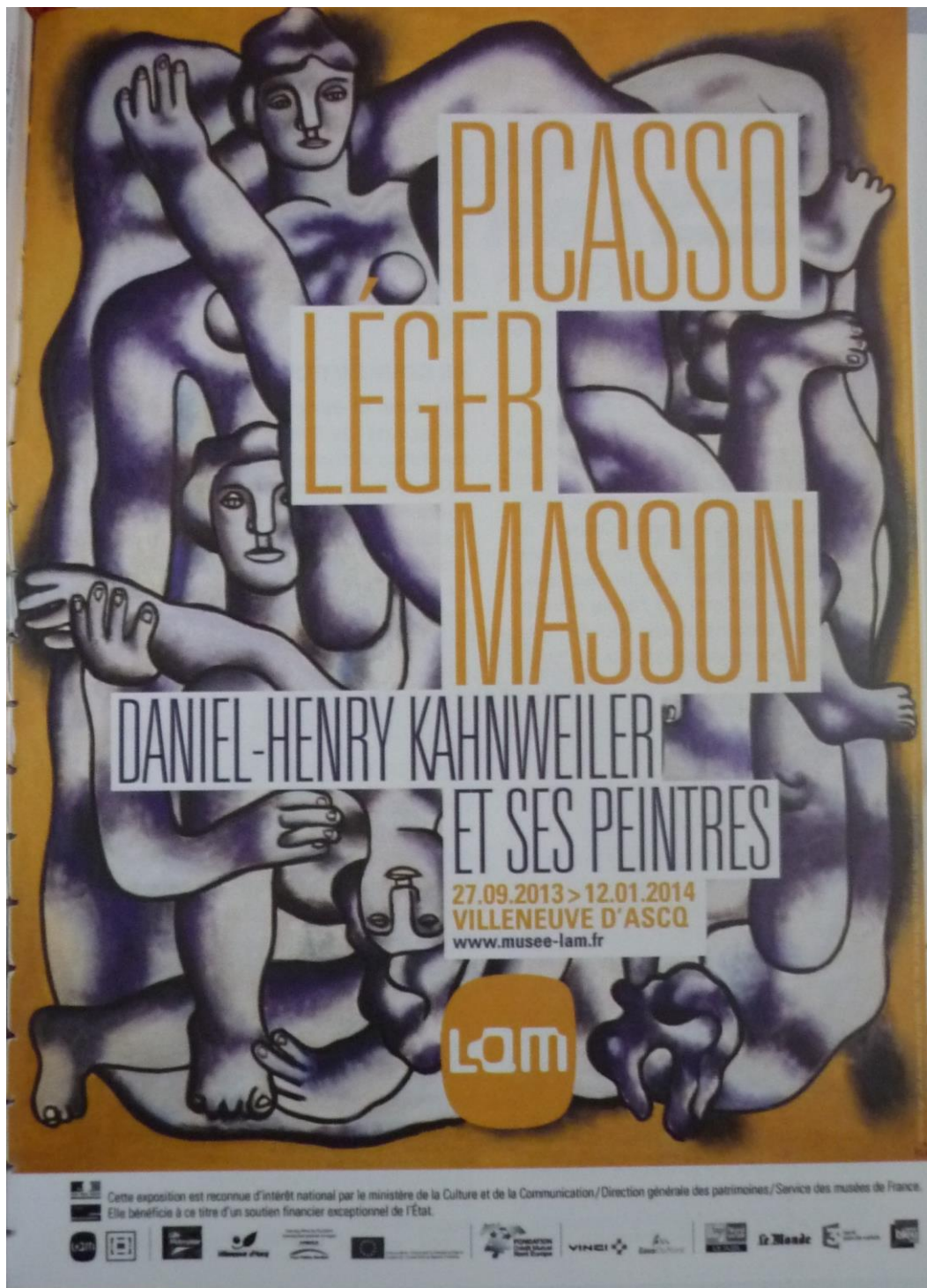
du mer au dim / de 14h30 à 18h30 / GRATUIT
14 place Faidherbe à Roubaix
03 28 33 48 33 / www.laconditionpublique.com

oxlaneart FOUNDATION



Annexe 25 : La Condition Publique

Let's Motiv. Lille : L'Astrolab, 2013, n°89. ISSN en cours.



Annexe 26 : Musée Lam

Let's Motiv. Lille : L'Astrolab, 2013, n°89. ISSN en cours.

25
ANS

HAPPY BIRTHDAY
GALERIE PERROTIN

☎ lille3000

EXPO
TRIPOSTAL
LILLE

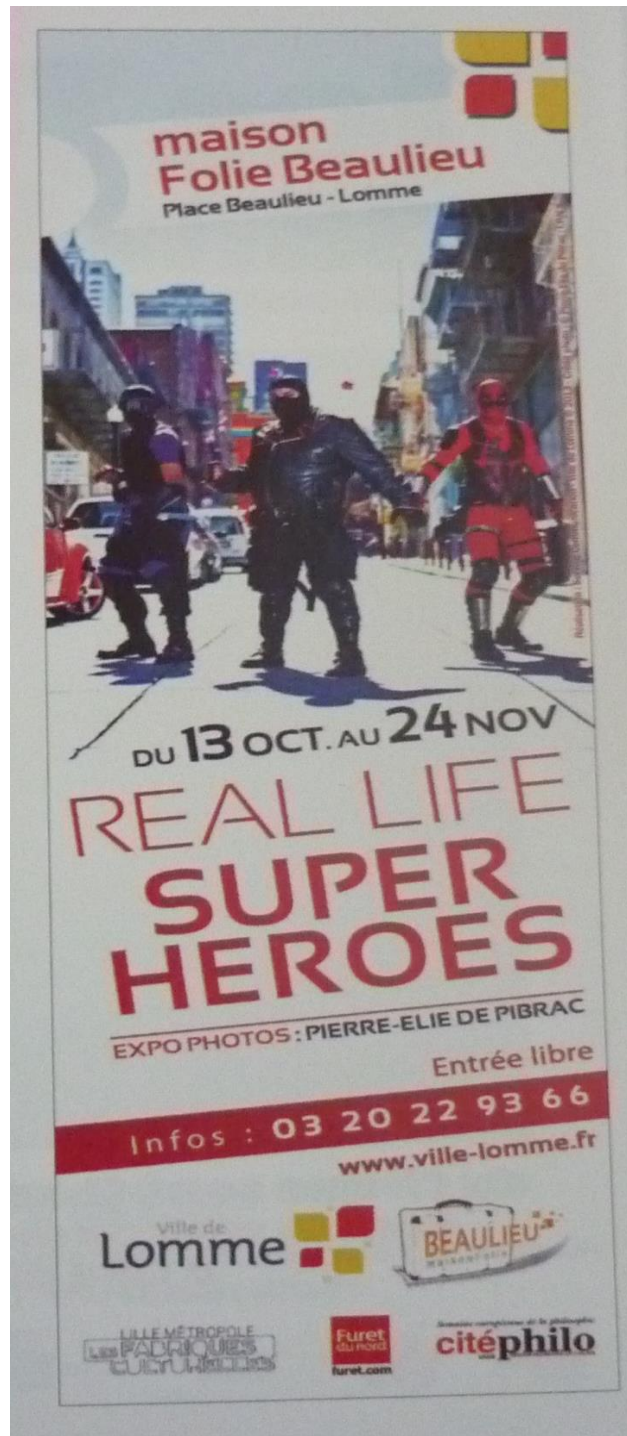
11 OCT 13
12 JAN 14

Pascale Pin. One cup of cappuccino then I go, 2007. Photo: Hugo Giering

www.lille3000.com / T+33(0)3 28 52 3000

Annexe 27 : Galerie Perotin

Let's Motiv. Lille : L'Astrolab, 2013, n°89. ISSN en cours.



Annexe 28 : Real Live Super Heroes

Let's Motiv. Lille : L'Astrolab, 2013, n°89. ISSN en cours.

Gare Saint-Sauveur

Cirque Aïtal
Cheptel Aleïkoum
C^{ie} Galapiat
C^{ie} La Faux Populaire-Le Mort aux Dents
 sous chapiteaux
C^{ie} XY, Planche A4, C^{ie} Yoann Bourgeois
 sur l'esplanade

Chez les partenaires

le Prato à Bauvin-Billy Berclau et Lille 3
C^{ie} XY à la Maison Folie Wazemmes
C^{ie} L'Entreprise à la Comédie de Béthune
Week-end Conditions Extrêmes à la Condition Publique Roubaix
Circo Ripopolo au Colysée Lambersart
Jörg Müller, Chloé Moglia, Jos Houben
 et le **Théâtre du Mouvement** à l'Espace Culture Université Lille 1
Cirque Inachevé au Gymnase Roubaix
C^{ie} 2 rien merci au Château de Robersart Wambrechies
Rémi Luchez à Mons en Barœul
Chloé Moglia et Rémi Luchez au Vivat Armentières
Los Galindos à la Maison Folie Beaulieu Lomme
Ludor Citrik, Pierre Déaux & Mika Kaski au Zeppelin Saint André
C^{ie} du Fardeau à Fives Lille
C^{ie} Le Phalène à la Maison Folie Moulins
C^{ie} du Cirque Improbable, C^{ie} La Bicaudale, Le Samovar
 au Centre Régional des arts du cirque de Lomme
Cheptel Aleïkoum à la maison de la culture de Tournai
Stages au Cirque du Bout du Monde
Prendre son temps Cirque
 à Culture Commune Loos en Gohelle et au Prato

Un événement, porté par le Prato Pôle National des Arts du Cirque et Le Piôt Pôle Cirque Lille-Tournai,
 soutenu par Lille Métropole Communauté urbaine, lille3000, la Ville de Lille en collaboration avec 25 structures partenaires

le Prato

Théâtre International de Quartier - Lille / Pôle National des Arts du Cirque
03 20 52 71 24 / www.leprato.fr



SPONSOR OFFICIEL DES SÉLECTIONS • Circuit Compagnies • Fonds Européen de Développement Régional

Annexe 29 : Le Prato

Let's Motiv. Lille : L'Astrolab, 2013, n°89. ISSN en cours.

LE GRAND BLEU

8, 9 ET 10 OCT. 20H

FUSÉE GLÖÖRGH OPÉRA

théâtre et médias
Clinic Orgasm Society

Programme d'échanges
interculturels et artistiques
entre humains et extraterrestres
via les réseaux sociaux,
Fusée nous parle du besoin
universel d'amour, du vide à combler,
de notre projection sur « les autres »
et bien plus encore.

Vers l'insoutenable et au-delà...

Une réalité fictionnelle créée en direct
qui déplace les limites de la normalité
et se joue de nos répulsions-fascinations. (!)

Le Grand Bleu - 36 av. Marx Dormoy - Lille
03 20 09 88 44 - LEGRANDBLEU.COM

Annexe 30 : Le Grand Bleu

Let's Motiv. Lille : L'Astrolab, 2013, n°89. ISSN en cours.



Annexe 31 : Mum

Mon univers maison. Roubaix : Visite Editions, 2013, n°111.



Advertisement for SARL PLUCAIN, featuring a modern living room with a staircase and a heating system advertisement. The advertisement includes a list of services and contact information.

- > CHAUDIÈRE
- > AÉROTHERMIE
- > GÉOTHERMIE
- > PLANCHER CHAUFFANT
- > SALLE DE BAINS

SARL PLUCAIN - TÉL : 03.28.50.97.10
2140 ROUTE DE LA BLANCHE 59270 BAILLEUL

Annexe 32 : Plucain

Mon univers maison. Roubaix : Visite Editions, 2013, n°111.



Exposition de modèles
en fonctionnement...
... visitez nos ateliers !

**carport
TOUTALU**

Devis
gratuit

Sailly-Labourse - Route de Lille - ZAL du Petit Sailly
Axe Béthune/La Bassée

03.21.02.59.59 www.espace-portails.com
Ouvert du lundi au vendredi 9h/12h et 14/18h samedi 10h/12h et 15h/17h30 sur RDV.

MODULE
ESPACE
ALUMINIUM
FABRICANT INSTALLATEUR

Annexe 33 : Carport Toutalu

Mon univers maison. Roubaix : Visite Editions, 2013, n°111.

À Lille-Hellemmes

imaginés

DEVENEZ PROPRIÉTAIRE
D'UN NOUVEL HABITAT, IMAGINÉ POUR VOUS...

OFFRE DE RENTRÉE
ÉCONOMISEZ JUSQU'À 44 537 €⁽¹⁾ SUR L'ACHAT DE VOTRE APPARTEMENT !



Jusqu'à 44 537€ de remise[®] + Frais de notaire OFFERTS[®]

	PRIX TTC TVA 19,6 %	OFFRE JUSQU'AU 31 OCTOBRE ⁽¹⁾	ÉCONOMISEZ
VOTRE STUDIO LOT 0001 SURFACE 29 m ²	107 077 €	93 120 € Parking couvert inclus	- 13 957 €
VOTRE 2 PIÈCES LOT 0001 SURFACE 40,6 m ²	144 920 €	129 280 € Parking couvert inclus	- 15 640 €
VOTRE 3 PIÈCES LOT 0004 SURFACE 59,6 m ² TERRASSE 132,7 m ²	244 793 €	200 256 € Parking couvert inclus	- 44 537 €

0% TAUX ZONÉ P.T.Z. **IDÉAL LOI DUFLOT[®]** **BBC Bâtiment Basse Consommation**

- Au cœur d'un écrin verdoyant et à deux pas du métro ligne 1 et des commerces
- Jardins privatifs, terrasses ou balcons et parking compris
- Une architecture moderne et rythmée

FLASHEZ ! 

BUREAU DE VENTE : 174 Rue Roger Salengro - 59 260 Hellemmes Lille

0 820 015 015*
* Prix d'un appel local selon opérateur
constructa-vente.com

CONSTRUCTA
Vente

Visite Immo Neuf N°93 page 6

Annexe 34 : Constructa Vente

Visite Immo Neuf. Roubaix : Visite Editions, 2013, n°93, ISSN en cours.

Visite
immo.com

Un concentré
D'IMMO 100% RÉGION
...dans votre poche !

Acheter
Neuf / Ancien / Terrain
 Louer
 Trouver une Agence
 Estimer
 Calculer son emprunt
 Alertes nouveautés
 Favoris

Disponible sur
App Store

VISITE IMMO.COM

UN NOUVEAU LOOK, ET PLUS DE FLUIDITÉ DANS VOTRE NAVIGATION

RETROUVEZ LE MEILLEUR DE L'IMMOBILIER EN NORD PAS-DE-CALAIS PARTOUT OÙ VOUS ALLEZ

Visite Immo Neuf N°93 page 14

Annexe 35 : Visite Immo

Visite Immo Neuf. Roubaix : Visite Editions, 2013, n°93, ISSN en cours.

01 > 11
NOVEMBRE 2013
LILLE / GRAND-PALAIS

SALON
amenago
RÉNOVER / AMÉNAGER / DÉCORER
INTÉRIEUR / EXTÉRIEUR

Rendez vous sur
www.amenago.com
- Téléchargez votre invitation gratuite [code PVD]
- Participez au concours : « Gagnez mon coaching déco à domicile »
- Préparez votre parcours by amenago !

VITIC DECO
Mon UNIVERS maison

Infos : 03 20 79 94 60

Visite Immo Neuf N°93 page 18

Annexe 36 : Amenago

Visite Immo Neuf. Roubaix : Visite Editions, 2013, n°93, ISSN en cours.

LILLE
GRAND PALAIS
1 > 4 nov. 2013

CONSTRUIRE NATUREL

CONSTRUCTION BOIS / DURABLE
PROMOTION / INVESTISSEMENT
ÉNERGIES RENOUVELABLES
ÉCO MATÉRIAUX

NOUVEAU
ESPACE IMMO

www.construire-naturel.com

-2€
de réduction
Valable pour 1 pers.
sur le plein tarif 5€
week-end et jours fériés

01>11
NOVEMBRE 2013
LILLE / GRAND-PALAIS

SALON
amenago
RÉNOVER / AMÉNAGER / DÉCORER
INTÉRIEUR / EXTÉRIEUR

Visite Immo Neuf N°93 page 30

Annexe 37 : Construire Naturel

Visite Immo Neuf. Roubaix : Visite Editions, 2013, n°93, ISSN en cours.



maisons Car & Ver
- CARDINAEL - VERCAUTEREN -

PORTES OUVERTES
À LOMPRET
uniquement sur rendez-vous
Le 16 Novembre 2013

À LOMPRET
MAISON BASSE
CONSOMMATION
DÉCORÉE

- Etudes et conception bioclimatiques
- Chaudière gaz à condensation
- Assurance constructeurs CCMI, dommage ouvrages

Spécialiste de maison sur-mesure

Réalisez des économies avec le gaz naturel

Constructeur Gaz Naturel

GrDF
Avec vous, en réseau

03 20 79 00 20
7 chemin des prières 59 310 Orchies
www.caretver.fr

UNION DES MAISONS FRANÇAISES
Des constructeurs responsables
Membre Adhérent

Visite Immo Neuf N°93 page 39

Annexe 38 : Maisons Car & Ver

Visite Immo Neuf. Roubaix : Visite Editions, 2013, n°93, ISSN en cours.

