

Le substantif épithète
dans les désignations de produits cosmétiques

Mémoire de maîtrise
Tiia Nurminen
Université de Tampere
Langue française
Novembre 2010

Tampereen yliopisto
Kieli- ja käännöstieteiden laitos
Ranskan kieli

TIIA NURMINEN : Le substantif épithète dans les désignations de produits cosmétiques

Pro gradu –tutkielma
65 s. + 2 liitettä
Marraskuu 2010

Pro gradu –tutkielmani käsittelee substantiivien käyttöä ranskalaisissa kosmetiikkatuotteiden nimissä. Perinteisten adjektiiveilla ja prepositiorakenteilla täydennettyjen tuotenimekkeiden sijaan yhä enemmän käytetään substantiiveja luonnehtimassa tuotenimekkeen pääsanaa. Näitä suoraan pääsanaansa liitettäviä substantiiveja kutsutaan epiteettisubstantiiveiksi. Ne voivat muodostaa pitkiäkin substantiiviketjuja, jotka eivät ole ranskan kielelle tyypillisiä.

Aineisto on koottu pääasiassa ranskalaisista aikakauslehdistä, mutta osittain myös suomalaisten mainosten ja esitteiden käyttö on ollut mahdollista, koska tutkimuksen kohteena on ollut tuotteen kuvaus, jonka valmistaja on tuotteelle mahdollisen tuotesarjan nimen lisäksi antanut. Osa aineistosta on koottu myös suoraan tuotteita myyvistä liikkeistä. Nimekkeitä on koottu noin viideltäkymmeneltä valmistajalta ja lähempään tarkasteluun on otettu yli sata nimekettä.

Tutkielman alussa on selvitetty sanan ja yhdyssanan käsitettä sekä niiden eroja ja yhtäläisyyksiä vapaasti muodostettavan nominaalisekvenssin kanssa. Epiteettisubstantiivit muodostavat pääsanansa kanssa kokonaisuuden, joka on kuvaileva, määrittävä, identifioiva tai yhdistävä. Näistä ryhmistä määrittävä (complémentation) on monimuotoisin ja helposti alaryhmiin jaettavissa. Se osoittautui myös tutkitussa aineistossa runsaimmaksi.

Adjektiivien ja prepositioiden puuttuminen nimekkeistä on yleistä. Pieni tila, joka tuotepakkauksissa on nimekkeille varattu, ei yksinään selitä tuotteiden nykyistä nimeämiskäytäntöä. Lukuisilla substantiiveilla haetaan ilmaisuvoimaa ja yllätyksellisyyttä, ja tullaan näin koetelleeksi kielen rajoja. Koska kosmetiikkatuotteita käytetään paljon, uudet ilmaisutavat tulevat tutuiksi laajalle käyttäjäkunnalle ja muokkaavat näin kielenkäyttöä. Kuuluisat tuotemerkit näyttäisivät pieniä valmistajia enemmän käyttävän epiteettisubstantiiveja tuotteidensa nimeämisessä ja markkinoinnissa.

Asiasanat: epiteettisubstantiivi, mainosviestintä, kosmetiikkanimistö, kielen muutos

Table des matières

1. Introduction	1
2. Sources et méthodologie	2
3. Notions de base	3
3.1. Le mot.....	4
3.2. Le mot composé.....	5
3.3. Le nom et ses compléments	8
4. Les syntagmes codés et libres.....	9
4.1. Les tests classiques.....	10
4.2. Les tests référentiels.....	12
4.3. L'apposition.....	14
5. Le substantif épithète	16
5.1. Qualification	18
5.2. Complémentation	25
5.2.1. La sous-classe A de complémentation.....	27
5.2.2. La sous-classe B de complémentation	34
5.2.3. La sous-classe C de complémentation	37
5.2.4. La sous-classe D de complémentation	42
5.3. Coordination	43
5.4. Identification.....	48
6. Réflexions sur les désignations examinées	53
7. L'influence de l'anglais et de la publicité	59
8. Conclusion.....	62
Bibliographie	64
Internet	65
Annexe I.....	66
Annexe II.....	70

1. Introduction

Le substantif qualifié ou complété par un autre nom qui n'y est pas relié par un verbe d'état, reçoit le plus souvent un adjectif comme épithète. Toutefois, cette fonction peut être remplie de temps en temps par un autre substantif qui ne se comporte ni comme un adjectif épithète ni comme un substantif ordinaire.

La construction de deux substantifs consécutifs n'est pas une structure typique dans la grammaire française. Les noms composés à deux substantifs ont, dans la plupart des cas, une préposition qui les relie. Parfois, la préposition entre les substantifs est supprimée. Cela peut se produire si cette unité langagière est fréquente et consacrée par l'usage ou, d'un autre côté, si elle est récente.

La question abordée dans ce travail est de savoir si une séquence forme un nom composé ou si elle est seulement une construction temporairement construite ; c'est ce dernier cas qui nous intéressera tout particulièrement. L'objet de ce travail est d'analyser différentes séquences formées par deux substantifs consécutifs dans un corpus constitué d'exemples tirés de la langue publicitaire sur les produits cosmétiques. L'étude qui nous a inspirée est celle de Michèle Noailly parue en 1990, *Le substantif épithète*. L'auteur a examiné des textes surtout dans des quotidiens. Elle n'a pas cependant traité des types communs de complémentation parce qu'elle les a considérés comme des constructions possessives. Nous n'avons pas, en revanche, fait de restriction au sein du domaine de recherche parce qu'il est restreint en soi.

L'étude est purement qualitative bien que la fréquence de certains sous-groupes traités soit brièvement abordée. Aucune analyse statistique n'a été faite. L'objectif est d'évaluer des catégories de séquences nominales et d'examiner si certains sous-groupes sont plus abondants que d'autres. Si c'est le cas, quelles seraient les raisons qui pourraient l'expliquer.

Nous traiterons d'abord la terminologie employée sur les séquences où il y'a plusieurs substantifs consécutifs. Ensuite, nous examinerons le rôle de l'épithète et ses caractéristiques. La notion de mot n'est pas évidente, non plus ; tout particulièrement, il est important d'analyser en profondeur la distinction entre le nom composé et le syntagme nominal libre.

L'objet d'étude de ce travail sont les désignations de produits cosmétiques. Dans ce domaine les constructions composées de deux ou même de plusieurs substantifs consécutifs sont fréquentes. Par la désignation nous voulons dire des expressions qui souvent suivent le nom propre signifiant le nom d'une série ou celui d'un fabricant. Maingueneau (2000 : 183) l'appelle «la catégorie de produit». Nous ne nous intéressons pas aux noms propres, aux noms de marques. Le noyau du présent travail est le substantif épithète, la dénomination la plus précise pour décrire les phénomènes étudiés dans notre corpus. Nous aborderons aussi l'influence de l'anglais et du langage de publicité sur le français d'aujourd'hui.

2. Sources et méthodologie

Nous avons rassemblé des désignations de produits cosmétiques le plus souvent dans des publicités de magazines féminins français. La plupart ont été trouvées dans des numéros de *Marie Claire* dont la majeure partie remonte au milieu des années 1990, mais toute la décennie des années 1990 et le début des années 2000 sont représentés. L'autre source principale est *Marie France* dont les numéros dépouillés datent du tournant du siècle. Des exemples sporadiques proviennent de *Madame Figaro*, d'*Elle Décoration* et d'un autre magazine de décoration et design, *Marie Claire Maison*. Quelques numéros de *Vogue* datent des années 1970 et 1980.

Lorsque les publicités de certains fabricants en certaine saison présentent les mêmes produits dont les boîtes et les emballages sont photographiés et qu'on peut y lire les désignations des produits, la langue du magazine n'est pas cruciale. Partant, il a été possible d'utiliser des magazines finlandais, comme *Me Naiset* et *Anna*, également. Le texte publicitaire, en dehors des emballages, contient plus rarement des expressions qui soient intéressantes pour ce travail. Les cas où les syntagmes étudiés ont été trouvés dans le texte d'une publicité française qui ne sont pas des désignations de produit, sont mentionnés explicitement.

Outre les publicités de magazines, les produits cosmétiques (ainsi que les brochures de divers fabricants) sont visibles dans les grand magasins. Si nous n'avons trouvé qu'un simple produit à vendre dans un magasin sans publicités ou brochures, le temps et l'espace où il a été observé, sont mentionnés.

Outre les magazines datés principalement des années 1990, nous avons parcouru quelques rares numéros disponibles du magazine *L'art et la mode* qui ont paru à la fin des années 1940 et au début des années 1950. L'objectif a été de trouver des changements linguistiques entre les textes de différentes époques, ainsi que d'analyser la manière d'exprimer les qualités et les propriétés des produits examinés.

Les désignations des produits sont écrites de différentes manières en ce qui concerne leur caractère. Parfois, dans le cas où ce sont plusieurs mots qui composent la désignation d'un produit, tous les mots commencent par des majuscules. En revanche, il y a d'autres noms de produit où seulement la première lettre est une majuscule. D'ailleurs, très souvent, c'est tout le syntagme qui est écrit en lettres capitales. Afin d'uniformiser cette instabilité graphique dans cette étude, nous avons décidé d'écrire uniquement la première lettre des désignations de produit en majuscule.

Les désignations étudiées ne fournissent pas de liste exhaustive au sein du domaine des produits cosmétiques d'aujourd'hui mais elles contiennent cependant presque cinquante marques déposées, y comprises toutes les marques mondialement connues.

La classification des syntagmes traités se conforme à celle de Michèle Noailly présentée dans son livre *Le substantif épithète* (1990). Les restrictions qu'a faites Noailly spécialement dans la classe de complémentation, n'ont pas néanmoins été suivies parce que notre corpus se limite à un seul domaine, les cosmétiques, et que nous nous sommes intéressée à tous les syntagmes nominaux rencontrés.

3. Notions de base

L'objet d'intérêt de ce travail porte sur les substantifs qui peuvent être reliés à un autre substantif librement au moyen de l'asyndète. Les *noms composés* ont parfois une structure semblable. Afin de distinguer d'un côté les syntagmes nominaux et, de l'autre, de découvrir les similitudes entre les noms composés et les *syntagmes nominaux libres*, nous examinerons dans ce chapitre les limites et les caractéristiques de ces notions. Il importe aussi de définir la notion de *mot*.

3.1. Le mot

Le *mot* peut être défini de plusieurs façons : graphiquement, phonétiquement, sémantiquement et lexicographiquement (Wilmet 1997 : 36). Il est alors difficile de formuler une définition succincte du mot. La définition graphique veut simplement dire que c'est une suite de lettres entre deux espaces et elle peut correspondre à des unités diverses. Selon Apothéloz (2002 : 9) le mot coïncide soit avec un morphème (voir aussi ci-dessous), soit avec un assemblage de morphèmes et parfois il ne correspond à aucune unité porteuse de signifié comme *fur* dans *au fur et à mesure*.

La définition phonétique, suite de phonèmes entre les pauses, n'est pas pertinente dans ce contexte et, en plus, le français n'a pas d'accent de mot mais de groupes de mots, c'est-à-dire un accent syntagmatique. Par contre, le point de vue sémantique pourrait servir de critère définitoire. Selon Chevalier et al. (1983 : 11) « le mot est la plus petite unité qui corresponde à un sens ». Cette définition est contestable. Riegel et al. (1999 : 5), entre autres, constatent que « les unités de première articulation [du langage humain] sont généralement appelées *morphèmes* pour les distinguer des *mots*, qui sont souvent des morphèmes, mais qui peuvent aussi être formés de deux ou de plusieurs morphèmes ». Apothéloz (2002 : 3) le pose clairement : « Un morphème est la plus petite unité formelle dotée d'un sens ; on dit aussi que c'est une unité significative minimale ». Il ajoute qu'un morphème peut avoir soit un contenu lexical soit un contenu grammatical ou « fonctionnel » (ibid. : 4). Wilmet (1997 : 40), quant à lui, donne l'exemple d'un mot à trois morphèmes, *antipathiquement*. Il (ibid. : 39) constate aussi qu'un *mot sémantique* peut inclure plusieurs mots graphiques, par ex. *de bon aloi* et *chaise longue*. La notion de *mot sémantique* est alors discutable et sera traitée plus bas.

La difficulté de définir le mot avec rigueur est illustrée par Apothéloz (2002 : 6-8). Il préfère l'emploi de critères distributionnels dont la cohésion interne du mot. Il présente trois critères pour la mettre en évidence. Le premier critère est la stabilité interne, c'est-à-dire les morphèmes ne peuvent pas être déplacés ou permutés au sein d'un mot, p.ex. *tristement*, pas *ment-triste. Le deuxième critère est, selon lui, la mobilité de position. L'exemple pas très typique mais tout à fait compréhensible est *Tristement miaulait le chat*. Le fait que l'ordre de l'article défini et le substantif *chat* ne peut pas être changé,

le critère de non-séparabilité des constituants est relativisé par la possibilité d'insérer un mot entre les deux constituants, p.ex *le petit chat*.

Le mot est l'unité lexicale par excellence. Or, selon Baschung (1999 : 219) « il y a une différence radicale entre l'*unité lexicale*, qui est une entité théorique destinée à représenter les rapports son/sens, et le *mot*, qui est traditionnellement une donnée à représenter». En revanche, Niklas-Salminen (2005 : 13) juxtapose ces termes bien qu'elle reconnaisse que

la notion traditionnelle de mot est l'une de celles qui ont tendance à solliciter le plus constamment l'attention des linguistes. Cette notion, qui semble être familière et évidente pour le grand public, constitue pour le linguiste une source de difficultés théoriques considérable.

Selon elle (ibid. : 13-14), la définition rigoureuse du mot est possible uniquement au niveau graphique (voir aussi Arrivé et al. 1986 : 393).

Malgré ses défauts, le *mot* restera la notion métalinguistique sans doute la plus fréquente. La longue tradition d'écriture, les dictionnaires, les règles orthographiques, etc., ont consolidé le statut de la notion de *mot*. (Apothéloz 2002 : 10). Seulement dans les situations où les concepts plus précis sont revendiqués, il doit céder sa place aux termes grammaticalement et linguistiquement plus exactes.

3.2. Le mot composé

La notion de mot composé est au moins aussi imprécise que celle du mot. Tous les chercheurs s'accorderaient qu'il en existe plusieurs sortes. Par contre, les étendues des sous-groupes sont discutées vivement. En deuxième lieu, la dénomination destinée à référer à ce qui est habituellement compris comme un nom composé, varie également. Selon Noailly (1990 : 17), André Martinet¹ l'appelle *synthème*, Bernard Pottier² *lexie complexe*. Riegel (1988 : 135) énumère d'autres appellations : *l'unité de l'image*, *l'idée unique* (Arsène Darmesteter)³, *l'impression d'une idée unique* (Charles Bally)⁴, *désignation constante et spécifique* et *caractère unique et constant du signifié* (Émile

¹ Probablement l'ouvrage de 1967, André Martinet : *Éléments de linguistique générale*, 4^e tirage, mais Noailly n'a pas désigné dans quel des trois livres de Martinet se trouve l'appellation concernée.

² Bernard Pottier (1969). *Introduction à l'étude des structures grammaticales fondamentales*.

³ Arsène Darmesteter (1894). *Traité de la formation des mots composés en français*.

⁴ Charles Bally (1950). *Linguistique générale et linguistique française*.

Benveniste)⁵, *l'image unique et sentie comme une unité de pensée* (Maurice Grevisse) ; il critique toutes ces expressions et les considère comme triviales et erronées.

Marcellesi (1977 : 191) définit les composés de la façon suivante : ils ont deux ou plusieurs racines et leurs formations sont : nom + nom apposition (*porte-fenêtre*), nom + préposition + nom (*croc-en-jambe*), nom + nom complément (*timbre-poste*), nom + adjectif (*terre-plein*), adjectif + nom (*rouge-gorge*), verbe + nom (*abat-jour*) et verbe + préposition + nom (*tire-au-flanc*). Selon l'auteur, la tradition ne considère pas les suites (notamment nom + préposition + nom) comme des composés, « quand les mots qui les forment ne sont pas reliés par des traits d'union (*pomme de terre, chemin de fer*) » (ibid.). D'après lui, ils sont pourtant de « véritables unités lexicales » et il est admis que « certains dictionnaires les enregistrent comme telles » (ibid.).

Les mots composés qui nous intéressent dans ce contexte sont ceux qui ressemblent aux syntagmes nominaux libres. Dans l'énumération ci-dessus, ils sont surtout : nom + nom apposition, nom + nom complément ainsi que nom + préposition + nom. Certains cas, où un nom détermine un adjectif (adjectif + nom, du type *vert bouteille*), peuvent également fournir une comparaison intéressante. La distinction entre les noms composés et les séquences mentionnées plus haut n'est pas faite par tous les linguistes.

La problématique de la définition de *mot composé* et de *syntagme* est traitée, entre autres, par Mitterand (1992 : 48). Il discerne aussi la notion *recomposé*⁶ qui comporte « au moins un radical privé de toute possibilité d'autonomie dans un énoncé français ». Ces radicaux proviennent souvent du latin ou du grec. La dénomination *composition savante* est aussi utilisée. Elles sont fréquentes dans la langue française ainsi que dans les autres langues européennes. L'élément *anti-* est commun dans notre corpus et dans le domaine des cosmétiques : *Anti-rides yeux-lèvres* (YSL), *Soin fortifiant anti-pollution* (Galénic). Un autre élément grec est *lipo-* : *Gel spécifique cellulite liporéducteur restructurant* (Galénic). *Ultra-* et *multi-*, en revanche, sont des éléments latins : *Concentré jour ultra-matifiant* (Clarins) et *Multi-régénérante jour* (Clarins).

Selon Mitterand (1992 : 50) et Spence (1969 : 6), les critères sémantiques pour distinguer les mots composés et les syntagmes sont imprécis et subjectifs. Uniquement

⁵ Émile Benveniste (1966). *Problèmes de linguistique générale, I*.

⁶ André Martinet a lancé le terme *recomposition* d'où Henri Mitterand a créé le mot *recomposé*.

les critères morphologiques, fonctionnels et statistiques sont suffisants et acceptables. Des exemples de vrais noms composés chez Mitterand sont p.ex. *bonhomme* (*bon* ne peut pas être au comparatif), *pomme de terre* (peut être remplacé par *carotte*, un mot simple) et *la question désarmement* (le deuxième élément est sans déterminant et il est en fonction de complément ou d'apposition). Effectivement, Spence (1969 : 15) reste sceptique sur ces critères formels, également. Selon lui, p.ex. les critères utilisés à l'égard de *pomme de terre* s'appliqueraient aussi bien à *force de frappe* que Mitterand (1992 : 62) inclut parmi les locutions.

Le problème n'est pas récent ; au moins depuis Darmesteter,⁷ les linguistes cherchent une définition unique, sémantique ou syntaxique, de la composition nominale (Gross 1988 : 58). Lorsqu'on parle de *l'idée unique* par exemple, on recourt à une définition sémantique qui est fort critiquée par Gross (ibid : 59). Il estime que cette définition est problématique « même dans le cas de noms simples, [...] qui ne comportent pas de blanc ». Il est prêt à rejeter l'analyse de contenu quant à la définition de la composition. Comme exemple, il offre le mot *colline* qui, selon lui, correspond à deux idées simples : *relief d'altitude modérée*. Riegel (1991 : 154) critique fort l'analyse de Gross et se pose la question de savoir ce que prouvent ses exemples. Il est facile de partager l'opinion de Riegel parce que tous les mots peuvent être décrits par d'autres termes qui prennent divers aspects de l'objet en question.

En revanche, si nous prenons p.ex. *pomme de terre*, un certain signifié généralement connu, nous ne pouvons pas choisir un autre mot français pour ce tubercule comestible sans risque d'être mal compris. Gross (1988 : 59) présente son point de vue, entre autres, par le mot *gare* qui est un mot simple en français, mais son équivalent allemand est un nom composé écrit en un mot (*Bahnhof*) et celui de l'anglais écrit séparément (*railway station*). Les différentes langues sont toujours faiblement comparables ; il y a des langues qui emploient plus de mots composés que les autres, p.ex. dans la langue finnoise ils sont très fréquents. Quant à ce dernier exemple, nous avons le mot avec trois composants écrits en un seul mot (*rautatiasema*).

Bosredon et Tamba (1991 : 40) formulent le problème de cette façon : « les noms composés équivalent, pour leur sens, à des noms simples, et, pour leur forme, à des

⁷ Darmesteter, Arsène (1874). *Traité de la formation des noms composés*.

syntagmes nominaux ». Il s'agit alors d'une interprétation sémantique chez eux, également.

Une définition réussie pour le mot composé est donnée par Nina Catach⁸ (cité par Noailly 1990 : 19) : « Le mot composé est en fait un microsyntaxme lexicalisé d'un degré de cohérence incomplète moindre que celle du mot ». Gross (1988 : 62) partage cet avis : « Par composition, on entend un certain degré de figement de la relation qui existe entre éléments composants ». Il a rédigé une typologie des noms composés (ibid. : 61-62) consistant en 26 différents types (dont un type est NN, p.ex. *café-filtre*, *cheval-vapeur*). Tous les autres linguistes n'adhèrent pas à cette conception. Riegel (1991 : 152) prétend qu'en identifiant la composition et le figement entre les éléments Gross, en fait, entraîne « l'éclatement de la notion même de *mot composé* ».

3.3. Le nom et ses compléments

Le nom et le substantif sont des termes traités en général comme synonymes et ils sont employés alternativement dans les sources (Wilmet 1997 : 48, Riegel et al. 1999 : 167) utilisées dans le présent travail. À l'origine, le terme *nom* est plus exhaustif. Il est présenté de la manière suivante dans *Le Nouveau Petit Robert* (s.v. *nom*):

[Nom] Catégorie utilisée par les grammairiens latins et classiques et reprise par certains grammairiens modernes, comprenant le nom au sens 1 (nom substantif), l'adjectif et le pronom (nom adjectif) et parfois certaines formes verbales (noms verbaux : infinitifs, participes).

Riegel et al. (1999 : 168) se réfèrent au même aspect constatant que traditionnellement on a regroupé les substantifs et les adjectifs sous le terme de *nom*. On parlait des noms substantifs et des noms adjectifs. Wagner et Pinchon (1991 : 129), cependant, posent que : « Les adjectifs appartiennent à la classe des noms. Ce sont des mots d'espèce variable ». Selon Riegel et al. (1999 : 168) les noms désignent directement des substances, dont l'existence est autonome tandis que les adjectifs dénotent des propriétés de ces substances.

Le nom peut avoir différents compléments ou modificateurs qui lui donnent des caractéristiques supplémentaires. Lorsqu'un adjectif qualifiant un nom y est relié

⁸ Catach, N. (1981). *Orthographe et lexicographie*, t. II : *Les mots composés*.

directement soit en antéposition soit en postposition, il s'agit d'une épithète. Selon Maingueneau (1999 : 79) l'épithète restreint l'extension d'un nom (cf. l'apposition plus loin). Les épithètes sont le plus souvent des adjectifs ou des groupes adjectivaux mais parfois les substantifs prennent le rôle d'adjectifs épithètes. Ils sont reliés à d'autres substantifs sans liaisons et en décrivent une propriété. L'appellation *substantif épithète* est utilisée surtout par Noailly (1990) mais non pas par elle seule (cf. Chevalier et al. 1983 : 188).

L'adjectif relationnel est, lui aussi, une épithète (Noailly 1990 : 12, 176), toujours postposé et n'ayant jamais la fonction d'attribut. Il est même appelé *pseudoadjectif*⁹ (Noailly 1990 : 115) grâce à son comportement différent des adjectifs qualificatifs. On ne peut le mettre en degrés ni le détacher au début de la phrase par une virgule (c.-à.-d. le mettre en apposition). Il peut aussi être paraphrasé par un groupe prépositionnel, p. ex. *une faute grammaticale* vs. *une faute de grammaire* (Gross 1988 : 69 ; cf. Wagner et Pinchon 1991 : 131, Wilmet 1997 : 95). Maingueneau (1999 : 77) insiste que son usage « se développe de plus en plus en français contemporain ». Dans une certaine mesure, l'adjectif relationnel peut être considéré comme une forme intermédiaire entre l'adjectif et le substantif épithète.

Nous laisserons de côté dans ce travail les autres types de compléments de nom comme les subordinées relatives et complétives ainsi que leurs réductions infinitives. Les compléments se formant avec une préposition seront traités afin de les comparer avec des constructions directes.

4. Les syntagmes codés et libres

Les similitudes et les différences entre les noms composés et les syntagmes libres ont déjà été abordées ci-dessus. La structure morphologique des deux catégories peut être identique. Nous nous intéressons aux séquences de deux substantifs consécutifs, voire à celles de deux noms consécutifs, au sens large, où il y a un substantif comme composant postérieur. La présence d'une préposition entre les noms est possible dans chacun de ces cas mais elle n'est pas évidente ou stable, comme nous le verrons plus bas.

⁹ Bartning, I. (1976). *Remarques sur la syntaxe et la sémantique des pseudoadjectifs dénominaux en français*.

La cohérence entre les noms qui composent un groupe nominal varie circonstanciellement. Il y a des groupes dont les éléments sont figés selon tous les usagers de la langue, mais il y en a beaucoup d'autres dont la grammaticalité est jugée différemment par les locuteurs. Par ex., Noailly (1990 : 20) incline à penser qu'il existe une échelle de cohérence entre les noms. Il n'est pas aisé de définir le statut d'un groupe nominal ce qui sera illustré ci-dessous au moyen de tests que Riegel (1988 : 136-138) a présentés dans son article.

Les mots composés sont des « séquences nominales intuitivement senties comme codées » (Riegel 1988 : 135). Cet encodage veut dire qu'elles sont préconstruites ainsi que des mots simples. La différence entre les mots composés (constructions préconstruites) et les séquences nominales libres est que ces dernières doivent être comprises ou interprétées. Niklas-Salminen (2005 : 22) a le même point de vue : elle constate que les mots composés doivent être reproduits tels quels, en bloc, tandis que les éléments des syntagmes libres, ainsi que ceux des phrases, « peuvent être choisis, déplacés et intervertis à volonté, dans les limites de la grammaticalité et de la sémantique ».

4.1. Les tests classiques

Riegel (1988 : 136) décrit les tests au moyen desquels il a été traditionnellement examiné si un groupe de noms est préconstruit, c'est-à-dire une séquence codée, ou si ce groupe est seulement discursivement construit. Il les appelle *tests classiques*. Marcellesi (1977 : 191) ne considère pas même *pomme de terre* comme un nom composé mais comme une suite de constituants parce que les éléments ne sont pas reliés par un trait d'union.

L'emploi du trait d'union est un moyen de tester le statut des noms composés. Toutefois, il peut être utilisé, selon Riegel, seulement afin de créer une impression d'unité. La cohésion artificielle de ce genre est visible dans deux cas choisis dans notre corpus. Le sous-titre d'une publicité de Klorane s'appelle *Brillance-Beauté* (Klorane), et le texte continue : « Ce soin éclat se vaporise sur cheveux humides ou secs. [...] Souples, lustrés, ils affichent l'éclatante brillance de la bonne santé ». La même manière de relier deux noms figure chez une autre marque, Clarins. Le texte de la publicité sur le produit *Multi-active nuit* nous informe : « Pour encore plus d'*efficacité-beauté*, Multi-

Active Nuit utilise les vertus aromathérapeutiques de plantes au pouvoir relaxant». Malgré l'emploi du trait d'union ces tournures ne peuvent guère être considérées comme des syntagmes figés, et encore moins comme des mots composés. Dans chacun des cas *beauté* complète le nom précédent. Le premier cas présente la *brillance* à laquelle réfère le texte qui suit. L'épithète *éclatante* et l'impression donnée sur la bonne santé des cheveux réfèrent à la conséquence, la beauté. Il y a un rapport de cause à effet qui est renforcé par le trait d'union. L'autre exemple, *efficacité-beauté*, est encore plus surprenant. Il est difficile d'affirmer que *beauté* complèterait *efficacité* mais il n'y a guère de coordination non plus.

Les tests de substitution et celui de commutation peuvent être considérés soit comme deux tests différents soit comme un seul test. Cela dépend de la dénomination faite par le chercheur. Riegel (1988 : 136) décrit ce test au moyen de l'exemple où un mot simple et une séquence sont interchangeable et même synonymes : *oiseau-mouche / colibri* et d'un autre côté, par la substitution : *beau petit chapeau rouge* est réductible à la tête de cette séquence, *chapeau*. Les deux exemples ne sont pas très heureux parce qu'ils représentent des cas spéciaux. D'habitude, la substitution concerne des paires appartenant à la classe d'équivalence et le lecteur peut constater que la syntaxe de la phrase demeure inchangée, p.ex. *J'ai mangé deux pommes de terre / carottes*. Ce test est présenté par plusieurs autres chercheurs dont Picoche (1984 : 16) et Niklas-Salminen (2005 : 73). Cette dernière l'appelle « critère de commutation ».

Un autre critère des tests classiques pour déterminer la nature d'une séquence codée est, selon Riegel (1988 : 136), la propriété dite d'« insécabilité ». Il est évident qu'il s'agit du même test que Niklas-Salminen (2005 : 73) nomme *critère d'inséparabilité* et Noailly (1990 : 18) *argument syntaxique*. Le but est de voir s'il est possible d'ajouter un mot entre les noms qui forment un groupe nominal. L'exemple souvent utilisé est *une chaise longue* vs. *une chaise plus longue*. La préposition peut changer le sens d'une suite nominale: *un paquet cadeau* vs. *un paquet de cadeaux*. Si un mot supplémentaire est inséré, l'idée d'un seul signifié se brise. Or, bien que les éléments de ces séquences soient inséparables, on ne peut pas, selon Riegel (1988 : 136), en tirer la conclusion qu'il s'agit d'une construction codée parce que la même restriction concerne certaines séquences discursivement construites comme, par exemple, un adverbe et un adjectif (*très intéressant*) ainsi qu'un nom et un adjectif relationnel (*chaleur solaire*).

