

*Analyse compositionnelle : découpage propositionnel,
analyse polyphonique, étude d'un cas :
L'Oréal – analyse du message du P-d.g, 2001.*

André Avias

Fransk seksjon/ Section de français

Høgskolen i Østfold/ Centre d'études supérieures d'Oestfold

Norge/ Norvège

Thème dirigé par Kjersti Fløttum

Le travail présenté ici est celui d'une analyse textuelle inspirée des travaux de J-M. Adam et du groupe de la ScaPoLine (la théorie scandinave de la polyphonie linguistique). Le corpus utilisé est un texte représentant le *Mot du président* pris dans le Rapport annuel de L'Oréal pour l'année 2001. Notre travail nous a permis de constater qu'il était possible et constructif de marier les deux réflexions et surtout de révéler l'importance de la prise en considération du niveau énonciatif pour éclairer cette structure des choix du locuteur-en-tant-que-constructeur (pour une définition : cf. Nølke ; 2004 : 30). Notre objectif ici est d'établir un *plan de texte* ancré sur les différents points de vue (pdv) existants. Nous pouvons ainsi constater que le plan du texte ne peut pas être pris en compte simplement de façon linéaire.

Introduction

Dans le travail présenté ici nous allons, en analysant une partie d'un texte, effectuer son découpage en propositions simples et complexes. Nous allons nous inspirer à la fois des travaux de J-M. Adam (Cf. 1992, 1999, 2005) sur les questions d'Analyse textuelle et sur les travaux du groupe la ScaPoLine (2001)¹ sur l'approche polyphonique. Ceci nous permettra d'ailleurs de comparer deux méthodes d'analyse. Ce travail fait partie d'une étude plus importante sur les Rapports annuels d'entreprise et surtout du *Mot du président* ou *Edito* écrit par le P-d.g et placé souvent en début de rapport. L'analyse présentée ici n'est que celle de la première partie du texte (Cf. en annexe).

1. Texte et plan de texte²

Le Mot du président dans le Rapport annuel 2001 de l'Oréal (voir en annexe) occupe les toutes premières places du rapport (ci-après noté RA). Placé en début après le sommaire et l'indication des noms des membres du Conseil d'administration, il est long de quatre pages, ce qui est assez important – celui de 2003 par ex. ne fait que deux pages, et surtout comparé à d'autres sociétés où il peut même être totalement absent et où le contenu peut même être intégré ailleurs³ dans le rapport.

Point commun avec l'article de presse, l'information importante est donnée en premier. On commence en quelque sorte par la conclusion, surtout si elle est positive comme c'est le cas ici. Ensuite on va apporter des preuves et des explications sur ce résultat. Ceci est sans doute un plan de texte assez fréquent pour les textes de communication qui souhaitent atteindre leur cible rapidement.

A première vue, dans son ensemble ce texte est construit de la façon suivante : en premier lieu on trouve bien sûr le titre principal, que nous dénommerons *hypertitre*, par besoin de démultiplication de la structure en plusieurs niveaux, suivi sur la gauche d'une photo du PDG avec en dessous un texte entre guillemets, sorte de paraphrase de l'essentiel du message à

¹ Surtout les travaux de Nølke et Fløttum.

² CF. pour une présentation de cette notion, JM. Adam, 2005.

³ C'est le cas par ex. pour les Rapports annuels d'Air France ou encore de Renault en 2001.

communiquer. Sur la droite commence le texte du message avec un premier titre principal, que nous dénommerons donc simplement titre, suivi de dix paragraphes. Vient ensuite un nouveau titre suivi lui de vingt-six paragraphes le plus souvent très courts. Enfin le texte se termine par la signature du PDG (voir figure 1).