Opal' Form
Le sport qui me va bien

7j/7
6h à 23h
NON STOP

Votre 1er mois OFFERT*

*Voir conditions au club valable jusqu'au 30 novembre 2013

www.opalform.fr
ARRAS - 5, avenue Kennedy - 03 21 15 18 31

2 | TOP

Annexe 39 : Opal Form

TOP. Aix-en-Provence : Regicom, 2013, n°111.



art et portails
MARQUE DISTINCTIVE DE DISTINCTION

PORTAILS PRESTIGE

CONDITIONS EXCEPTIONNELLES

Vous êtes unique !! Votre portail aussi...



Garantie Décennale

*POSE PAR NOS SOINS...
SAV 7j/7
Dépannage
toutes marques*

- Portails
- Clôtures
- Menuiseries
- Portes de garages
- Interphonie
- Vidéo

**RIVIERE BRULIN FERMETURES
NEUVILLE SAINT VAAST
03 21 51 02 64 - 06 09 10 03 51**

Annexe 40 : Art et Portails

TOP. Aix-en-Provence : Regicom, 2013, n°111.

Les Demeures du Ternois
CONSTRUCTEUR DE MAISONS INDIVIDUELLES

GAMME SUR CATALOGUE ET SUR MESURE RT 2012

**QUEL QUE SOIT VOTRE BUDGET !
NOUS TROUVERONS UNE SOLUTION POUR RÉALISER VOTRE PROJET !**

*hors terrain, adaptation au sol, branchement et assainissement. Photo non contractuelle.

MODELE : ESSENTIELLE⁽¹⁾
84m² Habitables
74 900€TTC
Damage Ouvrage comprise

**3 Place de l'hôtel de ville
62130 Saint-Pol-sur Ternoise
Tél. 03.21.04.52.74**

Ouvert du lundi au samedi de 9h à 12h et de 14h à 18h,
le samedi de 9h à 12h, l'après-midi sur rendez-vous

www.lesdemeuresduternois.fr

Annexe 41: Les Demeures du Ternois

TOP. Aix-en-Provence : Regicom, 2013, n°111.

Les Menuiseries **DELBARRE**
Fabricant Poseur Menuiserie PVC Bois depuis 1952

OFFRE SPECIALE* **DEVIS GRATUIT**
du 14/10/2013 AU 14/11/2013

REPRISE de vos anciennes menuiseries 100€ l'unité

3 MAGASINS EXPO
3 ATELIERS DE FABRICATION
À VISITER SUR RDV

Tél. 03.21.26.28.49

AVANT **APRES**

+ de 60 ans d'expérience

PARTENAIRE **Vivrelec** **decaulock**

<p>VERMELLES 114 rue Lamendin Du lundi au vendredi de 8h à 12h et de 13h30 à 18h. Samedi de 8h à 12h et de 13h à 17h30</p>	<p>LENS 39 bis rue de la Gare Mardi de 13h30 à 18h. Mercredi au vendredi de 8h à 12h et de 13h30 à 18h. Samedi de 8h à 12h et de 13h30 à 17h30</p>	<p>ARRAS 6 avenue Kennedy Mardi de 08h30 à 17h. Mercredi de 08h30/12h. Jeudi de 08h30 à 17h. Lundi, Vendredi et Samedi sur RDV</p>
---	---	---

Retrouvez nous sur notre site www.delbarremenuiserie.fr ou sur **facebook**.

Annexe 42 : Delbare

TOP. Aix-en-Provence : Regicom, 2013, n°111.

NOUVEAU SUR ARRAS
CONFORT FLAMME
 Spécialiste des Poêles, inserts et chaudières à granulés de bois
 par **ECO GRANUL'**

VENTE - INSTALLATION - SAV

DEVIS GRATUIT

Quali Bois 2013

THERMOROSSI

NORDEM Extraflame
 Riscaldare la vita.

1 Route Nationale 62118 MONCHY LE PREUX
03 27 83 38 64 - 06 78 77 85 18
 www.confort-flamme.com confortflamme@laposte.net

Annexe 43 : Confort Flamme

TOP. Aix-en-Provence : Regicom, 2013, n°111.

DH CONFORT
DES GENS HEUREUX

Le Haut de Gamme Accessible
de la Fenêtre et de la Porte

La **qualité**
à l'épreuve
du **temps**

FENÊTRES
PVC-ALU-BOIS
PORTES
PORTES DE GARAGE
PORTAILS
VOLETS - STORES
VÉRANDAS
ISOLATION

EXPERT
INSTALLATEUR

MEILLEUR
RAPPORT

QUALITE
PRIX 2013

OFFRE NON CUMULABLE

**CONDITIONS
ET OFFRES
EXCEPTIONNELLES!
DEVIS GRATUIT**

Fenêtres, portes et volets
FINSTRAL

**+ 20 000
DE CLIENTS**
NOUS ONT FAIT CONFIANCE
DEPUIS DE JÀ **30** ANS

MAGASIN D' ARRAS
6, Rue St Claire
AUSSI À : DOUAI - VALENCIENNES - CAMBRAI - SAINT QUENTIN

03.21.71.34.09
www.dhconfort.fr

Annexe 44 : DH Confort

TOP. Aix-en-Provence : Regicom, 2013, n°111.

CONTRÔLE TECHNIQUE AUTOMOBILE

Ets SORIANO

OFFRE EXCEPTIONNELLE

Mieux vaut une contre-visite que des réparations inutiles !!!

52€^{TTC*}

CONTRÔLE TECHNIQUE
à **BEAURAINS**
et à **ARRAS**

*Sur présentation de cette publicité, uniquement sur les contrôles techniques VP (hors 4x4, véhicules gaz, camionnettes et camping car).
Offre valable uniquement pour les particuliers dans nos centres de Beaurains et Arras, non cumulable ni rétroactive valable jusqu'au 31/12/2013.

2 Adresses pour votre sécurité !

Zac Boréal Parc - 7 bis av. des Coquelicots (derrière )
à **BEAURAINS 03 21 23 30 00**

Rue Léon Faucault (derrière  et )
à **ARRAS 03 21 55 16 61**



Annexe 45 : Ets Soriano

TOP. Aix-en-Provence : Regicom, 2013, n°111.



MARIN

Achat tous véhicules, fin de vie,
pb de mécanique, accidenté...

PIECES D'OCCASION :
03.20.10.10.10

PIECES NEUVES :
HALLENES 03.20.10.48.10

N° Siren 452 972 123

Annexe 46 : Marin

TOP. Aix-en-Provence : Regicom, 2013, n°111.



LV concept cuisines
L'EXCELLENCE ALLEMANDE

LE MOIS ANNIVERSAIRE ! CUISINES
RANGEMENT
DRESSING

PORTES OUVERTES
Les 10 et 17 novembre
de 10h à 18h

ALNO
Quelle cuisine.

BOREAL PARC - Z.C "Carrefour Market"
☎ 03 21 07 93 66
BEAURAINS

Annexe 47 : ALNO

TOP. Aix-en-Provence : Regicom, 2013, n°111.

BLUE SPA
SAUNA - JACUZZI - MASSAGE*





Faites la visite virtuelle de vos espaces

Blue SPA est contrôlé par la "Direction de la santé publique département santé environnement qualité sanitaire des eaux de piscine".
Nous mettons à votre disposition nos analyses pour vous garantir la qualité de notre eau.

BLUE SPA
SAUNA - JACUZZI - MASSAGE*

*Pour les Fêtes
Offrez du
Bonheur pensez
Cartes Cadeaux!*

HORAIRES
Du lundi au samedi
10h00 à 22h00
dimanche
10h00 à 17h00
pas de massage le dimanche

Parking Privé Gratuit
8, Boulevard Schuman - 62000 Arras
Tél: 03 21 162 388

WWW.BLUESPA-ARRAS.COM

BLUE SPA
SAUNA - JACUZZI - MASSAGE*

POUR VOTRE
ENTOURAGE ET VOUS
MEME, RESERVEZ 2H00
VOTRE ESPACE PRIVE
SAUNA - JACUZZI

**SAUNA
JACUZZI
MASSAGES***

* Tous nos massages sont non thérapeutique et destinés à des personnes en bonne santé. Les massages sont diplômés dans le cadre d'une école d'orthopédagogues.

Seul, en famille ou entre
amis de 1 à 8 personnes

WWW.BLUESPA-ARRAS.COM

Spa

Durée 2 heures
Spa 2 pers. 79€
Pers. sup. 15€

"Le spa est un espace entièrement privatif. Il vous sera réservé deux heures dans une ambiance relaxante (musique douce, bougies...)
Vous pourrez vous détendre en toute harmonie avec vos proches et découvrir la pratique du sauna et du bain hydromassant.

Lors de votre réservation pensez à choisir votre thème musicale



*Spa et Massage**
Seul ou en Duo

"Duo Bonheur Energie"
SPA privatif avec massages BlueSPA (30 min)
~~155 euros~~ 149 euros
Champagne offert
Durée 2h00

"Duo Bonheur Sylver"
SPA privatif avec massages BlueSPA (45 min)
~~175 euros~~ 169 euros
Champagne offert
Durée 2h15

"Duo Bonheur Gold"
SPA privatif avec massages Mu tong (60 min)
~~199 euros~~ 189 euros
Champagne offert
Durée 2h30

"Single Bonheur Energie"
SPA privatif avec massage BlueSPA (30 min)
~~112 euros~~ 107 euros
Durée 2h00

"Single Bonheur Sylver"
Massage BlueSPA (45 min)
~~128 euros~~ 117 euros
Durée 2h15

"Single Bonheur Gold"
SPA privatif avec massage Mu tong (60 min)
~~137 euros~~ 125 euros
Durée 2h30

*Massages**
Seul ou en Duo

	Seul	Duo
BLUE SPA (30 ou 45 mn) Massage découverte relaxant à l'huile essentielle	39 €	49 €
MU TONG AN MO (60 mn) Harmonisation l'esprit et le corps	60 €	109 €
Thaï à l'huile (60 mn) Massage tonifiant pour la relaxation des muscles	69 €	120 €
4 mains (60 mn) Massage de détente et réchauffant		120 €
LOMI-LOMI (60 mn) D'origine Hawaïenne, ce massage rythmé est à la fois relaxant et revitalisant.	69 €	120 €
Réflexologie plantaire du SIAM (40 mn) Relaxation émérgente par point de digitale pression.	49 €	90 €
Mixte (60 ou 90 mn) Chacun son massage, pour un moment de détente à deux...	120 €	180 €
Balnéaires (75 mn) Massage profond pour un moment unique de relaxation et de bien-être.	80 €	149 €
L'Abhyanga (60 mn) Massage Ayurvédique d'origine indienne souverain sur la fatigue générale et le moral.	59 €	120 €
Shiatsu (60 ou 90 mn) Art traditionnel Japonais basé sur des points de pressions le long des trajets énergétiques. La cure de 3 séances (60 mn/seance)	69 € 100 €	180 €

Annexe 48 : Blue Spa

Bureau Vallée

Le discount est dans notre nature

13 bis A, Bd R. Schuman
62 000 ARRAS
03 21 22 02 52

(entre le Quick et le rond-point Tchécoslovaquie)

**PC PORTABLE
LENOVO**

15,6"

325 € HT
Dont 0,25 € d'éco-participation
389 € TTC

PC PORTABLE LENOVO 15,6"
AVEC PAVÉ NUMÉRIQUE
Processeur Intel Core i3 • Mémoire vive 4 Go
• Disque dur 500 Go • Windows 8 Familial
Réf. 7Y385715

**UN NOËL
POUR TOUS
LES BUDGETS !**

Annexe 49 : Bureau Vallée

Arras Métropole News. Arras : Sépav@t, 2013, n°2, ISSN en cours.

SECRET
D'INTERIEUR
DECORATION®

Meubles et Déco

5%
de remise
en caisse sur
Présentation de cet encart

Offre non cumulable valable jusqu'au 31/12/2013

SAINTE-CATHERINE-LES-ARRAS
Route de Béthune
PARKING INTERMARCHÉ

Ouvert le lundi 14h à 18h30, du mardi au samedi de 10h30 à 18h30, tous les dimanches de 15h à 18h30

Annexe 50 : Secret d'Intérieur

Arras Métropole News. Arras : Sépav@t, 2013, n°2, ISSN en cours.

CHAQUE JOUR DIFFÉRENTS, CHAQUE JOUR PASSIONNANTS! À CHAQUE ÂGE SON QUOTIDIEN!

DÈS 8 ANS



-28% de réduction

8,30€

SEULEMENT par mois (25 ans)

Chaque jour, un vrai journal pour s'habituer à lire. L'outil idéal pour donner le goût de la lecture en 4 pages.

Le lundi, un numéro spécial « Reportages en photos ».

Du mardi au samedi : une fiche découverte richement illustrée pour tout comprendre sur les animaux, les sciences, la géographie, l'histoire...

Avec les mots difficiles soulignés et expliqués.

L'histoire et la photo du jour.

Une carte du monde pour situer les pays évoqués dans le journal.

Une mini-CD, un mot d'anglais à découvrir et un jeu lié à la fiche découverte.

+ accès gratuit à la version PDF du journal sur Internet, iPhone et iPad.

DÈS 10 ANS



-25% de réduction

9,50€

SEULEMENT par mois (25 ans)

Chaque jour, un quotidien de 8 pages pour ouvrir son esprit au monde qui l'entoure.

Le lundi, un numéro de 12 pages spécial « Photos de la semaine ».

Du mardi au samedi : Le Doc clair et précisément à conserver pour ses esprits en classe.

Monde & France : 2 rubriques avec de grands reportages et des brèves sur les événements marquants du jour - English spirit, découvertes scientifiques, faits divers...

Test & la question : chaque jour, l'un de 3 jeunes donne sa vie, un jeu, un CD... et une question d'actualité traitée par un spécialiste.

Chaque mois : le supplément « Livres » de 8 pages, gratuit, à conserver et à collectionner.

+ accès gratuit à la version PDF du journal sur Internet, iPhone et iPad.

DÈS 13 ANS



-25% de réduction

9,50€

SEULEMENT par mois (25 ans)

Chaque jour, l'essentiel de l'actualité en 10 minutes. 8 pages pour suivre les infos vite et bien.

Le lundi, un numéro spécial de 12 pages « Photos de la semaine ».

Du mardi au samedi : L'événement du jour : un lire et en pages 2 et 3, tous les repères, les mots et chiffres clés pour mieux comprendre le sujet du jour.

Le monde : autour d'une carte du monde, les dernières nouvelles des 4 coins de la planète.

France : des brèves régionales et un article de fond sur une nouveauté ou un fait marquant incontournable.

Cinéma, musique... Séries et interviews de stars !

+ accès gratuit à la version PDF du journal sur Internet, iPhone et iPad.

DÈS 14 ANS



-24% de réduction

3,80€

SEULEMENT par mois (25 ans)

Chaque vendredi, 8 pages pour comprendre l'essentiel de l'info économique!

Des exemples concrets, tirés de l'actualité, qui parlent aux jeunes.

Des mots décodés, chiffres et repères clés, puis d'un profil de consommation courante à la hausse.

Un zoom sur des produits innovants.

Des brèves économiques françaises et étrangères.

L'histoire d'une réussite professionnelle.

+ accès gratuit à la version PDF du journal sur Internet, iPhone et iPad.

POUR 1€ DE PLUS PAR MOIS SEULEMENT, L'HEBDO EN ANGLAIS OU EN ALLEMAND

Avec le Petit Quotidien



Le seul hebdo d'actualité en anglais pour les enfants qui s'intéressent à l'anglais. À lire et à écouter!

La version audio est disponible sur www.mylittleweekly.fr

Avec Mon Quotidien ou l'actu



Le seul hebdo d'actualité en anglais pour les enfants qui apprennent l'anglais. À lire et à écouter!

La version audio est disponible sur www.myweekly.fr

Avec Mon Quotidien ou l'actu



Le seul hebdo d'actualité en allemand pour les enfants qui s'intéressent à l'allemand. À lire et à écouter!