Le test suivant est la détermination globale. Cela veut dire qu'un mot, le plus souvent un adjectif, qui modifie un nom composé, porte sur l'ensemble, pas sur l'un des éléments, par ex. *bonne pomme de terre* tandis que **pomme de bonne terre* est inacceptable ainsi que **pomme de jaune terre* (Riegel 1988 : 136). Un exemple de ce genre dans notre corpus est *Crème de jour protectrice* (Givenchy). *Protectrice* qualifie la suite usuelle *crème de jour*. Dans un autre exemple, *Crème anti-rides de jour* (Chanel), cette séquence est rompue par un adjectif. Pouvons-nous en tirer la conclusion que *crème de jour* n'est pas une séquence codée ?

Le test paraphrastique fait partie des tests classiques (Riegel 1988 : 137). Dans le cas d'une construction codée, N₁ peut remplir la fonction d'hyperonyme qualifié par N₂. (*Pierre a un chien-berger. Ce chien...*). Cet exemple n'est pas toutefois heureux. Si nous avons une séquence comme *Pierre a une voiture rouge*, la situation serait la même. Nous pourrions continuer : *Cette voiture est luxueuse*.

Selon Riegel, les tests classiques ne révèlent que la cohérence des séquences N₁-N₂ mais ils ne clarifient pas suffisamment leur caractère codé. Les cas extrêmes peuvent être vérifiés, mais les séquences en voie de lexicalisation restent problématiques bien qu'elles soient les cas les plus intéressants. C'est la raison pour laquelle il est nécessaire d'avoir recours à d'autres types de tests.

4.2. Les tests référentiels

Riegel (1988 : 137-138) présente quatre tests référentiels qui peuvent être utilisés pour tester si une séquence nominale est codée ou construite. Le premier test se réalise par la question *Quel est le nom de... ?* Si la construction est codée on ne peut pas poser cette question de façon naturelle. La réponse à la question *Quel est le nom de wagon-restaurant* serait *wagon-restaurant*, c'est-à-dire le nom tout court. En revanche, une construction non codée peut avoir une réponse raisonnable : « *Comment s'appelle un arbre nain ? Un arbre nain s'appelle un bonsai* » (ibid. : 137).

Il est plus difficile d'effectuer ce test dans le domaine de la cosmétique parce qu'on peut imaginer que la réponse est un nom propre : *Comment s'appelle un gel douche ?* La réponse pourrait facilement être : *Il s'appelle Fragonard*, ce qui n'est pas l'intention du test. D'un autre côté, la réponse pourrait être : *Un gel douche s'appelle un gel douche*.

Si c'est le cas, *gel douche* serait alors une construction codée. Malgré sa fréquence dans le commerce cette construction ne se trouve pas p.ex. dans *Le Nouveau Petit Robert* (1996) ni dans *Le Trésor de la langue française informatisé* (désormais TLF) (<http://atilf.atilf.fr/tlf.htm> 4.12.2009). Ce dernier donne des exemples extraits du monde de la cosmétique : *gel teinté, coiffant, traitant* et *moussant*, donc des adjectifs épithètes, mais non des séquences de deux substantifs. S'agit-il d'un degré insuffisant de lexicalisation ? Si la question était : *Comment s'appelle un gel pureté* (Chanel) ou *un gel clarté* (Lancôme) ?, on n'aurait pas la même réponse. De toute évidence, il ne s'agit pas ici de constructions codées. Nous pouvons en déduire qu'une séquence nominale étant suffisamment libre ne sert pas de réponse à cette question.

Deuxièmement, on peut poser la question *C'est quelle sorte de N_n ? / C'est quoi comme N_n ?* où N_n représente l'hyperonyme de N : *C'est quelle sorte de légume ?* La réponse est son hyponyme : *C'est un chou-fleur*. Seules les constructions codées peuvent donner une réponse adéquate (Riegel 1988 : 138).

Conformément à cette méthode nous pouvons répondre à la question : *C'est quelle sorte de gel ?* par *C'est un gel douche*. Mais considérons la question suivante : *C'est quelle sorte de crayon ? C'est un crayon yeux, un crayon lèvres* (Chanel). La réponse est grammaticalement et pragmatiquement acceptable. *Crayon yeux* et *crayon lèvres*, sont-ils alors des séquences nominales codées ? Ils sont en tout cas plus clairs que *Crayon effets multiples* (YSL)¹⁰, qui est certainement une séquence nominale libre.

Une autre manière de tester la nature codée d'une construction est de vérifier s'il est possible de dire "le mot N" (p.ex. le mot *chou-fleur*). Cette séquence n'est possible que dans le cas d'une construction codée ; autrement il s'agit d'une *expression* (Riegel 1988 : 138). Il (Riegel 1991 : 151) donne l'exemple *nœud papillon* et maintient qu'il s'agit d'un mot : « Le mot *nœud papillon* comporte treize lettres ». Il est rejoint par Bosredon et Tamba (1991 : 44) qui, en analysant les noms composés *verre à pied* et *moule à gaufres*, arrivent à la même conclusion : « deux noms = un nom ».

¹⁰ Cet exemple d'YSL a été pris de la publicité d'un magazine, mais il est resté sans renvoi bibliographique. Il se trouve pourtant sur le site internet allemand, Einträge für April 1999, <http://www.beauty-and-more.de/archives/1999/04.html> 4.12.2009.

Suivant la méthode de Riegel, on peut se poser la question de savoir si on peut dire le mot *gel douche* (p.ex. Nivea) ou le mot *crème à mains* (Mavala) ? Certainement, il y a des linguistes qui répondraient par l'affirmative et il y en a d'autres qui s'opposeraient à cette manière de voir le problème. Nous inclinons à partager cette dernière opinion, parce que le critère est toutefois assez délicat et peut mener à un cercle vicieux. Il dépend de la définition du mot, toujours très difficile et controversée.

Le quatrième test référentiel chez Riegel (1988 : 138) offre une possibilité de dénier la propriété de N₂ dans certains cas si la construction est codée. Il soutient son point de vue par l'exemple suivant : *Cet abri-bus n'est pas destiné à des passagers de bus, mais à des clients de taxis*. L'expression *abri-bus* est tellement consacrée par l'usage que cet objet reste reconnaissable bien que le sens référentiel du complément qui devrait modifier N₁ soit dénié dans la phrase. Au contraire, il ne serait pas possible de dire : *Ce fut un meeting monstre où il n'y avait pratiquement personne* (ibid. : 138). Il semble que les séquences codées supportent des traitements même durs tandis que les expressions construites ne laissent pas une telle liberté. D'un autre côté, il serait plus difficile de dénier N₂ de *wagon-restaurant* ou *homme-grenouille* qui sont toutefois des constructions codées¹¹.

4.3. L'apposition

L'apposition est une construction qui semble, au premier regard, n'avoir rien à voir avec des séquences codées ou libres. Selon le *Dictionnaire de linguistique* (2001 : s.v. *apposition*)

Il [le terme *apposition*] s'applique toujours au mot ou au groupe de mots qui, placé à la suite d'un nom, désigne la même réalité que ce nom, mais d'une autre manière (identité de référence) et en est séparé par une pause (dans la langue parlée) et une virgule (dans la langue écrite) : ainsi *chef-lieu de la Corse* est en apposition dans *Ajaccio, chef-lieu de la Corse, est la ville natale de Napoléon*.

D'après Maingueneau (1999 : 80), l'apposition « ajoute une précision sur un référent qui a été construit antérieurement [...] Dans l'interprétation appositive l'antécédent constitue à lui seul une désignation complète ». Elle est souvent séparée d'un autre segment par une virgule et on peut la supprimer sans changer le sens de la phrase.

¹¹ Les premières mentions de *wagon-restaurant* datent de 1873, d'*homme-grenouille* 1960 et d'*abribus* 1974 selon la partie étymologique du *Nouveau Petit Robert* (1996).

Il existe néanmoins d'autres conceptions sur l'apposition. En fait, il règne un véritable flottement terminologique. Il est facile de partager l'avis de Neveu (2000 : 3) : « L'apposition est une catégorie fonctionnelle qui peut être parmi les plus récalcitrantes de la grammaire traditionnelle ». Combettes (1998 : 16) préfère abandonner le terme *apposition* au profit de *construction détachée*.

Arrivé et al. (1986 : 69), quant à eux, présentent huit groupes d'appositions :

- (i) le roi Louis XIV ; le poète Chatterton
- (ii) un discours fleuve ; un employé modèle ; une femme médecin ; un style nouille
- (iii) la ville de Paris et celle de Lyon ; le mois de janvier
- (iv) le terme d'analogie et celui d'anomalie ; la vertu de charité et celle de tolérance
- (v) cette canaille de Paul ; cet imbécile de gendarme
- (vi) le préfet, un colosse, sortit de la voiture
- (vii) Jean, ce crétin, aura encore manqué son train
- (viii) maire de mon village, j'y passe trois jours par semaine

Le groupe (ii) est le plus intéressant du point de vue des objectifs de ce travail. Les auteurs constatent que « les noms apposés — toujours sans pause ni virgule — ne sont pas déterminés ; ils prennent une valeur qualificative proche de celle de l'adjectif et peuvent parfois s'accorder (*des employés modèles*) ou prendre une marque de degré (*un style très nouille*) » (ibid.). Ce sont des cas identiques à ceux que Noailly (1990) appelle « substantif épithète ». En fait, le groupe (i) chez Arrivé et al. (1986 : 69) est l'équivalent de l'identification du substantif épithète de Noailly qui (1990 : 133) commente l'exemple *le président Pompidou*. Des exemples pareils sont présentés également dans le *Dictionnaire de linguistique* (2001 : 46) : *le professeur Durand*, *le mont Pélion*. Nous traiterons les exemples de ce genre dans le chapitre 5.4.

Par contre, Noailly (2000 : 46) constate, qu'il existe « certains tours liés, naguère encore baptisés de même «appositions», comme *la ville de Paris*, *le mot de «trésor»* ou *ce coquin de valet* » qui sont à distinguer nettement des appositions. Selon elle, seules les constructions où les deux segments sont séparés par un signe de ponctuation (virgule, deux points, parenthèses), sont aujourd'hui comprises comme appositions.

La raison pour laquelle des séquences comme *la ville de Paris* relèvent toujours de la notion d'apposition chez certains auteurs a une justification historique. Les grammaires latines du XVI^e et XVII^e siècle comprenaient des constructions comme *urbs Roma* où le nom commun et le nom propre sont au même cas et on l'appelait *apposition* (Neveu

1998 : 22). En français, cette construction se construit avec la préposition *de*. La confusion terminologique peut être due tout simplement à une tendance conventionnelle de certains auteurs de parler de substantifs en apposition ou en position appositive. P.ex. *Le Nouveau Petit Robert* (1996) donne ces étiquettes à plusieurs types de constructions. Les cas où un substantif en détermine un autre, sont facilement compris comme une sorte d'apposition. D'autres chercheurs, en revanche, les considèrent comme des constructions tout à fait différentes, à savoir des cas de substantif épithète.

5. Le substantif épithète

Les mots composés sont préconstruits et présentés comme entrées dans les dictionnaires, comme nous l'avons vu auparavant. Parmi eux les séquences de deux substantifs adjacents constituent un sous-groupe. Un syntagme binominal construit de deux substantifs (ou parfois de plusieurs) dont l'un détermine l'autre peut être construite occasionnellement. Le deuxième substantif peut alors s'appeler substantif épithète. Chevalier et al. (1983 : 188) sont pratiquement les seuls, en plus de Noailly (1990), qui emploient ce terme. Le *Dictionnaire de linguistique* (2001 : s.v. *épithète*) traite ces constructions en partie de la même façon :

On appelle *épithète* toute unité qui détermine sans mot de liaison un substantif ou un équivalent du substantif. De ce point de vue, les appositions sont aussi des épithètes, mais la nomenclature traditionnelle a réservé le terme d'*épithète* à une des fonctions de l'adjectif ou des équivalents de l'adjectif.

Dans cet ouvrage, l'attention est prêtée à des adjectifs aussi bien dans la définition que dans la distinction sémantique des épithètes :

- (i) *l'épithète de nature* ; une caractéristique permanente (*les vertes prairies*)
- (ii) *l'épithète de caractère* ; une qualité individualisante (*le bouillant Achille*)
- (iii) *l'épithète de circonstance* ; une qualité occasionnelle (*une remarque astucieuse*)

Bien que les constructions directes croissent en nombre aujourd'hui (cf. Noailly 1990 : 13, 95), elles posaient des problèmes déjà au XIX^e siècle. Darmesteter (1875¹², cité par Noailly 1990 : 94) écrit de

¹² Darmesteter, A. (1875). *Traité de la formation des noms composés dans la langue française comparée aux autres langues romanes et au latin*.

[...] deux noms dont l'un se trouve au génitif ou au datif par ellipse de la préposition. Les rares formations qu'on lui doit ont une apparence singulière, étrange, qui étonne dès l'abord ; elles semblent dépayssées au milieu de la langue.

Mais il se montre plus tolérant deux ans plus tard¹³ ; tout en trouvant les phrases contenant cette construction « barbares » et « monstrueuses » (cité par Noailly 1990 : 95), il admet que :

[...] on doit se dire que de pareilles ellipses pour être possibles ne doivent pas être contraires à l'esprit de la langue. Il faut en conclure que la suppression de la préposition n'est pas contraire à l'esprit français.

Beaucoup plus récemment, dans les années 1960, C. Rohrer¹⁴ constate (cité par Noailly 1990 : 95) que ces expressions sont peu productives et que « la construction sans préposition [...] est en français pratiquement toujours non grammaticale ». Noailly, pour sa part, la considère « très productive » et « de plus en plus en usage » (ibid. : 95). Un coup d'œil sur les quotidiens et surtout sur les publicités soutient le point de vue de Noailly. Il y en a d'autres (p.ex. Marchand¹⁵, cité par Noailly 1990 : 99) qui éludent le problème de l'appellation de cette construction et de l'emploi des prépositions en constatant que :

« Nous pourrions toujours faire des classifications ; mais il faudrait garder à l'esprit que la catégorie de composition n'a pas besoin de classification. Qu'une chemise de nuit (*night shirt*) soit une chemise pour la nuit ou une chemise portée la nuit n'a aucune importance. »

Un exemple d'Alain¹⁶, présenté par Chevalier et al. (1983 : 188) montre qu'on a attaché de l'importance à ce type de constructions il y a déjà longtemps : « *L'instinct tortue* dépasse la *science lièvre* ». Les substantifs *tortue* et *lièvre* fournissent aux substantifs antécédents la qualification qu'auraient pu former les adjectifs qualificatifs *lent* et *rapide*. Sans tenir compte de la dénomination confiée à cette construction grammaticale, le phénomène n'est pas inconnu pour d'autres chercheurs, p.ex. Riegel et al. (1999 : 186), qui le traitent avec beaucoup d'exemples sous le titre « Les noms épithètes ». *Le Nouveau Petit Robert* (s.v. *adjectivement*) se réfère à ce genre d'utilisation d'un substantif : « Dans un emploi d'adjectif. Substantif employé adjectivement ou nom

¹³ Darmesteter, A. (1877). *De la création actuelle de mots nouveaux dans la langue française et des lois qui la régissent*.

¹⁴ Rohrer, C. (1967). *Die Wortzusammensetzung in modernen französisch*.

¹⁵ Marchand, H. (1966). *The categories and types of present-day English word-formation*.

¹⁶ Alain (Émile Chartier), 1868-1951, essayiste et philosophe.

épithète. » Nous pouvons aussi voir que les dénominations *nom épithète* ou *substantif épithète* sont des noms épithètes eux-mêmes.

Les emplois métaphoriques comme ci-dessus ne sont qu'un type spécial de substantif épithète mais on peut y voir que l'un des substantifs est le nom tête et l'autre est celui qui le qualifie ou détermine, d'une manière ou d'une autre. Si l'on parle de N_1N_2 , on peut dire que N_2 n'a plus les caractéristiques d'un substantif car il n'est jamais précédé d'un article et il est souvent difficile de l'imaginer qualifié par un adjectif épithète. N_2 est le déterminant de N_1 et ce statut prescrit l'ordre de ces mots : déterminé-déterminant (Noailly 1990 : 24) comme presque toujours en français.

Le rapport sémantique que maintient un substantif avec celui qu'il détermine n'est pas toujours le même. Il peut le qualifier ou le compléter. Les substantifs peuvent aussi avoir un statut égal. La catégorisation de ces substantifs que nous devons à Michèle Noailly (1990) sera présentée dans le chapitre suivant.

5.1. Qualification

Deux substantifs adjacents dont l'un détermine l'autre forment le plus souvent une combinaison où le second qualifie le mot qui précède. *Qualifier*, « c'est apporter à un objet une caractérisation descriptive » (Noailly 1990 : 163) et *qualité*, c'est « une manière d'être, aspect sensible et non mesurable des choses » (*Le Nouveau Petit Robert*, s.v. *qualité*). Syntaxiquement la qualification peut être présentée, selon Noailly (1990 : 36), comme suit :

N_1 est un N_2 ou sous la forme d'une relative:
 N_1 qui est (comme / presque) un N_2 .

Ainsi *un livre événement* est *un livre qui est un événement*. Avec un nom, on peut exprimer cette qualification d'une manière différente par rapport à un adjectif épithète. Ce procédé multiplie les possibilités de décrire des objets. Noailly (1990 : 165) estime qu'il y a quelques centaines de substantifs régulièrement employés comme épithètes qualifiantes, mais elle trouve presque tous les substantifs aptes à figurer comme déterminants.

Parfois un adjectif peut avoir une connotation indésirable formée au cours du temps, p.ex. *monumental* a une nuance un peu dépréciative et banalisée par rapport au substantif *monument* comme le montre l'exemple tiré de l'étude de Noailly (1990 : 48) : *une œuvre monument vs. une œuvre monumentale*. Notre corpus sur la cosmétique contient p.ex. *Fluide délicatesse jour* (Matis). L'adjectif *délicat* dans ce contexte serait un peu déplacé (cf. *une entreprise délicate* ou *une santé délicate*) évoquant l'image d'un fluide dont l'application ne convient pas à tous ou qui peut causer des effets imprévisibles. Cela ne fonctionnerait pas de manière satisfaisante comme promotion des ventes. Cet adjectif ne qualifie aucun produit de cosmétique dans notre corpus. Les publicistes ont choisi le substantif *délicatesse* qui n'a pas de telles connotations négatives.

En général, le substantif (N₂) qui qualifie un autre ne peut pas être un nom propre. Le seul exemple de cela que Noailly (1990 : 41) a trouvé est celui où le nom d'un acteur est qualifié par la dénomination de son rôle (*Mastroianni-Casanova*). Presque aussi rares sont les cas où un nom propre lui-même est qualifié. N₂ est donc généralement un nom commun, soit abstrait soit concret. Les noms abstraits sont, selon Noailly (1990 : 45, 47, 48), plus enclins à assumer ce rôle (des exemples de Noailly : *la voiture-sédution, la cigarette stimulation, un arbre symbole, le corps obstacle* et *une maladie châtiment*).

Il est intéressant de voir que plusieurs chercheurs partagent la conception commune selon laquelle le substantif a plus de pouvoir d'exprimer une qualité que ne l'a l'adjectif correspondant. La citation tirée d'une œuvre de Cavanagh¹⁷ du XIX^e siècle (citée par Noailly 1990 : 49) :

Nous voyons [...] que les mots qu'on a jusqu'à présent nommés adjectifs ont quatre degrés et se comparent ainsi: *grand, plus grand, le plus grand, grandeur* [...]. Le quatrième degré nomme ainsi toute la substance, et les trois degrés qui le précèdent sont par conséquent moins que l'entier. Ceci nous fait donc reconnaître qu'un adjectif au positif est moins qu'un substantif [...].

Il y a des cas assez fréquents dans le domaine de la cosmétique où, au lieu d'un adjectif qualificatif, c'est un nom qui indique une propriété. Voici quelques exemples :

1. Pinceau douceur (Givenchy)
2. Lotion douceur (Dior)
3. Mascara douceur (Lancôme)

¹⁷ Cavanagh, M. (1844). *La découverte de la science des langues*.

4. Lotion pureté (Chanel)
5. Lotion vitalité (Payot)
6. Crème démaquillante douceur (YSL)
7. Lait démaquillant fraîcheur (YSL)
8. Fond de teint hydratant fraîcheur (Nivea)
9. Crème onctueuse douceur (Lancôme)
10. Crème douceur essentielle (Silhoe)

Les trois premiers exemples ont *douceur* comme N₂ donnant la propriété à ces objets., *Pureté* et *vitalité* dans les exemples suivants (ex. 4-5) réfèrent plutôt à l'influence des produits mentionnés. Il est difficile d'imaginer qu'on trouverait dans ce contexte des expressions comme **Lotion vitale* ou surtout **Lotion pure* parce qu'il devrait être évident qu'un produit de ce genre soit pur. Au contraire, les participes présents *purifiant* et *vitalisant* seraient tout à fait appropriés.

Dans les quatre exemples suivants (6-9), un adjectif épithète (ou un participe présent qui se comporte comme un adjectif) se trouve entre N₁ et N₂. *Démaquillant* (ex. 6-7) nous communique la fonction du produit tandis que *hydratant* (ex. 8) est plutôt un renseignement supplémentaire ainsi qu'*onctueux* (ex. 9). Le dernier exemple (10) nous montre que N₁ peut être qualifié d'un adjectif épithète par-dessus un N₂. En fait, c'est tout le syntagme *Crème douceur* qui est déterminé par l'adjectif qualificatif, *essentielle*. La question qui se pose est de savoir si les derniers exemples (9 et 10) peuvent figurer dans l'ordre inverse : ?*Crème douceur onctueuse* ou ?*Crème essentielle douceur* ou si seulement l'ordre original est correct. Le premier exemple imaginé semble parfaitement acceptable mais le second pose davantage de problèmes. *Essentiel* n'est pas un adjectif souvent employé dans ce contexte. Il est utilisé dans notre corpus, seulement par Dior (*Capture essentiel yeux*) et Silhoe (ex. 10). La ressemblance phonétique de l'adverbe général *essentiellement* qui se trouve souvent antéposé à un adjectif, pourrait être la raison de l'éviter avant un substantif qui dénote une propriété.

N₁ peut avoir une détermination spécifique dans ces constructions non codées à la différence de mots composés (cf. Riegel (1988 : 136) où seulement la détermination globale est possible. Noailly (1990 : 42) offre les exemples suivants : *un village solaire modèle, un secteur économique clé*. N₂, au contraire, ne peut pas avoir sa propre détermination parce qu'il a « une attitude d'adjectif » (Noailly 1990 : 43). Les adverbes d'intensité, en revanche, sont même fréquents, par ex. *une visite tout à fait éclair* (ibid. : 43). Les déterminations de N₁ sont communes dans notre corpus (voir les ex. 6-9).

Noailly, dans son étude, ne se montre pas très enthousiaste de ces expressions. Elle constate que « c'est une véritable manie, à la fois dans les slogans publicitaires, et dans une prose que je dirais "expressive" » (Noailly 1990 : 170). Elle appelle ce substantif un super-superlatif (ibid. : 49). Il n'est pas étonnant que l'industrie cosmétique ait trouvé cette solution pour nommer ses produits. Ce ne sont plus des propriétés relatives (quoique idéales) mais représentent la qualité absolue. Étant donné qu'il existe quatre degrés de qualité : positif, comparatif, superlatif et le substantif correspondant, seulement le positif ou le substantif pourraient être choisis parce qu'il n'est guère possible de nommer un produit au moyen d'une expression au comparatif, p.ex. **Lotion plus douce* ou au superlatif, **Lotion la plus douce*. En conséquence, le fabricant a abouti à la désignation *Lotion douceur* (voir ci-dessus), une sorte de variante du suffixe latin -issimus, *doucissime*, s'il était possible.

Le substantif peut qualifier un produit, comme nous l'avons vu, mais sa fonction dans les publicités diffère des structures de la grammaire traditionnelle du français. Le substantif épithète a une caractéristique plus ambiguë et inattendue que l'adjectif correspondant. Dans les cas ci-dessus (1-3), le trait (*douceur*) peut exprimer autre chose que de fonctionner seulement comme une détermination des mots complétés (*pinceau, lotion, mascara*). Le mot *douceur* peut se rapporter à l'effet de ce produit : l'attouchement du pinceau sur la peau ou le résultat de la lotion après une application. Le substantif épithète est capable d'engendrer une ambiguïté qui peut être interprétée d'une manière personnelle et selon les besoins individuels.

À la place de N₂, il y a également de nombreux noms abstraits sans qu'on puisse affirmer qu'il s'agit de remplacer l'adjectif qualificatif correspondant :

11. Le voile reflets (Clarins)
12. Shampooing brillance et reflets (L'Oréal)
13. Poudre lumière (Chanel)
14. Masque éclat express (Sisley)
15. Le parfum prodige (Cacharel)

Les N₂ dans les exemples 11-14 manifestent les résultats souhaités des produits. Nous pouvons voir que *reflets* est au pluriel malgré le singulier de son nom recteur. Selon Noailly (1990 : 44), la tendance toutefois est d'accorder le substantif épithète avec le substantif recteur parce que N₂ a subi l'adjectivation. *Brillance* et *reflets* sont reliés par une conjonction de coordination dans l'exemple 12, dont le nom tête est *shampooing*.

Une raison du pluriel est évidemment la nature du mot *reflet* qui indique ‘la lumière réfléchie’ et qui peut être perçu comme un ensemble de rayons lumineux. L’utilisation du nom *éclat* dans ce contexte est très répandue (ex. 14). Le verbe correspondant est en voie de changement. Le *Dictionnaire des difficultés du français* (1996, s.v. *éclater*) contient l’interprétation suivante :

On construit ce verbe traditionnellement de façon intransitive : *un ballon, un conflit qui éclate*. Mais la construction transitive tend à se répandre dans certains domaines, notamment dans celui des affaires, pour suggérer une activité intense et multiple : *Le britannique I.C.I. envisage d’éclater ses activités* (Le Monde, 1^{er} août 1992).

Éclat évoque donc aussi bien l’intensité des résultats obtenus par l’emploi des produits que des caractéristiques du terme physique, ‘lumière vive’ et ‘brillante’, ce qui pourraient expliquer l’abondance d’*éclat* : *Fluide de beauté éclat* (Carita), *Activeur éclat*, *Base éclat du teint* (Chanel), *Formule éclat mat* (Dior), *Soin éclat absolu* (Nivea), [...] *la peau découvre l’éclat longue durée* (Vichy). Très souvent, mais pas toujours, il s’agit de produits pour les cheveux. En fait, tous les déterminants des ex. 11-14 sont sémantiquement très proches l’un de l’autre. Noailly (1990 : 171), elle aussi, a un exemple semblable : *le teint lumière* (Phas), pris d’une publicité.

L’exemple 15, *Le parfum prodige* pourrait correspondre à l’adjectif épithète *prodigieux*. Il ne s’agit peut-être qu’un raccourcissement ce que Noailly (1990 : 171) a aussi remarqué dans son corpus. En place de l’épithète, *prodige* réfère le plus souvent à des personnes de talents extraordinaires. Cet exemple de *prodige* est le seul trouvé dans notre corpus.

Les noms abstraits en N₂ sont fréquents, comme nous l’avons vu au début de ce chapitre. Les nominalisations de verbes sont un des sous-groupes de cette catégorie. Des exemples de Noailly (1990 : 45, 171) sont par ex. *cigarette stimulation*, *vêtement-protection* et *vêtement-provocation*, ces deux derniers avec le trait d’union. Ces constructions sont particulières parce qu’elles indiquent même clairement qu’il s’agit de résultats voulus par l’emploi des objets concernés. Si l’on l’interprète le substantif épithète comme une expression de but, il n’indique plus uniquement une propriété mais appartiendrait davantage à la catégorie de complémentation (voir plus loin). Les produits avec ce genre de désignations sont nombreux dans notre corpus :

16. Mascara fascination (Dior)
17. Rouge attraction (Lancôme)
18. Fluide hydratation adaptée (Liérac)
19. Fluide hydratation optimale (YSL)
20. Crème hydratation continue (Clinique)
21. Crème réactivation jeunesse (YSL)
22. Sérum réparation intense (Clinique)
23. [...] des textures-sensations {pour un nouveau plaisir de peau} (Givenchy)¹⁸

De ces exemples, les deux premiers (ex. 16-17) ont des caractérisations descriptives (*fascination* et *attraction*) qui peuvent s'interpréter au moyen des verbes *fasciner* et *attirer*. Les participes présents correspondants seraient possibles, également. Noailly (1990 : 171) a un exemple semblable de Blaupunkt, *l'image fascination. Réactivation* (ex. 21) diffère des deux précédents parce que son participe présent ne forme pas de propriété naturelle qui figure à la place de l'adjectif. **Crème réactivant* susciterait la question « réactiver quoi ? » à la différence des autres verbes mentionnés ci-dessus malgré la transitivité de tous ces verbes. *Jeunesse* fait fonction d'objet dans cet exemple. *Réparation* (ex. 22) vient de verbe transitif, lui aussi, mais il n'est pas nécessaire de mentionner l'objet qui est sûrement la peau.

Pour ce qui est des autres exemples, *hydratation* peut être considérée comme un complément qui explique l'utilisation du produit. Le fait qu'il a des qualificatifs *optimale* et *continue*, en revanche, affaiblit l'impression d'information objective et de mode d'emploi. Quant au dernier exemple (ex. 23), il provient de la publicité du produit appelé *Teint miroir* (Givenchy). La construction *textures-sensations*, malgré le trait d'union entre les substantifs et la pluralité en N₂ est considérée comme une expression de qualification. Le sens ne change pas, bien qu'on enlève le trait d'union, et l'impression qu'elle évoque, est nettement descriptive. Les exemples semblables de Noailly (1990 : 48, 58, 60) viennent des domaines divers : *bébé spectacle*, *œuvre choc*, *violoniste étoile*. Ils dénotent également l'excellence ou la surprise.