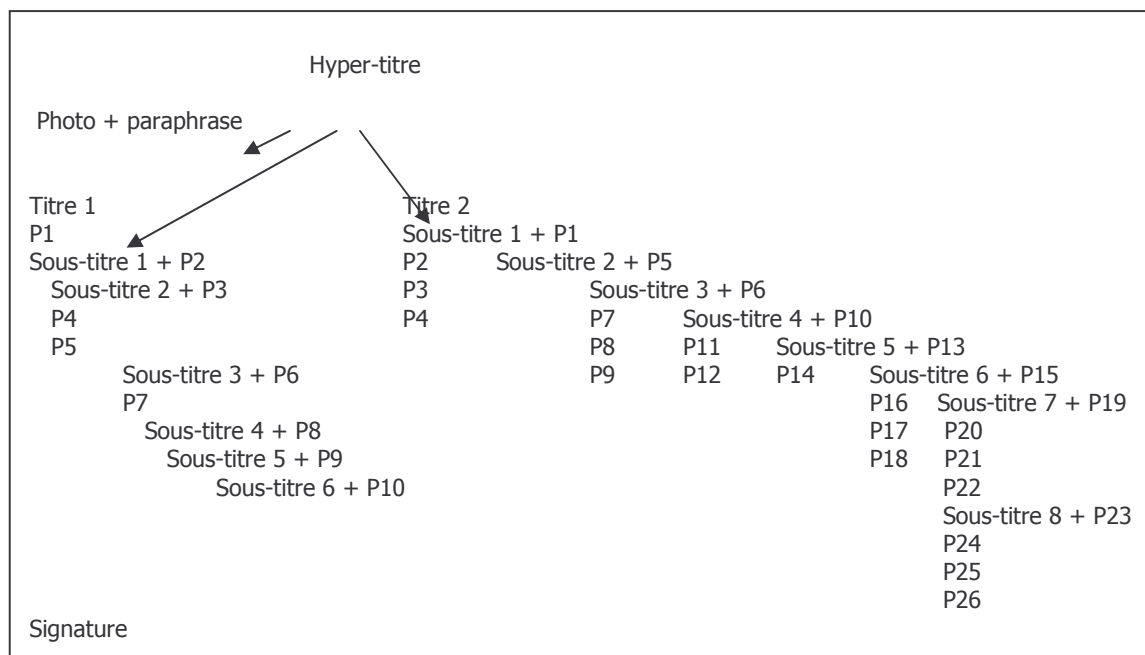
La photo – ici celle du PDG Lindsay Owen-Jones – n’apporte pas réellement d’informations décisives pour aider à l’interprétation du texte ou l’orienter et donc ne peut pas être considérée sous l’angle de la *modalité* (CF. Kress & Leeuwen, 1996), sauf à dire que cette photo nous informe sur un PDG relativement jeune, souriant et tendu⁴ et qu’il occupe bien sûr une place hiérarchique privilégiée. Quant à la paraphrase sous la photo elle est tout simplement une reformulation explicative de l’hypertitre. Nous avons ici en un énoncé le sens total que nous devons comprendre à la fois pour l’hypertitre et l’ensemble du texte.

2. Un premier découpage

2.1 Paragraphes

Qu’est-ce qu’un paragraphe ? Ici, ce que nous dénommons ainsi correspond à un saut de ligne, une démarcation visuelle voulue par l’auteur ; souvent il ne représentera guère qu’une ligne, voire moins, constitué d’une simple phrase. Certains paragraphes sont précédés d’un sous-titre d’autres non, mais ces derniers sont bien sûr placés linéairement en dessous d’un sous-titre alors commun à plusieurs paragraphes.

Tableau 1 : Découpage en paragraphes



Ceci est un premier découpage, de surface, qui peut correspondre à un premier *plan de texte* (Cf. Adam, 1999) établi à partir du découpage en paragraphes. Nous y reviendrons plus tard pour préciser et revoir cette configuration quand nous aurons pratiqué une analyse plus fine.