La version audio est disponible sur www.meineweche.fr

Plus simple, plus rapide!
Abonnez votre enfant sur internet et grâce à votre code promo retrouvez cette offre!
www.playbacpresse.fr
Code promo sur le bulletin d'abonnement ou avis

Participez à notre grand tirage au sort gratuit!

À gagner

1 séjour Belambra pour toute la famille!

Belambra n°1 DES CLUBS DE VACANCES, c'est :

- 58 clubs à la mer ou le montagne, dans les plus beaux endroits de France,
- des formules en location, demi-pension ou pension complète,
- des logements design et confortables,
- des clubs enfants de 3 mois à 17 ans,
- des animations et des activités pour tous.

Devenir éligible consiste à remplir 12 bulletins de tirage au sort (à partir de la 17ème édition du tirage au sort Belambra) et les déposer dans un boîtier à l'adresse suivante : Boîte aux lettres n° 10000, 17 rue de la République, 59000 Lille. Les bulletins de tirage au sort sont disponibles à partir du 15 septembre 2013 et jusqu'au 30 novembre 2013. Les gagnants seront tirés au sort le 30 novembre 2013. Les gagnants seront informés par lettre recommandée en recommandé. Les gagnants devront être âgés de 18 ans ou plus au moment du tirage au sort. Les gagnants devront être résidents en France métropolitaine. Les gagnants devront être âgés de 18 ans ou plus au moment du tirage au sort.

Pour participer gratuitement sans obligation d'achat, il suffit de remplir un bulletin Belambra, c'est simple!

Prénom _____

Adresse _____

CP _____ **Ville** _____

Tel. _____ **Date de naissance** _____

E-mail _____

Date et signature obligatoires :

avec un autocollant d'adhésion et un autocollant de 10 euros de Poste Belac - 10000 001 - les gagnants seront informés par lettre recommandée en recommandé. Les gagnants devront être âgés de 18 ans ou plus au moment du tirage au sort. Les gagnants devront être résidents en France métropolitaine. Les gagnants devront être âgés de 18 ans ou plus au moment du tirage au sort.

Annexe 51 : Play Bac Presse

PROGRAMME ANIMATIONS DE DECEMBRE GALERIES LAFAYETTE REIMS

MODE

DU MERCREDI 27 NOVEMBRE AU SAMEDI 04 JANVIER : Vente éphémère de la créatrice
Gustave & Rose au RDC du magasin

DU MERCREDI 27 NOVEMBRE AU SAMEDI 21 DÉCEMBRE : Studio photo par l'agence IK au
2^e étage - Secteur Femme Jeannerie

MARDI 03 ET VENDREDI 06 DÉCEMBRE de 15h à 18h : Bar à ongles Sinfulcolors au
RDC du magasin - Secteur beauté

SAMEDI 07 DÉCEMBRE de 14h à 18h : Bar à chignons en partenariat avec les salons Carré d'art au
2^e étage - Secteur Femme Jeannerie

DIMANCHE 22 DÉCEMBRE : Atelier tatouage à paillettes éphémère au
RDC du magasin - Secteur beauté

CULINAIRE

MERCREDIS 04, 11 ET 18 DÉCEMBRE de 14h à 18h : Bar à thés et à cafés en partenariat avec les
Cafés Person au 3^e étage - Secteur Maison

JEUDI 05 DÉCEMBRE : Dégustation de baisers de Reims en partenariat avec la Case à pain au
3^e étage - Secteur Maison

SAMEDI 06 DÉCEMBRE de 14h30 à 18h30 : Animation bar à cocktails sans alcool avec un barman
jongleur au 3^e étage - Secteur Maison

AMBIANCE

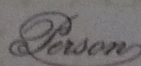
DU SAMEDI 30 NOVEMBRE AU MARDI 24 DÉCEMBRE
Jeu concours calendrier de l'Avent au 3^e étage - Secteur Maison

SAMEDI 14 DÉCEMBRE de 15h à 18h : Présence d'un DJ Disco au balcon 1^e étage du magasin

MERCREDI 18 DÉCEMBRE de 15h à 18h : Présence d'un DJ Electro au balcon 1^e étage du magasin

JEUDI 19 DÉCEMBRE dès 16h : Concert de piano à queue et de harpe classique

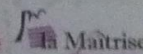
VENDREDI 20 DÉCEMBRE à 17h : Flashmob musical organisé par La Maîtrise de Reims



LOUIS PION



Gustave & Rose



PROGRAMME ANIMATIONS DE DECEMBRE GALERIES LAFAYETTE REIMS

ENFANT


MERCREDIS 04 ET 11 DÉCEMBRE de 15h à 18h : Maquillage petits et grands au 3^e étage - Secteur Enfant

SAMEDI 07 DÉCEMBRE de 10h à 12h et de 14h à 18h : Présence de Bugs Bunny dans l'ensemble du magasin et distribution de sucettes en chocolat offertes par la Chocolaterie des Sacres Vincent DALLET

DU MARDI 10 AU MARDI 31 DÉCEMBRE : Concours de dessin « Il était une fois Noël... » en partenariat avec Louis Pion au 3^e étage - Secteur Enfant

SAMEDI 14 DÉCEMBRE de 15h à 18h : Sculpteur de ballons dans l'ensemble du magasin

MERCREDI 18 DÉCEMBRE de 10h à 12h et de 14h à 18h : Présence de Petit ours brun dans l'ensemble du magasin



TUT & © Warner Bros. Entertainment Inc. - LOONEY TUNES © 2009 Warner Bros. Ltd / Evasion Communication. Tous droits réservés - © 2009 / EVASION COMMUNICATION - Tél 02 48 70 40 40 - Reproduction totale ou partielle strictement interdite
© PETIT OURS BRUN Editions Bayard jeunesse. Tous droits réservés Evasion Communication 2011

SPECTACLE


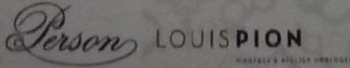

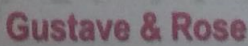
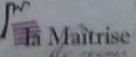

DÈS MARDI 05 NOVEMBRE : Lancement de l'exposition de toiles de Blandine THEVENIN sur le thème du monde merveilleux aux balcons du 1^{er} et du 2^e étage du magasin

SAMEDI 14 DÉCEMBRE

- * De 15h à 18h : Magicien en close up dans le magasin
- * De 15h à 18h : Spectacle de danse au balcon du 1^e étage du magasin
- * De 15h à 18h : Statues vivantes dans le magasin

MERCREDI 18 DÉCEMBRE de 15h à 18h : Présence d'un silhouettiste dans l'ensemble du magasin

LUNDI 23 DÉCEMBRE de 11h à 18h et Mardi 24 Décembre de 10h30 à 17h30
Atelier cirage de chaussures au RDC du magasin - Secteur Souliers

44 GL 552 116 329 RCS PARIS. Ne pas jeter sur la voie publique.

Annexe 52 : Galerie Lafayette

Saison 2013 - 2014
1^{er} trimestre

Grand amateur de jazz,
Jean Prince se propose
de partager sa passion lors
de rendez-vous mensuels
qui s'adressent autant
à un public de passionnés
qu'aux simples curieux de
toutes les musiques.

MÉDIATHÈQUE
DU PALAIS SAINT-VAAST

Ateliers
d'écoute
de

Jazz

ENTRÉE
GRATUITE

Un mardi par mois à 20 h 30

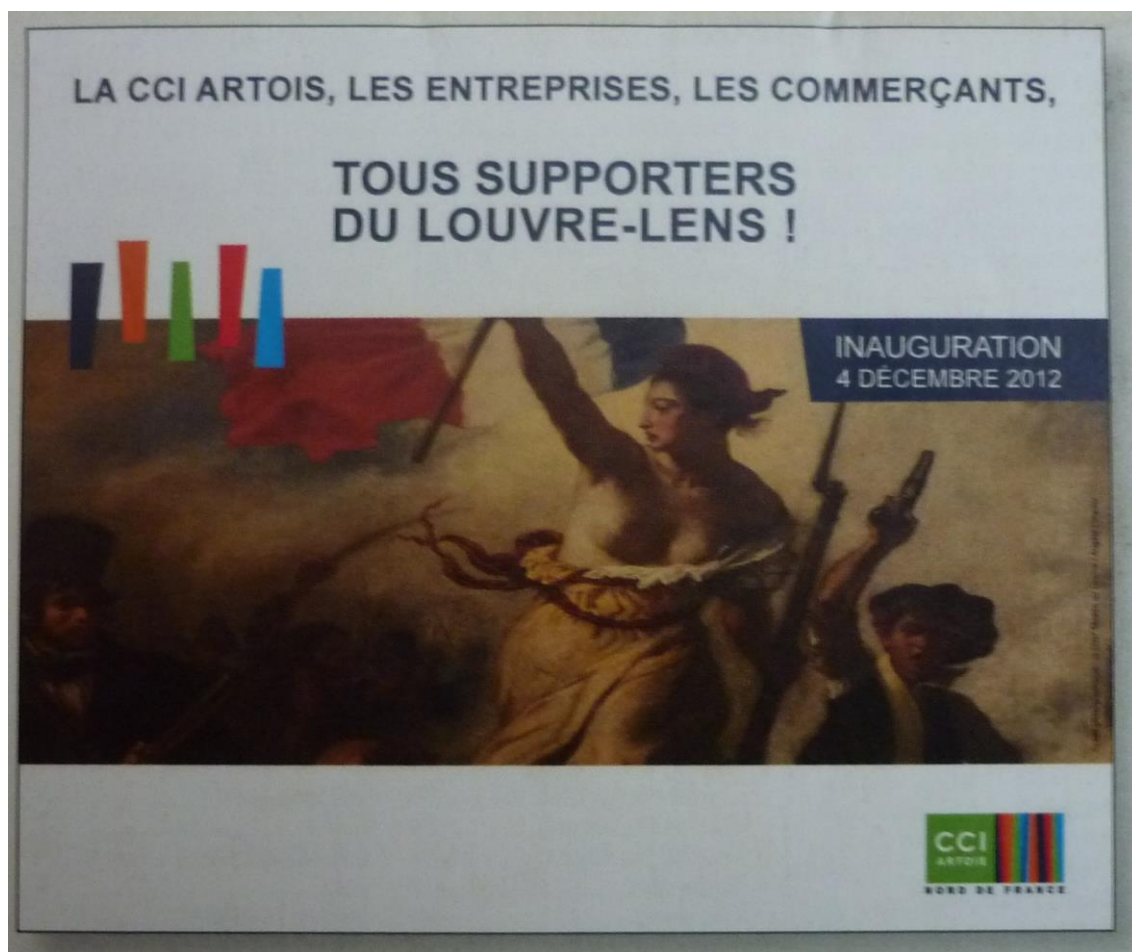
MÉDIATHÈQUE DU PALAIS SAINT-VAAST
20 RUE PAUL DOUMER - 03 21 71 62 91


 Ville
d'ARRAS

Réservation
conseillée



Annexe 53 : Ateliers d'écoute de Jazz



Annexe 54 : Musée Louvre-Lens

JOURNAL AUGMENTÉ : DÉCOUVREZ DES CONTENUS BONUS, TÉLÉCHARGEZ L'APPLI 20 MINUTES, Lancez le module ET VISEZ LE CENTRE DE LA PUBLICITÉ.

Être proche ça NOUS RESSEMBLE

Hélène
infirmière

Maud
conseillère MNH

La MNH est la 1^{re} mutuelle du monde de la santé et du social. Le même instinct de protection. La même exigence en matière de prestations. La même fibre solidaire... La MNH partage beaucoup avec les professionnels de la santé et du social. Tout ce qu'une mutuelle, née dans le monde hospitalier, peut vous apporter.

MNH
Santé - Prévoyance - Services

N°Cristal 09 69 32 45 00
appel non surtaxé

L'esprit hospitalier en plus.
www.mnh.fr

Annexe 55 : MNH

20 Minutes. Lille : Regicom, 2013, n°2519, ISSN 1762-5386.

THIRTY SECONDS TO
MARS

LOVE LUST FAITH + DREAMS WORLD TOUR

LYON - HALLE TONY GARNIER / 14 FÉVRIER 2014
LILLE - ZÉNITH / 15 FÉVRIER 2014
PARIS - ZÉNITH / 17 FÉVRIER 2014

NOUVEL ALBUM
LOVE LUST
FAITH +
DREAMS
DISPONIBLE

VIP PACKAGES AVAILABLE AT ADVENTURESINWONDERLAND.COM

WWW.THIRTYSECONDTOMARS.COM

f / THIRTYSECONDTOMARS

@30SECONDTOMARS

HIT MUSIC ONLY!

SFR LIVE PASS

CLIENTS SFR
RÉSERVEZ VOS PLACES
AVANT TOUT LE MONDE
Billets en avant-première à partir du 17 septembre
à 10h sur SFRLIVEPASS.FR*

LIVE NATION

SFR

SFR LivePass s'adresse aux clients SFR disposant d'un niveau de services Carés adivé, gold ou platine, attribué en fonction de l'offre SFR souscrite (hors SFR La Carte, Séries Red, SFR Business Team, internet en mobilité, Multisurf 2e SFR ligne fixe). Pour bénéficier du programme vous devez vous inscrire sur www.sfrlivepass.fr. * offre dans la limite des places disponibles.

Annexe 56 : SFR

20 Minutes. Lille : Regicom, 2013, n°2519, ISSN 1762-5386.



Annexe 57 : Community

20 Minutes. Lille : Regicom, 2013, n°2519, ISSN 1762-5386.

MA COMPLÉMENTAIRE
SANTÉ À
-50%

Offre valable dans la limite des 100 premiers contrats PEPS I
souscrits en boutique.*

C'EST JUSTE À CÔTÉ !

MUTUELLE SANTÉ - PRÉVOYANCE - ÉPARGNE - RETRAITE


malakoff médéric

**VOTRE BOUTIQUE MALAKOFF MÉDÉRIC À
LILLE - 96 rue Nationale**

* Offre non cumulable avec d'autres promotions en cours, réservée aux personnes non assurées en santé à titre individuel par Malakoff Médéric dans les 12 derniers mois. Voir conditions en boutique.

MALAKOFF MÉDÉRIC SERVICES : Société de courtage d'assurances - 3 esplanade de la Gare, 49011 Angers cedex 9 SAS au capital de 3 095 120 € - 487 445 108 RCS Angers - N° ORIAS : 07 025 694 - www.orias.fr - MALAKOFF MÉDÉRIC MUTUELLE : N° SIREN 784 718 256 - Mutuelle soumise aux dispositions du livre II du Code de la mutualité 21 rue Laffitte, 75009 Paris - AUXIA ASSISTANCE : Entreprise régie par le Code des assurances - SA au capital de 1 780 000 € - 331 733 761 RCS Paris 29 rue Cardinet, 75009 Paris cedex 17 - Des organismes du groupe Malakoff Médéric - Siège social : 21 rue Laffitte, 75009 Paris - malakoffmederic.com

Annexe 58 : Malakoff Médéric

20 Minutes. Lille : Regicom, 2013, n°2519, ISSN 1762-5386.

Direct Matin
LillePLUS
PUBLICITÉ

PARIS - MARSEILLE - NICE - TOULON - MONTPELLIER - TOULOUSE - NANTES - LYON
GRENOBLE - ANNECY - BORDEAUX - RENNES - LILLE - BAYONNE

MAINTENANT ON PEUT AVOIR NOTRE APPART ET NOTRE MAISON !

GRACE À DES PRIX UNIQUES*

GRACE À DES PRIX UNIQUES*

RÉSERVER AVEC 1 500 €* SEULEMENT + BÉNÉFICIER DU NOUVEAU PTZ+ 2013** ou PROFITER DE LA LOI DUFLOT®

OFFRE VALABLE SUR TOUTE UNE SÉLECTION DE RÉALISATIONS EN FRANCE À DÉCOUVRIR SUR KetB.com OU AU 0 800 544 000

KAUFMAN & BROAD

0 800 544 000 KetB.com

KAUFMAN & BROAD

Les informations relatives aux modalités de l'offre sont disponibles sur le site KetB.com. *Offre réservée aux clients particuliers. **Offre réservée aux clients particuliers. Les conditions de l'offre sont détaillées sur le site KetB.com. Les informations relatives aux modalités de l'offre sont disponibles sur le site KetB.com. Les informations relatives aux modalités de l'offre sont disponibles sur le site KetB.com.