Les noms concrets, d'un autre côté, peuvent prendre la place de N₂ bien qu'ils ne désignent pas directement de propriétés. Noailly (1990 : 50) dit qu'ils s'abstraient. Ils sont des métaphores dans cette « nouvelle » fonction. Ils sont particulièrement satisfaisants du point de vue du marketing si le groupe nominal est frais et inattendu sans pour autant être arbitraire. Noailly (1990 : 53) appelle ce substantif l'« attribut

¹⁸ Les points avant le syntagme et la minuscule veulent dire qu'il s'agit d'un fragment de texte.

dominant ». Par exemple, *velours* évoque la douceur lisse. Elle donne un exemple : *un gazon velours*. Ce mot, *velours*, est un des mots très rares communément employés comme déterminants dans l'ouvrage de Noailly et dans notre corpus. L'autre est le mot *couture*. Noailly le traite comme un terme affaibli en appréciation. Maintenant « c'est couture » signifierait 'c'est de belle qualité, chic' et elle ajoute : « mais une telle remarque reste réservée aux vêtements » (Noailly 1990 :197). Ce n'est pourtant pas le cas parce qu'il existe dans notre corpus :

24. Lait démaquillant velours (Clarins)
25. Crème velours anti-âge (Givenchy)
26. Teint velours Clarins (Clarins)
27. Teint couture (Givenchy)
28. Vernis couture (Givenchy)

Le mot *couture* est rattaché à ces produits d'une façon nouvelle. Ce mot est évidemment moins employé comme déterminant direct que le mot *velours*. Aucune construction exprimant la propriété par ce mot ne se trouve dans les dictionnaires conventionnels consultés. Les attributs recherchés seraient en tout cas près de ceux mentionnés par Noailly (voir ci-dessus). Le mot *couture*, pourrait-il être ajouté à n'importe quel objet apprécié ? La création de nouvelles métaphores est, en tout cas, plus facile s'il existe des métaphores lexicalisées auparavant (Noailly 1990 : 52). Notre corpus ne contient pas beaucoup de métaphores. Le but des fabricants est pourtant de fournir des renseignements sur les produits et il est évident qu'ils n'ont pas voulu prendre le risque de désignations trop surprenantes.

L'exemple 25 (*Crème velours anti-âge*) ressemble à celui du numéro 10 (*Crème douceur essentielle*) : N₁ reçoit un déterminant qui désigne quelque chose de doux, ici *velours*, et ce syntagme, de son côté, est déterminé par un autre adjectif. Il est intéressant de noter que c'est surtout *velours*, et non pas une autre matière textile comme la soie, par exemple, qui est une expression assez commune pour servir de métaphore de *douceur*. Nous n'avons pas trouvé *crème soie* ou *lotion soie* bien que l'adjectif *soyeux* veuille dire, selon *Le Nouveau Petit Robert* (s.v. *soyeux*), ce « qui est doux et brillant comme la soie » et bien que même le substantif *soie* veuille dire, selon *Le Petit Larousse* (s.v. *soie*) : « Ce qui est fin, brillant, doux comme les fils de soie. La soie de ses cheveux ». L'adjectif *soyeux*, en revanche, figure dans le produit de Clarins :

Lait corps soyeux et dans celui de Lancôme où le substantif déjà traité, *douceur*, sers de qualifiant :

29. Stick soyeux douceur (Lancôme)

Nous n'avons ici, peut-être, qu'un phénomène culturel : une référence à la soie, positive en finnois, ne l'est peut-être pas en français. Ce substantif en français peut désigner aussi « poil long et rude des porcins » ce qui peut fournir une association tout à fait inconvenable dans le domaine de la cosmétique.

Noailly (1990 : 56-57) présente une autre idée qui peut influencer le choix d'un élément métaphorique d'un syntagme nominal. On choisit des termes dont les connotations conviennent à la chose dont on parle. Elles sont soit appréciatives soit dépréciatives selon le besoin du locuteur. Mais il est aussi possible qu'un choix puisse être fait selon la configuration phonétique des mots. Elle propose que les finales en /o/ et /õ/ et la consonne /j/ seraient non souhaitables. Quels seraient les sons positifs de ce point de vue, il est difficile de dire. Au moins les finales en /õ/ sont fréquentes (*hydratation*, *fascination* etc.) dans notre corpus.

5.2. Complémentation

La catégorie de complémentation est la plus variée et complexe parmi les catégories de substantif épithète. Barbaud¹⁹ l'appelle (selon Noailly 1990 : 94) « relations de complémentarité » et « une espèce de super-relation dominant une famille de relations parentes mais distinctes ». Nous voyons dans ces définitions qu'il s'agit d'une construction voisine des noms composés mais il est important de garder séparées ces notions. N₂ fonctionne de la même façon comme complément de N₁ dans la complémentation que dans la construction prépositionnelle, p.ex. *la stratégie de Mitterrand* vs. *la stratégie Mitterrand*. À cause de la complexité de cette catégorie, on ne peut pas l'illustrer par une seule paraphrase ; on doit le faire dans chaque sous-groupe séparément.

La construction directe exprimée par la complémentation ressemble à celle de l'adjectif relationnel. Noailly (1990 : 97) le présente de cette façon:

¹⁹ Barbaud, P. (1971). *L'ambiguïté structurale de composé binominal*.

L'adjectif de relation, en effet, vaut dans le GN plutôt pour un complément de nom que pour une simple qualification : on sait les contraintes syntaxiques qui en découlent, refus de la gradation, de la position attributive, etc. Par ce fait même, il se trouve en concurrence relative à la fois avec les compléments de nom du type le plus classique (c'est-à-dire prépositionnel) et avec les groupes N_1N_2 où N_2 est interprété comme complément direct de N_1 .

L'adjectif relationnel est pourtant plus dépendant de son nom tête que l'est le substantif épithète, p.ex. en ce qui concerne l'accord en nombre. Il n'y a pas d'accord dans la complémentation : on peut donc dire *les randonnées pêche* ou *le régime sandwiches* (Noailly 1990 : 100). Les exemples comparables dans notre corpus sont p.ex. *Les rouges écrin bijou* (Givenchy) et *Formule liposomes* (Payot).

Le nom commun se comporte partiellement de la même façon que l'adjectif relationnel, c'est-à-dire qu'il n'est pas gradable, en général, ni susceptible d'être traité attributivement. Ce n'est pourtant pas catégorique. Noailly (1990 : 106) en donne un exemple : « *Les desserts sont maison* ». Nous n'en avons pas trouvé dans notre corpus ni l'emploi d'un adverbe avant N_2 comme dans l'exemple de Noailly : « *Ambiance très vacances* pour ces draps Bon Magique » (ibid.). Elle a prélevé cet exemple du magazine féminin *Elle*. La coordination avec des qualificatifs simples est fréquente dans les constructions où N_2 est antéposé de son propre épithète, p.ex. *un chemisier pure soie et très doux* (ibid. : 106).

N_1 et N_2 , tous les deux, peuvent avoir leur propre adjectif qualificatif, dont la place peut varier. D'après Noailly (1990 : 101, 102), N_1 est rarement qualifié mais elle a un exemple, *le plan national cancer*. N_2 peut avoir un court adjectif antéposé : *un coton longues fibres* ou *un régime basses calories*. L'exemple correspondant a été trouvé dans un texte publicitaire d'Estée Lauder : *la formule haute technologie. Haute, double et triple* sont les adjectifs habituels dans cette position, le premier étant le plus commun. Selon Noailly (ibid. : 101), un adjectif postposé qualifiant N_2 n'est pas fréquent, mais on peut dire p.ex. *un problème cheveux blancs* ou *le style enfant surdoué*. Les exemples de ce genre font partie de différentes sous-classes de complémentation et ils sont abondants dans notre corpus.

Un nom propre en position de N_1 est impossible dans la complémentation ainsi que dans la qualification et la raison est la même : il est trop autodéterminé pour recevoir une détermination. Noailly ne traite pas des exemples où une personne aurait deux rôles

différents. Alors, p.ex. *Madonna chanteuse* et *Madonna actrice* pourraient remplir les critères de complémentation. Par contre, un nom propre en position de N₂ est fréquemment employé, p.ex. *le gouvernement Rocard* (Noailly 1990 : 103).

Noailly (1990 : 107) ne traite pas les types communs de complémentation, c'est-à-dire lieu, temps, matière, cause, but, moyen etc. Elle les considère comme des constructions de type possessif. Par ce procédé, elle cherche à éviter l'éparpillement trop embarrassant dans la catégorie qui est en tout cas très multiforme. Ce retranchement peut être fondé dans son ouvrage mais nous le trouvons trop radical dans notre corpus.

Après l'élagage des types concernant la construction de complémentation, Noailly (1990 : 109) a abouti à quatre sous-classes que nous allons appeler, pour la commodité, les types A – D. Deux d'entre eux mettent en relation le contenant et le contenu, et les autres expriment la destination et l'origine.

5.2.1. La sous-classe A de complémentation

Le type A qui indique le rapport contenant-contenu, peut se comprendre à l'aide du verbe *avoir*. Il peut être paraphrasé :

N₁ a N₂, où N₁ est le contenant et N₂ le contenu.

On peut y employer la préposition *avec*, p.ex. *une cigarette filtre est une cigarette avec filtre*. Noailly (1990 : 110) constate que dans cette catégorie de complémentation ainsi que dans l'opposé de celle-ci, la sous-classe B, il est presque toujours possible de trouver une préposition qui convient pour la séquence nominale concernée.

Noailly (1990 : 111, 112) n'inclut pas généralement dans cette sous-classe les cas où N₂ est un nom propre. Selon elle, la raison est sémantique : « Comment imaginer un nom de personne, de ville ou de firme comme un composant caractéristique d'un quelconque N₁ ? » (ibid. : 111). Seulement des cas spéciaux sont acceptés : N₂ est le nom d'un homme célèbre caractérisant une période de temps plus ou moins longue, p.ex. *les années Brejnev* et *la génération Mitterrand*. On peut dire que le nom est une sorte d'emblème de la période concernée et ces syntagmes nominaux diffèrent essentiellement d'une expression d'un objet concret comme *une cigarette filtre*. La paraphrase N₁ a N₂ doit être interprétée au sens large et figuré.

Le syntagme *le style Chanel* ressemble aux exemples ci-dessus. La personne célèbre a fourni son nom à un concept. Il ne s'agit plus du style de Chanel qu'elle suit elle-même, mais des autres qui imitent son style. Nous considérons qu'un syntagme de ce genre peut appartenir à cette sous-classe aussi bien que les exemples ci-dessus. Noailly (1990 : 116), en revanche, pose les syntagmes indiquant style, genre, ambiance, air, etc., dans la sous-classe B, ce qui n'est pas sans fondement, non plus.

Noailly (1990 : 100, 141) constate à propos de la graphie que le trait d'union est à peu près absent dans la complémentation, ou s'il existe, son usage se fait « par négligence ou par erreur ». Elle a un exemple : *années-sandwiches* (ibid. : 111) qu'elle a seulement entendu. Il est curieux de remarquer comment elle a pu aboutir précisément à cette graphie si elle ne l'a pas vu écrit. La catégorie de complémentation est évidente pour autant. Nous avons trouvé un exemple équivalent dans notre corpus :

30. un flacon-pompe (Dior)

qui est comparable à *une cigarette filtre* ; on peut dire aussi *un flacon avec pompe*. C'est un nom souvent employé dans la cosmétique. Nous pouvons supposer que sa graphie serait *un flacon pompe*, c'est-à-dire sans trait d'union, s'il était un terme plus courant.

À l'instar de la cosmétique, dans la gastronomie, il y a beaucoup de syntagmes nominaux directs qui appartiennent à la sous-classe A de complémentation. Noailly (1990 : 110) en présente quelques-uns : *potage vermicelles*, *sauce tomates*, *café crème*. Elle supprime dans son ouvrage des compléments dits de matière, comme *moquette laine* et *mur béton* (ibid. : 108). Les termes *vermicelle*, *tomate* et *crème*, eux aussi, sont de la matière bien qu'on les appelle « ingrédients » dans leur contexte. N₂ y est un composant de N₁ et il peut être exclusif ou non, la quantité peut varier. Nous prenons en compte les exemples de ce genre dans notre corpus.

Les désignations ci-dessous appartiennent peut-être le plus incontestablement à cette sous-classe. Les exemples 31-34 se construisent de la même façon que les équivalents de la gastronomie (cf. *sauce tomates*). Il s'agit de la préparation liquide formée de certains éléments (N₂) qui sont primordiaux dans les produits.

- 31. Huile lotus (Clarins)
- 32. Lotion tilleul (Matis)
- 33. Crème liposomes (Payot)

- 34. Savon gingembre (Asia Nature & Santé)
- 35. Crème collagène et mauve (Sisley)
- 36. Structure collagène greffé (Vichy)

L'exemple 35 (*Crème collagène et mauve*) représente les cas où deux substantifs complétants sont juxtaposés. En principe, il est comparable aux exemples 31-32, bien que ces ingrédients nommés puissent être moins abondants dans ce produit. Les N₂ des exemples 33–36 ressemblent aux « épices » dans les dénominations gastronomiques. Ce ne sont pas des composants fondamentaux. La quantité est variable et cela ne change pas la catégorie de ces expressions. Comme Noailly (1990 : 111) le constate :

[...] c'est bien souvent tout ce que le rapprochement de N₁ et N₂ nous permet de comprendre. Le reste relève de l'expérience individuelle : c'est la différence entre une sauce tomates et une sauce câpres !

N₂ de l'exemple 36 a été complété par un participe passé, ce qui est rare dans notre corpus. Cette forme grammaticale renvoie en général à des choses complétées.

Les syntagmes ci-dessous se construisent de façon différente par rapport aux exemples 31-36. Leur N₁ exprime l'emploi de produit et N₂ illustre la texture, ici *crème* ou *poudre*.

- 37. Fond de teint crème (Helena Rubinstein)
- 38. Fard joues crème (Guerlain)
- 39. Fard joues poudre (Guerlain)
- 40. Shampooing crème nutritif (Klorane)
- 41. Soin crème restructurant (Klorane)
- 42. Masque crème hydro actif (YSL)
- 43. Bain crème moussant des lagons (Silhoe)

N₁ des trois premiers exemples (37-39) n'a pas d'autres déterminants que la texture mentionnée. Les N₁ eux-même se construisent de plusieurs composants. *Fond de teint* (ex. 37) est un syntagme tellement bien établi qu'il serait reconnaissable en dépit de petites modifications, comme *Teint fluide* (Guerlain), qui a été bien analysé par Maingueneau (2000 : 186). Il est ici dans la forme traditionnelle, *fond de teint*, pour autant. Les autres exemples (ex. 40-43) ont des adjectifs qualifiants qui se réfèrent à l'ensemble ; l'accord est avec N₁, non avec N₂. Le N₁ des exemples 38 et 39 contient un substantif épithète en soi (complémentation, type C). La construction prépositionnelle est employée dans les dictionnaires, par ex. *Le Nouveau Petit Robert* (s.v. *fard*) présente

la forme *fard à joues*, qui est utilisée aussi par quelques fabricants de cosmétique (*Fard à joues douceur*, Chanel).

44. Onguent crème (Klorane)
45. Vernis laque (Chanel)
46. Gel mousse clarifiant (YSL)
47. Gel mousse pureté (YSL)

Les premiers exemples (44 et 45) ci-dessus présentent aussi bien des similarités que des différences par rapport au groupe précédent. N₂ est toujours la texture du produit mais N₁ désigne presque la même chose que N₂. Il semble bien qu'il y a de la tautologie. Le mot *onguent* est rarement utilisé dans ce contexte. Il est plutôt relatif à la pharmacie qu'à la cosmétique. N₁ des exemples 46 et 47 est plus clairement le mot recteur que dans les exemples 44 et 45. *Gel* et *mousse* forment une complémentation. Le syntagme est ensuite qualifié soit par *clarifiant*, soit par *pureté*. Il est intéressant de voir que ni *gel* ni *mousse* ne désignent l'emploi de ces produits ; c'est seulement le qualificatif postposé qui le révèle. Il est pourtant possible que *gel mousse* soit si établi que le sens est clair pour les consommateurs.

Les exemples suivants sont plus clairs. Ils comprennent des composants concrets (*billes*) d'un produit courant, déodorant.

48. Déodorant bille douceur (Yves Rocher)
49. Déodorant bille caresse douceur (Lancôme)

L'expression courante concernant ce produit est *déodorant à bille* (cf. *stylo à bille*). Il est possible de formuler une autre construction prépositionnelle, *déodorant avec bille*, un procédé que Noailly (1990 : 110) nous a prêté pour vérifier la catégorie de complémentation. *Douceur* ajouté au syntagme représente la qualification par rapport à *déodorant bille* dans le premier et par rapport à *caresse* dans le deuxième exemple. Dans ce dernier, *déodorant bille* a une caractéristique qui est *caresse douceur* et cette relation (donc entre *déodorant bille* et *caresse douceur*) est la qualification, également.

Le flottement des désignations est évident. Prenons les exemples 50 et 51 et comparons-les à l'exemple 42 (*Masque crème hydro actif*).

50. Crème masque hydratante (Givenchy)
51. Crème-masque peau neuve (Clarins)
52. Crème déodorant multi-soin (Clarins)

- 53. Stick déodorant multi-soin (Clarins)
- 54. Roll-on déodorant multi-soin (Clarins)

Nous pouvons supposer avec bien de certitude qu'il s'agit plutôt d'un *masque* que d'une *crème* parce que le mot *masque* décrit un produit si particulièrement qu'il n'est guère possible qu'il existe une *crème* dont la caractérisation serait *masque*. Peut-être avons-nous ici affaire à un anglicisme où le complément précède le mot recteur, ce qui va contre les règles grammaticales de la langue française (exception faite de certains adjectifs courts). L'ordre des mots ne devrait pas être interchangeable si facilement. Nous voyons également que les substantifs ont été écrits avec ou sans trait d'union. *Crème-masque* n'est pas une séquence codée et encore moins un mot composé. Riegel (1988 : 136) a constaté à propos de ce genre de syntagme, que l'unité est souvent créée artificiellement. Ces mots ne composent pas une coordination où les composants soient égaux. La prochaine sous-classe, le type B de complémentation, où le contenant et le contenu se situent à l'inverse par rapport au type A, n'explique pas cet ordre des mots, non plus, parce que dans cette catégorie, on parle de N₁ qui est un composant de N₂. Dans l'identification, on parle de N₂, mais *masque* n'identifie pas *crème*. En fin de compte, *crème masque* reste un peu bizarre.

L'ordre des mots n'est pas évident dans les exemples 52-54, non plus. Les trois produits sont présentés parallèlement dans la brochure publicitaire de Clarins. L'ordre des mots serait naturel si *déodorant* était un participe présent. Ce n'est cependant pas probable car l'appellation du produit, « déodorant », est plutôt un substantif. Il est clairement le dénominateur commun de ces produits et le nom recteur aussi. Les syntagmes seraient plus logiques s'ils étaient *Déodorant crème*, *Déodorant stick* et *Déodorant roll-on multi-soin*.

Selon Noailly (1990 : 102), dans la complémentation, il y a souvent des syntagmes nominaux où N₂ est précédé d'un court adjectif commun (p.ex. *un coton longues fibres*, *un hôtel trois étoiles* ou *un annuaire petit format*). Selon elle, ces adjectifs ne sont jamais appréciatifs, mais uniquement « courts, anciens et fréquents » (ibid.). Elle trouve que ce groupe d'adjectifs est même clos et elle les énumère²⁰. Elle a sûrement raison sur la nature de ces adjectifs. Elle constate que ces adjectifs ne sont pas appréciatifs comme

²⁰ *Ancien, bas, bon, dernier, grand, haut, long, nouveau, petit, plein, premier, pur, tout/tous* et les chiffres cardinaux.

terrible, merveilleux ou *agréable* ; on n'utilise généralement ces adjectifs qu'en postposition. Or, la relation entre N₁ et N₂ est plus intéressante que l'interprétation de Noailly. Nous voulons poser la question suivante : Quels sont des N₂ dans les cas où un court adjectif antéposé les qualifie ?

Les exemples de Noailly et ceux de notre corpus sont analogues d'un certain point de vue malgré la différence des domaines. Lorsqu'on a des syntagmes nominaux de complémentation et en même temps N₂ a un adjectif qualifiant antéposé, ce N₂ est chaque fois le composant fondamental de N₁ qui ne mériterait pas d'être mentionné, s'il n'y avait pas quelque chose d'important ou d'exceptionnel concernant N₂. Autrement dit, il serait inutile de parler p.ex. du *coton* et de dire qu'il a des *fibres*, ou de parler d'un *annuaire* qui a un *format*. Seuls les ajouts qualifiants amènent suffisamment d'information sur un objet concerné. Nous avons trouvé ces exemples :

55. [...] une hydratation longue durée (Nivea)
56. [...] Effet sensation d'un rouge longue durée (Helena Rubinstein)²¹
57. [...] rouge à lèvres haute tenue (Helena Rubinstein)
58. Vernis triple tenue (Lancôme)

Les N₂ ci-dessus illustrent la permanence qui est exprimée par les mots *durée* et *tenue*. Si on veut dire quelque chose sur ce fait, un qualifiant (n'importe quel) est revendiqué. Une durée quelconque figure toujours. Continuons la liste avec d'autres caractéristiques:

59. Phyto-mascara double action (Sisley)
60. Complexe réactivant triple action (Estée Lauder)
61. Soins double performance anti-rides et fermeté (Lancôme)
62. Rénergie soins double performance (Lancôme)
63. Démaquillant yeux haute performance (YSL)
64. [...] Les lignes de soins haute performance (Yves Rocher)

Action et *performance* sont les fonctions indiquées par N₂. Il est évident qu'une préparation cosmétique a une action, mais ce n'est pas suffisant. *Double* et *triple* sont les qualifiants qui rendent la mention de l'action compréhensible et utile. Par exemple **Complexe réactivant action* (modification de l'exemple 60) serait restreint et singulier. Double et triple sont équivalents aux chiffres cardinaux que Noailly (1990 : 102)

²¹ Titre du texte publicitaire

a trouvé de qualifier N₂ : *un hôtel trois étoiles, une cuisinière quatre feux. Haute performance* se comporte de la même façon (ex. 63 et 64).

65. Crème solaire haute protection (Clarins)
66. Lait solaire haute protection (Roc)
67. Crème multi-protection jeunesse (YSL)
68. Soins crème anti-rides haute hydratation (Liérac)
69. Soins haute nutrition (Kérastase)

Les produits sont fabriqués afin qu'on puisse soigner la peau. Quand il s'agit d'une préparation qui protège la peau comme les produits des exemples 65-67, *protection* est soulignée par les adjectifs *multi-* ou *haute*. *Hydratation* (ex. 68) serait possible sans l'adjectif antéposé *haute*. Nous aurions dans ce cas-là le produit nommé *Soins crème anti-rides hydratation*. *Hydratation* est pourtant presque toujours qualifiée dans les exemples de notre corpus. Les exemples 18-20, traités dans la qualification, ont *hydratation* comme N₂, qui est accompagnée d'un adjectif qualifiant postposé (*hydratation adaptée, optimale et continue*). Cela peut aussi susciter des problèmes. Quelles sont les nominalisations de verbes qui peuvent être considérées comme des expressions de qualification et quelles autres indiquent la complémentation ? Prenons l'exemple de Noailly (1990 : 45), *cigarette stimulation* qui est traitée dans la qualification. Si c'était *cigarette haute stimulation*, serait-elle déplacée dans une autre catégorie ?

Les autres exemples avec l'adjectif antéposé *haut* sont moins fréquents que les précédents :

70. Mascara haute définition (Lancôme)
71. Hydratation haute précision (Chanel)
72. Crème haute exigence nuit (Clarins)
73. Gel-patch haute diffusion (Yves Rocher)

Haute définition est le plus souvent rattachée à la télévision et *haute précision* à des instruments. Ces constructions sont plutôt techniques que cosmétiques. Elles sont en emploi figuré dans le contexte de notre corpus. Elles évoquent quelque chose d'exact, des crèmes high-tech, mais à la différence de la technologie, les résultats des produits cosmétiques ne sont pas facilement vérifiables et mesurables.

Les exemples 72 et 73 sont une sorte de minidescriptions, des phrases réduites. Par ex. le numéro 72 serait sous la forme de phrase à peu près « la crème de nuit destinée à la

peau qui exige beaucoup de soin ». L'exemple 73 est le produit raffermissant, ce qui ne pas facile de conclure de la dénomination. *Diffusion* réfère évidemment à l'application du gel.

5.2.2. La sous-classe B de complémentation

La sous-classe B se comporte à l'inverse de A :

N_2 a N_1 , où N_1 est le contenu et N_2 le contenant ; autrement dit :
 N_1 est le composant de N_2 .

C'est un rapport de possession, mais il exclut, selon Noailly (1990 : 116), les possessions matérielles. La préposition *de* peut être imaginée entre les substantifs mais il est plutôt question d'une possession de style, genre, air, ambiance, etc. (ibid.). Les exemples suivants le représentent : *le savoir-faire Sabena, la manière Kahn, la manière café-théâtre et le style réclame*. Le nom propre à la place de N_2 est, selon Noailly (ibid. : 113) « aussi abondant qu'il est rare dans le secteur précédent ». Là, les périodes de temps caractérisées par un nom d'un homme célèbre étaient les seuls possibles. Noailly a présenté, entre autres, ces exemples : *la stratégie Mitterrand, les ministères Malraux et Duhamel et le cabinet Reagan*.

Les séquences communes comme *le centre-ville* et *la fin juin* appartiennent à cette catégorie (Noailly 1990 : 114). Elles sont souvent considérées comme des noms composés. L'appellation dépend du point de vue de chercheur. Selon Noailly (ibid : 100, 141), le trait d'union n'appartient pas à la complémentation.

Noailly (1990 : 119, 120) inclut dans la sous-classe B de complémentation les cas où N_1 est une nominalisation de verbe et N_2 un agent ou, plus rarement, un objet d'une action. Elle donne des exemples d'agent : *la gestion Mitterrand* (Mitterrand gère), *le traitement Strehler* (Strehler traite) et *la présentation Pléiade* (la Pléiade présente), et celui d'objet, *la prévention incendie* (ibid. : 120). Notre corpus comprend toutes les deux fonctions grammaticales, d'abord les exemples d'agent :

- 74. Traitement antichute Klorane
- 75. [...] Maquillage Dessange (Dessange)

On pourrait dire simplement *le traitement Klorane* mais dans ce cas, N₁ a un qualificatif postposé *antichute* qui indique la nature du traitement. L'exemple 75, fragment du titre publicitaire, peut s'interpréter soit 'Dessange maquille' soit 'les produits de beauté de Dessange'.

Les exemples où N₂ est l'objet, sont présentés ci-dessous. Les verbes nominalisés sont *perfectionner*, *estomper*, *contrôler*, *corriger* et *réduire*. Les cas où N₂ est l'objet sont assez fréquents dans la cosmétique.

- 76. Perfection minceur (Phytomer)
- 77. Estompe taches (Chanel)
- 78. Contrôle imperfections locales (Clarins)
- 79. Correcteur imperfections (Chanel)
- 80. Réducteur rides (Biotherm)
- 81. Réducteur rides contour des yeux (Biotherm)

N₂ est qualifié par un adjectif postposé dans l'exemple 78. L'exemple 81 est plus compliqué que les autres : la construction est N₁ N₂ (N₃ des N₄). Il offre un avant-goût de la sous-classe C de complémentation où la destination du produit est directement attachée à un autre nom ou à une séquence des noms. Les N₁ des exemples 79-81 sont les transformations de verbe qui ont reçu la désinence *-eur* indiquant un agent. En conséquence, on aboutit à la séquence nominale d'agent-objet.

Il y a dans cette sous-classe un exemple exceptionnel qui mérite d'être traité séparément. Il est proche des exemples ci-dessus (76-81) sémantiquement, mais il est différent grammaticalement. L'exemple est

- 82. Urgence anti-imperfection (Biotherm)

dont N₁ est la substantivation d'un adjectif, non d'un verbe comme dans les exemples précédents. *Imperfection* au singulier (cf. ex. 78-79) est l'autre substantivation dans la même désignation. Elle est employée dans un sens abstrait, tandis qu'elle est plutôt concrète dans les exemples 78 et 79. En fin de compte, la désignation contient deux substantivations, mais aucun substantif ne désigne la texture ou la nature du produit. Formuler la désignation du produit de cette façon n'est pas commun dans le corpus examiné.

Les syntagmes nominaux où N₂ exprime une période de temps, sont fréquents dans la cosmétique. Noailly n'a pas d'exemples de ce genre. Le type B de complémentation est pourtant le plus approprié pour ces syntagmes. La séquence nominale familière dans la langue française est celle de collections de haute couture, p.ex. *collection printemps* (dans les dictionnaires souvent *collection de printemps*, entre autres *Le Nouveau Petit Robert*, s.v. *collection*). Les exemples de notre corpus sont :

- 83. Collection maquillage printemps 2000 (Dior)
- 84. Collection automne-hiver (Givenchy)

Les N₂ exprimant la période de la journée (jour ou nuit) où il est conseillé d'appliquer un produit sont plus communs dans notre corpus que ceux des longues périodes de temps, comme ci-dessus. On pourrait penser qu'il s'agit d'une destination de N₁ (la sous-classe C), mais il diffère toutefois des désignations où la région du corps est mentionnée comme N₂ (voir ex. 81). Voici des exemples en abondance, groupés par trois :

- 85. Crème jour (Yves Rocher)
- 86. Crème jour effet bonne mine (Yves Rocher)
- 87. Rectifiance nuit (Chanel)
- 88. Réparatrice nuit (L'Oréal)

- 89. Concentré jour ultra-matifiant (Clarins)
- 90. Fluide jour matifiant hydratant (Clarins)
- 91. Gel nuit normalisant (Clarins)

- 92. Active jour (Yves Rocher)
- 93. Absolue nuit (Lancôme)
- 94. Multi-active nuit (Clarins)
- 95. Primordiale intense nuit (Lancôme)

Les premiers exemples sont très typiques : *crème de jour / nuit* (p.ex. Stimuderm) est la construction habituellement employée auparavant, et nous avons remarqué que les fabricants moins connus utilisent des prépositions dans des dénominations plus souvent que le font les grandes marques.