2.2 L'hypertitre : « *De la croissance qui dure à la croissance durable* »

C'est tout un programme, et aussi un joli jeu de mots. Rappelons qu'Oréal est une société qui connaît un succès commercial et financier depuis plusieurs années avec une croissance de son chiffre d'affaires de plusieurs pour cents, avec un pourcentage à deux chiffres suivant les années. L'Oréal est le groupe français actuellement en tête de sa branche au niveau mondial. L'énoncé a deux parties opposées l'une à l'autre par les prépositions 'de' et 'à'. On indique ainsi un passage d'une situation à une autre. Mais au niveau de la signification on peut pourtant penser qu'il n'y a pas d'écart important ; en effet, une croissance 'qui dure' est sémantiquement équivalente à une croissance 'durable'. On indique en effet que la société est dans une situation où la croissance du chiffre d'affaires reste positive. D'un point de vue temporel on peut toutefois ajouter qu'il y a possibilité de comprendre des significations légèrement différentes: l'emploi du verbe au présent de l'indicatif peut sous-tendre la possibilité qu'à l'avenir cette croissance puisse s'arrêter, tandis que l'adjectif 'durable' lui sous-tendrait une valeur de continuité quasi infinie. Mais ce n'est pas là le seul sens de cet énoncé ni sans doute le seul recherché par son auteur car le mot 'durable' est devenu à la mode ces dernières années depuis la mise en route de politiques environnementales nationales et internationales où l'on souligne le besoin d'un développement économique *durable*, traduction plus ou moins heureuse du norvégien⁵ 'bærekraftig' traduit lui-même par l'anglais 'sustainable'. C'est dans ce contexte qu'il faut interpréter ce titre, et ceci souligne aussi bien le fait qu'une analyse linguistique se doit d'être effectuée en contexte, en tout cas si le sens réel et total de l'énoncé est l'objectif de l'analyse. Dans ce titre, il y a donc en réalité l'affirmation de toute une vision et tout un programme de travail. L'Oréal ne doit pas seulement rechercher le succès à court terme d'année en année ('qui dure') mais ce profit doit être basé sur des solutions qui prennent en compte des attentes du public au niveau de la santé et de l'environnement dans le long terme ('durable').

⁵ L'expression a été lancée par Gro Harlem Brundtland à l'époque directrice de la Commission pour l'environnement aux Nations Unies (1983-1987).

L'emploi du terme *hypertitre* est ici justifié par le fait que ce titre est présenté graphiquement comme séparé du reste du texte, en gros caractères (voir l'original en annexe). Nous retrouvons ici un des procédés utilisés dans l'article de presse : un titre accrocheur. On pourrait aussi parler ici d'effet de style recherché, signe d'une certaine qualité aussi au niveau de la communication. De plus, nous avons choisi cette appellation pour bien souligner le fait que le texte peut être découpé en plusieurs parties mais que leurs analyses doivent être effectuées dans le cadre de l'ensemble sémantique représenté par l'hypertitre.

2.3 Titres

Nous avons choisi de parler de titres car chaque titre et son sous-ensemble de paragraphes forment un tout et auraient tout aussi bien pu représenter un texte complet. Le premier titre prend toute son importance quand il est ouvert par '2001' suivi de deux points. Il est effectué une énonciation qui est une affirmation des bons résultats de l'Oréal. La société peut être fière d'un si beau palmarès et ne s'en cache pas d'ailleurs ; deux informations soulignent l'exploit : « 17^e année » et « croissance à deux chiffres ». Qu'ajouter de plus alors ? Cela a de quoi satisfaire les actionnaires de L'Oréal. Avec ce titre nous retrouvons encore un exemple d'un style journalistique avec effet publicitaire évident : des titres frappants, faciles à retenir, recherche de formulation jouant sur les mots.

Le titre suivant est sans trop de surprise centré sur l'avenir. De façon assez classique pour le genre considéré, dans un premier temps, on focalise sur les résultats de l'exercice présenté ; puis, dans un second temps, on indique une vision d'avenir qui bien sûr va permettre de conserver une croissance des revenus de la société. Ce second titre le souligne bien avec deux idées liées entre elles à cet effet : « une vision stratégique » et « de nouvelles années de croissance ».

3. Deuxième analyse et recherche de structure

3.1 Analyse de la 1^{ère} partie - 1^{er} paragraphe

Nous allons effectuer une comparaison de deux méthodes d'analyse.

Le premier paragraphe est assez simple du point de vue topical tout en ayant une organisation complexe. Il est surmonté du premier titre :

Titre-topique de la 1^{ère} partie : « croissance à deux chiffres »

L'information présentée dans ce premier paragraphe est la suivante :

1. causes

- a) nombreux succès
- b) forte dynamique
- c) forte croissance
- d) rapide intégration
- e) nouvelle amélioration des marges

2. conséquence

- f) réalisation d'une très belle année

Si l'on regarde plus dans le détail on verra que ce paragraphe est en réalité très construit. Il est constitué de deux phrases dont la première surtout pose problème. Elle contient en effet deux éléments qui topiquement s'opposent. Il n'y a pas ici une prédication classique où une information nouvelle est apportée dans un propos au topique introduit. Le verbe 'compenser' indique en effet un rééquilibrage entre deux phénomènes qui s'opposent. D'un côté il est signalé un effet négatif dû à la 'conjoncture mondiale' et aux 'événements du 11 septembre', et de l'autre donc 'les nombreux succès'. En fait, on a ici un passage plutôt argumentatif car deux thèses – ou deux points de vue⁶ - s'opposent sur le modèle '*p* mais (grâce à) *q* donc *r*', ici d'ailleurs sous une forme inversée 'grâce à *q* bien que *p*, donc non-*r*'.