Annexe 59 : Kaufman & Broad

Direct Matin Lille Plus. Lille : La Vie-Le Monde, 2013, n°1953

Conception : recherche by UGC Cine Cité - RCS Nanterre 347 806 002

ugc illimité

Seul ou à deux, à partir de 20,08€ par mois

1€*

les frais de dossier

Offre valable du 4 septembre au 8 octobre 2013
Plus de 650 films par an dans plus de 660 salles

*Conditions sur ugc.fr et au 01 76 64 79 64

12 163 989 010

Annexe 60 : UGC

Direct Matin Lille Plus. Lille : La Vie-Le Monde, 2013, n°1953

Lille iut **FORMATION** **Université Lille1**
Sciences et Technologies

Démarrage immédiat

Vous êtes demandeur d'emploi, le BAC en poche, une forte motivation pour les métiers de l'informatique et des réseaux.

DEVENEZ
Technicien en Maintenance
Informatique et Réseaux

L'IUT A organise une formation financée par le Conseil Régional pour les demandeurs d'emploi

Du 7 octobre 2013 au 11 avril 2014

Durée : 420 h plus un stage de 10 semaines en entreprise.
Réunion d'informations et candidatures (prévoir un C.V.)

le lundi 23 septembre à 9 h

A l'IUT A - Cité Scientifique - 59563 VILLENEUVE-D'ASCQ
(métro Cité Scientifique)

Tél. 03.59.63.21.10 • Web : <http://temir.univ-lille1.fr>

1220891700VD

Annexe 61 : Université Lille

Direct Matin Lille Plus. Lille : La Vie-Le Monde, 2013, n°1953

PROFITEZ DE VOTRE SEJOUR POUR VISITER LILLE
TAKE THE OPPORTUNITY OF YOUR STAY TO VISIT LILLE



Capitale Européenne de la Culture en 2004, Lille (more than 1.2 million people) is a young and dynamic city, full of traditions and festive customs. Let yourself be embraced by the unique sites and places for which people of the north have so much pride. Take the opportunity of visiting KOEZIO Campus to discover Lille's stadium. Le Grand Stade Lille Métropole on a guided tour!

Elected European Capital of Culture in 2004, Lille (more than 1.2 million people) is a young and dynamic city, full of traditions and festive customs. Let yourself be embraced by the unique sites and places for which people of the north have so much pride. Take the opportunity of visiting KOEZIO Campus to discover Lille's stadium. Le Grand Stade Lille Métropole on a guided tour!

HOTELS :



9 KM



6 KM

RESTAURANT / BAR LOUNGE



COCKTAILS
AFTERWORK
CONCERTS

FORMULES MISSION + REPAS CONVIVIAL !
 (Plancha, pierrade, raclette, tartines...)

UN LIEU UNIQUE POUR TOUS VOS ÉVÈNEMENTS :

ANNIVERSAIRES
TEAM BUILDING
SÉMINAIRES
RÉUNIONS
ÉVÈNEMENTS FAMILIAUX
ENTERREMENT DE VIE DE CÉLIBATAIRES

Birthday, team building, seminars, meetings, stag nights and hen parties, or family events

PARC D'AVENTURE INDOOR
ADVENTURE THEME PARK




LE GRAND JEU D'AVENTURE DONT VOUS ÊTES LES HÉROS
A GREAT ADVENTURE GAME IN WHICH YOU PLAY THE HEROES!

Inquest DEVIENT **Koezio**

VENEZ DÉCOUVRIR NOS NOUVEAUTÉS

PLAN




Accédez au site  **Koezio**
WWW.KOEZIO.CO
03 20 05 8000

31 rue Alfred de Musset 59 650 Villeneuve d'Ascq
 Site Décathlon Campus, Village Oxytane

Site de contact et de réservation : 03 20 05 8000 - 100 rue de la République - 59000 Lille

OFFRE SPÉCIALE / SPECIAL OFFER

1 mission achetée = -5 € sur la 2ème
 Buy 1 mission = €5 off the 2nd



Koezio
 CAMPUS

*Valable tous les jours sauf le samedi jusqu'au 31/10/2013. Uniquement sur le tarif plein adulte, sur présentation de ce coupon. 1 coupon par équipe, soit maximum 3 personnes.

MISSION KOEZIO : A partir de 11€* **MISSION + REPAS : A partir de 20,90€***

*Subject conditions. See family page on the website. *à tout moment de votre présence sur le site de la Decathlon SAS. *According to conditions, prices may be modified at any time and without prior notice by DE DECATHLON SAS.

Renseignements et réservations :
WWW.KOEZIO.CO **03 20 05 8000**


LES ACCÈS




PAR LA ROUTE
 Depuis les axes autoroutiers A1, A23, A25, A27, prendre la direction de Lille. Puis à proximité, emprunter la N227 Villeneuve d'Ascq / Roubaix / Gand / Bruxelles. Puis prendre la sortie «Les Prés» (Suivre Décathlon Campus)

EN TRANSPORTS EN COMMUN

Métro Ligne 1 – Arrêt Pont de Bois
 Métro ligne 2 – Arrêt Fort de Mons
 Puis prendre le bus Ligne 59 en direction de Villeneuve d'Ascq Contrescarpe. Descendre à l'arrêt «Campus». De l'arrêt CAMPUS traverser le parking de DECATHLON pour arriver à Koezio.

Toutes les infos sur www.transpole.fr








 **La Mission en Images**


Rejoignez-nous sur   

RÈGLES DU JEU
GAME RULES

- Formez une ou plusieurs équipes de 2 à 5 joueurs
Form one or more teams of 2 to 5 players
- Pouvez former une ou varias équipes de 2 a 5 jugadores
Vorm een of meer teams van 2 tot 5 spelers
- Traversez 5 Mondes à la recherche d'indices pour résoudre l'Enigme Finale !
Travel through 5 worlds in search of clues to resolve the final enigma!
- Traversez 5 mundos en busca de pistas para resolver el enigma final
Voltooi 5 werelden, op zoek naar hints om het eindraadsel op te lossen!
- Vivez 2h d'Action / Réflexion / Esprit d'Équipe / Humour / Dépassement de soi !
Experience 2 hours of action, reflection, team spirit, fun and surpassing your limits!
- Vivéis 2h00 de Ação, Reflexão, Espírito de Equipe, Humor y Superación de los propios límites!
Beleef 2 uur lang Actie, Beredening, Team spirit, Humor, Verleggen van de eigen grenzen!

CONDITIONS D'ACCÈS
ACCESS RESTRICTIONS

 NE PAS FUMER <small>NO ALCOHOL</small>	 NE PAS FUMER <small>NO SMOKING</small>	 NE PAS FUMER <small>NO DOGS</small>
 NE PAS FUMER <small>NO PETS</small>	 NE PAS FUMER <small>NO PETS</small>	 NE PAS FUMER <small>NO PETS</small>
 NE PAS FUMER <small>NO PETS</small>	 NE PAS FUMER <small>NO PETS</small>	 NE PAS FUMER <small>NO PETS</small>





Annexe 62 : Koezio

DUNKERQUE
STUDIO43

SAMEDI 19 OCTOBRE 2013
20H > 2H

**L'ANIM
DANS TOUS
SES ÉTATS**

**CINÉ
CONCERT
CARTOON**
PAR DOS DE MAYO

**LE CHÂTEAU
DANS LE CIEL**
HAYAO MIYAZAKI (STUDIO GHIBLI)

**UMA HISTÓRIA
DE AMOR E FÚRIA**
LUIZ BOLOGNESI - AVANT-PREMIERE
GRAND PRIX DU FESTIVAL D'ANNECY 2017

**CRÉATION
D'UN COURT
MÉTRAGE**
EN DIRECT PAR LE PUBLIC !

RENCONTRES
AUDIOVISUELLES

10€

+33 (0)3 20 53 24 84 / www.rencontres-audiovisuelles.org
www.studio43.fr

conception graphique: Aurélie Salmon

Annexe 63 : L'Anim



CINÉMA ART ET ESSAI
OUVERT À TOUS !
UNIVERSITÉ DE LILLE 3
VILLENUEVE D'ASCQ

KINO
ciné

SOIRÉE GUIRAUDIE
L'INCONNU DU LAC
CE VIEUX RÊVE QUI BOUGE

CINÉ-PSYCHO
DOUZE HOMMES EN COLÈRE

SOIRÉE JODO
LA DANZA DE LA REALIDAD + SANTA SANGRE

SOIRÉE-DEBAT
ENFANTS VALISES

« SPACE PARODY »
GALAXY QUEST + IRON SKY

RENDEZ-VOUS CARTO'
UCCELLACCI E UCCELLINI

CINÉMA ET PSYCHANALYSE
JIMMY P.

PROJECTION-DISCUSSION
LEVIATHAN

KINO-CINÉ KID
LA BELLE ET LA BÊTE, LETTRE À MOMO
CINÉ-GÔTER
LA PETITE FABRIQUE DU MONDE

MAIS ENCORE :
LES SEPT SAMOURAÏS, AJAMI, MA VIE AVEC
LIBERACE, FILM DÉCOUVERTE ARTEMIS-
COEUR D'ARTICHAUT, ELLE S'EN VA

LEVIATHAN
6 > 12 NOV.

WWW.KINO-CINE.COM

9 OCT. > 12 NOV. 2013

Annexe 64 : Kino Ciné

Enquête socioculturelle
« ArrasEn'Acc »
Association TERR'ACCESS

Le SUMPPS et la Mission Handicap de l'Université d'Artois s'associent à l'association TERR'ACCESS qui défend l'accessibilité des territoires.

Participez à l'enquête menée par l'association pour faire connaître vos aspirations, attentes et idées afin d'améliorer les équipements et structures du territoire.

Vous pouvez répondre au questionnaire via le lien
www.terraccess.fr

Nous comptons sur votre participation !
Merci à toutes et à tous



9-9bis

Communauté d'Agglomération Henin-Carvin

SUICIDAL TENDENCIES

THE INSPECTOR CLUZO GENERAL LEE

Dim
13 OCT
16h

14€/11€

Le Métaphone

9-9bis - Oignies (62)
A 20 mn de Lens • Lille • Arras

Location Points de vente habituels
Infos & Billetterie : www.9-9bis.com

+33 (0)3 21 08 08 00 • 9-9bis@agglo-henincarvin.fr

Logos of various sponsors and partners at the bottom of the poster.

Annexe 66 : Suicidal Tendencies

SERVICE TER

VOTRE PANIER FRAÎCHEUR TER CHAQUE SEMAINE DANS VOTRE GARE !

Dans 10 gares du Nord-Pas de Calais :
Armentières, Bergues, Béthune, Don Sainghin,
Dunkerque, Hénin-Beaumont, Le Quesnoy, Orchies,
Saint Omer et Valenciennes.




CHAQUE SEMAINE, DES FRUITS ET LÉGUMES CULTIVÉS DANS LA RÉGION VOUS ATTENDENT DANS VOTRE GARE.

Cette idée toute fraîche vous est maintenant
proposée dans 10 gares de la région !
Après Armentières, Bergues, Béthune, Don Sainghin,
Dunkerque, Hénin-Beaumont et Orchies, ce service
arrive dans les gares de **Le Quesnoy, Saint Omer
et Valenciennes** !

**Au prix producteur de
12 €, le panier semaine
contient 5 à 9 kg de
fruits et légumes.**


COMMENT S'INSCRIRE ?

- 1 Récupérez le formulaire d'inscription au guichet de la gare concernée, téléchargez-le sur www.ter-sncf.com ou appelez Contact TER au 0891 671 059 pour le recevoir à votre domicile.
- 2 Complétez-le et signez-le.
- 3 Envoyez-le par courrier accompagné du chèque à l'adresse du producteur (indiquée sur le formulaire d'inscription).
- 4 Dès réception de votre chèque par le producteur, récupérez votre panier fraîcheur TER le jour indiqué dans votre gare.

COMMENT EN PROFITER ?

- 1 Un cabas réutilisable vous sera **offert** lors de votre inscription.
- 2 Chaque semaine, ramenez-le vide au producteur pour en recevoir un nouveau plein. En cas d'oubli de votre part, le cabas vous sera facturé 1€.

CADEAU ÉCO-DURABLE
POUR TOUTE INSCRIPTION AU SERVICE PANIER FRAÎCHEUR, TER VOUS OFFRE
UN CABAS RÉUTILISABLE !



VOUS SOUHAITEZ DES PRÉCISIONS ?

- Adressez-vous à un agent SNCF en gare.
- Appelez un téléconseiller de CONTACT TER au 0891 671 059 du lundi au vendredi de 6h à 20h (0,23€ min)
- Connectez-vous sur www.ter-sncf.com

TER NORD-PAS DE CALAIS

ÉCONOMIQUE, PRATIQUE, ÉCOLOGIQUE, 3 BONNES RAISONS DE PRENDRE LE TER.



Ouvrez et découvrez la formule qui vous correspond.



3 BONNES RAISONS DE CHOISIR TER !

- **Économique**
 - Des formules d'abonnement étudiées : jusqu'à 75% d'économie avec le Pass régional Fideli'TER et plus encore grâce au Pass régional TER Etude.
 - Des offres attractives lors des week-ends TER mer et TER vert ou pour les grands événements de la région.
- **Pratique**
 - Des trains plus fréquents aux heures de pointe pour s'adapter à votre rythme.
 - Sur www.ter-sncf.com, préparez vos déplacements, trouvez vos horaires et calculez votre itinéraire avec la rubrique « Recherches d'itinéraires ».
- **Écologique**
 - Avec une émission de CO₂ de 3 g seulement par voyageur et par km*, faire le choix du TER, c'est un engagement pour l'environnement qui profite à tous.

Chaque jour, plus de 112 000 voyageurs font le choix du TER Nord-Pas de Calais... **Pourquoi pas vous ?**

VOUS SOUHAITEZ DES PRÉCISIONS ?

- Adressez-vous à un agent SNCF en gare
- Appelez un téléconseiller de **CONTACT TER au 0891 671 059** du lundi au vendredi de 6h à 20h (0,23€ min)
- Connectez-vous sur www.ter-sncf.com

AVEC TER, FAITES DES ÉCONOMIES SUR VOS TRAJETS DANS LA RÉGION... DÉCOUVREZ LE PASS QUI VOUS VA LE MIEUX !

PASS RÉGIONAL FIDELI'TER

**PLUS DE 75 %*
DE RÉDUCTION SUR VOS
TRAJETS QUOTIDIENS.**

Vous vous déplacez souvent dans le cadre de votre travail ou de vos activités. Vous habitez le Nord-Pas de Calais et vous voyagez dans la région, vers la Picardie ou la Champagne-Ardenne. Le Pass régional Fideli'TER est fait pour vous !

- **3 formules économiques :**
 - l'abonnement hebdomadaire,
 - l'abonnement mensuel,
 - et l'abonnement mensuel avec prélèvement automatique.
- **Pass régional Fideli'TER +**
Pour passer librement du TER au bus, métro ou tram de 10 agglomérations de la région.
- **Pass régional Fideli'TER GV**
Le Supplément Grande Vitesse compris dans votre abonnement vous permet d'accéder aux **TER GV** librement. Ainsi voyagez à grande vitesse et gagnez du temps sur les lignes reliant Arras, Boulogne-sur-Mer, Calais et Dunkerque à Lille.

Pour souscrire un Pass régional Fideli'TER, demandez votre formulaire Pass Pass en gare ou téléchargez-le sur www.ter-sncf.com



PASS RÉGIONAL TER'ETUDE

**0 € POUR LES BOURSIERS
ET PAS BEAUCOUP PLUS
POUR LES AUTRES !**

Dans le cadre de vos études, vous voyagez en TER dans la région Nord-Pas de Calais ou vers les régions Picardie et Champagne-Ardenne durant l'année universitaire.

- **Étudiant boursier...**
Voyagez gratuitement entre la gare la plus proche de votre domicile et la gare desservant votre lieu d'étude ou de stage. **Le nombre de trajets est illimité.**
- **Étudiant non boursier...**
Achetez un ou deux Pass à tarif réduit sur le ou les parcours de votre choix au départ d'une gare située dans la région Nord-Pas de Calais. **Vous voyagez de façon illimitée.**

Pour souscrire un Pass régional TER'Etude, demandez votre **kit d'inscription en gare** ou téléchargez-le sur www.ter-sncf.com



PASS RÉGIONAL GRAND'TER

**MINIMUM 50 % DE
RÉDUCTION SUR VOS
TRAJETS OCCASIONNELS
DANS LA RÉGION.**

Vous voyagez seul ou jusqu'à 5 personnes, les week-ends, jours fériés et pendant les vacances scolaires sur une journée ?