Le mot *rectifiance* (ex. 87) ne se trouve pas p.ex. dans *Le Nouveau Petit Robert* mais il s'agit de la dérivation suffixale commune *-ance*, qui « s'ajoute à des verbes pour former des noms marquant l'action ou son résultat » (Grevisse 1994 : 209), ici au verbe *rectifier*. Selon Grevisse (ibid. : 210), « ce suffixe a eu un grand succès dans la

langue littéraire, spécialement à l'époque symboliste ». Cette productivité semble avoir atteint la cosmétique aussi. *Réparatrice nuit* (ex. 88) ressemble au troisième groupe ci-dessus (ex. 92-95) quant au caractère adjectival de N₁, mais il réfère quand même à la fonction du produit, ce que les N₁ des exemples 92–95 font très allusivement.

Les exemples 89-91 sont similaires aux exemples 85-86 en ce qui concerne les N₁, mais des adjectifs qualifiants ont été ajoutés à la fin du syntagme sous la forme de participes présents qualifiant l'ensemble et en accord avec N₁.

Les exemples 92-95 sont particuliers. Les N₁ sont en fait des adjectifs, mais il ne s'agit pas d'un adjectif qualificatif antéposé. Il semble que leur noms têtes ont été supprimés et que le lecteur doit les imaginer, p.ex. *crème* ou *lotion*. Les N₁ sont chaque fois au féminin dans ces exemples tout comme dans l'exemple 88. La substance proprement dite n'est pas mentionnée. La manière de constituer une désignation de cette façon est le contraire exact des exemples 44-47 (chapitre 5.2.1.) où tous les deux composants signifient la substance.

5.2.3. La sous-classe C de complémentation

La sous-classe C de complémentation est la catégorie de destination, largement reconnue comme un type productif en français (Noailly 1990 : 121-122). Bien qu'il ne soit pas possible de trouver de paraphrase qui serait appropriée à tous les cas, la proposition suivante est, selon elle, la mieux adaptée:

N₁ est destiné (consacré) à N₂

La préposition *pour* est appropriée dans la majorité des cas, mais elle ne l'est pas si N₂ est un nom propre. Granville Hatcher (1946 : 218-219) constate dans son article que « ces groupes nominaux étaient, autrefois, prépositionnels. Le rapport de destination précisément s'exprimait au moyen de la préposition *à* ». Elle considère que cette préposition est en défaveur étant envahie par les prépositions rivales comme *de* et *pour*. L'instabilité aurait conduit à omettre toutes les prépositions et à employer la construction directe. Noailly (1990 : 122) n'est pas très convaincue par cette argumentation qu'elle ne trouve pas suffisante pour expliquer le comportement très varié des formations.

La sous-classe C de complémentation contient, selon Noailly (1990 : 122-124), cinq sous-types qui sont :

- (i) objets matériels (*le parfum hommes*)
- (ii) activités humaines (*la gym cerveau*)
- (iii) l'argent (*réduction jeunes*)
- (iv) époques de temps (*une halte casse-croûte*)
- (v) espace (*une salle fumeurs, le musée Alain à Mortagne ; le parking longue durée*)

Toutes ces sous-classes ne figurent pas dans notre corpus qui est plus homogène que celui de Noailly. Uniquement les désignations d'objets matériels sont présentes ce qui est logique. Il y a néanmoins des différences concernant les qualifiants de N₁ et N₂, l'ordre des mots etc. Les désignations les plus simples n'expriment que la texture de produit (*gel, crème* etc.) et sa destination dans la construction directe (ex. 96-100) :

- 96. Baume corps (Biotherm)
- 97. Lait buste (Clarins)
- 98. Sérum contour yeux (Clarins Men)
- 99. Masque contour des yeux (Clarins)
- 100. Crème visage et cou (Sisley)

- 101. Bienfait yeux (Lancôme)
- 102. Source thérapie yeux (Biotherm)
- 103. Extrême cils (Chanel)

- 104. Prisme pommettes (Givenchy)
- 105. Prisme visage (Givenchy)
- 106. Prisme regard (Givenchy)

Les exemples 98 et 99 de Clarins montrent bien que la façon de construire une désignation varie même chez le même fabricant. La préposition *de* est employée ou supprimée sans que cela produise de différence de sens. Quant à la relation entre *contour* et *yeux*, elle appartient à la sous-classe B de complémentation. N₂ de l'exemple 100 (*visage et cou*) se construit de deux composants liés par la conjonction de coordination, ce qui est rare dans ces dénominations.

Les six derniers exemples (101-106) suscitent l'intérêt parce que les N₁, bien qu'ils soient des substantifs, n'expriment pas explicitement de quel genre de produit il s'agit. Il faut le savoir ou le deviner par le contexte. Les N₂ sont analogues à ceux des exemples antérieurs (96-100, p.ex. *yeux*).

Les trois produits de Givenchy (ex. 104-106) offrent un échantillon intéressant à comparer l'un avec l'autre. Il manque la composition des produits, comme dans les exemples 101-103. Elle a été remplacée par le mot *prisme* qui réfère à la forme en laquelle sont emballés les produits. Le fabricant donne l'information sur *Prisme visage* : « Quatre pyramides de poudre à balayer au pinceau pour un teint parfaitement unifié ». *Pommettes* et *visage* sont les destinations claires mais *regard* (ex.106) est si allusif qu'il est même possible de le poser dans la catégorie de qualification. Nous le considérons néanmoins comparable aux deux autres exemples le mot *regard* substituant un mot plus concret qui est probablement *paupières*. Le fabricant donne des renseignements sur le produit : « Un dégradé de quatre ombres mates et une touche centrale irisée à moduler pour un maquillage des yeux toujours réussi ». En dehors du contexte, le syntagme nominal *prisme regard* serait difficile à comprendre.

Comme dans la sous-classe B de complémentation, dans ce groupe aussi, il y a des produits dont N₁ est le quasi-adjectif ne qualifiant pas N₂ pour autant. Les N ne sont en accord ni en genre ni en nombre :

- 107. Primordiale lèvres (Lancôme)
- 108. Spécial visage (Lancaster)
- 109. Absolue yeux (Lancôme)

Ces syntagmes peuvent être interprétés de la même façon que les exemples 92-95 dans le chapitre 5.2.2. : il est question de la suppression d'un substantif qui exprimerait la composition de produit. Il faut davantage d'information pour pouvoir reconnaître avec certitude la nature de ces produits.

Selon Noailly (1990 : 101), N₁ est assez rarement qualifié dans cette catégorie, mais elle a quelques exemples, un d'entre eux pris d'une publicité : *assurance complémentaire maladie*. En revanche, la publicité des produits cosmétiques les utilise souvent :

- 110. Emulsion démaquillante yeux (Matis)
- 111. Soin réparateur visage (Biotherm)
- 112. Gel multi-tenseur buste (Clarins)
- 113. Capture essentiel yeux (Dior)
- 114. Soin rajeunisseur regard (Biotherm)

Les exemples 110 et 111 représentent des dénominations fréquentes : N₁ adj N₂, où N₁ indique la composition de la préparation, l'adjectif qualifiant est en accord avec N₁, et N₂ est la destination, *yeux* ou *visage*. L'exemple 112 contient l'élément d'origine latine

multi- qui renforce la propriété raffermissante exprimée par *tenseur*. L'exemple suivant, *Capture essentiel yeux*, attire plus d'attention. N₁ est le substantif féminin au singulier, *essentiel* la forme masculine au singulier, et enfin, N₂, le masculin au pluriel. La forme masculine *essentiel* est l'élément le plus obscur. Dior a une série de produits qui s'appelle *Capture totale* l'adjectif qualifiant étant au féminin. *Essentiel* dans l'exemple 113 est alors un substantif et la dénomination du produit consiste en trois substantifs consécutifs. Le dernier exemple, *Soin rajeunisseur regard* comprend encore une fois *regard* en N₂ (cf. ex. 106). Ici, il est plus fondé comme destination : l'application du produit concerne vraisemblablement le contour des yeux qui se raffermissent et par conséquent l'utilisation du produit influence positivement le regard.

Parfois le raccourcissement d'une dénomination est très élaboré. Voici des exemples :

- 115. Masque-soin yeux-lèvres (Matis)
- 116. Anti-rides yeux-lèvres (YSL)
- 117. Démaquillant yeux-lèvres (YSL)

L'emploi de deux traits d'union dans le premier exemple n'est pas nécessaire et encore moins indispensable. N₁ où *masque* est attaché à un autre nom, a été trouvé aussi dans les exemples 42, 50 et 51 (voir le chapitre 5.2.1.). N₂ qui sert de destination du produit, est exprimé par deux substantifs au pluriel et ils sont coordonnés par le trait d'union. C'est une façon assez exceptionnelle de construire des désignations.

Les séquences nominales indiquant les produits cosmétiques ont souvent la forme de constructions N₁ adj N₂ ou N₁N₂ adj où l'adjectif qualifiant détermine l'ensemble de deux substantifs. Voici des exemples de ce dernier groupe :

- 118. Démaquillant yeux intense (Chanel)
- 119. Concentré visage restructurant (Lierac)
- 120. Baume lèvres réparateur (Clarins)
- 121. Crème corps veloutée (Clarins)
- 122. Baume corps super hydratant (Clarins)
- 123. Bronzant visage hydratant (Biotherm)

En plus des exemples où un adjectif qualifie l'ensemble de deux substantifs, il y en a d'autres où un adjectif postposé ne détermine que N₂. Ils sont pourtant rares dans notre corpus :

- 124. Lait jambes lourdes (Clarins)
- 125. Crème pieds très secs et abîmés (Neutrogena)

- 126. Gommage exfoliant peau neuve (Clarins)
- 127. Gommage peau de pêche (Lancôme)
- 128. Fluide peau neuve (Clarins)

La destination qu'indique N₂ n'est pas sémantiquement la même dans tous les exemples ci-dessus. Les N₂ des exemples 124 et 125 soulignent les membres fatigués qui fonctionnent comme destination, tandis que dans les exemples 126-128 N₂ exprime le résultat voulu de l'application. Comme Noailly (1990 : 94, 121) l'a constaté, la complémentation est une catégorie si touffue et diversifiée qu'il y a toujours le risque d'éparpillement et de classification excessive. Le cas où N₂ sert d'objectif de l'utilisation du produit, serait une sous-catégorie supplémentaire dont les représentants seraient les exemples 126-128.

La paraphrase exprimant cette catégorie, N₁ est destiné à N₂, se réalise au sens large. Quelquefois N₂ indique la circonstance exigeante dont les inconvénients sont prévenus par le produit. La paraphrase plus exacte dans ce cas pourrait être : N₁ afin de protéger un objet contre les effets de N₂.

- 129. Soin intégral ville (Dior)
- 130. Crème haute altitude (Lancaster)
- 131. Sécurité soleil (Roc)
- 132. Protection hiver (Avène)

Le N₁ de l'exemple 130 (*crème*) indique la texture du produit tandis que les deux suivants (*sécurité* et *protection*) ne le font pas. *Soin*, mot commun dans la cosmétique est tout particulier. Dans les dictionnaires comme *Le Nouveau Petit Robert* (s.v. *soin*) et *TLF* (<<http://atilf.atilf.fr/tlf.htm>> 19.1.2010), son sens au singulier est 'préoccupation', 'minutie' et au pluriel 'actes par lesquels on soigne'. *Soins de beautés* veut dire 'les actions à faire', 'personne spécialisée dans...' etc. Dans le dictionnaire, *soin* n'a pas le sens de 'préparation cosmétique'. Si l'on se réfère à des produits, *soin* renvoie au domaine : « Kanebo, célèbre marque japonaise de produits de soins de beauté... » (*TLF*). Dans *Le Petit Larousse compact* (s.v. *soin*), en revanche, une des significations de *soin* est justement 'produit cosmétique'. L'éditeur défend l'adoption de certains genres de mots dans la préface du livre : « Un mot, une façon de dire, un emploi nouveau ont leur

place dans le Petit Larousse lorsqu'ils sont utilisés de façon répétitive, sous des plumes différentes et qu'un lecteur peut légitimement nous poser la question : comment s'écrit ce mot et que signifie-t-il ? » (*Le Petit Larousse compact* : 3). Des usages quotidiens ont été acceptés dans ce livre qui est peut-être moins orienté vers la norme prescriptive que les grammaires et les autres ouvrages de la langue.

Le mot principal est encore une fois supprimé dans les exemples 131 et 132. *Protection hiver* est la construction abondamment utilisée dans divers domaines. On vend sous ce nom entre autres des bâches²², de la paille²³ et des sacs de couchage pour des bébés.²⁴ Le lecteur sait ou devine la bonne interprétation uniquement par le contexte.

5.2.4. La sous-classe D de complémentation

La sous-classe D de complémentation est la catégorie d'origine dont la paraphrase, selon Noailly (1990 : 126), est :

N₂ est à l'origine de N₁.

Un nom commun ainsi qu'un nom propre peut s'appliquer à N₂ (ibid.), mais quand c'est un nom commun, c'est inanimé et en revanche, quand c'est animé, c'est un nom propre et presque toujours un nom de personne. Cette restriction concerne le corpus de Noailly, mais elle ne la trouve pas applicable à tous les cas. Les prépositions supprimées sont à cause de / du fait de et par. Les exemples où N₂ est un nom commun sont p.ex. *le complexe kilos superflus* et *un problème cheveux* (ibid. : 126-127) et un nom propre, p.ex. *le phénomène Julio Iglesias* et *le palais Garnier*. Pour qu'on puisse distinguer la différence entre *le musée Alain* (l'exemple de Noailly cité dans la sous-classe C de complémentation (voir le chapitre 5.2.3.) et *le palais Garnier*, on devrait avoir la connaissance de leur passé. Noailly (1990 : 127-128) l'explique par : *le musée Alain* est consacré à Alain tandis que *le palais Garnier* représente le cas où N₂ en est le concepteur.

Un des exemples où N₂ est un nom commun, mentionné par Noailly (1990 : 127), est *légumes vapeur* qui est un peu problématique. Comment entendre *vapeur* comme étant

²² <<http://www.norauto.fr/Acheter-Bache-de-protection-hiver-Taille-S-pour-citadines-/Bonnes-affaires/ProduitsSaisonnierHIVERBA1009/252791-NorautoSI-/1.html>> 13.1.2010

²³ <<http://www.charlane-boutique.com/terres-bonsai/protection-hiver.html>> 13.1.2010

²⁴ <http://www.leboncoin.fr/vi/87320770.htm?ca=5_s> 13.1.2010.

à l'origine de *légumes* ? Ce syntagme fait partie de la complémentation, c'est vrai, parce que les autres alternatives, qualification, coordination et identification, sont impossibles. Selon Noailly, c'est un raccourci de *légumes (cuits) au moyen de la vapeur* (ibid. : 127, note en bas de page). *Le Nouveau Petit Robert* (s.v. *légume*) propose la périphrase suivante : *légumes (cuits) à la vapeur*. Lorsque plusieurs mots sont supprimés, entre autres la préposition, et en même temps l'expression s'est bien consolidée dans l'usage, s'agit-il d'un mot composé ? L'interprétation serait que *vapeur* est à l'origine de *légumes vapeur*. Or, tous les mots composés, ont-ils toujours des traces de substantifs épithètes avant de devenir figés ?

La sous-classe D de complémentation est presque ou tout à fait absente dans notre corpus. Lorsqu'il indique « origine » et peut être formulé par un groupe prépositionnel à *cause de*, N₂ est souvent plus ou moins négatif ce qui ne conviendrait pas aux noms de produits. Un cas limite est inclus dans la phrase de la publicité d'YSL : « *Les parfums Yves Saint Laurent* vous souhaitent une excellente fin d'année » (Vogue 1980, n° 602, p. 13). L'autre interprétation est qu'il s'agit de l'expression *Les parfums d'Yves Saint Laurent*, mais sans préposition. Si c'est le cas, la construction appartiendrait à la sous-classe B de complémentation.

En tant que purs syntagmes, les exemples 87 et 88 (*Rectifiance nuit* et *Réparatrice nuit*) de la sous-classe B pourraient être interprétés comme appartenant à la sous-classe D si l'on ne prêtait pas attention au contexte. On pourrait imaginer p.ex. un sommeil nocturne qui rectifie et répare les rides sans aucun produit cosmétique. La construction serait p.ex. *rectifiance grâce à la nuit*. Il n'est pourtant pas question de cela dans ces produits. Les mots recteurs manquent dans ces désignations elliptiques.

5.3. Coordination

Le terme *coordination* réfère dans les grammaires généralement aux mots ou aux propositions qui sont unis par une des conjonctions de coordination (mais, ou, et, donc, or, ni, car). On peut cependant employer ce terme pour référer à deux substantifs liés simplement par le trait d'union. Certes, nous sommes là en face de deux détails difficiles. L'un est les usages variés de l'emploi du trait d'union et l'autre est la question qui consiste à analyser de quelle façon deux ou plusieurs substantifs coordonnés peuvent avoir quelque chose à faire avec les substantifs épithètes.

Les substantifs consécutifs de coordination ont une importance égale; N₂ ne détermine pas N₁ ni ne se produit l'inverse. L'article s'accorde à N₁. L'exemple de Noailly (1990 : 66), *les dommages-intérêts* figure dans la forme plus transparente *les dommages et les intérêts*. Lorsqu'il s'agit d'une notion commune, il est possible, dans ce cas, d'employer la construction uniquement avec l'article initial, *les dommages et intérêts*. Le lien peut s'interpréter plus étroitement quand on utilise le trait d'union au lieu d'une conjonction de coordination (qui est le plus souvent *et*). Une construction, est-elle en voie de devenir un mot composé quand l'emploi du trait d'union entre les composants devient plus fréquent? Au moins selon Grevisse (1994 : 132), ce n'est pas le cas : « Le trait d'union n'a pas avant tout pour fonction d'indiquer qu'il s'agit de mots composés, ceux-ci pouvant ne pas contenir de trait d'union, mais de marquer la différence entre *certain*s composés et des groupes syntaxiques libres. » L'auteur peut joindre des substantifs égaux de façon surprenante et presque à sa guise : *sacristains-bedeaux-sonneurs-suisse-fossoyeurs-chantres de village*, un méga-syntagme de Balzac cité par Noailly (1990 : 68). L'emploi d'une construction de plusieurs substantifs consécutifs ne semble pas être récent.

L'exemple un peu différent, *elle enseigne la physique et la chimie* (Noailly 1990 : 69, 78) peut se dire *elle enseigne la physique-chimie*. Chacun de deux substantifs a eu son propre article avant la fusion. L'article s'accorde toujours avec le substantif qui le suit immédiatement, p.ex. *Le Poitou-Charentes* ou *Les Charentes-Poitou* (ibid. : 73). C'est tout comme dans les autres catégories (qualification, complémentation et identification) où le nom recteur prescrit le genre et le nombre de l'article. C'est la raison pour laquelle Noailly (ibid. : 74) a décidé que la coordination doit figurer parmi les autres catégories de substantifs épithètes.

Quant au trait d'union, les façons de voir sa fonction et sa place varient. C'est « un des signes les plus bizarres ; en principe, il marque la soudure de deux ou plusieurs mots séparés, en particulier dans les noms composés » (Chevalier et al. 1983 : 30). En tout cas, son emploi est même systématique dans la coordination. Il n'est cependant pas la panacée pour former la cohésion entre les noms. Cela concerne aussi bien les syntagmes nominaux que les noms composés. Riegel (1988 : 136) émet des réserves sur son emploi (voir chapitre 4.1.). Il est souvent, selon lui, exploité artificiellement afin de créer une cohésion « dont la source est ailleurs » (ibid. : 136). Verdelhan-Bourgade (1991 : 71)

traite la même question constatant que « le moyen de composition le plus prolifique en français branché semble être l'alliance nom + nom ». Elle donne des exemples : un *film-culte*, l'*Etat-fatalité*, la *politique-spectacle*, une *émulsion-gel*, la *beauté-recentrage*. Elle trouve qu'il s'agit de l'influence de la composition anglaise. La plupart de ces exemples, exception faite d'*émulsion-gel*, appartiennent à des catégories autres que la coordination,.

Grevisse (1994 : 137) traite l'emploi du trait d'union comme « marque de la coordination sans pause » et donne des exemples comme une *jupe-culotte*, le *nord-est* et les *romans d'Erckmann-Chatrian* (deux auteurs). Ils sont présentés sous le titre « Le trait d'union comme marque d'unité grammaticale », l'autre titre étant « Le trait d'union comme marque d'unité lexicale » (ibid. : 132). La disposition des syntagmes mentionnés sous le premier titre est étonnante parce que les constructions comme *jupe-culotte* et *nord-est* sont des notions figées et lexicalisées, et en tant que telles des unités lexicales. Le troisième syntagme, les *romans d'Erckmann-Chatrian*, en revanche, est provisoirement construit. Par conséquent, sa place sous le premier titre est appropriée. L'exemple est tout à fait analogue aux exemples de Noailly (1990 : 76), « *Depardieu-Deneuve* : le couple roi des Césars » ou « la famille, celle de *Signoret-Montand* ».

L'ordre de deux (ou plus) substantifs est intervertible à l'exception de quelques cas particuliers. Cette permutabilité témoigne de l'égalité des composants. Parfois l'ordre ne peut pas être changé ce qui n'affecte pas le principe d'égalité des deux composants dans les cas où par exemple la chronologie prescrit un ordre fixe (*un printemps-été parisien*). L'autre indication de l'égalité des composants est qu'un adjectif qui caractérise l'ensemble N_1N_2 , caractérise aussi chacun des composants séparément. C'est une caractéristique introuvable dans les autres catégories (Noailly 1990 : 70). À cause de l'égalité des composants, les métaphores sont absentes dans la coordination.

Les composants formant la coordination asyndétique ne sont pas toujours du même genre. Parfois ils sont superposés, p.ex. un *hôtel-restaurant*. Ils forment une sorte d'hybride et on peut, selon Noailly (1990 : 81), l'exprimer par *un hôtel qui est aussi un restaurant*. Quelquefois, les composants sont juxtaposés, p.ex. *Alsace-Lorraine* ; on ne peut pas dire **l'Alsace qui est aussi la Lorraine*. Les objets sont indépendants et distincts, malgré leur contiguïté (ibid.). En principe, les substantifs qui sont coordonnés

sont soit des noms propres soit des noms communs. Il n'y a pas d'exemples naturels où ils seraient mélangés.

Les cas de deux N équivalents sont assez rares dans notre corpus. Le trait d'union, en revanche, est plusieurs fois utilisé entre deux substantifs qui forment plutôt une qualification ou une complémentation. Voici quelques échantillons : *texture-crème* (Vichy, dans le texte publicitaire), *Soin-crème colorant ton sur ton* (Garnier), *Crème-richesse* (Kérastase) et *Shampooing-soin* (L'Oréal). L'instabilité de la façon d'écrire les dénominations est visible dans ces produits de Kérastase et de L'Oréal. Tous les deux ont été écrits avec et sans trait d'union dans leurs propres publicités et emballages de produits. *Soin crème* a été écrit avec ou sans trait d'union, selon un fabricant. (Du caractère spécial de *soin*, voir aussi page 41.) Une coordination claire mais toujours instable est trouvable dans les cas suivants :

133. [...] le nettoyage-démaquillage (Clarins)
134. Bain-douche parfumé (Yves Rocher)
135. Coiffeur-conseil Kérastase (Kérastase)
136. Gel-crème hydratant rafraîchissant (Yves Rocher)

Tous les exemples peuvent s'interpréter au moins de deux façons mais une d'entre elles est toujours la coordination. L'exemple 133, prélevé d'un texte publicitaire, a été constitué de deux notions, *nettoyage* et *démaquillage*, qui signifient le fait de laver, de purifier. Sont-ils égaux, on peut en discuter. *Nettoyage* a une signification plus étendue que *démaquillage* et nous pouvons interpréter *démaquillage* comme un élément qui détermine le type de *nettoyage*. Il serait alors l'hyponyme de *nettoyage*. Dans ce cas-là, il ne s'agirait pas d'une coordination mais d'une qualification. Selon Noailly (1990 : 46) « Si N₂ est pris au même champ sémantique que N₁, il vient le caractériser à titre d'hyponyme. [...] Mais curieusement cette possibilité qui pourrait être intéressante, est peu exploitée en français. » Elle mentionne des exemples peu employés comme un *sol carrelage*, une *maison chalet* et un *changement amélioration*. Nous pouvons aisément voir que N₁ qui est l'hyperonyme de N₂, est redondant. Par la construction *nettoyage-démaquillage*, le fabricant n'a guère voulu dire que *démaquillage* serait une sous-classe de *nettoyage*, mais que l'emploi du produit convient aussi bien pour nettoyer la peau que pour effectuer le démaquillage. D'où la conclusion que les noms ont une valeur égale et que la séquence appartient à la coordination.

L'exemple 134, *Bain-douche parfumé* (Yves Rocher) représente des séquences elliptiques où la substance proprement dite ne figure pas dans la dénomination. Le syntagme est qualifié par un participe passé qui porte sur l'ensemble, et le produit peut être utilisé aussi bien dans le bain que dans la douche. La construction est parfois écrite *bain douche*, c.-à-d. sans trait d'union, même dans le site Internet du même fabricant (<<http://www.yves-rocher.fr/control/tout-pour-la-famille/bains-douches/>> 14.1.2010), où existe le titre *Bains douches*. La désignation la plus conventionnelle est celle d'Estée Lauder, *Gel parfumé pour le bain et la douche*.

L'exemple 135 (*Coiffeur-conseil Kérastase*) a été pris du texte publicitaire de Kérastase. La relation entre le nom propre et le reste est la complémentation type B. Noailly, elle aussi, (1990 : 80) a mentionné des métiers mixtes qui forment la coordination : *enseignant-chercheur, chauffeur-secrétaire et plombier-zingueur*.

Gel-crème hydratant rafraîchissant (ex. 136) comprend une coordination avec les mêmes réserves que les trois exemples précédents. Cette dénomination de texture de produit n'est pas unique, p.ex. Galénic a un produit semblable (*Gel-crème aux microparticules*). Puisqu'il s'agit de la texture qui est légère, partiellement gélatineuse, partiellement crémeuse, les critères de coordination, deux noms équivalents, se remplissent bien.

Une construction assez abondante chez Noailly (1990), mais pas dans notre corpus, est celle où deux (ou plus) substantifs consécutifs suivent le nom tête, N_0 . Il signifie souvent une relation mais il n'est pas indispensable (Noailly 1990 : 84, 91). En plus d'une unité composée (p.ex. *l'axe Mitterrand-Barre*) cette construction peut indiquer une opposition, p.ex. *le débat université-grandes écoles*. La relation de N_0 à l'ensemble (N_1+N_2) est toujours soit la complémentation, soit l'identification (Noailly 1990 : 88). Le premier exemple ci-dessous a été présenté déjà au sein de complémentation B, mais le point de vue a été différent. Notre corpus contient les exemples suivants :

- 137. Collection automne-hiver (Givenchy)
- 138. Complexe liposomes-vitamine A (Dior)
- 139. [...] quant à *l'association alchémille-lierre-prêle*, elle vous garantit une peau sans défaut [...] (Liérac, du texte dans la publicité de *Soin modelage caryatide ventre*)

N_0 est le nom tête qui indique le rapport entre les composants, ici *collection*, *complexe*, et *association*. L'ordre des composants qui devrait être libre, ne l'est pas dans l'exemple 137 à cause de la chronologie. Le choix de l'ordre peut être autrement fait aussi pour des raisons euphoniques. La relation de N_0 avec l'autre partie de la construction n'est pas la même dans tous les trois cas exposés ; le premier (ex. 137) appartient à la complémentation B, les autres à l'identification (voir le chapitre 5.4.). Le numéro 139 est un exemple de sérialité, à trois substantifs consécutifs. Tous les trois exemples (les numéros 137-139) indiquent des unités ce qui est compréhensible dans le contexte de produits commerciaux. L'opposition indique souvent un signe négatif qui ne serait pas propice à la dénomination et à la vente.

Les publicités examinées sont parfois intitulées d'une façon particulière. Elles contiennent alors plus d'information sur certains produits que les publicités habituelles :

- 140. publi-information (Eugène)
- 141. publi-reportage Marie Claire (Chanel)

Si la première partie, *publi-*, troncation de *publicité*, et la deuxième partie sont considérées comme une construction hybride, il s'agit d'une coordination. Si ces exemples sont considérés en premier lieu comme des textes publicitaires, *information* et *reportage* sont les contenus du mot *publicité* et la construction appartient à la complémentation A. La relation de *Marie Claire* au *publi-reportage* représente la complémentation B.

5.4. Identification

L'identification est une catégorie peu examinée et parfois considérée comme une partie de la qualification. Elle peut aussi être confondue avec la complémentation. N_1 est délimité par N_2 dans une identification typique. On peut, selon Noailly (1990 : 133, 152), poser la question :

quel N_1 , à laquelle N_2 donne la réponse.

A cause de la nature de cette question, le groupe nominal est fourni par l'article défini qui est toujours au singulier (Noailly 1990 : 133, 138). Voici quelques exemples de Noailly : *le président Pompidou*, *l'institution opéra*, *le dieu Commerce*, *la rue Victor Hugo*, le mot « *vallance* » [les guillemets sont de Noailly].

N_1 dénote une sorte de classe dont le représentant particulier est N_2 . Parfois N_1 est hyperonyme de N_2 , ce qui n'est pourtant pas le cas lorsque N_2 est un nom propre. Selon Noailly (1990 : 135), il faut que « N_1 comporte d'autres éléments (sinon l'identification par N_2 serait redondante) : parmi tous les présidents possibles, c'est de celui-là seul qui a pour nom Pompidou qu'on veut parler ». D'après elle, cette construction fonctionne mieux si le locuteur et l'interlocuteur, tous les deux, ont une connaissance préalable de l'appartenance de N_2 dans la classe de N_1 (ibid.). Elle n'est cependant pas sûre si ce point de vue est partagé par tous les lecteurs (ibid., note en bas de page 135), et cette réserve est bien justifiée. Nous traiterons la nature de N_1 plus bas.