Grâce à *q* : « les nombreux succès + la forte dynamique »

Bien que *p* : « dégradation de la conjoncture + événements du 11 septembre »

Donc (malgré tout) non-*r* : « ont compensé »

⁶ Ce ne sont pas en effet des thèses au sens strict du terme, mais plutôt des informations encadrant la situation. Elles peuvent aussi être considérées comme des points de vue comme nous le verrons plus loin.

Indirectement, il est fait référence et réponse au titre qui affirmait la croissance. C'est maintenant chose démontrée. Ici on a non-*r* car il y a contradiction : *r* aurait été que les événements ont entraîné une baisse de la croissance, c'est-à-dire : *p* donc *r*.

Chaque proposition argumentative peut en outre se décomposer en unités plus petites.

Ainsi l'on a, dans l'ordre d'apparition, et en recomposant les parties elliptiques (en italique sont présentés les rajouts de propositions elliptiques sous-entendues) :

- a) 'les produits *ont connu* de nombreux succès'
- b) 'la croissance internationale *a connu* une forte dynamique'
- c) '*cela* a compensé les perturbations'
- d) '(qui) *elles sont* dues à la dégradation de la conjoncture mondiale'
- e) 'les événements du 11 septembre *sont une dégradation* tragique'

La structure de la séquence argumentative apparaît maintenant clairement :

thèse : *p* [d, e] – antithèse : mais *q* [a, b] – donc non-*r* [c]

L'argumentation de cette phrase nous est présentée textuellement ainsi :

antithèse bien que : *q* [a, b] – quand même : non-*r* [c, d] – puisque thèse : *p* [e, f]

C'est donc une phrase très construite que nous avons ici et qui dévoile un locuteur dominant parfaitement les techniques d'expression. Le but est clair ; la phrase doit s'achever sur la thèse défendue. Autre constatation, on peut remarquer aussi un phénomène langagier assez intéressant qui est celui de l'emploi de propositions binômes. La tendance assez fréquente de certains locuteurs à rajouter un « et +... » est présente ici aussi.

La deuxième phrase est plus simple, elle est décomposable en une seule proposition et fonctionne aussi comme conclusion au paragraphe avec un retour sur le titre-thème :

« la forte croissance interne ++ réaliser une très belle année »

Elle peut toutefois se sous-décomposer en plusieurs propositions coordonnées de rang inférieur :

- a) « *grâce à* une forte croissance interne »
- b) « *grâce à* une rapide intégration des acquisitions »
- c) « *grâce à* une amélioration des marges »

d) « *cela* permet une très belle année 2001 »

Cette proposition qui est une affirmation de faits chiffrables fonctionne aussi comme une proposition argumentative binaire où l'antithèse serait elliptique. Nous avons : car p – donc r . Constatons aussi que la version étayée de l'analyse de cette phrase n'apporte pas réellement d'information nouvelle et pertinente à notre recherche de structure et d'organisation du discours.

Si l'on considère maintenant l'ensemble du paragraphe la question du type de séquence se pose. On pourrait y voir un texte de type explicatif « pourquoi cette croissance ? » ou même de type descriptif « voici cette croissance ! ». Ce problème est fréquent dans les textes spécialisés où souvent on recherche une présentation qui se veut objective et indiscutable. On peut y voir encore une séquence argumentative : thèse – antithèse – conclusion. L'analyse que nous avons faite des propositions semble faire pencher la balance du côté de l'argumentation. Même si le phénomène bien connu de vouloir écrire un texte neutre, objectif, de vouloir présenter des résultats – sans états d'âme -, de rechercher une présentation pédagogique – explicative, est bien présent ; il y a tout de même un besoin net de se justifier, de défendre un résultat. Ironie de la situation, on défend ici un résultat positif, presque en s'excusant de ce fait. Les deux phrases disent en réalité un peu la même chose et les propos tenus peuvent être regroupés d'une autre façon comme nous le voyons ici :