Pour 7 € par an (prix d'achat du Pass), bénéficiez de :

- 50 % de réduction sur l'achat de vos billets aller-retours,
- 50 % de réduction pour la première personne qui vous accompagne,
- 0,10 € pour chacune des 3 personnes suivantes.
- de nombreux privilèges qui vous sont réservés chez nos partenaires sur présentation de votre Pass : musées, expositions, divertissements...

Pour obtenir votre Pass régional Grand'TER, présentez-vous au guichet d'une gare avec une pièce d'identité.



PASS RÉGIONAL SOLIDARI'TER

**LE COUP DE POUCE
POUR VOS DÉPLACEMENTS !
75 %** DE RÉDUCTION
SUR LE PRIX D'UN BILLET !**

Bénéficiez de 75 % de réduction sur le prix de vos billets.

** Sur présentation d'une attestation RAS datée de moins de 2 mois.

TRAMPOLINE

➤ Trampoline week-end
Jusqu'à 40 % de réduction sur votre billet aller-retour vers 125 villes belges au départ de Lille Flandres. Un prix mini réservé aux enfants de moins de 12 ans : 6 €.

➤ Trampoline journée
Pour 8 € par adulte, voyagez en illimité entre Lille et Courtrai, Lille et Tournai, ou Jeumont et Charleroi ! C'est gratuit pour les enfants de moins de 12 ans !

➤ Abonnement Trampoline
La solution économique pour vos déplacements quotidiens, renseignez-vous en gare.

Les offres Trampoline sont susceptibles d'évoluer en 2012. Renseignez-vous auprès d'un vendeur pour vos trajets vers la Belgique.

RYTHMO

**DANS LA MÉTROPOLÉ LILLOISE,
PASSEZ DU TER AU BUS, MÉTRO
OU TRAM EN TOUTE LIBERTÉ !**

Un ticket unique pour voyager librement en bus, métro, tram mais aussi en TER entre les 42 gares de la métropole lilloise et le réseau Transpole.



* Pourcentage de réduction calculé sur la base de 20 aller-retours Lille/Douai par mois au tarif normal.

ALIMENTTERRE
FESTIVAL
DE FILMS
DOCUMENTAIRES

CFSI
50 ans
40 ans de coopération
pour un développement
solidaire

*des images et des mots
sur les désordres alimentaires du monde*

www.lesoncles.org Alternatives
Économiques

La Semaine de la solidarité internationale

Ce document a été réalisé avec l'aide financière de l'Agence française de développement, du ministère des Affaires étrangères et européennes et de l'Union européenne. Son contenu relève de la seule responsabilité du CFSI et ne peut en aucun cas être considéré comme reflétant la position de l'Agence française de développement, du ministère des Affaires étrangères et européennes ou de l'Union européenne.

Annexe 69 : Alimentterre

27^e EDITION



PLANETES
tourcoing
festival JAZZ

12 Oct. Richard Galliano 6^{tet}
Souad Massi & Eric Fernandez

13 Oct. Avishaï Cohen with Strings

14 Oct. Le Trio Joubran

15 Oct. Rémi Panossian Trio
Erik Truffaz / Enki Bilal Création
Dirty Dozen Brass Band
Jean-Jacques Milteau

16 Oct. Francesco Bearzatti "Monk'n roll"
Trombone Shorty & Orleans Avenue
Ana Moura

17 Oct. Jessy Blondeel 4^{tet}
Rusconi
Kenny Garrett 4^{tet}
Kellylee Evans

18 Oct. Harold Lopez Nussa 4^{tet}
Joshua Redman 4^{tet}
Raphael Gualazzi

19 Oct. Le Dpt. Jazz du Conservatoire
invite Eric Legnini
Edouard Ferlet "Think Bach"
José James
Eric Legnini "Sing Twice"
feat. M. Keita, H. Coltrane & Y. Naim
Yael Naïm
Strata in the mix avec Benbellajazz & DJ Amir

RENS. : +33 (0)3 59 63 43 63
www.tourcoing-jazz-festival.com

Association Culturelle Tourquennoise - tél 2-136 837 et 3-133 938

 Tourcoing
la Cité

 Nord  Mairie de Tourcoing  sacem  CP  FNAC

Annexe 70 : Tourcoing Festival Jazz

Artoiscope. Loos-en-Gohelle : Artoiscope, 2013, n°143, ISSN en cours.



Annexe 71 : Celtic Festival

Artoiscope. Loos-en-Gohelle : Artoiscope, 2013, n°143, ISSN en cours.

arc en ciel lievin www.arcenciel-lievin.fr 03 21 44 85 10 info@arcenciel-lievin.fr
 Le Crédit Mutuel donne le **LA**

LE 6^E SON
 12^E ED. **FESTIVAL CHANSON**

du 17 au 20 oct. 2013

BIENVENUE SUR LA TERRE
 (JOFROI)

SENS DESSUS DESSOUS
 (MICHÈLE BERNARD)

LUSSI IN THE SKY + LISA PORTELLI

ENFANTILLAGES 2
 (ALDEBERT)

MELISSMELL + DIMONÉ
PETER BULTINK
+ LES FRANGLAISES

Logo CNV - Centre national de la chanson des variétés et du jazz
 Nord-Pas de Calais - La culture au cœur
 Communauté de Liers-Liévin
 SCENBS ASSOCIERS
 Pas-de-Calais

Annexe 72 : Le 6e Son Festival Chanson

Artoiscope. Loos-en-Gohelle : Artoiscope, 2013, n°143, ISSN en cours.

Solutions de gestion

Curieux

de voir un client satisfait
de son ERP ?

WWW.QUALIAC.COM

ORIGINE
FRANCE®
GARANTIE

BVCEst. 6015181
PREMIER ÉDITEUR FRANÇAIS D'ERP
POUR MOYENNES ENTREPRISES
ET GRANDS COMPTES

Nos clients sont nos meilleurs ambassadeurs

CONTACT : +33 (0)1 44 70 13 13

Qualiac
Engagement pris, promesse tenue

Annexe 73 : Qualiac

TGV Magazine. Paris : SNCF, 2013, n°158, ISSN 1287-6232.

BLOC 2.0

Design épuré

Fonctionne sans 4G

Rotation intuitive

Écran incassable

7000 langues intégrées

Autonomie illimitée

Recyclable

Papier HD

Made in Mulhouse

RHODIA

LE bloc depuis 1934

Véritable patrimoine du savoir-faire français, Rhodia incarne dans le monde entier la pureté d'un design reconnaissable entre tous. Né en 1934 d'une idée très simple, créer un outil unique, fonctionnel et universel, le bloc Rhodia est devenu non seulement emblématique, mais a conservé une incroyable modernité et une éternelle jeunesse. La 'marque aux deux sapins' est aujourd'hui riche de plus de 500 références de blocs, carnets, cahiers, accessoires et bagagerie disponibles dans 87 pays. Depuis presque 80 ans, l'expertise papetière de Rhodia préserve l'excellence et la réputation mondiale du 'made in France'.

bloc-rhodia.com

Annexe 74 : Bloc Rhodia

TGV Magazine. Paris : SNCF, 2013, n°158, ISSN 1287-6232.



Finsbury
The smart shoes

Offre Anniversaire
-50%
sur votre deuxième paire achetée*

* Offre valable sur la paire la moins chère



Ouverture prochaine :
CC^{ul} Les 4 temps, La Défense
Octobre 2013

www.finsbury-shoes.com

Annexe 75 : Finsbury Shoes

TGV Magazine. Paris : SNCF, 2013, n°158, ISSN 1287-6232.

Bexley.com
QUALITY FOR MEN



Cousu Goodyear
Cousu Blake
1 paire **139€**
la 2^{ème} paire **90€**

Embauchoirs
Cèdre Rouge
1 paire **29€**
2 paires **39€**
4 paires **59€**

«Un prix défiant toute concurrence, in-dis-cu-table» (*Pointure*)
«rapport qualité-prix imbattable» (*Capital*)

Chemises 1 pour 50€ - 3 pour 99€ - 5 pour 129€ / Chaussettes 1 paire 7€ - 10 paires 39€..

BOUTIQUE EN LIGNE
Chemises, polos, pulls, ceintures, montres,
maroquinerie, accessoires, parfums...

BEXLEY.com
Leader de la chaussure de luxe online
- Depuis 1996 -

Livraison offerte dès 199€ en point relais
- France, Belgique, Luxembourg, Espagne -

NOS POINTS DE VENTE

Paris 4°	35 boulevard Henri IV / M° Bastille
Paris 7°	39 boulevard Raspail / M° Sèvres-Babylone
Paris 8°	76-78 av. des Champs Elysées / M° George V
Paris 8°	4 rue Chauveau Lagarde / M° Madeleine
Paris 17°	2 place Porte Maillot / M° Porte Maillot
Lyon 1°	20 rue Lanterne / M° Hôtel de Ville
Lyon 2°	4 rue Childébert / M° Bellecour
Marseille 6°	32 rue Montgrand / M° Estrangin Préfecture
Annecy	7 rue Sommeiller
Bruxelles	Galerie de la Porte Louise / M° Louise

Déjà plus de 400 000 Clients

Annexe 76 : Bexley

TGV Magazine. Paris : SNCF, 2013, n°158, ISSN 1287-6232.

BILLET TGV PRO.
LA MAÎTRISE DU TEMPS
VOUS VA SI BIEN.



SNCF

TOUS VOS AVANTAGES TGV PRO DANS UN SEUL BILLET.

<p>PRO FLEXI PROFITEZ D'UNE SOUPLESSE D'ÉCHANGE ET DE REMBOURSEMENT MAXIMALE.</p>	<p>PRO EXPRESS ACCÈS PRIORITAIRE AU 3635, AUX BORNES ET GUICHETS D'ÉDIÉS⁽¹⁾.</p>	<p>PRO MOBILE UN ÉCHANGE, UN RENSEIGNEMENT ? FAITES TOUT DEPUIS VOTRE MOBILE⁽²⁾.</p>
--	--	--

(1) Par téléphone via la Ligne Directe Pro Express au 3635 et dites "Pro" (0,34€ TTC/min, hors surcoût éventuel) et via les Guichets Pro Express et les Bornes Pro Express, disponibles dans certaines gares pour vos départs immédiats. (2) Avec l'application TGV PRO disponible gratuitement sur iPhone®, Blackberry® et Android®.

TGV® est une marque déposée de SNCF. Tous droits de reproduction réservés.
SNCF - 34, rue du commandant Mouchotte - 75014 Paris - RCS. Paris B 552 049 447.

Annexe 77 : SNCF

TGV Magazine. Paris : SNCF, 2013, n°158, ISSN 1287-6232.



Envie d'un emploi en CDI?

O₂ RECRUTE! H/F
Assistants ménagers
Assistante de vie
Gardes d'enfants

- CONTRAT À DURÉE INDÉTERMINÉE (CDI)
- PROTECTION SOCIALE
- RÉMUNÉRATION ÉVOLUTIVE & FORMATIONS
- AVANTAGES EXCLUSIFS
- SOUPLESSE DES MISSIONS

Rejoignez-nous!

O₂
 home services

www.o2recrute.fr

N° National 02 43 72 43 45
APPEL NON SURTAXÉ

O₂ Développement - 345 av. capital de 737 600€ - RCS La Mars 452 022 859 / 07-121 - 201004

Annexe 78 : O2

PROGRAMME

Notre association suit le programme du Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues. Nous proposons 14 modules de 30 heures chacun.

A1	A2	B1
INITIATION A1.1 => A1.4 (4 modules x 30h) 120 h - Acquérir Les bases de la LSF : expressions corporelles, grammaire, découverte de la LSF & culture Sourde	INTERMÉDIAIRE A2.1 => A2.4 (4 modules x 30h) 120 h - Comprendre & s'exprimer en situation de dialogue - Maîtriser les structures de base de la grammaire & communication quotidienne	AVANCÉ B1.1 => B1.6 (6 modules x 30h) 180 h - Maîtrise de la communication en LSF & fluidité d'expression
<ul style="list-style-type: none"> - Description des formes - Expressions faciales - Localisation dans l'espace - Culture Sourde - Calendrier & horaires - Transfert Situationnel (TS) : animaux, objets, véhicules & personnes - Transfert Personnel (TP) : animaux & personnes - Notion de temps (simple) - Pronoms directionnels 	<ul style="list-style-type: none"> - Les unités de mesures (quantité) - Localisation géographique - Les types de phrases - Traduction de textes - Dialogue - Notion de temps (complexe) - Intervention d'un interprète - Verbes directionnels 	<ul style="list-style-type: none"> - Histoire des Sourds - Traduction de textes - Expression « Pi-Sourd » - Approfondissement TP & TS - Compréhension de vidéo en LSF - Sortie culturelle en LSF (Paris : Institut Saint-Jacques, la Villette, autres musées)

Les objectifs de l'association

- Faire découvrir la LSF et la culture Sourde
- Favoriser les échanges entre Sourds et Entendants
- Permettre aux Sourds d'accéder plus facilement à la culture

Nos actions

- Cours de LSF
- Sensibilisation à la LSF
- Visites guidées en LSF
- Théâtre
- Atelier contes pour enfants Sourds et Entendants
- Projets riches et variés tout au long de l'année

Où nous trouver ?



Si vous désirez en savoir plus, contactez-nous :
 6, Rue de la République
 62000 ARRAS
 Tél / Fax : 03 21 48 86 20
 contactlsf@trèfle.org
 www.trèfle.org
 Code APE 923 A • Siret N° 422 156 521 000 29

Bienvenue dans le monde des Sourds !

Qu'est-ce que la LSF?

La LSF est la langue naturelle des Sourds. C'est une vraie langue, elle possède sa propre grammaire et sa propre syntaxe. Comme toutes les autres langues, il existe des registres, des styles différents, que ce soit de la poésie, de l'humour, des jeux de signes...

Impossible n'est pas LSF !

 Rejoignez nous sur Facebook

Demande d'aide financière

AGEFIPH • FONGECIF • PÔLE EMPLOI • OPCALIA

Nos partenaires

Association Loi 1901 Agréée jeunesse et éducation populaire par la jeunesse et sports

Annexe 79 : Association Trèfle



Association
 de **G**estion
 et d' **A**nimation
 des **E**quipements
 de **M**eauleus

☎ 03.21.55.96.92 ☎ 03.21.55.42.20
 ✉ contact.agaem@orange.fr
 🌐 <http://pagesperso-orange.fr/agaem>





Présente

Exposition
 des ateliers
Arts plastiques

Vernissage le Jeudi 03 Octobre à 18h00

Belfroi d'Arras
 Salle Robespierre

Du 04 au 09
Octobre 2013

Annexe 80 : Agaem



Venez découvrir le

CIAC
CENTRE
INTERPRÉTATION
ART ET CULTURE
BOURBOURG

CIAC CENTRE
INTERPRÉTATION
ART ET CULTURE

1 rue Pasteur - 59630 Bourbourg
TÉL 03 28 22 01 42
ciac-bourbourg@orange.fr

ENTRÉE LIBRE

Horaires d'ouverture

D'AVRIL À SEPTEMBRE
Du lundi au samedi de 9h à 12h et de 14h à 18h.
Le dimanche et les jours fériés de 14h30 à 18h.

D'OCTOBRE À MARS
Du lundi au samedi de 9h à 12h et de 13h30 à 17h30
Fermé le dimanche et les jours fériés.

LA VILLE DE BOURBOURG ET LE SIVOM DE L'AA INAUGURENT LE 3 MAI PROCHAIN UN NOUVEAU LIEU CULTUREL SUR LA RÉGION NORD-PAS DE CALAIS AVEC L'OUVERTURE DU CIAC - CENTRE INTERPRÉTATION ART ET CULTURE.

Ce nouvel espace, pensé comme un lieu de découvertes et d'échanges ouvert au grand public propose de nombreuses actions et activités autour d'une programmation culturelle variée et originale. Des expositions temporaires, des rencontres, des conférences, des résidences d'artistes mais également des ateliers de pratiques artistiques y seront proposés tout au long de l'année. Parallèlement, ce lieu permet au public de se familiariser avec l'œuvre « Cœur de lumière » présentée dans le chœur gothique de l'église Saint-Jean-Baptiste mais également avec l'histoire et le parcours de l'artiste Anthony Caro.

INAUGURATION LE VENDREDI 3 MAI À 11H00 EN PRÉSENCE DE L'ARTISTE ANTHONY CARO

Crédit photos : Ville de Gravelines - Michel Coeugniet © Anthony Caro, Courtesy Barboud Sculpture Ltd, London

Agence : Lemaignan - Tél 03 28 41 75 41



Annexe 81 : CIAC

ASSURANCES ÉTUDIANTES

**UN CONCENTRÉ DE
GARANTIES ESSENTIELLES
POUR VOTRE VIE ÉTUDIANTE**



Avec nos 4 assurances spécialement conçues pour les étudiants,
vous êtes couverts en toutes circonstances et à petits prix.