L'identification a un caractère exceptionnel par rapport aux autres catégories : c'est N_2 dont on parle. N_1 est le nom recteur syntaxiquement mais il ne l'est pas sémantiquement. Malgré cela il est parfois difficile de faire la distinction entre l'identification et deux autres catégories, la qualification et la complémentation. Les épithètes possibles se comportent toutefois d'une façon différente par rapport aux autres catégories. Si elles sont extrêmes (c.-à-d. avant ou après N_1N_2), elles portent sur le N le plus proche, non sur l'ensemble comme dans la qualification (Noailly 1990 : 140). Il est néanmoins rare que N_1 soit qualifié dans l'identification parce qu'il est plutôt un classifieur. D'après Noailly (1990 : 145), ce cas est néanmoins rare.

Les signes graphiques peuvent révéler l'existence de l'identification : N_2 peut avoir la majuscule initiale, bien qu'il soit un nom commun, ou il peut se trouver entre guillemets (cf. *le mot* « *vaillance* », ex. de Noailly). Toutes les deux marques mettent l'accent sur le rôle exceptionnel de N_2 .

Un caractère de plus qui est typique pour l'identification, c'est que l'élément métaphorique est N_1 (ibid. : 142). On peut donc dire *la vie fantôme* (qualification) et *la fée productivité* (identification). Les cas où N_2 est un nom propre, sont plus clairs parce qu'un élément métaphorique ne peut pas être un nom propre ; en conséquence un allocutaire se rend aisément compte que c'est un N_1 , qui est métaphorique, p.ex. *le faucon Megret*.

Pour ce qui est de la question de savoir comment paraphraser l'identification, la formule proposée par Noailly nous semble trop ouverte. Ses exemples sont particuliers et ils diffèrent clairement de ceux des autres catégories. Mais la question « quel N_1 à laquelle

N₂ donne la réponse », va aussi bien pour la complémentation : Quel potage ? *Le potage vermicelles* (Noailly 1990 : 110, complémentation A). Quelle stratégie ? *La stratégie Miterrand* (ibid. : 113, complémentation B). Quelle rue ? *La rue Victor Hugo* (ibid. : 124, 152 ; en fait, cet exemple se situe dans deux catégories, complémentation C et identification). Quelle tour ? *La tour Eiffel* (ibid. : 127, complémentation D). Les exemples tout particuliers de l'identification chez Noailly méritent d'avoir une question plus exacte que « quel N₁ ? ».

La nature de N₁ dans cette catégorie est exceptionnelle. Noailly, en traitant des cas différents, en donne quelques caractéristiques. Elle constate (Noailly 1990 : 145) « qu'il y a peu d'exemples où N₁ joue le rôle de classifieur exact de N₂ ». Il est vrai qu'on ne dit pas « l'arbre tilleul » ou « vertu courage » parce que ces expressions seraient redondantes. En revanche, il n'y a pas de redondance si l'on dit p.ex. *l'utopie fraternité* ou *la performance exportation* (ibid. : 146). Elle constate que « N₁ a donc une certaine valeur informative ». Parfois les N₁ sont pourtant plutôt justifiés par le volume phonétique que par les raisons sémantiques. Elle appelle les N₁ de ce genre parasites. Voici ses exemples : *le facteur risque, l'élément eau, le phénomène ballet, le fait opéra, l'objet livre* (ibid.). Certainement les N₁ apportent des nuances aux phrases, p.ex. *Comme Ravel, Debussy s'est inspiré de l'élément eau*. S'il n'y avait pas de N₁, l'interlocuteur pourrait se demander de quel point de vue l'eau a été impressionnante pour le compositeur.

Les autres N₁ présentés dans l'identification de l'ouvrage de Noailly (1990 : 147-148) sont des noms qui peuvent s'employer dans un sens métaphorique, mais qui, en général, expriment les choses suivantes : des êtres surnaturels, des réalités géographiques ou cosmiques et des lieux précis (ibid. : 147). Les syntagmes suivants en introduisent : *la déesse automobile, le continent Ibsen, l'astre Rimbaud et la forteresse paludisme* (ibid. : 148). Les N₁ peuvent être aussi des noms d'espèces animaux, comme *l'aigle trépas* (ibid. : 149). Noailly (1990 : 150) constate que dans les métaphores « l'interprétation est guidée » et que « le sens de N₁ et la nature de N₂ se renforcent ». Elle note aussi que N₁ est présélectionné (ibid. : 149).

Les caractéristiques de N₁ présentées par Noailly sont très diversifiées et impliquent un traitement à part précisément comme elle l'a fait. Le fait que N₁ est présélectionné, qu'il a une valeur informative etc., nous semble témoigner que N₁ indique le rôle à travers

lequel on doit envisager N₂. Si le locuteur fait un choix d'un élément métaphorique, il le sélectionne à sa guise et il veut comparer la chose dont il parle à cet élément. Si le locuteur emploie la construction *l'institution opéra*, il veut parler de l'opéra juste comme institution, pas comme forme d'art ou comme bâtiment. N₁ présente le point de vue par rapport à N₂ qui est, comme Noailly l'a constaté, le nom recteur sémantiquement. Nous reformulons la paraphrase :

quel est le point de vue choisi sur N₂, auquel N₁ donne la réponse.

Lorsque N₂ est un nom commun, les syntagmes nominaux se comportent selon cette règle sans difficulté. Même la construction *le mot vaillance* remplit les critères parce qu'on doit savoir le motif à parler de *vaillance* (ou de n'importe quel sujet) ; il s'agit donc d'une raison métalinguistique. Si N₂ est un nom propre, les raisons peuvent varier. Si l'on veut dire *la rue Victor Hugo*, *la rue* est essentiel afin de faire savoir pourquoi Victor Hugo est mentionné. N₁ apporte le point de vue nécessaire à l'expression. Si l'on parle p.ex. du *président Pompidou*, il n'est plus aussi clair. Le plus souvent le titre ou le métier est ajouté au nom pour des raisons de politesse : il n'est pas poli de parler d'une personne uniquement par son nom de famille. Il est néanmoins possible que, au lieu de laisser entendre que de tous les présidents possibles on veut parler précisément du président Pompidou, le locuteur veuille exprimer qu'il veut parler de M. Pompidou juste comme président, non p.ex. comme homme d'affaires.

Le rôle qu'on donne à N₁ est d'une certaine façon aussi important que le sujet dont on parle. C'est une prise de position par le locuteur. N₁ est informatif dans les assertions générales, mais dans les métaphores, il peut être imprégné de préjugés et le locuteur peut persuader les autres de réfléchir sur un certain fait d'une manière nouvelle. Le rôle de N₁ donné par Noailly (1990 : 137) qu'il « n'intervient que comme une sorte de commentaire, ou si on préfère, de parenthèse explicative (*Pompidou, qui est président ; l'opéra, qui est une institution*) » est trop limité pour le composant qui introduit le point de vue du locuteur.

L'identification est presque absente dans notre corpus. Deux cas limites peuvent être inclus, avec réserves :

- 142. Crème "Orchidée Bleue" (Clarins)
- 143. Huile "Orchidée Bleue" (Clarins)

Ces dénominations sont des formulations sur les emballages. Elles ont eu la forme *La crème Orchidée Bleue* et *L'huile Orchidée Bleue* dans le texte de la publicité. En envisageant la série Orchidée Bleue on peut distinguer deux produits de différents genres, *crème* et *huile*. Pris de telle façon, nous pouvons les interpréter comme N_1 de l'identification. L'angle sous lequel l'objet est vu est crucial. Le choix de la catégorie est parfois lié à un moment particulier sans qu'on puisse dire que c'est vrai ou faux.

Deux exemples déjà traités dans le chapitre de la coordination (ex. 138 et 139) ont un rapport entre N_0 et N_1+N_2 qui peut s'interpréter comme un cas d'identification. Noailly (1990 : 84) même énumère une trentaine de relations qui peuvent accepter cette sorte de construction. La plupart désignent, d'après notre évaluation, des unités, environ un tiers d'entre elles sont négatives et quelques unes sont neutres. Une d'entre elles est *association* ; *complexe* n'existe pas dans sa liste. Elle constate toutefois que la liste n'est pas exhaustive. Nos exemples sont les suivants :

- 144. Complexe liposomes-vitamine A (Dior)
- 145. [...] quant à *l'association alchémille-lierre-prêle*, elle vous garantit une peau sans défaut [...] (Liérac, du texte dans la publicité de *Soin modélage caryatide ventre*)

Quand N_0 exprime la combinaison des N, on a une sorte d'équation de deux parties égales. D'après l'interprétation de Noailly, ces constructions sont sûrement des identifications. La question de Noailly, « quel N_1 ? » va bien dans ces exemples, mais elle va bien dans beaucoup de situations, comme nous l'avons vu auparavant. Examinons le rapport de N_0 et l'autre partie des constructions. Les N_0 qui réunissent les composants comme dans les exemples ci-dessus, ne sont pas toujours des noms de compositions, mais ils peuvent exprimer des rapports d'autres genres. La liste mentionnée de Noailly se base sur ce fait. Même dans les cas où N_0 dénote quelque chose de positif ou de neutre comme *dialogue* ou *filiation*, et surtout dans les cas négatifs comme *conflit* ou *guerre*, N_0 est l'élément qui se produit entre les composants ceux-ci restant indépendants. La paraphrase serait : « $(N_1 + N_2)$ ont N_0 » qui appartient clairement à la complémentation B. Tel est l'exemple 137, *Collection automne-hiver*.

Il n'est pas impossible de penser que les N ci-dessus aient une *association* ou un *complexe*, les constructions appartenant à la complémentation B. D'un autre côté, *Alchémille-lierre-prêle* peut être une *association* (être vs. avoir), c-à-d. l'«union de deux ou plusieurs molécules donnant une molécule plus grosse» (*Le Nouveau Petit Robert*,

s.v. *association*). Nous pouvons y penser en langage quotidien comme l'a fait Liérac dans la publicité, bien qu'elle ne soit pas une vraie association chimiquement. L'égalité qui règne sémantiquement entre N_0 et N_1+N_2 dans ces exemples, rend la construction intéressante. D'un côté, elle a même plus de caractéristiques de l'identification que ne l'a *institution opéra* où *opéra* peut être d'autre chose qu'une *institution*. *Alchémillierre-prêle*, en revanche, est toujours une sorte d'assemblage. La construction $N_0 N_1+N_2$ remplit, à notre avis, mieux que les autres constructions les critères de l'identification présentés par Noailly.

Riegel et al. aussi (1999 : 186) ont examiné la construction de $N_0 N_1+N_2$. Ils soulignent la nature elliptique de cette construction : « les groupes N_1-N_2 complétant directement un nom N_0 (*le conflit parents-enfants*, *le rapport qualité-prix*) s'analysent comme la forme elliptique d'une construction prépositionnelle avec deux compléments coordonnés (*le conflit entre parents et enfants*) ». Ils ne prennent pas position sur la catégorie de cette relation. Les syntagmes asyndétiques sont toujours elliptiques dans ce sens, mais comme nous l'avons vu plus haut, il y a parfois l'ellipse d'un terme de substance, aussi.

6. Réflexions sur les désignations examinées

Les constructions nominales asyndétiques traitées ne représentent qu'une partie des dénominations que les fabricants emploient sur leurs produits. Il existe toujours des désignations de produits qui gardent un adjectif épithète ou une préposition. Parce que cet ouvrage n'est pas quantitatif, nous ne voulons pas évaluer la proportion des noms asyndétiques. Pour ce faire, le corpus aurait dû être limité par exemple à une certaine période et à certaines publications. En l'occurrence, nous pouvons uniquement comparer les désignations construites de diverses manières et envisager les résultats multiformes.

La caractéristique la plus remarquable de la qualification est le changement d'un adjectif épithète en substantif correspondant. *Douceur* est le plus fréquent. P.ex. *Mascara douceur* (Lancôme, ex. 3) est commenté dans la publicité de cette façon : « Avec sa brosse toute fine, il allonge et recourbe vos cils avec beaucoup de précision et de naturel. Sa texture est toute douce. » Payot a des produits comme *Crème douce* et *Émulsion douce* qui suivent la règle grammaticale du français, substantif + adjectif

épithète, et le fait aussi *Lait doux démaquillant* de Garnier. Le célèbre fabricant Clarins qui utilise souvent de longues suites de noms dans les dénominations des produits, a un produit où aussi bien l'adjectif épithète qu'une préposition ont été gardés, à savoir *Lotion douce démaquillante pour les yeux*. Sisley a les produits *Brosse douce visage et cou* et *Démaquillant doux pour les yeux et les lèvres*. Ces genres de dénomination se défendent toujours contre les désignations asyndétiques.

La substantivation de l'adjectif s'est produite d'une façon intéressante dans certains cas. On utilise des produits cosmétiques afin de garder la jeunesse de la peau. Les noms des produits y renvoient souvent. P.ex. *douceur* et *doux* ont été employés alternativement. *Jeunesse* et *jeune* ne forment pas de paire comparable à ces noms. *Jeunesse* qui est une caractéristique commune aujourd'hui n'a pas alterné avec l'adjectif *jeune* dans ces dénominations, mais elle a été exprimée par d'autres adjectifs. *Crème réactivation jeunesse* (YSL) est un de ces produits exprimés par la substantivation de l'adjectif *jeune*, tandis que les exemples équivalents à adjectif épithète se trouvent dans les années cinquante et soixante-dix : Payot a eu un produit appelé *Crème embryonnaire*. La description de ce produit se trouve dans la publicité (*L'art et la mode* 1951, n° 2742, p. 8):

C'est en empruntant directement aux sources mêmes de la vie leurs principes de croissance et de renouvellement que le Docteur N.-G. Payot a mis au point la Crème Embryonnaire. Dans sa formule biologique suractivée, destinée à la régénération saisonnière de la peau. La beauté féminine doit reflleurir à chaque printemps. Si l'épiderme a été fatigué par l'hiver, la Crème Embryonnaire lui rendra fraîcheur et jeunesse en lui infusant la vitalité puissante qu'elle contient.

Aujourd'hui, quand on discute de la recherche sur les cellules souches, les noms de ce genre semblent inconvenants. Un fabricant moins connu, Everfast, a fait de la publicité pour sa série dans les années soixante-dix (*Vogue* 1973, n° 541, p. 15) :

L'eau de jouvence n'existe pas, l'élixir de jeunesse non plus. La beauté éternelle est une question d'imagination et de science. Les créateurs d'EVERFAST [les lettres capitales dans le texte original] ont mis au point pour vous une ligne de produits PLACENTAIRES HYPOALLERGIQUES qui sauront vous garder belle à perpétuité.

Il est intéressant de voir que ces adjectifs épithètes en quelque sorte extrêmes ont été changés en substantif *jeunesse*. Il semble que le chemin pour trouver des expressions adjectivales référant au matin de la vie a été parcouru jusqu'au bout et que le substantif, plus neutre, a été choisi.

Prenons un produit imaginaire que nous désignons par trois dénominations différentes : *Lotion rouge / rougissante / rougeur*. L'absurdité de l'exemple a été choisie afin de s'éloigner des produits réels et de réfléchir seulement sur le fonctionnement de la langue dans une situation fictive.

Un produit *Lotion rouge* évoque un liquide de couleur rouge. On parle de la propriété de cette substance. Si c'est *Lotion rougissante*, on a un produit dont l'influence est de rendre la peau rouge, en d'autres termes, on parle de son effet ou de sa conséquence. Le participe présent issu du verbe équivalent, ici *rougir* au sens transitif, exprime la fonction du produit.

Enfin, on a un produit qui s'appelle *Lotion rougeur*. Parle-t-on de la caractéristique du produit ou des conséquences qu'il engendre ? L'information que la désignation du produit nous donne n'est plus claire. Il est toutefois évident qu'elle a un rapport quant à l'influence du produit. Noailly (1990 : 170) constate que dans ce genre de dénominations il n'y a pas d'écart sémantique entre le substantif et l'adjectif. Nous ne partageons pas complètement cette avis ; le substantif qui détermine N₁ apparemment substituant l'adjectif équivalent n'exprime pas la même chose que l'adjectif. Il n'est pas le quatrième degré comme le prétend Cavanagh et qui est cité par Noailly (1990 : 49). N₂ de ce genre est près du verbe correspondant et il réfère à l'influence du produit. Il est pourtant plus près d'une allusion que d'une référence proprement dite. Il est difficile pour une consommatrice / un consommateur de faire appel à la responsabilité du fabricant si la désignation du produit lui a fait une impression disproportionnée au regard des propriétés de celui-là.

La caractéristique commune de la qualification est que les adjectifs épithètes ont été remplacés par des substantifs épithètes, tandis que dans la complémentation, ce sont les prépositions qui ont été supprimées. Nous comparerons plus en détail quelques exemples déjà traités dans les chapitres précédents avec les désignations qui ont gardé leur préposition.

La fonction de préposition est d'établir un lien entre les mots ou entre les syntagmes. La préposition est pourtant assez souvent omise entre substantifs, comme nous l'avons vu.

Certaines prépositions sont considérées vides,²⁵ c'est-à-dire dépourvues de sens. Sont-elles alors plus susceptibles d'être supprimées ? Lucien Tesnière, entre autres, a pris cette position (selon Cervoni 1991 : 9) notant qu'elles sont supprimées surtout dans le style télégraphique. Ce point de vue n'est pas généralement partagé. Le fait qu'elles n'ont pas de sens, n'est pas évident, non plus (cf. Cervoni 1991 : 127-140). L'unanimité existe toutefois dans les différences entre les prépositions. Spang-Hanssen (1963 : 12) constate que « quelques prépositions françaises ont atteint un degré d'abstraction inconnu aux prépositions des autres langues. La préposition *de* représente un maximum d'abstraction ». Il ajoute que « la valeur de *de* est absolument neutre » (ibid.). Il constate, à propos de leur fréquence, que « les prépositions dont le sens est le plus affaibli semblent en même temps être celles qui s'emploient le plus fréquemment » (ibid. :14). De toutes les prépositions, la plus fréquente est *de*, ensuite *à*, *en*, *pour* et *dans*.

Une préposition est considérée comme vide ou incolore si, selon Melis (2003 : 84) :

- 1) son apparition est conditionnée par la syntaxe et uniquement par celle-ci
- 2) son interprétation peut être entièrement déduite des données contextuelles
- 3) son sens est très abstrait et général
- 4) elle dispose une telle multitude d'acceptations que celles-ci ne se laissent plus unifier, ni saisir par une représentation d'ensemble.

Les trois prépositions les plus fréquentes, *de*, *à* et *en* sont considérées comme vides, *pour* et *dans* comme semi-vides (Melis 2003 : 83). Ce sont principalement ces prépositions qui manquent dans les exemples de notre travail. Elles ont été omises dans divers types de désignations.

La préposition manquante est *de* dans certains exemples de la complémentation A et dans presque tous dans la sous-classe B. L'exemple 31, *Huile lotus* (Clarins) commence ce type de désignations. *Huile* est généralement suivi par *de* quand il s'agit de la substance dont elle est un extrait, par ex. *huile de noix*, *huile de tournesol*. Il est possible que dans le cas de l'*huile lotus* il ne s'agisse pas de ce genre d'huile du tout, et afin d'éviter la confusion entre ce produit et les huiles proprement dites, la préposition serait supprimée.

²⁵ Terme lancé par Vendryès en 1925.

Presque toutes les constructions qui désignent la durée ou la tenue de quelque chose, toujours de haut niveau, pourraient contenir la préposition *de*. Les exemples de ce genre sont nombreux dans la complémentation A (ex. 55-58, 70-72). Dans le TLF, on trouve des exemples comme *un congé de longue durée* (s.v. *congé*), *les reproductions de haute tenue* (s.v. *photolithographie*), *la mesure de haute précision* (s.v. *micrométrie*) et *un caractère de haute exigence* (s.v. *saint*). Des diverses fonctions de *de*, celle-ci est la plus proche de la définition de Riegel et al. (1999 : 372) : « La qualité et évaluation quantitative sont elles-mêmes conçues comme des parties constitutives de l'entité caractérisée (*un homme de poids / de bonne compagnie / de cette importance* »). D'un autre point de vue, les syntagmes avec *haut* suivi d'un substantif peuvent s'interpréter à la manière de Wagner (1968 : 82) : « *Haute fidélité* est, vis-à-vis de *tourne-disque* dans le même rapport qu'un simple adjectif : *musical, fidèle* etc ». Selon cette acception, il ne s'agit pas d'un substantif épithète proprement dit.

Les constructions où N₂ est *action* ou *performance*, se comportent d'une façon différente (p.ex. *Phyto-mascara double action*, *Démaquillant yeux haute performance*). Si elles étaient précédées par une préposition, ce serait la préposition *à*. Dans le TLF, il y a des exemples comme *de très nombreux exercices à double action* (s.v. *gymnastique*) et *voilure à hautes performances* (s.v. *voilure*). Les constructions de ce genre n'ont pas de prépositions dans notre corpus. Nous traiterons la préposition *à* plus en détail plus bas.

La sous-classe B de complémentation où N₂ a N₁, est une construction qui, à son point de départ, s'exprime par la préposition *de*. Les désignations très typiques dans la cosmétique comme *crème de jour* et *crème de beauté* se trouvent dans les dictionnaires. En outre, elles ne sont pas disparues de l'usage commercial, bien que les constructions directes soient abondantes. Nivea et Stimuderm ont *Crème de nuit*, Givenchy a *Crème de jour protectrice* et YSL *Crème de nuit revitalisante*. Il s'agit d'un complément de temps qui caractérise N₁, comme p.ex. *journal du matin*. Le rôle de la préposition *de* est ici de marquer un rapport d'un caractère permanent. Il aurait été intéressant de voir des exemples de ce genre chez Noailly, mais elle les a exclus de son travail (Noailly 1990 : 108).

N₂ est un complément de temps à caractère occasionnel dans les exemples 83 et 84 (*Collection maquillage printemps 2000* et *Collection automne-hiver*). La préposition *de*

y est généralement employée dans les dictionnaires : *collection de printemps*, *collection d'été* etc. *De* a été supprimé aussi dans les exemples 76-81, où N₂ est l'objet de N₁ (p.ex. *Perfection minceur*, Phytomer) et N₁, pour sa part, la nominalisation de verbe. Le langage quotidien utilise dans ces cas la préposition *de*. Les cas où N₁ a la désinence *-eur* (entre autres *Réducteur rides*), sont aptes à recevoir la préposition *de* parce que N₁ indique un agent. Toutefois, la suppression de la préposition est possible dans ce cas-là, également. *De* marque un simple rapport dans tous ces cas. L'instabilité de l'usage de la préposition est perceptible même dans la possession réelle : *Masque contour des yeux* (Clarins, ex. 99) vs. *Sérum contour yeux* (Clarins Men, ex. 98). Il nous semble que les deux usages possèdent à peu près la même fréquence.

La préposition manquante dans les premiers exemples de la complémentation A (30, 32-36) est *à*. Un *flacon-pompe* pourrait aussi bien être *flacon à pompe*. La même construction serait possible dans les exemples 48 et 49 (*Déodorant bille*, cf. *stylo à bille*). L'exemple 32, *Lotion tilleul* (Matis), peut se comparer au produit de Sisley, *Lotion aux résines tropicales*, ainsi que l'ex. 33, *Crème liposomes* (Payot) à celui de Nivea, *Crème jeunesse aux liposomes*. Il s'agit d'une caractérisation ou d'idée d'accompagnement avec ou sans préposition, dépendant du fabricant.

Les exemples où N₂ indique la texture de produit (ex. 37-47, *Fard joues crème*, Guerlain etc.) et qui ont été placés dans la complémentation A dans le présent travail, pourraient avoir la préposition *en* avant N₂. Aucune désignation de produit examinée qui date des années quatre-vingt ou qui soit plus récente ne contient cette préposition. La seule découverte a été faite dans le magazine *Vogue* du début des années 1970 (*Vogue* 1972, n° 530, p. 106). Là, le titre de la publicité de Vichy s'appelle *Un démaquillant en crème*. Sur le tube, le nom est *Démaquillant crème* tout comme c'est habituellement le cas des produits d'aujourd'hui. Il est évident qu'il y a peu d'espace dans les emballages, ce qui est une raison pour avoir recours à ces désignations abrégées.

La préposition *pour* est naturelle dans les syntagmes indiquant la destination ou finalité. Les exemples de la sous-classe C de complémentation se composent presque uniquement des constructions directes où cette préposition semble tout simplement avoir été supprimée. Comparons p.ex. *Crème visage et cou* (Sisley, ex. 100) avec un autre produit du même fabricant, *Crème gommante pour le visage*. Il est intéressant de

noter que ce dernier est plus récent, c'est-à-dire que la suppression de la préposition n'est pas irrévocable.

Rouge à lèvres est le syntagme usuel où la préposition *à* est la seule utilisée. S'il s'agit d'un autre produit comme *Baume de la fertilité pour les lèvres* ou *Brillant pour les lèvres* (Guerlain), le fabricant utilise la préposition et l'article défini. Alternativement, tous les deux peuvent être supprimés, comme dans l'exemple 120, *Baume lèvres réparateur* (Clarins). La préposition *à* indique une cohésion forte et établie (cf. Spang-Hanssen 1963 :124), tandis que *pour* au contraire lie entre eux des composants plus occasionnels, selon Cadiot (1997 : 177) : « des suites semi-syntagmatiques de discours non stabilisés en langue ». Un usage exceptionnel et une destination tout à fait différente de *pour* figure dans le produit de Sisley, *Crème spéciale équilibrante pour le jour*. Il se peut que les adjectifs épithètes influencent la présence de la préposition. En fait, *pour* comme préposition est logique dans cette situation, mais malgré cela on dit plutôt *crème de jour* que *crème pour le jour*. La recommandation de Spang-Hanssen (1963 : 242) quant au choix d'une préposition est « qu'il faut souvent préférer à une préposition incolore, même si son emploi n'est pas franchement incorrect, une préposition avec un sens plus restreint ». Il semble que les fabricants de la cosmétique ne suivent pas cette recommandation.

Il y a des désignations où le type de produit manque totalement. De tels exemples ont été répertoriés dans la complémentation B (ex. 92-95) et C (ex. 101-109, 126-129). Les premiers exemples ont *jour* ou *nuit* comme N₂ et N₁ est en apparence un adjectif (*Active jour*, Yves Rocher). Les exemples de complémentation C ont une destination claire comme N₂ (p.ex. *Bienfait yeux*, Lancôme, *Spécial visage*, Lancaster et *Prisme pommettes*, Givenchy). C'est N₁ qui varie abondamment. Les N₁ et N₂ peuvent parfois être si abstraits qu'on pourrait imaginer qu'on parle de quelque chose d'autre que de produits cosmétiques, p.ex. *Sécurité soleil* (Roc) et *Protection hiver* (Avène).

7. L'influence de l'anglais et de la publicité

Les langues changent continuellement et aujourd'hui le changement est plus rapide qu'auparavant à cause de la grande vitesse de l'évolution de la communication. Outre les emprunts lexicaux aux autres langues, la syntaxe peut subir l'influence de ces langues. Noailly (1990 : 14) insiste que la langue française est souple par rapport aux

langues apparentées. Une raison en est qu'en français les adjectifs et les substantifs peuvent facilement échanger leurs rôles. En d'autres termes, les adjectifs peuvent se substantiver et le substantif peut adopter le rôle d'un adjectif, comme nous l'avons vu. Plusieurs chercheurs (Hagège 1987 : 54, 71, Noailly 1990 : 23-24) partagent le point de vue selon lequel les emprunts occasionnels ne sont pas très dangereux pour la langue parce qu'ils se bornent à certains domaines ou à certaines classes sociales.

Noailly (1990 : 13) s'inquiète de l'évolution du français : « notre langue, parvenue au bout de son chemin « analytique », reprendrait la route en sens inverse et s'essaierait à des formes syntaxiques plus brutes, plus primaires, plus immédiates, avec moins d'articles, moins de suffixes, moins de prépositions ». Hagège, pour sa part, s'attaque aux marchands qui savent employer la langue afin d'attirer plus de clients mais qui ne s'intéressent pas à la langue et au bien-dire. Ils ne cherchent qu'à atteindre « l'expressivité par l'inédit » (Hagège 1987 : 90-91). Maingueneau (2000 : 186) écrit sur le même phénomène en constatant que les fabricants essaient d'inventer des noms de marques qui mènent les clients à ranger un produit dans une catégorie inédite.

Goosse (1975 : 30) trouve regrettable que parfois les syntagmes sans préposition soient des énigmes pour le lexicologue et pour l'utilisateur. Il constate que « l'économie ne peut se réaliser au détriment des outils nécessaires. Il est vrai que cette mode sévit particulièrement dans la langue publicitaire, et ce n'est pas une calomnie de penser que celle-ci ne vise pas du tout à éviter les ambiguïtés et les obscurités. Elle joue même là-dessus, à nos dépens » (ibid.). Les fabricants se rappellent pourtant qu'une désignation de produit ne doit pas être trop radicale pour ne pas égarer les clients possibles.

Certains mots anglais et quelques constructions non typiques en français sont présents dans les désignations examinées, mais il serait exagéré de dire qu'ils soient fréquents. Le mot *lift* est courant avec ses désinences. Clarins a les produits *Fluide lift jour anti-rides* et *Lift-minceur visage*, Dior, quant à lui, le fond de teint qui s'appelle *Teint Diorlift*. Biotherm a ajouté une désinence française à ce mot d'origine anglais : *Sérum lifteur fermeté*. Lancôme et Liérac emploient la désinence anglaise dans leurs produits : *Fond de teint lifting éclat* et *Soin lifting contour des lèvres*. *Lifting* peut être une forme verbale en anglais, mais ici il est probablement un substantif. Diadermine emploie ce mot en décrivant des propriétés du produit *Gel restructurant contour des yeux aux microsphères* : « Les microsphères Diadermine produisent un effet lifting immédiat

relayé par un effet restructurant durable ». Vichy utilise le participe présent : *Soin visage liftant visible*. Un mot s'est bien adapté dans une autre langue quand on le flêchit comme un mot de la langue maternelle.