1) arguments pour⁷ :

$$a1 + b1 + a2 + b2 + c2$$

2) arguments contre :

$$d1 + e1$$

3) conclusion :

$$c1 + d2$$

Finalement nous nous retrouvons avec un schéma séquentiel ternaire classique où chaque macroproposition rassemble des propositions présentes dans les deux phrases mais de façon non-linéaire.⁸

⁷ Je reprends maintenant les lettres utilisées dans le découpage précédent en y rajoutant simplement un '1' et un '2' pour indiquer la phrase en question.

| Macropropositions | Propositions retenues |
|--------------------|-------------------------------|
| Pa1 (thèse) : | [a1 + b1 + a2 + b2 + c2] + c1 |
| Pa2 (antithèse): | [d1 + e1] |
| Pa3 (conclusion) : | [d2] |

Mais cette séquence, si séquence il y a, s'arrête-elle là ? Ici se pose donc la question très difficile des limites des séquences car celles-ci peuvent très bien dépasser le découpage en paragraphe. Nous avons par ailleurs souligné (Avias, 1998) le fait que l'unité séquentielle doit se fonder aussi sur une unité et cohésion thématique.

Le découpage en paragraphes de ce texte est très fort et très marqué. L'utilisation de sous-titres, pour pratiquement chaque paragraphe dégage une impression d'un texte éclaté et empêche l'apparition de séquences textuelles clivées sur plusieurs paragraphes, en tout cas pour le début du texte et au premier abord. Nous allons y revenir plus loin.

3.2 *Approche polyphonique*⁹

Maintenant je vais reprendre cette analyse dans une approche polyphonique, en ne voyant dans ce paragraphe non pas une suite argumentative, mais plutôt la juxtaposition de différents points de vue. Ce paragraphe semble en effet bien se prêter à ce type d'analyse. De plus il peut être difficile de considérer ce seul paragraphe comme constituant une séquence complète et il peut être plus productif de le considérer comme une simple période (Cf. Adam, 2005). Ce premier paragraphe est donc constitué de deux phrases. Dans la première phrase s'articule autour du verbe 'compenser' deux points de vue opposés qui semblent ainsi créer une espèce d'équilibre.

pdv₁ :

pdv₁' - les nombreux succès

pdv₁'' - et la forte dynamique (apportent des résultats positifs)

pdv₂ :

pdv₂' - la dégradation de la conjoncture

⁸ Il y a ici aussi un phénomène intéressant de recherche par l'écrivain de briser le diktat de la linéarité de l'écriture. C'est aussi vouloir faire preuve de sa bonne maîtrise du langage.

⁹ Les tenants de la théorie ont jusqu'à présent été surtout préoccupés par les textes littéraires, depuis Bakhtine et Ducrot, jusqu'à Nølke et Fløttum aujourd'hui, mais elle doit pouvoir s'appliquer aussi à des textes factuels.

pdv₂ - et le 11 septembre (apportent des résultats négatifs)

pdv₃ - pdv₁ compense pdv₂ (phénomène d'équilibrage)

On pourrait se poser la question de 'qui parle ici ?'. Le texte est formulé sans locuteur présent dans la phrase. Nous sommes en présence d'une affirmation qui semble s'annoncer elle-même. Nous savons toutefois que l'auteur (officiel) et signataire du texte est le P-dg de l'Oréal. Il y a comme un refus conséquent d'affirmer sa responsabilité textuelle, et ceci tout au long du texte. C'est ce que l'on peut considérer avec Ducrot (1984) aussi comme faisant partie du statut pragmatique des nominalisations.

« Je dirais maintenant que le propre de la nominalisation est de faire apparaître un énonciateur, auquel le locuteur n'est pas assimilé, mais qui est assimilé à une voix collective, à un ON. (1984 : 232) »

On retrouvera seulement à quelques endroits des marques explicites de la personne, telles celle de 'nous, nos, notre' et le plus souvent il sera question 'du groupe'. Sinon ce sont en règle générale les topiques, les objets du discours, ce dont on parle, qui occupent la place du sujet grammatical. Ceci procure à l'ensemble des énoncés une allure objective que l'auteur recherche sans aucun doute et dont il semble même en être passé maître tant les formulations sont réussies. C'est ce que Rabatel dénomme encore la *désinscription* énonciative.¹⁰

Les points de vue apparaissent donc ici sans *énonciateur affiché* ; on considère qu'il s'agit sans doute de choses connues de tous – ou presque ; c'est donc la voix de la *doxa*, d'une opinion générale, des voix collectives. En fait il y a une certaine forme de manipulation, car si le pdv₂ est un fait admis par tous, le pdv₁ resterait à être démontré. Toutefois, on peut penser qu'il y a de fortes chances pour que celui-ci soit exact car il peut être concrétisé par des résultats chiffrés. On remarquera donc que pour le pdv₂ l'énonciateur est *externe* à l'entreprise tandis que pour pdv₁ il est sinon le P-dg lui-même en tout cas un énonciateur connaisseur de l'entreprise et donc plutôt *interne* à celle-ci.