SMENO
Assurances

SMENO
Assurances

Être bien assuré dans sa vie de tous les jours, c'est essentiel !

Être ou devenir étudiant implique souvent bon nombre de changements dans sa vie de tous les jours : acheter une voiture, emménager dans son propre appartement, faire un stage ou étudier à l'étranger...

Dans ces cas là, vous ne pouvez plus compter sur les assurances de vos parents, il vous faut vos propres garanties. C'est même parfois obligatoire... Vous pouvez alors compter sur SMENO Assurances pour vous proposer des solutions spécialement conçues pour les étudiants.

La SMENO, c'est en effet plus de 40 ans d'expérience à votre service. Parce qu'être étudiant est une période très particulière de la vie, nous concevons des solutions totalement adaptées à vos besoins mais également à votre budget.

**SMENO ASSURANCES EST LE
PARTENAIRE ESSENTIEL DE
VOS ETUDES !**



LE PACK ASSURANCES VIE ETUDIANTE : 15 PRINCIPES ACTIFS POUR UNE PROTECTION TOTALE.

OFFRE SPÉCIALE
ADHÉRENT
MUTUELLE

15€
/AN**

pack Assurances Vie Étudiante
25€
/an*



Vie privée, stages, études...
15 garanties essentielles
pour assurer dans votre vie étudiante.

Pendant vos études, vous allez partir en stage, peut-être à l'étranger, avoir besoin d'un ordinateur, passer des examens... Rien de plus normal. Mais quand les choses se compliquent, ça peut vite coûter très cher.

Problème de santé à l'autre bout du monde, vol de votre PC, de votre vélo, perte ou vol de vos papiers, examens manqués suite à un événement grave... Le Pack Assurances Vie Étudiante vous propose une protection complète et une sérénité totale grâce à ses **15 garanties indispensables** et spécialement conçues pour votre vie d'étudiant.



4

*Tarif valable du 01/07/2013 au 30/09/2014. **Offre réservée aux adhérents à une mutuelle SMENO 2013/2014 jusqu'au 31/12/2013.

Découvrez 6 extraits naturels du Pack Assurances Vie Étudiante

1 Responsabilité civile stage et vie privée¹

Vous êtes responsable d'un accident ? La victime est indemnisée. Les indemnités, frais d'hospitalisation... sont pris en charge.

2 Assistance rapatriement Europ Assistance³

Un pépin de santé à l'étranger ou sur les pistes ? Vous êtes rapatriés 24h/24 et 7j/7. Prise en charge des frais médicaux et de secours.

3 Assurance perte et vol²

Vous êtes remboursés en cas de perte ou de vol de vos clés et papiers, vol d'ordinateur portable, vol de vélo.

4 Informations juridiques et assistance livraison⁴

Une question ? Un litige ? Une équipe de juristes répond à vos questions par téléphone. En cas de livraison non conforme ou d'absence de livraison suite à un achat sur Internet, vous êtes indemnisés.

5 Assurances financement des études²

Vous êtes indemnisés en cas d'incapacité à passer vos examens à la suite d'un accident grave, ou pour poursuivre vos études en cas de décès du répondant financier.

1-2-3-4 : Retrouvez le détail des mentions complètes page 6

6 Utilisation frauduleuse²

Vous êtes dédommagés des communications frauduleuses en cas de vol de votre portable.

Retrouvez toutes les garanties page suivante.

Condition d'application et de mise en œuvre des garanties, délais, franchises et exclusions : merci de consulter les conditions générales et particulières sur smeno.com ou en agences SMENO. Courtier : Assurances du Nord Ouest SARL de courtage d'assurances au capital de 18 000€ - RCS Lille 401 172 093 - Siège social - 59046 LILLE Cedex. N°ORIAS 07030114.



Plus d'infos et souscriptions

www.smeno.com/etudiants

rubrique « Pack assurances »

OU FLASHEZ ICI



OFFRE PARTENAIRE BNP PARIBAS

VOTRE PACK ASSURANCES VIE ÉTUDIANTE
REMBOURSÉ*

Plus d'informations sur
[smeno.com/Assurances étudiantes](http://smeno.com/Assurances_étudiantes)
rubrique «Pack Assurances»



***25€ VERSÉS À L'OUVERTURE D'UN COMPTE CHÈQUES + 2 ANS D'ESPRIT LIBRE**

Offre de bienvenue valable dans une agence BNP PARIBAS du Nord-Pas de Calais, de la Normandie ou de la Somme jusqu'au 30/06/14 sur présentation d'un justificatif SMENO pour toute première ouverture d'un compte chèques assorti d'Esprit Libre et sous réserve d'acceptation de votre dossier par BNP PARIBAS. Tarifs Esprit Libre à l'issue de la gratuité.

7

7 bonnes raisons de choisir le Plan Santé International SMENO

1 Remboursement intégral et illimité des frais réels de santé (consultations, médicaments, hospitalisation) sans franchise¹.

2 Assistance rapatriement : financement intégral de votre rapatriement en France.

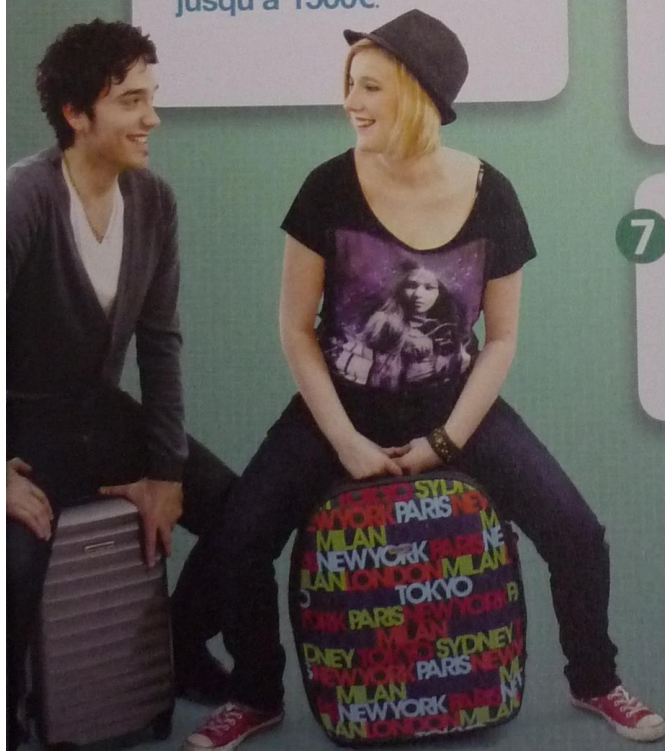
3 Frais de secours et de recherche à l'étranger jusqu'à **5000€/pers.**

4 Avance d'une caution pénale en cas de litige avec la justice jusqu'à **7500€**.

5 Perte, vol ou destruction de bagages² jusqu'à **1500€**.

6 Responsabilité civile : prise en charge des **dommages corporels** causés à l'étranger à hauteur de **4 500 000€** et **450 000€** pour les **dommages matériels**.

7 En cas de décès ou d'invalidité, jusqu'à **40 000€** d'indemnités en cas d'invalidité permanente **et 8000€** de capital décès versés au bénéficiaire de votre choix.



Condition d'application et de mise en œuvre des garanties, délais, franchises et exclusions : merci de consulter les conditions générales et particulières sur smeno.com ou en agences SMENO.
Courtier : Assurances du Nord Ouest SARL de courtage d'assurances au capital de 18 000€ - RCS Lille 401 172 093 - Siège social - 59046 LILLE Cedex. N°ORIAS 07030114.

1. Voir conditions d'exclusions
2. Durant le transport aérien uniquement, franchise de 25€

ASSURANCE AUTO :
LA SOLUTION RASSURANTE
POUR CONDUIRE EN TOUTE
CONFIANCE.



Parce que s'assurer comme jeune conducteur peut parfois coûter cher, la **SMENO** vous fait bénéficier de **garanties à prix négociés**.

Posséder une voiture pour ses stages, jobs d'été,... est souvent nécessaire. L'assurer l'est aussi ! Seulement en tant que jeune conducteur, le montant de l'assurance peut parfois peser très lourd sur votre budget.

SMENO Assurances vous propose alors **3 formules d'assurances complètes et évolutives** pour s'adapter parfaitement à votre situation et surtout à votre budget.



Lille's
2013
city pass

PASS
24h
25€

PASS
48h
35€

PASS
72h
45€

PLUS DE 30
SITES OVER 30 TOURIST VENUES
MEER DAN 30 TOERISTISCHE
ATTRACTIES
TOURISTIQUES
A VISITER

destination-lille-metropole.eu

VISITES GUIDÉES	GUIDED TOURS	RONDLEIDINGEN
LIEUX CULTURELS	CULTURAL VENUES	TOERISTISCHE
TRANSPORTS	PUBLIC TRANSPORT	ATTRACTIES
INCLUS	INCLUDED	OPENBAAR VERVOER
		INBEGREPEN

Lille
Métropole

Annexe 83 : Lille's City Pass

Le **16**
NOV. 2013
de 14h à 18h

Lille Grand Palais
Entrée Gratuite

Cap sur le monde

Vers la mobilité
internationale des jeunes

www.capsurlemonde.nordpasdecalais.fr

ALLEZ-Y
EN
ter

RÉGION
Nord-Pas de Calais

Annexe 84 : CaP sur le monde



Une carte d'étudiant multiservices pour vous simplifier la vie !

Une même carte personnalisée pour tous les étudiants des 6 Universités publiques et de 5 Grandes Écoles au sein du PRES Université Lille Nord de France.

Multiservices : Kesako ?

La carte remise lors de l'inscription en Université ou Grande Ecole

- atteste du statut d'étudiant
- permet d'emprunter des livres dans toutes les bibliothèques universitaires de la région
- sert de moyen de paiement dans les restaurants universitaires et cafétérias du CROUS de Lille
- offre d'autres services personnalisés propres à chaque établissement : contrôle d'accès à certains locaux, paiement des photocopies...
- est actualisée chaque année lors de la ré-inscription.

Elle doit donc être conservée pendant toute la scolarité.

Comment utiliser la carte ?

- **Première inscription**
 - A la Bibliothèque : lors du premier emprunt, il suffit de présenter sa carte multiservices à la banque de prêt pour avoir accès aux services proposés
 - Au restaurant universitaire, dans une cafétéria du CROUS : pour utiliser la carte comme moyen de paiement, il faut d'abord la charger au guichet ou sur une borne dans les restaurants universitaires.
- **Que faire en cas de vol, de perte ou de détérioration de la carte ?**

Il faut déclarer la perte ou le vol de la carte aux services de scolarité de l'établissement de rattachement pour qu'une nouvelle carte soit délivrée. En fonction des établissements, cette carte sera payante ou renouvelée gratuitement.

Annexe 85 : La Carte Multiservices

TARIFS EUROLAC

- 1 Ticket : 2,00 €
- 10 Tickets : 18,00 €
- 20 Tickets : 30,00 €
- Pass journée : 11,50 €

Activités à volonté

ANCV - CB - ESPÈCES - CHEQUES

Tarifs spéciaux pour les groupes. Ouvert tous les jours sur réservation.

GROUPES RENSEIGNEMENTS
03 21 35 13 91

TOILETTES HANDICAPES
TABLE À LANGER
PARKING GRATUIT
CHIENS EN LAISSE ACCEPTÉS

CALENDRIER 2013
(ouvert de mars à la mi-octobre)

	MERCREDI	SAMEDI	DIMANCHE et FÉRIES
MARS			
AVRIL			
VACANCES DE PÂQUES	OUVERT TOUS LES JOURS		
MAI			
1 ^{er} JUIN au 5 JUILLET	OUVERT TOUS LES JOURS		
Du 6 au 13 JUILLET	OUVERT TOUS LES JOURS		
HAUTE SAISON du 14/7 au 18/8	OUVERT TOUS LES JOURS		
Du 19 AOÛT au 2 SEPTEMBRE	OUVERT TOUS LES JOURS		
Du 3 SEPTEMBRE au 6 OCTOBRE	OUVERT TOUS LES JOURS		

HORAIRES DES ACTIVITÉS*

- 10h30 à 19h
- 14h à 18h30
- 11h à 19h
- 10h30 à 19h30

* Certaines activités peuvent fermées selon la météo ou raisons de sécurité

A SAVOIR
Pour les groupes, CE, associations, centres aérés, sur réservation, possibilité d'ouvrir le parc de loisirs et le restaurant les jours de fermeture, renseignez-vous

COMMENT SE RENDRE À EUROLAC ?

- A18 sortie 46 suivre RN43 direction Ardres et les Lacs - puis prendre l'axe D101 (N43) - A18 direction Calais, sortie 46 suivre N43 direction Ardres et les Lacs
- A26 direction Calais, sortie 2 direction Ardres et les Lacs (RN43 direction Ardres)

1098, av. du Lac - 62610 ARDRES
Tél. 03 21 35 13 91 - Fax 09 85 46 15 31
www.eurolac-ardres.com

SAISON 2013

AU LAC D'ARDRES
(entre Calais et St-Omer)

EUROLAC
LE PARC DE LOISIRS DU LAC

PASS FAMILLE
2 adultes
2 enfants
40€

En famille ou entre amis, venez passer un moment agréable et divertissant à EUROLAC. Amusez-vous dans les manèges, les gonflables et détendez-vous avec les promenades en bateaux sans permis ou à pédalier sur le lac d'Ardres ; les enfants et les adultes s'éclabousseront dans les Aqua Bumper.

With your family or friends come to spend a pleasant and entertaining moment at "Eurolac". Relax with a boat or pedalo ride on the lake of Ardres.

Kom en beleef in familieverband of met vrienden een aangename en ontspannende tijd bij EUROLAC. Leef izeel uit in de draaimolten, luchtkastelen, spelen en ontspan u tijdens een boottochtje zonder vaarbewijs of met depedaalboten op het meer van Ardres.

Les enfants et les adultes, s'éclabousseront de joie !

Au gré de votre balade, découvrez la faune et la flore du lac. Pour les écoles, la maison de la découverte est à proximité.

Le Restaurant "Aux P'tits bateaux" vous attend pour vous faire découvrir ses nombreuses recettes gourmandes et ses spécialités : ses moules frites, welchis, pizzas, grillades. Les terrasses sur pilotis vous assurent un dépaysement en profitant d'une vue magnifique sur le lac.

The restaurant "Aux P'tits Bateaux" welcomes you on its terraces on piles to enjoy game, fishes, mussels and chips, "Terroir" menu.

Het restaurant « Aux P'tits Bateaux » laat u kennismaken met talrijke heerlijke recepten en met zijn specialiteiten: friet mosselen, welchis, pizza's, grillades. Op de terrassen op paaltjes kunt u volledig wegdromen terwijl u geniet van een prachtig uitzicht over het meer.

Faites une petite pause pour déguster nos cocktails, nos coupes de glace, nos crêpes et gaufres maison.

BOULENS

- Ecriture de 15h à 18h, 20 pers.
- Centre aéré de 10h à 18h30
- scolaires, clubs, associations, groupes
- des lots de 100 boules pour toute sortie dans notre parc
- Coûters : 10 boules : 9€50 (incl. 8 heures de jeu)

Les après-midi de 15h à 18h (activités à volonté, gâteau ou crêpes, boissons, cartons d'invitation)

- Une petite faim à Eurolac ? La frierie-snack "Au super costaud" est à votre disposition avec ses spécialités (américains, falouches, chichis, glaces...)