Outre le mot *lift* les désignations contiennent quelques autres substantifs d'origine anglaise. Le mot *spray* est suivi d'un adjectif épithète dans deux cas : *Spray protecteur solaire* (Dercos) et *Spray rafraîchissant pieds échauffés* (Neutrogena). Bien que *spray* ne soit pas suivi d'un substantif épithète, cela serait bien possible, p.ex. *Spray protection solaire*. L'autre manière commune de conditionner un produit cosmétique est de le faire en *stick*. Nous avons traité l'ex. 29, *Stick soyeux douceur* (Lancôme) et l'ex. 53, *Stick déodorant multi-soin* (Clarins). Lancôme a lancé dans les années 1990 le produit nommé *Stick contrôle* qui a été paraphrasé par *Stylo anti-imperfections teinté*²⁶.

Il semble que les mots anglais soient habituellement à la place de N₁. Il en est ainsi dans *Blush douceur Clarins* et *Tonic buste* (Clarins). Ce sont des noms têtes caractérisés par un autre substantif ou parfois un adjectif. Un produit de Sisley, *Hydra-flash spécial corps* est au fond similaire parce que *flash* est le nom recteur et *hydra-* a la nature adjectivale plutôt que substantivale. Il serait intéressant d'examiner plus précisément si les mots empruntés sont plutôt ceux qui désignent les substances que ceux qui les caractérisent.

Nous avons déjà abordé (chapitre 5.3.) le point de vue de Verdelhan-Bourgade (1991 : 71) sur les constructions asyndétiques ; selon elle, surtout les alliances nom + nom se multiplient rapidement (p.ex. un *film-culte*, une *émulsion-gel*, la *beauté-recentrage*). Elle y voit « l'influence de la composition anglaise » et le « souci de créer un concept nouveau par le rapprochement brutal de deux termes appartenant à deux champs différents : la *politique-spectacle* ne signifie pas seulement que la politique s'apparente à un spectacle, mais désigne un certain type d'émissions télévisées à caractère politique » (ibid.). La catégorisation de ces constructions nouvelles est difficile parce que leur contenu n'est pas établi.

La raison pour l'utilisation d'un substantif comme épithète, selon Noailly (1990 : 165), est le besoin « de dire autre chose » et « de le dire mieux ». Le substantif a un caractère

²⁶ < <http://www.phil-fak.uni-duesseldorf.de/rom2/lehre/fr-werbesprache/produkte/lancome.htm> >
24.2.2010

de supériorité que l'adjectif ne peut pas atteindre. Elle mentionne les gens de mode qui emploient fréquemment des substantifs pour illustrer pas seulement des couleurs mais une série infinie des nuances. Le fait que les fabricants de cosmétique les utilisent n'est pas une grande surprise parce que ces deux domaines coopèrent étroitement. Une autre réalité est qu'il y a des adjectifs qui ont déjà perdu, dans une certaine mesure, leur signification originale, p.ex. *catastrophique* et *monumental* ; l'emploi du substantif correspondant rend une expression plus efficace.

La brièveté des constructions directes peut souvent encourager leur usage. Noailly (1990 : 171) a remarqué que parfois les transformations d'un adjectif épithète en un substantif correspondant peuvent rendre les constructions plus longues, p.ex. *le savon douceur* vs. *le savon doux*. Ce n'est alors pas une question d'économie. Elle caractérise l'habitude récente de mettre des substantifs l'un après l'autre comme « un redoutable effet de mode » (ibid.). Parce que c'est une manie qui « intervient de façon si mécanique [...] il est désormais vain de chercher à restaurer une relation sémantique précise entre N_1 et N_2 : on aboutit en somme à une espèce d'indifférenciation entre l'*être* et l'*avoir* » (ibid. : 172). La répartition des syntagmes nominaux en catégories peut devenir difficile, mais cette difficulté ne doit pas empêcher d'examiner les changements dans ce secteur de la langue.

8. Conclusion

Le substantif qualifiant ou déterminant un autre substantif à la place d'un adjectif épithète n'est pas un phénomène récent dans la langue française. Sa fréquence est pourtant en train d'augmenter. L'emploi du substantif épithète est répandu surtout dans les médias, le commerce, la technologie et la gastronomie. L'industrie cosmétique en emploie de plus en plus dans les désignations de produits. Ces syntagmes nominaux constituent le corpus du présent travail. Le corpus a été rassemblé dans les publicités et dans les emballages des produits cosmétiques.

La classification des syntagmes nominaux trouvés suit celle de Michèle Noailly présentée dans son ouvrage *Le substantif épithète*. Les quatre catégories, qualification, complémentation, coordination et identification, comprennent chacune des exemples de différents genres présentés en groupes.

La complémentation est la catégorie la plus variée et en même temps la plus abondante. Comme il s'agit de produits destinés aux soins de beauté, il est évident que les dénominations exprimant la destination sont les plus fréquentes. La qualification est la deuxième catégorie qui comprend bien des désignations où un adjectif épithète semble être souvent remplacé par un substantif correspondant. La coordination et surtout l'identification sont moins représentées. L'identification exprime, conformément à son nom, une identité, surtout dans les cas où un nom tête, N_0 précède une séquence de substantifs. Elle est toutefois considérée aussi comme un point de vue que le locuteur prend sur l'élément exprimé par N_2 . C'est une perspective absente dans la littérature examinée.

L'influence de l'anglais est présente sous la forme de mots occasionnels, mais il existe aussi des exemples où un mot d'origine anglaise a eu une désinence en langue française. Les anglicismes se trouvent même chez certains fabricants français mondialement connus. Les fabricants emploient la langue à usage commercial d'une façon nouvelle et ils essaient les limites de la langue.

La cosmétique est un secteur industriel important qui touche des millions de consommateurs et consommatrices. La façon d'employer la langue pour désigner les produits devient familière à une quantité énorme de clients. Elle pourra servir de modèle à parler ou à autrement employer la langue dans le futur. L'influence est d'autant plus forte qu'il s'agit d'un domaine qui fait de la publicité et vend, au moins en partie, au moyen d'impressions.

Le rôle des prépositions est intéressant. Elles ont souvent été supprimées, bien qu'elles soient des mots grammaticaux cruciaux formant des liaisons et des déterminations des noms. L'ordre des mots reste souvent la seule clé pour comprendre la signification de suites de plusieurs substantifs consécutifs. L'absence des prépositions est un phénomène linguistique qui mériterait d'être plus amplement examiné.

Bibliographie

- Apothéloz, Denis (2002). *La construction du lexique français. Principes de morphologie dérivationnelle*. Paris : Ophrys.
- Arrivé, Michel, Gadet, Françoise et Galmiche, Michel (1986). *La grammaire d'aujourd'hui. Guide alphabétique de linguistique française*. Paris : Flammarion.
- Baschung, Karine (1999). Les unités lexicales dans les grammaires dites lexicalisées. – *LINX* 40, 219-233. [Le numéro spécial "Le statut d'unité lexicale", sous la direction de Gérard Petit].
- Bosredon, Bernard et Tamba, Irène (1991). Verre à pied, moule à gaufres : préposition et noms composés de sous-classe. – *Langue française* 91, 40-55.
- Cadiot, Pierre (1997). *Les prépositions abstraites en français*. Paris : Armand Colin.
- Cervoni, Jean (1991). *La préposition. Étude sémantique et pragmatique*. Paris : Duculot.
- Chevalier, Jean-Claude, Blanche-Benveniste, Claire, Arrivé, Michel et Peytard, Jean (1983). *Grammaire Larousse du français contemporain*. Paris : Larousse.
- Combettes, Bernard (1998). *Les constructions détachées en français*. Paris : Ophrys.
- Dictionnaire de linguistique*. Éd. Dubois, Jean et al. Paris : Larousse, 2001.
- Dictionnaire des difficultés du français*. Éd. Jean-Paul Colin. Paris : Les usuels du Robert, 1996.
- Goosse, André (1975). *La néologie française aujourd'hui. Observations et réflexions*. - Conseil international de la langue française. Paris : Conseil international de la langue française.
- Granville Hatcher, Anna (1946). Le type timbre-poste. - *Word*. 2, 216-228.
- Grevisse, Maurice (1994). *Le bon usage. Grammaire française*. Refondue par André Goosse. 13^{ème} éd. revue, 2^{ème} tirage. Paris : Duculot.
- Gross, Gaston (1988). Degré de figement des noms composés. – *Langages* 90, 57-72.
- Hagège, Claude (1987). *Le français et les siècles*. Paris : Odile Jacob.
- Maingueneau, Dominique (1999). *Syntaxe du français*. Paris : Hachette.
- Maingueneau, Dominique (2000). *Analyser les textes de communication*. Paris : Nathan.
- Marcellesi, Jean-Baptiste (1977). « Le lexique » in *La linguistique. Encyclopoche Larousse* 22. Paris : Larousse, 187-197.
- Melis, Ludo (2003). *La préposition en français*. Paris : Ophrys.
- Mitterrand, Henri (1992 [1963]). *Les mots français*. Paris : PUF, coll. Que sais-je ?.
- Neveu, Franck (1998). *Etudes sur l'apposition. Aspects du détachement nominal et adjectival en français contemporain, dans un corpus de textes de J.-P. Sartre*. Paris : Honoré Champion Editeur.
- Neveu, Franck (2000). L'apposition : concepts, niveaux, domaines. Présentation. – *Langue française* 125, 3-17.
- Niklas-Salminen, Aïno (2005). *La lexicologie*. Paris : Armand Colin.
- Noailly, Michèle (1990). *Le substantif épithète*. Paris : PUF.
- Noailly, Michèle (2000). Apposition, coordination, reformulation dans les suites de deux GN juxtaposés. – *Langue française* 125, 46-59.
- Le Nouveau Petit Robert. Dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française*. Éd. Josette Rey-Debove et Alain Rey. Paris : Dictionnaires Le Robert, 1996.
- Le Petit Larousse compact 2003*. Dir. génér. Philippe Merlet et Anémone Berès. Paris : Larousse, 2002.
- Picoche, Jacqueline (1984). *Précis de lexicologie française. L'étude et l'enseignement du vocabulaire*. [Paris] : Nathan.

- Riegel, Martin (1988). Les séquences composées $N_1 - N_2$: une catégorie floue. – *Studia Romanica Posnaniensia* 13, 129-138.
- Riegel, Martin (1991). Ces noms dits «composés». Arguments et critères. – *Studia Romanica Posnaniensia* 16, 149-161.
- Riegel, Martin, Pellat, Jean-Christophe et Rioul, René (1999 [1994]). *Grammaire méthodique du français*. 5^e éd. Paris : PUF.
- Spang-Hanssen, Ebbe (1963). *Les prépositions incolores du français moderne*. Copenhague : Gads Forlag.
- Spence, Nicol, C.W. (1969). Composé nominal, locution et syntagme libre. - *La linguistique. Revue internationale de linguistique générale* 2, 5-26.
- Verdelhan-Bourgade, Michèle (1991). Procédés sémantiques et lexicaux en français branché. – *Langue française* 90, 65-79.
- Wagner, R.-L. (1968). Réflexions à propos des mots construits en français. - *Bulletin de la Société linguistique de Paris*, LXIII, 1, 65-82.
- Wagner, Robert Léon et Pinchon, Jacqueline (1991 [1962]). *Grammaire du Français classique et moderne*. Éd. revue et corrigée. Paris : Hachette.
- Wilmet, Marc (1997). *Grammaire critique du Français*. Paris : Hachette-Duculot.

Internet

- Beauté-test.com, site http://www.beaute-test.com/lotion_purifiante_sans_alcool_clarins.php [consulté le 11.9.2007]
- Beauty & More, site <http://www.beauty-and-more.de/archives/1999/04.html> [consulté le 4.12.2009].
- Charlane Bonsai, site <http://www.charlane-boutique.com/terres-bonsai/protection-hiver.html> [consulté le 13.1.2010].
- Heinrich Heine Universität Düsseldorf, site <http://www.phil-fak.uni-duesseldorf.de/rom2/lehre/fr-werbesprache/produkte/lancome.htm> [consulté le 24.2.2010].
- Leboncoin, site http://www.leboncoin.fr/vi/87320770.htm?ca=5_s [consulté le 13.1.2010].
- Norauto, site <http://www.norauto.fr/Acheter-Bache-de-protection-hiver-Taille-S-pour-citadines-/Bonnes-affaires/ProduitsSaisonnierHIVERBA1009/252791-NorautoSI-/1.html> [consulté le 13.1.2010].
- Le Trésor de la langue française informatisé, site <http://atilf.atilf.fr/tlf.htm> [consulté le 4.12.2009 et le 19.1.2010].
- Yves Rocher, site <http://www.yves-rocher.fr/control/tout-pour-la-famille/bains-douches/> [consulté le 14.1.2010].

Annexe I

QUALIFICATION

1. Pinceau douceur (Givenchy)
2. Lotion douceur (Dior)
3. Mascara douceur (Lancôme)
4. Lotion pureté (Chanel)
5. Lotion vitalité (Payot)
6. Crème démaquillante douceur (YSL)
7. Lait démaquillant fraîcheur (YSL)
8. Fond de teint hydratant fraîcheur (Nivea)
9. Crème onctueuse douceur (Lancôme)
10. Crème douceur essentielle (Silhoe)

11. Le voile reflets (Clarins)
12. Shampooing brillance et reflets (L'Oréal)
13. Poudre lumière (Chanel)
14. Masque éclat express (Sisley)
15. Le parfum prodige (Cacharel)

16. Mascara fascination (Dior)
17. Rouge attraction (Lancôme)
18. Fluide hydratation adaptée (Liérac)
19. Fluide hydratation optimale (YSL)
20. Crème hydratation continue (Clinique)
21. Crème réactivation jeunesse (YSL)
22. Sérum réparation intense (Clinique)
23. [...]des textures-sensations {pour un nouveau plaisir de peau} (Givenchy)

24. Lait démaquillant velours (Clarins)
25. Crème velours anti-âge (Givenchy)
26. Teint velours Clarins (Clarins)
27. Teint couture (Givenchy)
28. Vernis couture (Givenchy)

29. Stick soyeux douceur (Lancôme)

COMPLÉMENTATION A

30. un flacon-pompe (Dior)

31. Huile lotus (Clarins)
32. Lotion tilleul (Matis)
33. Crème liposomes (Payot)
34. Savon gingembre (Asia Nature & Santé)
35. Crème collagène et mauve (Sisley)
36. Structure collagène greffé (Vichy)

- 37. Fond de teint crème (Helena Rubinstein)
- 38. Fard joues crème (Guerlain)
- 39. Fard joues poudre (Guerlain)
- 40. Shampooinng crème nutritif (Klorane)
- 41. Soins crème restructurant (Klorane)
- 42. Masque crème hydro actif (YSL)
- 43. Bain crème moussant des lagons (Silhoe)

- 44. Onguent crème (Klorane)
- 45. Vernis laque (Chanel)
- 46. Gel mousse clarifiant (YSL)
- 47. Gel mousse pureté (YSL)

- 48. Déodorant bille douceur (Yves Rocher)
- 49. Déodorant bille caresse douceur (Lancôme)

- 50. Crème masque hydratante (Givenchy)
- 51. Crème-masque peau neuve (Clarins)
- 52. Crème déodorant multi-soin (Clarins)
- 53. Stick déodorant multi-soin (Clarins)
- 54. Roll-on déodorant multi-soin (Clarins)

- 55. [...] une hydratation longue durée (Nivea)
- 56. [...] Effet sensation d'un rouge longue durée (Helena Rubinstein)
- 57. [...] rouge à lèvres haute tenue (Helena Rubinstein)
- 58. Vernis triple tenue (Lancôme)

- 59. Phyto-mascara double action (Sisley)
- 60. Complexe réactivant triple action (Estée Lauder)
- 61. Soins double performance anti-rides et fermeté (Lancôme)
- 62. Rénergie soins double performance (Lancôme)
- 63. Démaquillant yeux haute performance (YSL)
- 64. [...] Les lignes de soins haute performance (Yves Rocher)

- 65. Crème solaire haute protection (Clarins)
- 66. Lait solaire haute protection (Roc)
- 67. Crème multi-protection jeunesse (YSL)
- 68. Soins crème anti-rides haute hydratation (Liérac)
- 69. Soins haute nutrition (Kérastase)

- 70. Mascara haute définition (Lancôme)
- 71. Hydratation haute précision (Chanel)
- 72. Crème haute exigence nuit (Clarins)
- 73. Gel-patch haute diffusion (Yves Rocher)

COMPLÉMENTATION B

- 74. Traitement antichute Klorane
- 75. [...] Maquillage Dessange (Dessange)

- 76. Perfection minceur (Phytomer)
- 77. Estompe taches (Chanel)
- 78. Contrôle imperfections locales (Clarins)
- 79. Correcteur imperfections (Chanel)
- 80. Réducteur rides (Biotherm)
- 81. Réducteur rides contour des yeux (Biotherm)

- 82. Urgence anti-imperfection (Biotherm)

- 83. Collection maquillage printemps 2000 (Dior)
- 84. Collection autumn-hiver (Givenchy)

- 85. Crème jour (Yves Rocher)
- 86. Crème jour effet bonne mine (Yves Rocher)
- 87. Rectifiante nuit (Chanel)
- 88. Réparatrice nuit (L'Oréal)

- 89. Concentré jour ultra-matifiant (Clarins)
- 90. Fluide jour matifiant hydratant (Clarins)
- 91. Gel nuit normalisant (Clarins)

- 92. Active jour (Yves Rocher)
- 93. Absolue nuit (Lancôme)
- 94. Multi-active nuit (Clarins)
- 95. Primordiale intense nuit (Lancôme)

COMPLÉMENTATION C

- 96. Baume corps (Biotherm)
- 97. Lait buste (Clarins)
- 98. Sérum contour yeux (Clarins Men)
- 99. Masque contour des yeux (Clarins)
- 100. Crème visage et cou (Sisley)

- 101. Bienfait yeux (Lancôme)
- 102. Source thérapie yeux (Biotherm)
- 103. Extrême cils (Chanel)

- 104. Prisme pommettes (Givenchy)
- 105. Prisme visage (Givenchy)
- 106. Prisme regard (Givenchy)

- 107. Primordiale lèvres (Lancôme)
- 108. Spécial visage (Lancaster)
- 109. Absolue yeux (Lancôme)

- 110. Emulsion démaquillante yeux (Matis)
- 111. Soin réparateur visage (Biotherm)
- 112. Gel multi-tenseur buste (Clarins)
- 113. Capture essentiel yeux (Dior)
- 114. Soin rajeunisseur regard (Biotherm)

- 115. Masque-soin yeux-lèvres (Matis)
- 116. Anti-rides yeux-lèvres (YSL)
- 117. Démaquillant yeux-lèvres (YSL)

- 118. Démaquillant yeux intense (Chanel)
- 119. Concentré visage restructurant (Lierac)
- 120. Baume lèvres réparateur (Clarins)
- 121. Crème corps veloutée (Clarins)
- 122. Baume corps super hydratant (Clarins)
- 123. Bronzant visage hydratant (Biotherm)

- 124. Lait jambes lourdes (Clarins)
- 125. Crème pieds très secs et abîmés (Neutrogena)

- 126. Gommage exfoliant peau neuve (Clarins)
- 127. Gommage peau de pêche (Lancôme)
- 128. Fluide peau neuve (Clarins)

- 129. Soin intégral ville (Dior)
- 130. Crème haute altitude (Lancaster)
- 131. Sécurité soleil (Roc)
- 132. Protection hiver (Avène)

COMPLÉMENTATION D

COORDINATION

- 133. [...] le nettoyage-démaquillage (Clarins)
- 134. Bain-douche parfumé (Yves Rocher)
- 135. Coiffeur-conseil Kérastase (Kérastase)
- 136. Gel-crème hydratant rafraîchissant (Yves Rocher)

- 137. Collection automne-hiver (Givenchy)

- 138. Complexe liposomes-vitamine A (Dior)
- 139. [...] quant à *l'association alchémille-lierre-prêle*, elle vous garantit une peau sans défaut [...] (Lierac, du texte dans la publicité de *Soin modelage caryatide ventre*)

- 140. publi-information (Eugène)
- 141. publi-reportage Marie Claire (Chanel)

IDENTIFICATION

- 142. Crème "Orchidée Bleue" (Clarins)
- 143. Huile "Orchidée Bleue" (Clarins)

- 144. Complexe liposomes-vitamine A (Dior)
- 145. [...] quant à *l'association alchémille-lierre-prêle*, elle vous garantit une peau sans défaut [...] (Liérac, du texte dans la publicité de *Soin modelage caryatide ventre*)

Annexe II

Le corpus

Les désignations des produits ci-dessous représentent pour la plupart des constructions de substantif épithète, mais à la fin de plusieurs marques de produits il y a, après un interligne, des produits dont les désignations ont été construites au moyen d'un adjectif épithète ou d'une préposition. Une partie des ces désignations ont été comparées avec celles de substantifs épithètes. Les termes entre crochets sont des séries des produits. Les textes parfois en plus petits caractères que les désignations proprement dites suivent des textes originaux sur les emballages des produits.

Alexis

Crème mains peau neuve * <http://www.laboutiquedalexis.com/mag/fr/product-167662.htm>, 18.12.2009

Ambre Solaire

Soin Bronzant Antirides (Visage) (dans le texte : « ...avec les nouveaux Soins Bronzants Antirides d'Ambre solaire ne gardez que le plaisir du bronzage. Issus de la recherche des Laboratoires Garnier, les Soins Bronzants Antirides Visage d'Ambre Solaire associent un actif biologique antirides de la vitamine E anti-radicaux libres et des filtres UVA-UVB pour lutter efficacement contre le vieillissement de la peau dû au soleil. ») * Marie Claire 1989, n° 443, p. 63

Amilab

Soin des lèvres (Laboratoires Monot) * Marie Claire 1994, n° 498, p. 73

Armonia

Escargot crème mains. (Crème mains : Réparatrice – Colagène, Bave d'escargot,...Réparateur cellulaire à base de bave d'escargot et d' Aloe vera. L'extrait concentré d'Escargot, naturellement...) *
<http://www.bioetvous.com/CREME-MAINS-Escargot-p-1,314,9011786.html>,
18.12.2009

Asie Nature & Santé

Savon Gingembre * http://www.asie-nature-sante.fr/savon-gingembre-et-poivre-noir-p-277.html?utm_source=_shopzilla&_src=_shopzilla_&_srcParams=70211,
10.2.2010

Avène

Lait démaquillant douceur * brochure en novembre 2007

Protection hiver *

http://books.google.fi/books?id=VXb6nyMIA04C&pg=PT341&lpg=PT341&dq=cosmetique+%22protection+hiver+%22&source=bl&ots=9AE9X5Hd9p&sig=2uwd3jyY2JgYlot-q5eJK9YNRuo&hl=fi&ei=sKArS9HFL8WjsQaWsICyBw&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&ved=0CAgQ6AEwADgK#v=onepage&q=%22protection%20hiver%22&f=false, 18.12.2009

Balmain

Ivoire de Balmain (dans le texte : « Le parfum qui est une femme ») * Vogue 1980,
n° 608, p. 2

Biotherm

Antirides solaire * Marie Claire 1989, n° 443, p. 101

Baumes Corps * Aamulehti 20.3.2007, publicité du 3+1, le grand magasin Sokos

Bronzant visage hydratant * Marie Claire 1989, n° 443, p. 101

Fond de teint liposomes [Bioperfection] * Marie Claire 1990, n° 459, p. 161

Minceur beauté express concentré cellulite embellisseur * Marie Claire 1995, n° 512, p. 69

Réducteur rides * Marie Claire 1993, n° 493, p. 157 * Marie Claire 1989, n° 447, p. 185

Réducteur rides contour des yeux * Marie Claire 1993, n° 493, p. 157

Réducteur rides yeux lifteur rides fermeté * Marie Claire 1995, n° 520, p. 11

Sérum lifteur fermeté [Densité lift] * brochure au grand magasin Stockmann 11.11.2003
Soin de jour rajeunisseur de peau [Biojeunesse] * Marie Claire 1995, n° 518, p. 9
Soin jeunesse des mains anti-dessèchant fortifiant ongles * le grand magasin Sokos
7.12.2009
Soin quotidien ralentisseur d'âge [Symbiose] * Marie Claire 1990. n° 458, p. 111
Soin rajeunisseur regard [Biojeunesse yeux] * Marie Claire 1995, n° 519, p. 229
Soin régénérant sublimateur reveil [Bionuit] * Marie Claire 1995, n° 510, p. 11
Soin réparateur visage * Marie Claire 1989, n° 443, p.101
Source Thérapie Yeux * les grands magasins Sokos et Stockmann 16.3.2005
Urgence anti-imperfection * Yhteishyvä 2003, n° 2, supplément

Gelée bronzante hydratante * Marie Claire 1989, n° 443, p. 101
Lait démaquillant adoucissant [Biosource] * Marie Claire 1993, n° 495, p. 43

Boucheron

Le parfum bague * Madame Figaro, Cahier national n° 4, Figaro du samedi 20
mai 2000, p. 25
Le parfum perle [Initial] * Marie Claire Maison 2001, n° 365, p. 52

Ligne plaisir pour le corps [Eden] (dans le texte : « Les sources d'Eden pour le corps »)
* Marie Claire 1995, n° 512, p. 9

Cacharel

Le parfum prodige [Noa] * Marie Claire 2000, n° 571, p.10 * Marie Claire 1999,
n° 558, p. 220 (couverture)

Carita

Crème multi-protection * Marie Claire Maison 2000, n° 360, p. 65 * Marie France 2000,
n° 67, p. 15
Fluide de beauté éclat * Marie Claire Maison 2000, n° 360, p. 65 * Marie France 2000,
n° 67, p. 15
Fluide de beauté énergie * Marie Claire Maison 2000, n° 360, p. 65 * Marie France
2000, n° 67, p. 15

Fluide de beauté apaisant * Marie Claire Maison 2000, n° 360, p. 65 * Marie France
2000, n° 67, p.15, (titre de la publicité : Carita Le Visage)

Chanel

Activateur éclat [Précision] * le grand magasin Sokos 4.10.2006
Activateur hydratation [Précision] * le grand magasin Sokos 4.10.2006
Activateur jeunesse [Précision] * le grand magasin Sokos 4.10.2006

Activateur pureté [Précision] * le grand magasin Sokos 4.10.2006
 Base éclat du teint * Marie Claire 2003, n° 616, p. 44
 Concentré jeunesse rejuvénation serum (*serum* sans accent) [Précision] * Marie Claire 2000, n° 578, p. 336 * Marie France 2000, n° 67, p. 40
 Contrôle imperfections * brochure de 2004
 Crème velours anti-âge [Précision] * Marie France 1999, n° 58, p.19
 Démaquillant yeux intense [Précision] Lift sérum extrême * brochure de 2004
 Emulsion-gel équilibrante [Précision] * Marie France 1999, n° 58, p.19
 Estompe taches * <http://www.beautyencounter.com/cha039523.html>, 18.12.2009
 Extrême cils * Marie Claire 2000, n° 578, p. 353
 Gel pureté * brochure 2004 * http://www.chanel.com/en_US/fragrance-beauty/Skincare-Cleansers-and-Toners-GEL-PURET%C3%89-89530, 18.12.2009
 Gommage éclat express * Me naiset 2000, n° 31, p. 30
 Hydratation haute précision (du texte : « Pour une hydratation haute précision, vous choisirez HYDRA-SYSTÈME ou HYDRA-SYSTÈME Émulsion, selon les besoins de votre peau ») * Marie France 1992, juillet, p. 63
 Le crayon yeux * <http://www.amazon.com/Chanel-Crayon-Precision-Definer-Evergreen/dp/B000BL4SI8>, 18.12.2009
 Lift sérum extrême * Marie Claire 1995, n° 509, p. 44
 Lotion pureté [Précision] * brochure de 2004
 Masque force hydratante * Me Naiset 2000, n° 31, p. 32
 Masque détente * Vogue 1975, n° 554, p. 118
 Ombre à paupières multi-effets [Irréelle ombre] * Marie Claire Maison 2003, n° 379, p. 4
 Poudre lumière glacée * Chanel Collection Maquillage automne 2009, le grand magasin Stockmann
 Rectifiante nuit * brochure de 2004
 Soleil identité [Précision] * le grand magasin Sokos 4.10.2006
 Teint extrême lumière * Marie Claire 1995, n° 519, p. 227
 Teint naturel fluide * Marie Claire 1989, n° 448, p. 318 * Marie Claire 1989, n° 447, p. 346
 Vernis laque * Vogue 1975, n° 554, p. 118

Crème antirides de jour [Formule Intensive] * Marie Claire 1993, n° 495, p. 237 * Marie Claire 1993, n° 496, p. 221
 Démaquillant doux * Vogue 1980, n° 605, p. 59 * Vogue 1975, n° 554, p. 118
 Démaquillant fluide * Vogue 1975, n° 554, p. 119
 Eau démaquillante pour les yeux * Vogue 1970, n° 506, p. 37
 Fard à joues douceur * Marie Claire Maison 2003, n° 379, p. 4
 Fond de teint fluide * Vogue 1970, n° 506, p. 37
 Lait de beauté démaquillant * Vogue 1970, n° 506, p. 37
 Lotion douce * Vogue 1975, n° 554, p. 118
 Lotion fraîche * Vogue 1975, n° 554, p. 118
 Lotion tonique rafraîchissante * Vogue 1970, n° 506, p. 37
 Masque vivifiant * Vogue 1975, n° 554, p. 118
 Teint naturel * Vogue 1975, n° 554, p. 119

Charles Revson

Le parfum femme (jusqu'au défi) [Ciara] * Vogue 1975, n° 555, p. 71

Clarins

- Auto-bronzant visage [Clarins Men] * brochure au grand magasin Stockmann
17.11.2003
- Baume anti-rides contour des yeux * brochure au grand magasin Stockmann 17.11.2003
- Baume beauté éclair * Marie Claire 1989, n° 448, p. 169 * brochure au grand magasin
Stockmann 17.11.2003 * brochure au grand magasin Sokos 9.10.2006
- Baume contour des yeux * brochure au grand magasin Stockmann 17.11.2003 *
brochure au grand magasin Sokos 9.10.2006
- Baume corps super hydratant * brochure au grand magasin Stockmann 17.11.2003
- Baumes Lèvres Réparateur Multi-Hydratant * brochure au grand magasin Sokos 9.10.2006
- Blush Douceur Clarins (une broche) * Marie Claire 1995, n° 509, p. 46
- Concentré jour ultra-matifiant * brochure au grand magasin Stockmann 10.4.2002
et 17.11.2003
- Concentré Zone Regard * brochure au grand magasin Sokos 9.10.2006
- Correcteur imperfections locales * brochure au grand magasin Stockmann 10.4.2002
et 17.11.2003 * le grand magasin Sokos 6.2.2006
- Crème Corps Veloutée * brochure au grand magasin Sokos 9.10.2006
- Crème déodorant multi-soin * brochure au grand magasin Stockmann 17.11.2003
- Crème douceur jour * brochure au grand magasin Stockmann 17.11.2003 * brochure
au grand magasin Sokos 9.10.2006
- Crème douceur nuit * brochure au grand magasin Stockmann 17.11.2003 * brochure
au grand magasin Sokos 9.10.2006
- Crème Haute Exigence Jour * brochure au grand magasin Sokos 9.10.2006
- Crème Haute Exigence Nuit * brochure au grand magasin Sokos 9.10.2006
- Crème Jeunesse des Mains * brochure au grand magasin Stockmann 10.4.2002 *
brochure au grand magasin Sokos 9.10.2006
- Crème jeunesse du cou multi-régénérante * brochure au grand magasin Stockmann
17.11.2003 * brochure au grand magasin Sokos 9.10.2006
- Crème-Masque Peau Neuve [Bio-Ecolia] (Publi-information)* Marie Claire 1995,
n° 518, p. 250 * Marie Claire 1995, n° 511, p. 114
- Crème multi-active nuit (dans le texte : « Le prolongement idéal de Multi-Active Jour
est la crème Multi-Active Nuit ») * Marie Claire 1994, n° 499, p. 67
- Crème "Orchidée Bleue" (dans le texte : « La Crème Orchidée Bleue » sans guillemets)
* Marie Claire 1990, n° 457, p. 157 * brochure au grand magasin Stockmann
11.11.2003
- Crème Solaire Anti-Rides (aux plantes) * Marie Claire 1989, n° 444, p. 91
- Crème solaire bronzage sécurité * brochure au grand magasin Stockmann 17.11.2003
- Crème solaire bronzage rapide * brochure au grand magasin Stockmann 17.11.2003 *
brochure au grand magasin Sokos 9.10.2006
- Crème solaire haute protection * Vogue 2001, n° 818, p. 107 * brochure au grand
magasin Sokos 9.10.2006
- Défatigant Eclair Contour des yeux * brochure au grand magasin Sokos 9.10.2006
- Défatigant visage [Clarins Men] * brochure au grand magasin Stockmann 11.11.2003 *
brochure au grand magasin Sokos 9.10.2006
- Exfoliant visage [Clarins Men] * brochure au grand magasin Stockmann 11.11.2003 *
brochure au grand magasin Sokos 9.10.2006

Fluide anti-taches jeunesse des mains * brochure au grand magasin Stockmann
 10.4.2002 * brochure au grand magasin Sokos 9.10.2006
 Fluide douceur jour * brochure au grand magasin Stockmann 17.11.2003
 Fluide lift jour anti-rides * brochure au grand magasin Stockmann 17.11.2003
 Fluide Jour Matifiant * brochure au grand magasin Stockmann 17.11.2003 * brochure
 au grand magasin Sokos 9.10.2006
 Fluide jour matifiant hydratant * brochure au grand magasin Stockmann 10.4.2002 et
 17.11.2003
 Fluide peau neuve * Marie Claire 2000, n° 578, p. 43 * brochure au grand magasin
 Stockmann 17.11.2003 * brochure au grand magasin Sokos 9.10.2006
 Gel buste * brochure au grand magasin Stockmann 17.11.2003 * Marie Claire 1995,
 n° 515, p. 67 * brochure au grand magasin Sokos 9.10.2006
 Gel contour des yeux * brochure au grand magasin Stockmann 17.11.2003 * Marie
 Claire 1995, n° 510, p. 67 * brochure au grand magasin Sokos 9.10.2006
 Gel Doux Démaquillant pour les yeux * Marie Claire 1995, n° 510, p. 67
 Gel multi-tenseur buste galbe et fermeté * Marie Claire 1990, n° 455, p. 66
 Gel Nuit Normalisant * brochure au grand magasin Stockmann 10.4.2002 et 17.11.2003
 * brochure au grand magasin Sokos 9.10.2006
 Gommage Exfoliant Peau neuve * brochure au grand magasin Sokos 9.10.2006
 Huile lotus * brochure au grand magasin Stockmann 17.11.2003 * brochure au grand
 magasin Sokos 9.10.2006
 Huile "Orchidée Bleue" (dans le texte « L'Huile Orchidée Bleue » sans guillemets) *
 Marie Claire 1990, n° 457, p. 157 * (sans guillemets aussi sur la boîte dorénavant)
 Marie Claire 2000, n° 578, p. 43 * brochure au grand magasin Stockmann 6.2.2006
 * brochure au grand magasin Sokos 9.10.2006
 Lait buste * brochure au grand magasin Stockmann 17.11.2003 * brochure au grand
 magasin Sokos 9.10.2006
 Lait corps soyeux * Anna 2000, n° 23, p. 108 * brochure au grand magasin Stockmann
 17.11.2003 * brochure au grand magasin Sokos 6.2.2006 * Vogue 1975, n° 556, p.
 25 (sur la boîte sans mot Lait, uniquement : Corps soyeux), (la légende d'une
 photo : « Lait traitant "corps soyeux" aux cellules fraîches »)
 Lait démaquillant velours * Marie Claire 1995, n° 558, p. 65 * brochure au grand
 magasin Stockmann 17.11.2003 * brochure au grand magasin Sokos 6.2.2006
 Lait jambes lourdes (à la légende : Lait "jambes lourdes") * brochure au grand magasin
 Stockmann 17.11.2003 * Vogue 1975, n° 556, p.25) * brochure au grand magasin
 Sokos 9.10.2006
 Le nettoyage-démaquillage (descriptif du produit Lotion purifiante : « Parfait le
 nettoyage-démaquillage des peaux grasses ou brillantes ») * [http://www.beaute-
 test.com/lotion_purifiante_sans_alcool_clarins.php](http://www.beaute-test.com/lotion_purifiante_sans_alcool_clarins.php), 11.9.2007
 Le vernis multi Éclat * brochure au grand magasin Stockmann 10.4.2002
 Le voile reflets * brochure au grand magasin Stockmann 17.11.2003
 Lift anti-rides * brochure au grand magasin Stockmann 17.11.2003
 Lift Anti-Rides Lèvres et Contour * brochure au grand magasin Stockmann 17.11.2003
 Lift-Fermeté * brochure au grand magasin Stockmann 17.11.2003 * brochure au grand
 magasin Sokos 9.10.2006
 Lift Jour Anti-Rides * Marie France 1999, n° 58, p.85 * brochure au grand magasin
 Stockmann 17.11.2003
 Lift Jour Anti-Rides Multi-Régénérante * Marie Claire 2003, n° 616, p. 97 * brochure
 au grand magasin Sokos 9.10.2006 * brochure au grand magasin Stockmann
 17.11.2003

Lift minceur * Anna 2000, n° 23, p. 108
 Lift Minceur Anti-Capiton * brochure au grand magasin Stockmann 17.11.2003
 Lift-Minceur Visage * Marie France 1999, n° 58, p.85 * Marie Claire 2000, n° 571, p.58
 * brochure au grand magasin Sokos 9.10.2006
 Masque contour des yeux * brochure au grand magasin Stockmann 17.11.2003* Marie
 Claire 1995, n° 510, p. 67
 Multi-Active Jour (éclat-confort-hydratation *toutes peaux*) * Marie Claire 1990, v 450, p. 94 *
 Marie Claire 2000, n° 578, p. 43 * brochure au grand magasin Sokos 9.10.2006
 Multi-Active Nuit (dans le texte: « Pour encore plus d'efficacité-beauté, Multi-Active
 Nuit utilise les vertus aromathérapeutiques de plantes au pouvoir relaxant. ») * Marie
 Claire 1993, n° 496, p. 92-93 * brochure au grand magasin Sokos 9.10.2006
 Multi-Régénérante Jour * Marie France 1999, n° 58, p. 85
 Multi-Régénérante Nuit * Marie France 1999, n° 58, p. 85
 Nettoyant Visage [Clarins Men] * brochure au grand magasin Stockmann 11.11.2003 *
 brochure au grand magasin Sokos 9.10.2006
 Publi-information, voir Crème-masque peau neuve
 Raffermissante nuit multi-régénérante * brochure au grand magasin Stockmann
 11.11.2003 * Marie Claire 2003, n° 616, p. 97
 Roll-on déodorant multi-soin Antiperspirant longue durée * brochure au grand magasin
 Stockmann 17.11.2003
 Rouge Eclat Clarins (dans le haut d'une publicité) * Marie Claire 1995, n° 512, p. 245
 Sérum contour yeux [Clarins Men] * brochure au grand magasin Stockmann 17.11.2003
 Sérum Corps Peau Neuve * brochure au grand magasin Stockmann 17.11.2003 *
 brochure au grand magasin Sokos 9.10.2006
 Sérum multi-réparateur restructurant * Yhteishyvä 2002, n° 1, p. 3, (angl. Skin Beauty
 Repair Concentrate)
 Sérum Super Lift Contour des yeux Multi-Régénérant * Marie France 1999, n° 58, p. 85
 Sérum Tenseur Raffermissant * Marie France 1999, n° 58, p. 84 * brochure au grand
 magasin Stockmann 11.11.2003 * brochure au grand magasin Sokos 9.10.2006
 Shampooing vitalité parfumé * Marie Claire 2000, n° 578, p. 211 * brochure au grand
 magasin Stockmann 17.11.2003
 Soin auto-bronzant anti-rides visage * brochure au grand magasin Stockmann
 17.11.2003
 Soin Idéal Mains [Clarins Men] * brochure au grand magasin Sokos 9.10.2006
 Soin réparateur après-soleil visage * brochure au grand magasin Stockmann 17.11.2003
 Stick déodorant multi-soin * brochure au grand magasin Stockmann 17.11.2003
 Stop imperfections locales * brochure au grand magasin Stockmann 17.11.2003
 Teint Velours Clarins * Marie Claire 1995, n° 509, p. 46
 Tonic Buste * Marie Claire 1995, n° 515, p. 667

Bain traitant * Vogue 1975, n° 556, p. 25
 Crème de soin hydratante "toutes peaux" * Vogue 1975, n° 554, p. 11
 Crème de Soins Multi-Hydratante * brochure au grand magasin Sokos 9.10.2006
 Doux peeling * Vogue 1975, n° 554, p. 11
 Gel nettoyant purifiant * brochure au grand magasin Stockmann 10.4.2002 * brochure
 au grand magasin Sokos 9.10.2006
 Gel de plantes "contours des yeux" * Vogue 1975, n° 554, p.11
 Lotion douce démaquillante pour les yeux * brochure au grand magasin Stockmann
 17.11.2003 * brochure au grand magasin Sokos 9.10.2006
 Lotion purifiante * brochure au grand magasin Stockmann 10.4.2002

Masque hydratant aux cellules fraîches (dans le texte : « Masque Hydratant extraits de cellules fraîches ») * Vogue 1975, n° 554, p. 11
Masque normalisant * brochure au grand magasin Stockmann 10.4.2002
Stop imperfections locales * brochure au grand magasin Stockmann 17.11.2003

Clinique

Crème action anti-âge visible [stop signs] * Marie France 1999, n° 58, p. 27
Crème hydratation continue * Marie Claire 1999, n° 558, p. 20
Crème nuit réparation intense * nouveauté au grand magasin Sokos en février 2003
Fluide hydratation contrôlée * Marie Claire 1999, n° 558, p. 20
Sérum réparation intense * nouveauté au grand magasin Sokos en février 2003

Dercos

Huile protectrice solaire * Marie Claire 1989, n° 443, p. 93
Spray protecteur solaire * Marie Claire 1989, n° 443, p. 93
Shampooing réparateur après-soleil * Marie Claire 1989, n° 443, p. 93

Dessange

Maquillage Dessange (titre d'une publicité de rouge à lèvres) * Madame Figaro, Cahier Spécial n° 4, Figaro du samedi 20 mai 2000, p. 75

Jacques Dessange

Laque Finition & Brillance (le titre : « Nouvelle laque finition et brillance aux micro-rélecteurs de lumière ») * Marie Claire 2000, n° 578, p. 149
Mousse de Coiffage (du texte : « La mousse thermoactivée qui donne un effet lissant longue durée » et « Nouvelle mousse thermo actif effet lissant ») * Vogue 2001, n° 818, p. 123

Diadermine

Complexe anti-rides restructurant * Marie Claire 1995, n° 517, p. 64
Gel de gommage douceur * Marie Claire 1995, n° 515, p. 77
Gel restructurant contour des yeux aux microsphères (dans le texte : « Les microsphères Diadermine produisent un effet lifting immédiat relayé par un effet restructurant durable ») * Marie France juillet 1992, p. 22
Lait Corporel Hydratation Continue (dans le texte : « Alors, si vous voulez un lait facile à appliquer, pas gras du tout et vraiment efficace, choisissez sans hésiter le lait Corporel Hydratation Continue DIADERMINE. C'est un véritable soin-confort qui redonne à la peau sa douceur naturelle et son aspect satiné. » * (Publi-information) Marie Claire 1995, n° 518, p. 163
Masque éclat * Marie Claire 1995, n° 515, p. 77
Soin hydratation optimale * Marie Claire 1995, n° 518, p. 162

Soin nutritif intense * Marie Claire 1995, n° 519, p. 114
Soin rénovateur éclat [Fruitissime] * Marie Claire 1995, n° 515, p. 76

Dior

Capture complexe liposomes * Marie Claire 1990, n° 450, p. 110
Capture contour de l'oeil * Marie Claire 1990, n° 457, p. 40
Capture essentiel yeux Sérums réactivateur jeunesse [Capture essentiel] * Marie Claire Maison 1999, n° 350, p. 7
Concentré minceur [Dior Svelte] (dans le texte : « Un complexe naturel unique de 4 extraits végétaux qui déclenche un processus minceur intégral et sans précédent ») (dans le titre : « Dior Svelte, le record minceur ») * Marie Claire 1993, n° 495, p. 156 * Marie Claire 1995, n° 512, p. 57
Collection Maquillage Printemps 2000 [Universelle] * Marie Claire 2000, n° 571, p. 298
Complexe liposomes-vitamine A [Capture Lift] * Marie Claire 1993, n° 495, p. 56
Crème correction rides [Capture] * Eeva 2003, n° 1, p. 98 * brochure au grand magasin Stockmann 17.11.2003 * brochure au grand magasin Sokos 1.11.2006
Crème correctrice rides [Phénomén-A Jour] * Marie Claire Maison 2000, n° 360, p. 4
Crème soin sublimateur jeunesse [No-Age] * Yhteishyvä 2002, n° 10, supplément
Déodorant-crème douceur * Yhteishyvä 2003, n° 1, supplément
Éclat mat [Teint Dior] (dans le sous-titre : « Formule éclat mat et Formule éclat satin ») * Marie Claire 1995, n° 513, p. 79
Flacon-pompe (dans le texte) * Marie France 1999, n° 58, p. 47
Fluide correction ride [Capture] * brochure au grand magasin Stockmann 17.11.2003
Lait démaquillant douceur * supplément publicitaire de Stockmann 12.11.2003, p. 46 * Yhteishyvä 2003, n° 1, supplément
Lotion douceur * Yhteishyvä 2003, n° 1, supplément
Mascara fascination * Marie Claire 2000, n° 578, p. 367
Masque cocoon * supplément publicitaire de Stockmann 12.11.2003, p. 46
Nutri-sérums rénovateur jeunesse [NoAge Essentiel] * Yhteishyvä 2002 n° 1, p. 34 * Marie Claire Maison, n° 365, p. 9
Rouge accent (le titre continue : « La concentré de la couleur... ») * Marie Claire 1993, n° 493, p. 106
Rouge collection (le titre continue : « La couleur douceur, Une texture onctueuse... ») * Marie Claire 1993, n° 493, p. 106 * Marie Claire 1995, n° 512, p. 88
Soin correcteur rides au rétinol double détente [Phénomén-A] * Marie France 1999, n° 58, p. 46
Soin intégral ville [Éthique] * http://www.beaute-test.com/soin_integral_ville_-_ethique_christian_dior.php, 17.12.2009
Teint Dior (dans le texte, non sur la boîte : « nouveau fond de teint anti-déshydratant ») * Vogue 1980, n° 610, p. 19
Teint diorlift (Le fond de teint défatigant) * Marie France 1999, n° 58, p. 8
Teint idéal mat * Marie Claire 1994, n° 499, p. 76
Tendre poison eau de toilette * Marie Claire 1995, n° 520, p. 180
Pour Noël, Dior propose un look maquillage exceptionnel. * Marie Claire 2006, n° 652, p. 282

Crème équilibrante [Hydra-Dior] * Vogue 1975, n° 554, p. 107
Crème nourrissante [Hydra-Dior] (uniquement dans le texte ; il n'y a pas d'image d'une boîte dans la publicité) * Vogue 1975, n° 554, p. 107
Crème résultante pour les rides * Vogue 1980, n° 611, p. 93
Crème souveraine (le texte dans le haut d'une publicité : « Peau sèche : la solution Dior n'est pas forcément une crème grasse. ») * Vogue 1980, n° 603, p. 17
Mascara parfait * Marie Claire 2000, n° 578, p. 367

Estée Lauder

Crème fermeté visage et cou [Recilience Lift] * brochure pour les clients fidèles de Stockmann 12/2001
Complexe réactivant triple action [Fruition] * Marie Claire 1994, n° 499, p.6
La formule haute technologie de Re-Nutriv Firming Plus assure à la peau une hydratation intensive. (dans le texte) * Marie Claire 1989, n° 447, p. 7
Perfect Matte Lipstick (d'Estée Lauder) * Marie Claire 1993, n° 495, p. 66
Publi-reportage Marie Claire * Marie Claire 1993, n° 495, p. 66
Soin perfecteur lissant [Idealist] * brochure pour les clients fidèles de Stockmann 12/2001
Teint compact révélateur lumière SPF 15 [Revelation] * Marie Claire 2000, n° 571, p. 13
Teint Crème Compact [Perfectionist] * Marie Claire 1995, n° 518, p. 5
Crème raffermissante pro-élastine [Resilience] * Marie Claire 1995, n° 509, p. 7
Gel parfumé pour le bain et la douche * http://www.cgi.befr.ebay.be/ESTEE-LAUDER-Dazzling-Gold-gel-parfume-bain-douche-75ml_W0QQitemZ7149284717QQih006QQcategory..., 12.7.2007
Rouge à lèvres (dans le texte : « Offrez à vos lèvres un double éclat-couleur » et : « Dix teintes qui ne s'estompent pas. Double color, le nouveau rouge à lèvres très longue fidélité. ») * Marie Claire 1995, n° 514, p. 5

Eugène

Publi-information * Marie Claire 1993, n° 493, p. 102

Everfast

Placentaires hypoallergiques * Vogue 1973, n° 541, p. 15

Galénic

Contrôle minceur (Lait spécifique cellulite drainant désinfiltrant) * Marie Claire 1995, n° 512, p. 73
Gel-crème aux microparticules [Messenger] * Marie Claire 1989, n° 447, p. 115 * Marie Claire 1990, n° 459, p. 121

Gel-Crème Eclat-Jeunesse [Messenger] *

<http://www.galenic.com/public/galenic/html/produit/produit.php?id=240>,
30.7.2007

Gel spécifique cellulite liporéducteur restructurant [Intensive minceur] * Marie Claire
1995, n° 515, p. 73

Intensive minceur (en petits caractères : « Gel spécifique cellulite liporéducteur restructurant ») *
Marie Claire 1995, n° 512, p. 73

Soin fortifiant anti-pollution [Proactive] (la désignation visible uniquement comme un
titre, pas sur la boîte), (la question dans le haut de la publicité : « Pourquoi fortifier
la peau face à la pollution? Parce que, stimulée de l'intérieur, la peau se défend
mieux face aux agressions extérieures. ») * Marie Claire 1999, n° 558, p. 73

Soin Yeux Eclat-Jeunesse [Messenger] *

<http://www.galenic.com/public/galenic/html/produit/produit.php?>, 30.7.2007

Garnier

Soin anti-rides (raffermissant) [Synergie] * Marie Claire 1990, n° 457, p. 55 * Marie
Claire 1990, n° 458, p. 99

Soin-crème colorant ton sur ton [Movida] (le titre: « La couleur-soin au karité sans
ammoniaque ») * Marie Claire 1995, n° 514, p. 136-137

Soin du jour [Synergie] * Marie Claire 1990, n° 457, p. 55 * Marie Claire 1990,
n° 458, p. 99

Lait doux démaquillant * Marie Claire 1990, n° 458, p. 99

Masque doux nettoyant * Marie Claire 1990, n° 458, p. 99

Soin d'hydratation * Marie Claire 1990, n° 458, p. 99

Gatineau

[Stratégie jeunesse] * Marie Claire 1995, n° 511, p. 269

Givenchy

Crème masque hydratante [Swisscare] * Marie Claire 1990, n° 457, p. 173 * Marie
Claire 1990, n° 449, p. 29

Collection automne-hiver (dans la publicité sur Prisme Regard) * Marie Claire 1993,
n° 493, p. 70

Gel purifiant douceur [Swisscare] * Marie Claire 1990, n° 457, p. 173

Givenchy Vernis couture *

http://www.ciao.fr/Givenchy_Vernis_Couture_Haute_tenue__1015562, 17.12.2009

Givenchy Vernis miroir * http://www.ciao.fr/Givenchy_Vernis_Miroir__57462,
17.12.2009

Les rouges écran bijou (non sur la boîte, uniquement en bas de la publicité avec le nom
Givenchy) * Marie Claire 1993, n° 496, p. 153

Mascara miroir Allongeant et Volumateur * Marie Claire 2000 n° 578, p. 293

Pinceau douceur * <http://www.perfumewarehouse.co.uk/index.php?>

[file=product&iproductid=5877&icategoryid=1](http://www.perfumewarehouse.co.uk/index.php?file=product&iproductid=5877&icategoryid=1), 17.12.2009

Prisme pommettes * Marie Claire 1995, n° 518, p. 84
Prisme Regard (dans le texte : « Harmonie d'Ombres et de Lumière » et « Un dégradé de 4 ombres mates et une touche centrale irisée à moduler pour un maquillage des yeux toujours réussi. ») * Marie Claire 1993, n° 493, p. 70 * Marie Claire 1995, n° 518, p. 84
Prisme visage (Quatre pyramides de poudre à balayer au pinceau pour un teint parfaitement unifié), et du texte: « Pour nous, Givenchy Beauté a créé la ligne Prisme. ») * Marie Claire 1995, n° 518, p. 84
Teint couture * http://www.ciao.fr/Givenchy_Teint_Couture__57118, 18.12.2009
Teint estompe (dans le texte : « Les teints Estompe existent en six nuances ») * Marie Claire 1994, n° 499, p. 32
Teint miroir (dans le texte: « Des formules haute technologie pour un teint... Des textures-sensations pour un nouveau plaisir de peau ») * Elle Décoration 2001, n° 106, p. 6
Vernis couture http://www.ciao.fr/Givenchy_Vernis_Couture_Haute_tenue__1015562, 18.12.2009
Crème de jour protectrice [Swisscare] * Marie Claire 1990, n° 457, p. 173 * Marie Claire 1990, n° 449, p. 29

Guerlain

Crayon contour des lèvres "Parme" * Vogue 1985, n° 655, p. 109 * Vogue 1985, n° 654, p. 119
Crayon lèvres * le grand magasin Stockmann 5.3.2008
Démaquillant détente immédiate [Odély] * Marie Claire 1993, n° 495, p. 60 * Marie Claire 1995, n° 513, p. 18
Fard joues crème "Bois de Rose" * Vogue 1985, n° 654, p. 121
Fard joues poudre "Alizée" * Vogue 1985, n° 655, p. 109 * Vogue 1985, n° 654, p. 119
Lotion voile apaisant [Odély] * Marie Claire 1993, n° 495, p. 60 * Marie Claire 1995, n° 513, p. 18
Mascara-cils "Bleu royal" * Vogue 1985, n° 655, p. 109 * Vogue 1985, n° 654, p. 119
Mascara-cils "Noir" * Vogue 1985, n° 654, p. 121
Ombre lumière Duo "Aurores" * Vogue 1985, n° 654, p. 121
Ombre lumière Duo "Orage" * Vogue 1985, n° 655, p. 109 * Vogue 1985, n° 654, p. 119
Poudre libre reflets "Glycine" * Vogue 1985, n° 655, p. 109
Poudre libre reflets "Eglantine" * Vogue 1985, n° 654, p. 121
Rouge à lèvres couleur et brillance * Marie Claire 2000, n° 578, p. 37
Teint éclat "Hoggar" * Vogue 1985, n° 655, p. 109 * Vogue 1985, n° 654, p. 119

Baume de la ferté pour les lèvres * Marie Claire 2000, n° 571, p. 284
Brillant pour les lèvres "Letchi" * Vogue 1985, n° 654, p. 121
Crayon pour les yeux "Noir Velours" * Vogue 1985, n° 654, p. 121
Crème magistrale (le titre ; la boîte n'est pas visible dans la publicité) * Vogue 1970, n° 505, p. 134 (dernière page de la couverture)
Crème pour le cou (le titre ; la boîte n'est pas visible dans la publicité) * Vogue 1970, n° 505, p. 134 (dernière page de la couverture)
Sublimateur de beauté [Divinaura] * Marie Claire 1993, n° 495, p. 22

Helena Rubinstein

- Assurance tenue. Certitude douceur (titre du texte principal et du texte : « Avec Rouge Forever, H.R. crée l'événement. Pour la 1^{ère} fois, un rouge à lèvres allie perfection-tendue et infinie douceur ... Une véritable performance technologique pour éclat couleur intense et une sensation confort jusque-là inédite dans un rouge à lèvres haute tenue. ») * Marie Claire 1990, n° 460, p. 7
- Crème Anti-Rides (le titre : « La Force Anti-Rides de Helena Rubinstein ») * Marie Claire 1994, n° 499, p. 83
- Crème bronzage ultra rapide [Golden Beauty] * Marie Claire 1995, n° 515, p. 9
- Effet sensation d'un rouge longue durée (titre) * Marie Claire 1990, n° 460, p. 7
- Fond de teint crème [Perfection] (dans le texte : « H.R. a trouvé le secret du courant-transparence : fond de teint Perfection. ») * Vogue 1985, n° 661, p. 83
- Lait bronzage ultra rapide [Golden Beauty] * Marie Claire 1995, n° 515, p. 9
- Rouge Forever. (légende d'une photo : « Pour la première fois, un rouge à lèvres à éclat haute tenue et hydratation longue durée ») * Marie Claire 1990, n° 460, p. 6

Kérastase

- Bain-Crème Réconstituant [Nutritive] * Marie Claire 1990, n° 457, p. 307
- Bain Satin [Nutritive] * Marie Claire 1990, n° 457, p. 307
- Coiffeur-Conseil Kérastase (dans le texte : « En vente exclusive chez les Coiffeurs-Conseil Kérastase. ») * Marie Claire 1990, n° 457, p. 307
- Crème Richesse Kérastase * <http://www.kerastase.fr/produits/soleil/cheveux-coloressensibilises/creme-richesse.aspx>, 21.1.2010
- Crème-richesse [Kérastase Solaire] (dans le texte : « Une gamme de soin haute performance ») * Vogue 2001, n° 818, p.117
- Forcintense (dans le texte : « www.kerastase.com pour connaître l'adresse de votre Coiffeur-Conseil Kérastase le plus proche ») * Marie Claire 2000, n° 571, p. 291
- Intervention antichute * Marie Claire 2000, n° 578, p. 359
- Shampooing détente cheveux secs et très rebelles [Bain Oléo-Relax] * Marie Claire Maison 2001, n° 365, p. 63
- Soin haute nutrition Cheveux très secs [Masquintense] * Marie Claire 1993, n° 495, p. 238
- Soin lissant disciplinant cheveux secs et très rebelles [Oléo-Relax]. (du texte : « Association inédite : des huiles nourrissantes et assouplissantes + un système protection anti-frizz disciplinent les cheveux secs incoiffables. ») * Marie Claire Maison 2001, n° 365, p. 63

Klorane

- Baume lèvres * Marie France 1999, n° 58, p. 43 * Marie Claire 2000, n° 571, p. 297
- Gel douche hydratant * Marie France 1999, n° 58, p. 11
- Onguent Crème (= crème pour les mains) * Marie France 1999, n° 58, p. 43 * Marie Claire 2000, n° 571, p. 297
- Shampooing Crème Nutritif [Polyvégétal] * Marie Claire 1989, n° 443, p. 24
- Shampooing à l'Ortie Blanche * Marie Claire 1989, n° 448, p. 278
- Soin Crème Restructurant [Polyvégétal] * Marie Claire 1989, n° 443, p. 24

Soin-éclat à la pulpe de cédrat (sous-titre du texte : « Brillance-Beauté » et du texte : « Ce soin éclat se vaporise sur cheveux humides ou secs. Souples, lustrés, ils affichent l'éclatante brillance de la bonne santé ») * Marie Claire 2000, n° 578, p. 167 (Publi-reportage Marie Claire)