(sur réservation, hors dimanches et fêtes)

OUVERTURE DU RESTAURANT

EN SAISON (vacances de Pâques et du 12 Juin au 2 Sept.)
ouvert 7 Jours/7 midi et soir

HORS SAISON (du 9 Mars au 11 Juin et du 3 Sept. au 6 Oct.)
ouvert mercredi et jeudi midi, vendredi, samedi, dimanche, midi et soir

Annexe 86 : Eurolac

L'EQUINOXE

Depuis 1987 sur ARRAS

• **CRÊPERIE BRETONNE** •

Crêperie
du Mardi au Vendredi
midi de 12H00 à 14H00
soir de 19H00 à 22H00
Samedi et Dimanche soir de 19H00 à 22H00

• **BAR CELTIQUE** •

Soirée à Thèmes
Concert • Expo • Quizz...
Anniversaire
du Mardi au Vendredi
à partir de 17H00
Samedi et Dimanche à partir de 18H00




Tél. 03 21 55 76 64
11 et 13 Rue des Augustines • 62000 ARRAS
près de la MAIRIE voir plan au verso

<http://bar-creperie-l-exquinox.over-blog.com>




l'abus de l'alcool est dangereux, à consommer avec modération - ne pas jeter sur la voie publique - www.libreimpression.fr

Annexe 87 : L'Equinoxe

GEN'S EN KIT



Une exposition itinérante, participative et ludique

-  Les 11, 17, 20, 24 et 27 septembre :
A.F.P.I.T "La Courte Echelle", Dunkerque
-  Du 7 au 25 octobre : ESAT, Grande Synthe
-  Du 25 novembre au 15 décembre :
Maison du Développement, Dunkerque

Infos : Cultures du Coeur 06 17 18 11 17
Facebook : Karine Bracq "Gens en Kit"

DUNKERQUE 2013
CAPITALE REGIONALE
DE LA CULTURE
AVRIL - DECEMBRE

Annexe 88 : Gens en Kit



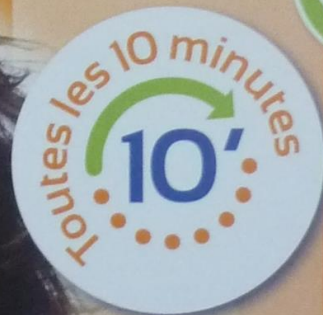
Annexe 89 : La Cimade

Essayez le
centre-ville
gratuit avec

A partir
du 06
nov. 2013



Ma Citadine



Arras
Communauté
Urbaine

Artis

www.bus-artis.fr - Allô Artis : 0 811 000 089

Ma Citadine

Centre Ville Arras

Toutes les 10 minutes

10'

Ma Citadine

Du lundi au samedi,
de 7h30 à 19h30

Profitez Gratuitement de
Ma Citadine
pour sillonner le centre ville !

Accès direct depuis les parkings
Crinchon, Bergaigne et Place de Marseille
toutes les 10 minutes.

Annexe 90 : Ma Citadine

ET VOUS,
COMMENT
(A BUS
AUJOURD'HUI ?

BIENVENUE

08

10302

Transpole

CG 420 FB

26 août
NOUVEAU
RÉSEAU

Plus d'infos sur transpole.fr

Transpole
Lille Métropole

Annexe 91 : Transpole

Let's Motiv. Lille : L'Astrolab, 2013, n°88, ISSN en cours.



**orchestre
national
de lille**
jean-claude casadesus
région nord-pas de calais

**oct. > déc.
2013**

Aldo Ciccolini
Focus clarinette
Anniversaires Strauss & Wagner
Angelich-Trotignon
Musique russe
Un Noël à Broadway
+ 4 concerts "flash" 12h30

Billetterie **de 5 à 45 €**
Pass saison • Pass - 28 ans

licence n°2-1049802

Nord-Pas de Calais
La culture au cœur

Ville de Lille

onlille.com



Annexe 92 : Orchestre National de Lille

Let's Motiv. Lille : L'Astrolab, 2013, n°88, ISSN en cours.

20&21 SEPT
LES NUITS DE LA TOSSÉE
TOURCOING

BOYS NOIZE
MAGNETIC MAN
JAMIE JONES
FRITZ KALKBRENNER
MAYA JANE COLES
ART DEPARTMENT
HUDSON MOHAWKE ^{B2B} **RUSTIE**
BOOKA SHADE presents **Blaurfield**
CROOKERS • EROL ALKAN
ELLEN ALLIEN & PFADFINDERER
WHOMADEWHO • TALE OF US
ANDREW WEATHERALL
WANKELMUT • DANIEL AVERY
STRIP STEVE • EMIKA • RITON
ROCKY • LETHERETTE
APMOOI • SIERRA SAM...

Nord
Le Département

ART POINT M
nord art musique électronique
NAME
festival

NUIT 1 KURSAAL Dunkerque 14 SEPT.
CHLOÉ DJ SET - COMA LIVE - APMOOI - PÉO WATSON and more tbc...

N.A.M.E BY DAY GARE SAINT SAUVEUR Lille DU 20 AU 22 SEPT.
Cap sur le Sénégal avec le **KOULGRAOUL** de Dakar en b2b avec **BOULAONE, EDSIK** et **FARAI**
VILLAGE N.A.M.E & jeux gonflables géants + navettes gratuites vers la Tossée.

MASTERCLASSES L'IMAGINARIUM Tourcoing 26 & 27 SEPT.
+ LIVE PÉDAGOGIQUE **JAMES TAYLOR** FORUM DÉPARTEMENTAL V. d'Ascq 27 SEPT.

UNE FOULE DE LIEUX ASSOCIÉS, DES BEFORES, DJ CONTEST,
CLOSING AU MAGAZINE CLUB Lille 28 SEPT.

www.LENAMEFESTIVAL.COM

Partners and sponsors logos: Lille, Nord, Valenciennes, Arras, Douai, Lens, Compiègne, Amiens, Reims, Metz, Strasbourg, Nancy, Mulhouse, Besançon, Dijon, Lyon, Marseille, Toulouse, Montpellier, Nîmes, Perpignan, Pau, Bordeaux, Clermont-Ferrand, Poitiers, Angers, Nantes, Rennes, Caen, Lille, Nord, Valenciennes, Arras, Douai, Lens, Compiègne, Amiens, Reims, Metz, Strasbourg, Nancy, Mulhouse, Besançon, Dijon, Lyon, Marseille, Toulouse, Montpellier, Nîmes, Perpignan, Pau, Bordeaux, Clermont-Ferrand, Poitiers, Angers, Nantes, Rennes, Caen.

Annexe 93 : Name Festival

Let's Motiv. Lille : L'Astrolab, 2013, n°88, ISSN en cours.

Programme Septembre > Décembre 2013

LE MÉTAPHONE[®]

SALLE DE SPECTACLES DU 9-9BIS • OIGNIES (62)

ouverture SAISON 1
VEN 27 SEPT 2013

Ven 27 Sept
20h30 • 13€/10€
AMADOU & MARIAM

Sam 5 Oct
20h30 • 15€/12€
LILLY WOOD & THE PRICK
+ OKAY MONDAY

Dim 13 Oct
16h • 14€/11€
SUICIDAL TENDENCIES
+ THE INSPECTOR CLUZO
+ SPRUNG MONKEY
+ GENERAL LEE

Ven 18 Oct • 19h
Sam 19 Oct • 20h30
5€
CÉSAR DANGLOS
REVIENT DES ENFERS !
Saverio Maligno / LA COMPAGNIE
Théâtre sonore

Ven 1^{er} Nov
20h30 • 15€/12€
GENTLEMAN
+ WEEDING DUB

Sam 16 Nov
20h30 • 13€/10€
IDIR
+ GUEST

Mer 20 Nov
15h • 5€/2€
STEVE WARING
Jeune public

Sam 23 Nov
20h30 • 10€/7€
ABD AL MALIK

Sam 30 Nov
20h30 • 14€/11€
POPA CHUBBY

LES FUGUES SONORES # 1

Ven 20 Déc • 18h
Sam 21 Déc • 18h
Visites nocturnes & mise en lumière du 9-9bis, création pour le Métaphone, mapping, expo, bus cinéma...
• Gratuit

+ ciné-concerts

Ven 20 Déc
20h • 5€/2€
Jeune public
en partenariat avec MUZZIX

Sam 21 Déc
20h30 • 15€/12€
FANTOMAS selon RADIOMENTALE
duo de DJs parisiens

BEING HUMAN BEING
Un concert visuel de
BILAL - TRUFFAZ - MURCOF
avec la participation de
Dominique Mahut (percussion)

Infos & Locations : www.9-9bis.com
03 21 08 08 00 • 9-9bis@agglo-henincarvin.fr

Communauté d'Agglomération Hénin-Carvin

Le 9-9bis • Chemin du Tordoir • 62590 Oignies
A 20 min de Lens / Arras / Lille !
Accès A1 – sortie 17.1 "Plateforme multimodale"

9-9bis – Oignies ou Le Métaphone 9_9bisMetaphone

Logo Pas-de-Calais Le Département

Logo LETS MOTIV

Annexe 94 : Le Métaphone

Let's Motiv. Lille : L'Astrolab, 2013, n°88, ISSN en cours.

Viva

-26 ANS

À ce prix là,
on bouge !

Voyager en illimité dans toute la métropole en Bus, Métro, Tram & TER**

DE 9€ À 28€/mois*

Dispo sur la carte pass perso

Plus d'infos sur transpole.fr

* voir conditions en Agences ou sur transpole.fr

** entre les 42 gares du territoire de Lille Métropole.

Transpole
Lille Métropole


Annexe 95 : Transpole

Let's Motiv. Lille : L'Astrolab, 2013, n°88, ISSN en cours.


ITINÉRAIRE DE
LA CULTURE
INDUSTRIELLE

BIENVENUE SUR L'ICI





Itinéraire unique dédié à la culture industrielle franco-belge.



Visitez le Hainaut belge et le Nord-Pas de Calais au rythme de la culture industrielle avec l'ICI. Laissez-vous guider par des outils d'exploration novateurs et un agenda d'événements festifs !

Carte, carnet et feuillets d'exploration pour des promenades hors des sentiers battus, guide multimédia Mobil'ICI, carte 3D interactive et rendez-vous sportifs ou culturels... découvrez de manière inédite les trésors de notre région transfrontalière et du patrimoine mondial de l'UNESCO !




Bonne exploration !








Rendez-vous sur www.ici-itineraire.eu

A l'initiative de :

Avec le soutien de :



Annexe 96 : L'ICI

Let's Motiv. Lille : L'Astrolab, 2013, n°88, ISSN en cours.

La compagnie 2 RIEN MERCI s'installe au Boulon avec sa trilogie sous yourtes !




MOULIN CABOT
GRAMOULINOPHONE
MOULINOSCOPE
 des entresorts forains qui louchent vers la piste...
 et **MINIFOCUS**
 un concert électro blues forain pour bambins mais pas que !



Rendez-vous les 27, 28 et 29 septembre 2013

Au Boulon, à Vieux-Condé
 Centre National des Arts de la rue en préfiguration
 Z.A le Brasseur, Avenue de la Gare

LE BOULON  Nord info/résa : 03.27.30.35.40. / reservation@leboulon.fr www.leboulon.fr

Annexe 97 : 2 Rien Merci

Let's Motiv. Lille : L'Astrolab, 2013, n°88, ISSN en cours.

Récits
 Spectacles
 Conférences
 Formations
 Ateliers
 Oralité

des **Récits**
 pour des
 Lanternes
 3^e édition

Du **13 Sept.** au **12 Oct. 2013**

EMMANUEL DE LATTRE • FELLAG • FRÉDÉRIC NAUD
 et JEANNE VIDEAU • LES FILEUSES PARESSEUSES
 • CATALINA PINEDA et ISABELLE VOIZEUX • PIERRE DELYE
 • MICHEL JONASZ • HENRI GOUGAUD
 • LUCIEN GOURONG • LIGUE D'IMPRO DE MARCQ-EN-BARŒUL
 • MAGALI MINEUR • LADJI DIALLO

Programmation complète sur www.desrecitspourdeslanternes.com

www.dunkerque-culture2013.fr

MANIFESTATION ORGANISÉE PAR :

Nord-Pas de Calais
 La culture au cœur

Dunkerque
 Grand Littoral
 COMMUNAUTÉ URBAINE

GRANDS PARTENAIRES :

Dunkerque 2013
 CAPITALE REGIONALE
 DE LA CULTURE
 AVRIL - DECEMBRE

Annexe 98 : Dunkerque 2013

Let's Motiv. Lille : L'Astrolab, 2013, n°88, ISSN en cours.

LE CREUSET
FRANCE - 1925

LE BOURGET
*** PARIS ***

GRANDE BRADERIE ANNUELLE

Vendredi 29 Nov 2013
14h à 17h30

Samedi 30 Nov 2013
10h à 17h30

Dimanche 1^{er} Déc 2013
10h à 17h

DIRECT USINE
2 VENTES
EXCEPTIONNELLES

2 marques d'exception, une adresse :
Rue Olivier Deguise - 02230 FRESNOY LE GRAND




LILLE CAMBRAI BOHAIN
AMIENS A29 FRESNOY LE GRAND
PARIS A1 SAINT QUENTIN
REIMS

Par autorisation de la Mairie de Fresnoy, Le Bourget de 9 heures et Le Creuset de 10 heures le 29 septembre 2013.

Annexe 99 : Le Bourget

TOP. Aix-en-Provence : Regicom, 2013, n°113.

TEMPUR

by **Artois Literie Arras**

Votre unique
Sleep Center TEMPUR

Les avantages d'un Sleep Center

- Moins cher qu'internet
- Moins cher que les autres concessionnaires Tempur
- Livré et installé GRATUITEMENT

LES OFFRES DE RÊVE

SUCCOMBEZ AU CONFORT TEMPUR !
vu à la télé !

Authentic TEMPUR[®] MATERIAL

45 NUITS D'ESSAI
SATISFAIT OU REMBOURSÉ

Comparez, vous serez surpris ...
de la différence !!!

vosre literie TEMPUR
(prix tarif) ~~3.194€~~
(prix promo nationale)
2.390€
PRIX SLEEP CENTER
ENCORE MOINS CHER !!

UN SOMMEIL À LA CARTE.
Sommier relaxation électrique à bi-lattes muni de suspensions, avec 5 zones de soutien pour mieux amortir les points de pression. Avec matelas TEMPUR : 2x80x200x21cm

vosre Ensemble relaxation
(prix public) ~~7.102€~~
(prix promo nationale) **4.795€**
PRIX SLEEP CENTER
ENCORE MOINS CHER !!
Renseignez-vous !

EXISTE EN 3 COLORIS

Artois Literie - 03 21 73 48 02
59, rue Saint Aubert 62000 ARRAS
www.artoisliterie.com

TOP

Annexe 100 : Artois Literie

TOP. Aix-en-Provence : Regicom, 2013, n°113.

A PARTIR DE 27 600€⁽¹⁾

MITSUBISHI
NOUVEL OUTLANDER

i c ô n e t e c h n o



Emission 126 g / km^{*} 

Grand coffre jusqu'à 1 022 L 

4x4 ou 4x2 

Consommation 4,8 L / 100 km^{*} 

Jusqu'à 7 places^{**} 

Système Stop&Go 

Caméra de recul 

Régulateur de vitesse adaptatif 

L'EXCELLENCE VERSION ORIGINALE

NOUVEL OUTLANDER À PARTIR DE 27 600 €⁽¹⁾ www.mitsubishi-motors.fr  Retrouvez-nous sur **facebook**

(1) Prix du Nouveau Mitsubishi Outlander 2.0i 150ch Intense 4x2 (sans peinture métallisée). Modèle présenté : Mitsubishi Outlander 2.2 Di-D 150ch Intense 4x4 à 34 450 € (sans peinture métallisée). * Émissions de CO₂ et Consommation en régime mixte de la version 2.2 Di-D 150ch Intense 4x2. ** 7 places à partir de la finition Intense. Taille Mitsubishi Motors maximum autorisée en vigueur en France métropolitaine au 20/09/12. M MOTORS AUTOMOBILES FRANCE SAS au capital de 10 000 000 € - RCS PONTAISE n°428 635 056 - 1, avenue du Fel - 95067 Cergy-Pontoise Cedex. Garantie 3 ans ou 100 000 km, 1^{er} des deux termes échus. Consommations mixtes gamme Outlander (l/100km) : de 4,8 à 6,8. Émissions CO₂ (g/km) : de 126 à 157.

 **BARRÉ**
AUTOMOBILES

15 Bd Robert Schuman **ARRAS**
03 21 07 07 00
www.barreautomobiles.com

30 | TOP

Annexe 101 : Barré Automobiles

TOP. Aix-en-Provence : Regicom, 2013, n°113.

Pat ARRAS

Du **12** au **23** Novembre 2013

N° 32, Rue Ernestale
(Face à MS Mode entre ETAM et DEVRED)

TOUT DOIT DISPARAITRE*

* N° enregistrement 62-01-008-13 Soldes complémentaires

Des **PRIX INCROYABLES** sur
100% des collections déjà présentes⁽¹⁾

(1) Selon stock disponible en boutique.