Traitement antichute Klorane (du texte : « Si vous êtes sujet à des chute de cheveux, ce shampoing est le complément idéal du traitement antichute Klorane. ») * <http://www.paraselection.com/klorane-shampoing-fortifiant-a-quinine-et-aux-vitamines-b.htm>, 2.9.2010

Shampoing antipelliculaire au thym rouge d'Espagne * Marie Claire 2006, n° 652, p. 215

Lancaster

Crème haute altitude * Vogue 1975, n° 557, p. 10-11

Spécial visage * Vogue 1975, n° 557, p. 10-11

Démaquillant adoucissant * Vogue 1975, n° 556, p. 37

Huile bronzante * Vogue 1975, n° 557, p. 10

Lait bronzant * Vogue 1975, n° 557, p. 10

Lait bronzant teinte * Vogue 1975, n° 557, p. 10-11

Lotion adoucissante * Vogue 1975, n° 556, p. 37

Lancôme

Absolue mains * le grand magasin Sokos 4.10.2006

Absolue nuit * le grand magasin Sokos 4.10.2006

Absolue yeux * le grand magasin Sokos 4.10.2006

Bienfait yeux * <http://www.amazon.com/Lancome-Bienfait-Yeux-Refreshing-Anti-Fatigue-Oil-Free/dp/B000NNGGE8>, 17.12.2009

Bille caresse douceur [Bocage] * Yhteishyvä 2002, n° 6, supplément * Yhteishyvä 2003, n° 6, supplément

[Brillant magnétique] (le texte continue : « Exploit brillance et confort poids plume. Nouveau : Des pigments "cristal-light", des brillances miroitantes font pétiller les lèvres de fraîcheur et de lumière ») * Vogue 2001, n° 818, p. 7

Clarifiance gel * brochure de 2000

Correcteur intense anti-rides [Re-surface] (du texte : « La puissance anti-rides du rétinol, la sécurité Lancôme en plus ») * Marie France 1999, n° 58, p. 2-3

Crème onctueuse douceur [Bocage] * Yhteishyvä 2002, n° 6, supplément * Yhteishyvä 2003, n° 6, supplément

Déodorant bille caresse douceur * http://www.beaute-test.com/deodorant_bille_caresse_douceur_-_bocage_lancome.php, 17.12.2009

Effacernes longue tenue * brochure de 2000 * <http://www.halens.fi/ProductPage.aspx?pid=034991&sort=0&dir=1&mid=722>, 17.12.2009

Exfoliance douceur * brochure de 2000 * http://cgi.ebay.fr/EXFOLIANCE-douceur-de-LANCOME-gel-tendre-gommage-neuf_W0QQitemZ290373093631QQcmdZViewItemQQimsxZ20091123?IMSfp=TL091123237002r3157, 17.12.2009

Fond de teint lifting éclat [Teint Rénergie Lift] * Marie Claire 2004, n° 617, p. 134

Gel clarté * le grand magasin Sokos 4.10.2006
 Gommage peau de pêche * brochure de 2000
 Mascara douceur [Stylocils] (dans le texte : « Avec sa brosse toute fine, il allonge et recourbe vos cils avec beaucoup de précision et de naturel. Sa texture crème est toute douce. ») * Vogue 1985, n° 653, p. 11
 Mascara haute définition [Définicils] * Marie Claire 1994, n° 497, p. 8
 Mousse clarté * le grand magasin Sokos 4.10.2006
 Primordiale lèvres * Yhteishyvä 2003, n° 8, supplément
 Primordiale intense nuit * Yhteishyvä 2003, n° 8, supplément
 Primordiale intense yeux * Yhteishyvä 2003, n° 8, supplément
 Réflexe minceur (dans le texte la même dimension de caractères) * brochure de 2000 * Marie Claire 1995, n° 512, p. 241
 Rénergie Contour lift * brochure pour les clients fidèles de Stockmann 12 / 2001 * Yhteishyvä 2002, n° 1, p. 34
 Rénergie sérum * brochure de 2000
 Rénergie soin double performance (antirides et fermeté) (= crème de soin) * brochure pour les clients fidèles de Stockmann 12/2001
 Rénergie yeux (= pour le contour des yeux) * brochure pour les clients fidèles de Stockmann 12/2001 * Marie Claire 1993, n° 496, p. 8
 Rouge absolu mat (uniquement dans le texte) * Marie Claire 1993, n° 493, p. 9
 Rouge attraction (dans le texte comme s'il était un titre : « La couleur haute tension ») * Marie Claire Maison 2003, n° 379, p. 164
 Sérum oligo-major (le titre : « La stimulation-choc par bio-activation ») * Vogue 1985, n° 662, p. 20
 Sérum ultra-minceur [Aroma Fit] * Vogue 2001, n° 818, p. 218
 Soin double performance anti-rides et fermeté [Rénergie] * Marie Claire 1993, n° 495, p. 131 * Marie Claire 1999, n° 558, p. 9
 Soin éclat bronzant (sans soleil) [Esprit du Soleil] * Marie Claire 1989, n° 444, p. 4 * Marie Claire 1990, n° 451, p. 7
 Soin jeunesse contour des yeux [Expressive] (dans le texte : « Autant de raisons d'essayer immédiatement EXPRESSIVE, innovation des Chercheurs Lancôme ») * Marie Claire 1995, n° 517, p. 114-115
 Stick contrôle * brochure 2000 * http://www.ciao.fr/Lancome_Stick_controle__184973
 24.2.2010 * <http://www.phil-fak.uni-duesseldorf.de/rom2/lehre/fr-werbesprache/produkte/lancome.htm>, 24.2.2010
 Stick soyeux douceur [Bocage] * Yhteishyvä 2002, n° 6, supplément * Yhteishyvä 2003, n° 6, supplément
 Stylo contour des yeux * brochure de 2000
 Teint idole ultra * brochure 2000 * <http://www.plurielles.fr/beaute/maquillage/teint-idole-3272261-402.html>, 17.12.2009
 Teint lumière vitalité * Yhteishyvä 2003, n° 8, supplément
 Tonique confort * le grand magasin Sokos 4.10.2006
 Tonique douceur * brochure de 2000
 Vernis absolu * Marie Claire 1993, n° 496, p. 6
 Vernis triple tenue * brochure de 2000
 Vinéfit lèvres * Yhteishyvä 2002, n° 1, p. 34

Crème d'hydratation avancée [Trans-Hydrix]* Vogue 1985, n° 660, p. 20
 Démi-fond de teint [Mimaki] * Vogue 1970, n° 507, p. 15
 Soin rajeunissant visible [Primordiale] * Marie Claire 1995, n° 518, p. 6

Liérac

- Anti-âge fermeté [Cohérence] (dans le texte : « Soin majeur jour. Le Soin de Jour COHERENCE est un véritable révélateur d'éclat ») * Marie Claire 1995, n° 519, p. 143
- Concentré tenseur buste [Buste Lift] * Marie Claire 1995, n° 513, p. 121
- Concentré visage restructurant [Thekoa] * Vogue 2001, n° 818, p. 109
- Fluide beauté jambes * Marie France 1991, juin, p. 64
- Fluide hydratation adaptée [Séquissime] * Marie Claire 1990, n° 460, p. 154
- Lait corporel anti-dessèchement Hydratation longue durée * Marie Claire 1990, n° 455, p. 71
- Sérum réparateur anti-âge * Marie Claire 1990, n° 459, p. 311
- Soin crème anti-rides haute hydratation [Deridium] * Marie Claire 1990, n° 459, p. 311
- Soin crème contour des yeux [Dioptrème] * Marie Claire 1994, n° 498, p. 85
- Soin Lifting Contour des Lèvres [Cohérence] * Marie Claire 1994, n° 498, p. 83, 85
- Soin modelage caryatide ventre * brochure de 1999
- Soleil protection active (dans le texte : « La ligne solaire Protection Active LIERAC reproduit un système photo-protecteur naturel parfait : les phyto-mélanines extraites du chêne, anti-UV, anti-radicalaires et réparatrices cutanées. ») * Marie Claire 1995, n° 515, p. 115

Matis

- Baume intégral yeux * brochure au grand magasin Stockmann 10.4.2002
- Crème visage hydratante [Réponse vitanée] * brochure au grand magasin Stockmann 10.4.2002
- Eau démaquillante yeux * brochure au grand magasin Stockmann 10.4.2002
- Émulsion démaquillante yeux * brochure au grand magasin Stockmann 10.4.2002
- Fluide délicatesse jour * brochure de 2000
- Gel lissant yeux * brochure au grand magasin Stockmann 10.4.2002
- Lotion douce yeux * brochure au grand magasin Stockmann 10.4.2002
- Lotion tilleul * brochure de 2000 * http://www.latITUDEzen-institutdebeaute.com/produit,251,detail,lotion_tilleul.html, 18.12.2009
- Masque lifting yeux * brochure au grand magasin Stockmann 10.4.2002
- Masque-soin yeux-lèvres * brochure au grand magasin Stockmann 10.4.2002

Mavala

- Crème à mains (du texte : « Pour les mains actives, occupées au jardinage, aux travaux manuels ou artistiques, aux sports et autres activités en extérieur. La Crème à Mains MAVA-PLUS protège et soulage les mains rougies, irritées, sèches ou abîmées par des facteurs externes en tout genre (froid, soleil, variations brutales de température, vent, usage de solvants, de détergents »). * http://www.mavala.com/index.php?id=8&prod_id=149, 12.2.2010

Neutrogena

Crème pieds très secs et abîmés * Marie Claire 1995, n° 516, p.155 * Madame Figaro Spécial Anniversaire Cahier national n° 4, Figaro du samedi 20 mai 2000, p. 109
Spray rafraîchissant pieds échauffés * Marie Claire 1995, n° 516, p. 155

Émulsion Corporelle Hydratante * Marie Claire 1995, n° 515, p. 98 * Marie Claire 2000, n° 571, p. 155

Crème-D (introduction de nouveautés : « En tête, depuis un demi-siècle, les Crèmes Mains, produit fétiche des marins, réparent les dégâts du frois et du sel ») * Marie Claire 2000, n° 571, p. 155

Nina Ricci

Fond de teint contrôle * Marie Claire 1993, n° 495, p. 55 * Marie Claire 1995, n° 511, p. 43

Fond de teint fluide * Marie Claire 1993, n° 495, p. 55

Nivea

Crème fluide active (dans le texte : « La Crème Fluide Active l'aide (=peau) à préserver son équilibre en eau »)* Marie Claire 1989, n° 444, p. 51 * Marie Claire 1990, n° 451, p. 273

Crème jeunesse aux liposomes [Nivea Visage] (du texte : « Soin fondamental aux liposomes, riche en composants actifs spécifiques, la Crème Jeunesse aux Liposomes NIVEA VISAGE prévient le processus de vieillissement de la peau et la restructure de l'intérieur grâce à une triple action : une stimulation de la régénération de votre peau ; une hydratation longue durée ; une protection renforcée contre les agressions extérieures. ») * Marie France 1992, juillet, p. 59

Fond de teint hydratant fraîcheur [All Day Aqua] * Marie Claire 2000, n° 578, p. 67

Gel douche * Marie Claire 1989, n° 444, p. 56

Lait corps * Marie Claire 1995, n° 517, p. 56

Nivea Visage (du texte : « La protecteur jeunesse le plus efficace de Nivea » et « L'ALPHA FLAVON est un protecteur nouvelle génération qui agit comme un véritable rempart naturel contre les principales causes du vieillissement de la peau : les radicaux libres ») * Marie Claire 2000, n° 578, p. 181

Nivea Vital (du texte: « Un nouveau soin de nuit triple action ») * Marie Claire Maison 2001, n° 365, p. 82 * Elle Décoration 2001, n° 106, p. 117

Sérum lissage fermé (dans le texte : « Le Sérum Lissage Fermé de Nivea Visage » et sur la boîte au dessous de cela : au complexe alpha nature) * Marie Claire 1995, n° 510, p. 49

Soin éclat absolu [Nivea Vital] (dans le texte : « Apportez à votre peau toute la lumière qu'elle mérite avec le nouveau Soin éclat absolu de Nivea Vital » et « Avec le nouveau Soin éclat absolu, réveillez l'éclat de votre peau ») * Marie Claire 2000, n° 571, p. 279

Crème de nuit [Nivea Visage] * Marie Claire 1990, n° 451, p. 275
Eau de soin corporelle (sur la boîte aussi : « Soins fraîcheur à l'aloë vera ») * Marie Claire 1995, n° 514, p. 95
Gel démaquillant pour les yeux [Nivea Visage] * Marie France 1992, juillet, p. 61

Oil of Olaz

Complexe Anti-Rides de Jour * Marie Claire 1993, n° 493, p. 163

L'Oréal

Après-shampooing fortifiant [Elsève] * Marie Claire 1999, n° 558, p. 105
Cire brillance vinyle [Cristal'Wax] * Marie Claire 2000, n° 571, p. 288
Formulation pureté [Modeling, Formulation pureté] (dans le texte : « Il est rare qu'un concept soit décliné aussi complètement dans une gamme de produits ! Tout est conçu pour mériter pleinement cette appellation de "formulation pureté" : design, graphisme, praticité de conditionnements et bien sûr, protection de l'environnement avec des produits sans gaz, des flacons et capots recyclables. ») * Marie France 1992, juillet, p. 6-7
Réparatrice Nuit [Plénitude] (dans le texte : « Soin Réparatrice Nuit de Plénitude ») * Marie Claire 1994, n° 497, p. 34-35
Shampooing brillance et reflets [Osmose, Gloss Color] * Marie Claire 1995, n° 511, p. 139
Shampooing réparateur cheveux colorés très sensibilisés [Powercare color] * Vogue 2001, n° 818, p. 111
Shampooing soin [Elsève] * <http://www.loreal-paris.fr/soin-du-cheveu/femmes/elseve-liss-soyeux/shampooing-soin.aspx>, 21.1.2010
Shampooing-soin [Fortifiant] * Marie Claire 1995, n° 509, p. 9
Soin minceur visage [Plénitude /Revitalift Slim] * Marie Claire Maison 2000, n° 360, p. 3

Orlane

Antirides rénovateur cellulaire [Extrait Vital] * Marie Claire 1995, no 513, p. 69
Rouge étui agate * Vogue 1970, n° 505, p. 31
Sérum contour des yeux [Extrait Vital] * Marie Claire 1995, n° 513, p. 68
Soin anti-fatigue absolu [B21 Bio-énergic] * Marie Claire 1990, n° 460, p. 74

Concentré de jeunesse Absolu * Marie Claire 1995, n° 520, p. 85
Crème de Jeunesse Absolue [B 21] * Marie Claire 1993, n° 495, p. 83 * Marie Claire 1993, n° 496, p. 89
Crème B 21 * Vogue 1970, n° 503, p. 61
Crème fluide à la gelée royale * Vogue 1975, n° 555, p. 53
Émulsion fluide réparatrice [Extrait Vital] * Marie Claire 1995, n° 513, p. 68

Payot

- Crème liposomes * Marie Claire 1989, n° 443, p. 60
Design visage * Marie France 1999, n° 58, p. 52 * Marie Claire 2000, n° 578, p. 363
Formule liposomes (Restructurant de l'épiderm) * Marie Claire 1989, n° 443, p. 60 * Marie Claire 1990, n° 455, p. 88
Lotion Vitalité (sans alcool) [Authentique] * Marie Claire 1989, n° 448, p. 50 * Marie Claire 1990, n° 457, p. 299
Soin contour des yeux [Bio-Active] * Marie Claire 1989, n° 444, p. 71
- Crème douce * Marie Claire 1995, n° 512, p. 255
Crème Embryonnaire * L'art et la mode 1951, n° 2742, p. 8
Émulsion douce * Marie Claire 1995, n° 512, p. 255
Lotion bleue * Marie Claire 1995, n° 512, p. 255

Phytomer

- Émulsion minceur fermeté * brochure au grand magasin Sokos 30.3.2006
Sélection minceur gel * brochure de 2000
- Hydratation continue * Marie Claire 2000, n° 578, p. 133

René Furterer

- Crème révilissante [Karité] * Marie Claire Maison 1999, n° 350, p. 35

Roc

- Crème écran total+ * Marie Claire 1995, n° 515, p. 95
Lait solaire haute protection * Marie Claire 1990, n° 455, p. 28
Sécurité soleil * Marie Claire 1995, n° 515, p. 95 * Marie Claire 1995, n° 514, p. 245
Soin de jour [Jour +] * Marie Claire 1989, n° 447, p. 368
Soin rides aux liposomes [Myosphère]* Marie Claire 1989, n° 448, p. 272 * Marie Claire 1989, n° 447, p. 302

Rochas

- Soin Eclat Anti-âge [Futuraessence] * Marie Claire 1995, n° 519, p. 239

Silhoe

- Bain crème moussant des lagons * Marie Claire 1990, n° 459, p. 293
Crème douceur essentielle * Marie Claire 1990, n° 459, p. 293

Sisley

- Brosse douce visage et cou * brochure au grand magasin Stockmann 11.11.2003
- Crème collagène et mauve * brochure au grand magasin Stockmann 11.11.2003
- Hydra-Flash Spécial Corps * brochure au grand magasin Stockmann 11.11.2003
- Masque éclat express * brochure au grand magasin Stockmann 11.11.2003
- Masque givre * brochure au grand magasin Stockmann 11.11.2003
- Phyto-crayon contour des lèvres * brochure au grand magasin Stockmann 11.11.2003
- Phyto-crayon contour des yeux * brochure au grand magasin Stockmann 11.11.2003
- Phyto-crayon contour sourcils * brochure au grand magasin Stockmann 11.11.2003
- Phyto-mascara double action * brochure au grand magasin Stockmann 11.11.2003
- Protection solaire grand écran * Vogue 2001, n° 818, p. 121 * brochure au grand magasin Stockmann 11.11.2003
- [Sisleÿa], Super formule anti-âge. Crème visage et cou * Marie France 2000, n° 67, p. 39 * Madame Figaro du 20 mai 2000, p. 201
- Super crème solaire visage phytoaromatique * Vogue 2001, n° 818, p. 121 * brochure au grand magasin Stockmann 11.11.2003 (une nouveauté en été 2001) * Marie Claire 1995, n° 516, p. 44
- Tenseur-beauté phytoaromatique * Marie Claire 1994, n° 499, p. 109 * brochure au grand magasin Stockmann 11.11.2003 * Marie Claire 1995, n° 515, p. 40 * Marie Claire 1996, n° 532, p. 92
- Baume efficace pour le contour des yeux et des lèvres * brochure au grand magasin Stockmann 11.11.2003
- Complexe aux Résines tropicales * brochure au grand magasin Stockmann 11.11.2003
- Crème de jour au Lis * brochure au grand magasin Stockmann 11.11.2003
- Crème efficace régénératrice * Vogue 1975, n° 555, p. 2
- Crème fluide efficace pour le corps * brochure au grand magasin Stockmann 11.11.2003
- Crème hydratante fluide * Vogue 1975, n° 555, p. 2
- Crème Efficace aux lysats végétaux pour la nuit * brochure au grand magasin Stockmann 11.11.2003
- Crème Gommante pour le visage * brochure au grand magasin Stockmann 11.11.2003
- Crème Hydratante au Concombre * brochure au grand magasin Stockmann 11.11.2003
- Crème pour le cou raffermissante * brochure au grand magasin Stockmann 11.11.2003
- Crème Spéciale équilibrante pour le jour * brochure au grand magasin Stockmann 11.11.2003
- Démaquillant Doux pour les yeux et les lèvres * brochure au grand magasin Stockmann 11.11.2003
- Émulsion phyto-aromatique pour le contour des yeux et des lèvres * brochure au grand magasin Stockmann 11.11.2003
- Exfoliant moussant énergisant pour le corps * brochure au grand magasin Stockmann 11.11.2003
- Extrait phyto-aromatique pour le cuir chevelu et les cheveux * brochure au grand magasin Stockmann 11.11.2003
- Fluide solaire pour les corps * brochure au grand magasin Stockmann 11.11.2003
- Gel nettoyant gommant * brochure au grand magasin Stockmann 11.11.2003
- Lait Démaquillant à la Saugé * brochure au grand magasin Stockmann 11.11.2003

Lotion aux Résines tropicales * brochure au grand magasin Stockmann 11.11.2003
Lotion tonique aux fleurs * Vogue 1975, n° 555, p. 2
Masque aux Résines tropicales * brochure au grand magasin Stockmann 11.11.2003
Phyto-Crème pour les Mains à l'Harpagophytum* brochure au grand magasin
Stockmann 11.11.2003

Stimuderm

(des exemples représentant des désignations traditionnelles) * Marie Claire 1989,
n° 448, p. 287 * Marie Claire 1989, n° 447, p. 395

Crème de Jour [Hydrajour]
Crème de Nuit [Nocturnia]
Lait pour le Corps [Hydratation corporelle]
Lait Démaquillant [Demaderm]
Lotion tonique [Toniderm]
Masque hydratant [Hydr matin]

Vichy

Crème de lait corps [Essentielles] * Yliopiston apteekki 22.2.2010
Crème de soin teintée triple éclat [Lumineuse] (dans le texte: « Un maquillage très
naturel, doublé d'une réelle performance soin : hydratée, protégée, la peau découvre
l'éclat longue durée. ») * Marie France 1992, juillet, p. 11
Défatigant jambes lourdes * Marie Claire 1989, n° 444, p. 173
Douche crème onctueuse [Lipidiose nutritive] * Yliopiston apteekki 22.2.2010
Fluide réparateur à la vitamine F [Héliocalm] * Marie Claire 1990, n° 455, p. 60
Gel correcteur cellulite naissante ou installée [Cellactia] (en italique : *élimine visiblement
l'effet "peau d'orange"* * Marie Claire 1995, n° 512, p. 11
Gel douche douceur [Essentielles] * Yliopiston apteekki 22.2.2010
Gel douche exfoliant [Aqua-tendre] * Marie Claire 1990, n° 456, p. 39
Lait crème corporel physio-nourrissant [Nutri-Physio] * Marie Claire 1995, n° 514,
p. 155
Soin corporel nutri-réparateur [Nutri-Intense] * Marie Claire 1990, n° 456, p. 40
Soin correcteur intensif [Réti-C] * Marie Claire 2000, n° 571, p. 77
Soin profond antirides et fermeté [Lift Activ] * Marie France 1999, n° 58, p. 39 *
Marie Claire 1999, n° 558, p. 55
Soin profond fermeté-drainage [Lift Activ Nuit] * Marie France 1999, n° 58, p. 41
Soin profond peau sèche [Nutralogie 1] (dans le texte : « Innovation Vichy : l'actif
breveté de Nutralogie relance la production de lipides ») * Marie Claire 2000,
n° 571, p.67
Soin visage liftant visible [Liftactiv CxP nuit] * Yliopiston apteekki 22.2.2010
Structure collagène greffé [Régénium] (dans le texte : « C'est l'effet collagène greffé.
Aussi : Les laboratoires Vichy créent Régénium, le premier soin reconstituant de
nuit au collagène greffé. » et « Texture-crème, fraîche et subtile, Régénium est un
soin de nuit léger, non gras. ») * Marie Claire 1990, n° 457, p. 8-9
Fond de teint [Teint de peau] Crème velours * Marie Claire 1995, n° 513, p. 131

YSL (Yves Saint Laurent)

- Anti-rides yeux-lèvres [Lisse Expert] * brochure au grand magasin Sokos 4.10.2006
- Correcteur taches éclaircissant automatique [Clarté Extrême] * brochure au grand magasin Sokos 4.10.2006
- Crayon effets multiples * <http://www.beauty-and-more.de/archives/1999/04.html>, 4.12.2009
- Crème démaquillante douceur * brochure en juin 1998
- Crème hydratation optimale [Hydra Tech] * brochure au grand magasin Sokos 4.10.2006
- Crème multi-protection jeunesse IP8 [Ideal Defense] (sans accents) * brochure au grand magasin Sokos 4.10.2006
- Crème réactivation jeunesse [Age Expert] * brochure au grand magasin Sokos 4.10.2006
- Crème rénovatrice éclaircissante nuit * <http://www.ysl-parfums.com/yves-saint-laurent-parfums-beaute/parfums/les-feminins/y/creme-renovatrice-eclaircissante-nuit-@/produit.jspz?id=173&preferedCateg=442>, 17.12.2009
- Démaquillant Crème confort [Instant Pur] * brochure au grand magasin Sokos 4.10.2006
- Démaquillant yeux haute performance [Instant Pur] * brochure au grand magasin Sokos 4.10.2006
- Démaquillant yeux-lèvres * brochure en juin 1998
- Fluide hydratation optimale [Hydra Tech] * brochure au grand magasin Sokos 4.10.2006
- Fluide multi-protection jeunesse IP8 [Ideal Defense] (sans accents) * brochure au grand magasin Sokos 4.10.2006
- Fluide réactivation jeunesse IP15 * brochure au grand magasin Sokos 4.10.2006
- Fruit jeunesse * brochure en juin 1998
- Gel mousse pureté * brochure en juin 1998
- Gommage action biologique sans grains [Instant Pur] * brochure au grand magasin Stockmann 13.2.2006
- Lait-crème nutri-hydratant [Total Fitness] * brochure au grand magasin Sokos 4.10.2006
- Lait démaquillant fraîcheur * brochure en juin 1998
- Lotion éclaircissante fraîcheur [Clarté Extrême] * brochure au grand magasin Sokos 4.10.2006
- Lotion éclat matité [Instant Pur] * brochure au grand magasin Sokos 4.10.2006
- Masque absolue pureté * brochure en juin 1998
- Masque crème hydro actif * brochure en juin 1998
- Masque hydratation optimale [Hydra Tech] * brochure au grand magasin Sokos 4.10.2006
- Masque pureté intense [Instant Pur] * brochure au grand magasin Sokos 4.10.2006
- Mousse Clarté express [Instant Pur] * brochure au grand magasin Sokos 4.10.2006
- Soin beauté instantanée * brochure en juin 1998
- Soin contours anti-rides raffermissant * brochure en juin 1998
- Soin réactivation jeunesse [Age Expert Nuit] * brochure au grand magasin Sokos 4.10.2006
- Tonique soin douceur * brochure en juin 1998

Tonique soin fraîcheur * brochure en juin 1998

Tonique soin pureté * brochure en juin 1998

Les parfums Yves Saint Laurent vous souhaitent une excellente fin d'année *
Vogue 1980, n° 602, p. 13

Crème d'eau éclaircissante [Clarté Extrême PWS+50] * brochure au grand magasin
Sokos 4.10.2006

Crème de nuit revitalisante * brochure en juin 1998

Crème intensive anti-rides [Lisse Expert] * brochure au grand magasin Sokos 4.10.2006

Crème nourrissante profond [Nutri Système] * brochure au grand magasin Sokos
4.10.2006

Gel minceur ultra-fondant [Total Fitness] * brochure au grand magasin Sokos 4.10.2006

Lotion douce hydratante [Instant Pur] * brochure au grand magasin Sokos 4.10.2006

Lotion tonique éclat [Instant Pur] * brochure au grand magasin Sokos 4.10.2006

Soin lissant immédiat contour de l'oeil * brochure en juin 1998 * Marie Claire 1990,
n° 457, p. 165

Yves Rocher

Active jour [Riche Crème] * brochure chez Yves Rocher 17.11.2003

Anti-rides de nuit [Riche Crème] * brochure chez Yves Rocher 17.11.2003

Bain-douche parfumé [Senteur Nature] * brochure chez Yves Rocher 17.11.2003

Cils vertige [Couleurs Nature] * brochure chez Yves Rocher 17.11.2003

Concentré anti-rides contour lèvres * brochure chez Yves Rocher 17.11.2003

Concentré anti-rides contour yeux * brochure chez Yves Rocher 17.11.2003

[Couleurs Nature] * brochure chez Yves Rocher 17.11.2003

Crème bienfaisante anti-rides jour [Riche Crème] * brochure chez Yves Rocher
17.11.2003

Crème jour [Bio-Calmille] * brochure chez Yves Rocher 17.11.2003

Crème jour effet bonne mine [Bio-Calmille] * brochure chez Yves Rocher 17.11.2003

Déodorant bille douceur [Hamamélis] * brochure chez Yves Rocher 2000 *

http://www.beaute-test.com/deodorant_bille_douceur_-_hamamelis_yves_rocher.php, 17.12.2009

Déodorant crème anti-transpirant [Pur désir de Lilas] * brochure chez Yves Rocher
17.11.2003

Exfoliant corps fondant au sucre à la fraise * brochure chez Yves Rocher 17.11.2003

Fixateur Lissant Lèvres [Yria] * brochure chez Yves Rocher 17.11.2003

Fixateur Lissant Paupières [Yria] * brochure chez Yves Rocher 17.11.2003

Gel-crème hydratant rafraîchissant [Bio-Calmille] * brochure chez Yves Rocher
17.11.2003

Gel-patch haute diffusion [Patch system] * brochure chez Yves Rocher 17.11.2003

Les lignes de soins haute performance (titre du texte) * Marie Claire 1990, n° 460,
p. 105

Réducteur rides [Pro-Rétinol 100 % Végétal] * Marie Claire 2000, n° 578, p. 217

Sérum fermeté intense [A.D.N.- A.R.N.] * brochure chez Yves Rocher 17.11.2003

Soin contour des yeux [Rétinol Nature] * Marie Claire 1993, n° 495, p. 99

Soin peaux mixtes * Marie Claire 1995, n° 510, p. 79

Anti-rides de nuit [Riche Crème] * brochure chez Yves Rocher 17.11.2003
Concentré d'éclat [Yria] * brochure chez Yves Rocher 17.11.2003
Contour des lèvres [Yria] * brochure chez Yves Rocher 17.11.2003
Jeunesse du corps [Riche Crème] * brochure chez Yves Rocher 17.11.2003
Jeunesse des mains [Riche Crème] * brochure chez Yves Rocher 17.11.2003
Lait irisé parfumé pour le corps * brochure chez Yves Rocher 17.11.2003