Taille 0 à 6

Exemples de prix : sur + de 500 articles à découvrir

Kanopé Jean's	73€ 15€	réf Lili/Milan x2
Mado Legging	35€ 15€	réf Lili/Gris x4
Un . c'est Tout T. Shirt	89€ 25€	réf 56089 Noir Argent x3
Rinascimento Robe	99€ 30€	réf 89785 Bicolore x2
Deca tunique	119€ 40€	réf 86925-886889 Rouge x6
Wom[N] Blouson	199€ 50€	réf Vanda Choco x2
Aventures des Toiles Robe	179€ 69€	réf 921332 x2
E. Bryde Veste	219€ 99€	réf 086/5213 Noir x1
Fuego Manteau Drap Laine	434€ 159€	réf Sil 702 Galons Noir x1

Horaires spéciaux :

Lundi 18 Novembre : 14h30 à 18h30.
Mardi au Samedi : 11h30 à 13h30 et 15h à 19h.

32, Rue Ernestale - 62000 ARRAS

Annexe 102 : Pat Arras

TOP. Aix-en-Provence : Regicom, 2013, n°112.

ROC-ECLERC BAPAUME FUNERAIRE
en lieu et place des Ets Maître
36 Faubourg d'Arras (face au cimetière) 62450 BAPAUME 03.21.48.01.32

Permanence 7j/7 24h/24 Bénéficiez des meilleures offres sur une grande variété de granits.

VENEZ PROFITER DES DERNIERES OFFRES 2013

GRAND CHOIX DE MONUMENTS
à partir de **1 450€ TTC*** POSÉ
ET REMISES JUSQU'À 20%
SUR LES MONUMENTS D'EXPO
Organisation complète de funérailles, caveaux et monuments, contrats obsèques. Accès à toutes les chambres funéraires. Pour tout achat d'un monument, 2 vases et 1 jardinière OFFERTS sur présentation de cette publicité !

*S/M 1/2, 1m x 2m, meilleurs voir conditions en magasin. Dans la limite des stocks disponibles.

Service complet de Funérailles à partir de **1805€**

Le Contrat Obsèques... Pourquoi pas vous ?

Assurez le financement de vos funérailles.
Venez vous renseigner en agence et découvrez une proposition adaptée et personnalisée.

Pack
Gardez l'esprit libre...

Afi-ESCA

Annexe 103 : Roc-Eclerc

TOP. Aix-en-Provence : Regicom, 2013, n°112.

Etude Gratuite

Regroupement de crédits
Rachat de prêts
Vente à Réméré
Solutions spécifiques pour séniors et professionnels
Accompagnement Budgétaire
Spécialiste du RAC hypothécaire

Entre nos prêts, le découvert et la chaudière qui nous lâche... Comment faire ?

Fais comme mon cousin Paul !
Va voir Clarisme Finances, ils sauront t'écouter, te conseiller et trouver LA solution !

Ouvert du lundi au samedi midi

Clarisme FINANCES

Béthune
03 21 57 05 04
55 Bd Victor Hugo

Arras
03 21 51 09 81
7 bd Schuman

www.clarisme-finances.fr

Crédit vous engage et doit être remboursé. Vérifiez vos capacités de remboursement avant de vous engager. Aucun versement ne peut être exigé d'un particulier avant l'attribution d'un prêt d'argent. Lorsqu'une opération de crédit entraîne une détermination de votre mensualité, celle-ci peut entraîner un allongement de la durée de remboursement du crédit et majorer son coût total. Clarisme Finances SAS au capital de 40000€, RCS Valenciennes 487 144 050, APE 6419B, N° ORIAS 07 039 134. Sous réserve d'acceptation du dossier par l'un de nos partenaires dont la liste est disponible sur le site www.clarisme-finances.fr ou en agence. Pour tout recours ou réclamation, être en contact recommandé au siège social de Clarisme Finances.

TOP | 43

Annexe 104 : Clarisme Finances

TOP. Aix-en-Provence : Regicom, 2013, n°112.

JUSQU'AU 15 DÉCEMBRE
LES JOURS SUZUKI STYLE

3,9%⁽¹⁾ CRÉDIT AUTO
AU T.A.E.G. FIXE SUR 36 MOIS
Crédit Auto au Taux Annuel Effectif Global Fixe de 3,90 % sur 36 mois : 294,51 € par mois pour 10 000 € empruntés. Montant total dû : 10 802,36 €.

Un crédit vous engage et doit être remboursé. Vérifiez vos capacités de remboursement avant de vous engager.

SUZUKI
Way of Life!

SWIFT

Découvrez nos offres spéciales sur toute la gamme.⁽²⁾

BARRÉ
AUTOMOBILES

15 Bd Robert Schuman **ARRAS**
03 21 07 07 00
www.barreautomobiles.com

Motocycle présentée : Swift 1.2 VIT Pack 3 portes, 13 690 €
- véhicule métallique de l'atelier : 750 €
- consommation mixte : 220 nouvelle norme SAE (l/100 km) de 5,8 à 5,5 - émissions de CO₂ (g/km) de 102 à 129 (1) Exemple hors assurances facultatives pour un achat de 10 000 € et un crédit accessoire à une durée de 36 mois et remboursable sur une durée de 36 mois au Taux Effectif Global fixe de 3,90 % (taux débiteur fixe de 2,91 %) avec remboursement de mensualités de 294,51 €. Coût total du crédit : 10 802,36 € dont 208 € de frais de dossier. Montant total dû : 10 802,36 €. Le coût standard de l'assurance facultative Dieck, Perte Totale et Immersion d'Automobile, Maladie-accident, assistance auprès de Cédex Assurance et Cédex Assurance Risques Divers, est de 11 € par mois et s'ajoute au montant de la mensualité de l'exemple ci-dessus. Offre valable du 15/12/2013 au 15/12/2013 pour un crédit accessoire à une durée à partir de 36 mois, remboursable sur une durée de 36 mois, pour l'achat d'un véhicule neuf de la gamme Suzuki à usage privé. Le Taux Annuel Effectif Global fixe est de 3,90 %. Conditions de dossier par BNP Paribas Personal Finance. Siège social : 1 Boulevard Neumann 75 009 Paris. Société Anonyme au capital de 423 225 000 €, 142 997 962 RCS Paris, N° ORIAS : 07 039 134 (www.orias.fr). Sous réserve d'un droit de rétractation. Suzuki Finance est une marque de BNP Paribas Personal Finance. Publicité diffusée par le concessionnaire au qualité d'intermédiaire de crédit à titre non exclusif de BNP Paribas Personal Finance. Cet intermédiaire apporte son concours à la réalisation d'opérations de crédit sans agir en qualité de prêteur. (2) Offres réservées aux particuliers, valables pour toute commande d'un véhicule Suzuki neuf du 15/12/2013 au 15/12/2013 chez les concessionnaires participants, dans la limite des stocks disponibles. Tous prix conseillés TTC, hors taxes, hors au 2009/2013. "Way of Life" : un style de vie !

GARANTIE ASSISTANCE 3 ANS
ou 100 000 km au 1^{er} terme éché

www.suzuki.fr

44 | TOP

Annexe 105 : Barré Automobiles

TOP. Aix-en-Provence : Regicom, 2013, n°112.

Besoin d'un diagnostic immobilier ?

*Comparez les offres,
Réservez en ligne,
Au meilleur prix !*



Diagnostic ERNT offert !*
Code promo internet: **TOP2013**

Consultez en temps réel les disponibilités et les tarifs de nombreux diagnostiqueurs certifiés partout en France.

Prenez rendez-vous en ligne avec le diagnostiqueur de votre choix, au jour et à l'heure qui vous convient !

Tous les Diagnostics.com
1er comparateur de diagnostics immobiliers

www.touslesdiagnostics.com

*Diagnostic ERNT offert aux clients particuliers et professionnels pour l'achat d'un logement neuf ou ancien à compter du 1er mars 2013.

Annexe 106 : Tous les Diagnostics

TOP. Aix-en-Provence : Regicom, 2013, n°112.

Notre pouvoir d'achat baisse et le coût de l'énergie augmente

Chez GDF SUEZ, vous pouvez choisir une offre électricité-gaz à prix fixe pendant 2 ans*

Acteur mondial de l'énergie : électricité, gaz naturel, services à l'énergie.

Plus de réponses sur gdfsuez.com

*Hors évolution des impôts, taxes et contributions de toute nature. Voir conditions sur gdfsuez.com

L'ÉNERGIE EST NOTRE AVENIR. ÉCONOMISONS-LA!

GDF SUEZ

ÊTRE UTILE AUX HOMMES

COPIRAMEZ SAU CAPITAL DE 7 412 881 000 € - RCS NANTOISE 545 107 461 - PUBLISUD - CONSEIL

Annexe 107 : GDF Suez

Metronews. Paris : SAS Publications Metro France, 2013, n°2498.

FORFAIT 4G
SANS ENGAGEMENT
1^{ER} MOIS OFFERT

29€
99/MOIS
ILLIMITÉ
APPELS, SMS, MMS ET
INTERNET 3Go

4G LE PLUS GRAND
RÉSEAU 4G
DE FRANCE

Flashez ici
pour en profiter

APPELEZ LE **3106** | MAGASINS
BOUYGUES TELECOM
bouyguetelecom.fr

Bouygues
Telecom

Source 03/10/13. Le plus grand réseau avec 30 millions de personnes couvertes - calcul sur la base de la population métropolitaine (classe d'âge) et du % de la population couverte. Avec offre et terminal compatibles.
En France métropolitaine, offres valables jusqu'au 31/12/13. Offre à usage privé entre 2 individus hors communications émises vers plus de 129 correspondants en dehors d'un 6^e mobile par mois - facturée hors forfait.
Forfait 4G 3Go version éno (carte SIM seule) - compatible avec usage privé (hors 4^e jours, spéciaux, SMS+ et MMS+). Avec ce forfait, 29,99€ sont remboursés sur facture. Offre limitée à 1 remboursement par n° de téléphone et à 1 par client. Avec carte mobile compatible 4G et réseau.
Couverture 4G et conditions des offres sur bouyguetelecom.fr.
Magasins du Réseau Club Bouygues Telecom - Bouygues Telecom - 75114 PARIS - 397 400 970 & C. S. PARIS - DKB

Annexe 108 : Bouygues Telecom

Metronews. Paris : SAS Publications Metro France, 2013, n°2498.



Dispositif d'accompagnement
des jeunes talents en musiques actuelles de l'arrageois

2013

Dossier d'inscription

- Nom du groupe ou de l'artiste _____
- Style musical _____
- Composition de la formation musicale _____
- Nom _____ Prénom _____ Âge _____
- Nom d'artiste _____ Fonction dans le groupe _____
- Situation professionnelle _____
- Adresse _____
- Téléphone _____
- Contact principal _____
- Biographie _____
- Liens Internet
 - Site Internet _____
 - Page communautaire (Facebook, Noomiz...) _____
- Expérience scénique (Date / Lieu / Dans le cadre de / En première partie de...)

- Motivations pour participer au dispositif Plug & Play



Annexe 109 : Dossier d'inscription

Dossier d'inscription Plug & Play. [en ligne]. [consulté le 5 avril 2014].
Disponible sur :

http://www.arras.fr/fileadmin/user_upload/pdf/Culture/Dossier_d_inscription_Plug_play.pdf

« JE CROIS À LA QUATRIÈME DIMENSION, ET À UNE CINQUIÈME (...) DISAIT COCO. C'EST NÉ DU BESOIN D'ÊTRE RASSURÉE, DE CROIRE QUE L'ON NE PERD JAMAIS TOUT ET QU'IL SE PASSE QUELQUE CHOSE DE L'AUTRE CÔTÉ. »

Il semble que l'histoire du N°5 commence à l'instant même où Gabrielle Chanel apprend la disparition de son amour Boy Capel en décembre 1919.

Arthur Capel dit Boy occupe une place centrale dans l'histoire de Gabrielle Chanel. C'est à ses côtés qu'elle devient une lectrice et une fois Boy disparu elle poursuit son dialogue sentimental à travers les livres qu'il lui a fait lire. Ce deuil pourtant, va nourrir une intuition; Chanel va parvenir à le sublimer à travers la création de son premier parfum. N°5 naîtra du manque et de l'absence, étroitement lié au destin de Gabrielle Chanel, réminiscence d'un amour interrompu brutalement mais qu'elle chérira toute sa vie. En sublimant le deuil dans la création, Chanel s'offre un parfum d'éternité.

Août 1920, Misia et son mari José Maria Sert persuadent Chanel de les suivre à Venise. Ce voyage à la découverte de la cité des Doges se révèle salvateur et initiatique. Flamboyante et mystérieuse, La Sérénissime aux visages multiples, séduit Gabrielle Chanel qui en fait l'un de ses lieux de prédilection et ne cesse de s'en inspirer.

Mais Venise c'est aussi la plaque tournante du commerce et des relations entre Orient et Occident. La ville joue un rôle prépondérant dans l'histoire de l'introduction des parfums en Europe. Les marchands vénitiens s'engagent sur les routes de l'Orient, ainsi l'illustre Marco Polo atteint la Chine par la route de la soie en 1275. Il relate ce voyage dans « Les Livres des Merveilles », décrivant notamment le raffinement des civilisations orientales. C'est encore dans la cité des Doges qu'est rédigé en 1555 le premier traité européen de la parfumerie.

Paris, début 1921. Gabrielle Chanel rencontre le Grand Duc Dimitri Pavlovitch. Dimitri a 30 ans, Gabrielle 8 ans de plus : elle le fascine, il la séduit. La liaison de Gabrielle Chanel et du Grand Duc Dimitri va durer un an, mais leur amitié se prolonge jusqu'à la mort de ce dernier en 1942. Gabrielle Chanel plonge avec délices dans l'influence russe ce qui s'exprime à travers sa création.

C'est à Ernest Beaux, un parfumeur français qui travaillait pour la Cour de Russie, rencontré à Grasse en 1920, qu'elle confie la mission d'imaginer son premier parfum. Ensemble, ils inventent « un parfum de femme à odeur de femme », comme elle se plaît à le qualifier...

Pensé comme une robe de couture, N°5 est le premier parfum qui s'affirme comme une abstraction : en rupture avec les fragrances en vogue qui n'évoquent le plus souvent qu'une senteur figurative (la rose, le jasmin, le lilas), aucune note dominante identifiable ne se dégage de ses quatre-vingts composants. Ernest Beaux a mêlé aux essences naturelles des produits de synthèse, les aldéhydes qui en exaltent toute la fraîcheur. C'est l'un des secrets de ce jus audacieux et novateur qui évoque une fleur mystérieuse.

Annexe 110 : Histoire de Chanel N°5

Une histoire d'amour | N°5 Culture Chanel. [en ligne]. [consulté le 7 avril 2014].

Disponible sur : http://5-culture.chanel.com/fr/une_histoire_damour/

11.2 Corrigés

Activité 1 – Exercice 1

- a) avoir entre 18 et 35 ans, être musicien
- b) 2 ans d'accompagnement aux pratiques musicales, aide à la création, concerts, accompagnement dans les démarches, production d'un EP (6 titres) au CEMM, résidence au Pharos
- c) avant le 30 septembre au Pharos

Activité 2 – Exercice 2

- a) noir, blanc, jaune, gris
- b) cinq – dix, quinze, vingt, vingt-cinq, trente, trente-cinq, quarante, quarante-cinq, cinquante, cinquante-cinq, soixante, soixante-cinq, soixante-dix, soixante-quinze, quatre-vingts, quatre-vingt-cinq, quatre-vingt-dix, quatre-vingt-quinze, cent

Activité 2 – Exercice 4

- rien, d'autre
- a) quelque chose
- b) quelques/plusieurs
- c) autrui
- d) aucun
- e) personne
- f) plusieurs/quelques

Activité 4 – Exercice 3

style, chic, m'habille, les codes vestimentaires, pièces vintage, pailletes, porter, la fourrure

Activité 5 – Exercice 1

- a) Do Not Think
- b) 14, place Faidherbe à Roubaix
- c) le 5 octobre – le 24 novembre, 14:30 – 18:30
- d) www.laconditionpublique.com

Activité 5 – Exercice 2

- mercredi, dimanche, 14:30, 18:30
- a) dix heures trente-cinq

- b) quatorze heures et quart/ quatorze heures quinze
- c) vingt et une heures vingt
- d) neuf heures moins le quart/ huit heures quarante-cinq
- e) douze heures et demie/douze heures trente
- f) vingt-trois heures cinquante-cinq
- g) seize heures

Activité 6 – Exercice 1

- a) Elle a dit que maintenant, on pouvait avoir leur appart et leur maison.
- b) Grâce à des prix uniques, on réserve avec 1500€ seulement; on bénéficie du nouveau PTZ + 2013 ou profite de la loi Duflot.

Activité 8 – Exercice 1

illimité, incassable

- a) impoli
- b) impossible
- c) incorrect
- d) désaccordé
- e) illégitime
- f) inaccessible
- g) inconnu