¹⁰ Je cite Rabatel: « (...) il s'ensuit que la mise en discours cherche à masquer le mouvement subjectif de la critique par l'imposition d'un point de vue (personnel) qui se donne une apparence d'objectivité par le biais notamment de la désinscription énonciative, du retranchement de L1/E1 derrière la multiplication de sources énonçantes ou de l'énonciation sentencieuse. » (p 19, in *Langages*, n° 156, 2004)

La deuxième phrase a une construction similaire à la première sauf que deux points de vue différents ne s'y opposent pas. Ici la forme est plutôt celle d'une affirmation basée sur un lien cause – conséquence. En prenant en compte la théorie développée par Nølke/Olsen (sept. 2000), on doit admettre que nous sommes en présence d'un seul point de vue et qui émane donc d'une même source. Mais ce point de vue complexe peut se décomposer en une série de plusieurs points de vue simples.

pdv₄ (un ensemble de raisons) a permis une belle année 2001

L'ensemble de raisons peut se décomposer ainsi en pdv simples:

pdv_{4'} – forte croissance interne (a un effet positif)

pdv_{4''} – rapide intégration des acquisitions (a un effet positif)

pdv_{4'''} – amélioration des marges (a un effet positif)

Pour l'ensemble du paragraphe nous constatons que nous avons en réalité un point de vue dominant, un pdv_Ω qui se retrouve en pdv₃ et pdv₄. C'est le même pdv que nous retrouvons dans l'ensemble du paragraphe sauf pour le pdv₂ qui contredit l'opinion dominante, mais qui ne fait, par contraste, que souligner encore plus la bonne performance de l'entreprise. Si on voulait transcrire schématiquement les pdv de ce paragraphe en une formule on pourrait le faire ainsi :

$$\text{pdv}_{\Omega} = [\text{pdv}_3 (\text{pdv}_1 - \text{pdv}_2) + \text{pdv}_4]$$

Le premier paragraphe fonctionne aussi comme une introduction à ce qui suit. C'est assez évident quand on remarque que les mêmes topiques reviennent par la suite et de façon souvent explicite en tant que sous-titres des paragraphes suivants. Ainsi dans le second paragraphe on explicite la question des produits (a1) et dans le troisième celle de la croissance (b1). De même pour les deux paragraphes suivants où on retrouve les topiques présents de la deuxième phrase avec b2 (3^{ème} paragraphe) et c2 (4^{ème} paragraphe). Notons que la proposition a2 n'est pas reprise. Il apparaît que nous avons tout un ensemble construit et étroitement lié thématiquement, ce que nous montrerons par la suite dans un nouveau plan du texte (Cf. infra tableaux 2 et 3).

3.3 Analyse des paragraphes suivants

« Innovation des marques » = pdv1' - 2^{ème} paragraphe

Ce qui est très intéressant pour presque l'ensemble des paragraphes suivants, est qu'ils reprennent et développent les thèmes présentés dans le premier. Dans le second paragraphe nous trouvons donc un sous-titre-topique : « Innovation des marques » qui renvoie à la 1^{ère} phrase et au 1^{er} pdv du 1^{er} paragraphe.

Le paragraphe est composé de deux phrases lui aussi. La première a deux parties, l'une est une première proposition détachée explicative, l'autre est une proposition énumérative.

a1) « la recherche a appuyé *nos marques* »

b1) « nos marques ont lancé des produits : x, y, z » (ceci grâce à la recherche)

La deuxième phrase est celle qui reprend explicitement le topique 'innovation' le présentant comme une anaphore englobante. Elle contient aussi deux propositions :

a2) « ces innovations ont séduit de nouveaux consommateurs (exemplification : x, y, z) »

b2) « (*elles* permettent) de se déployer sur de nouveaux marchés »

Remarquons au passage que jusqu'à présent toutes nos phrases sont construites sur un modèle binaire. A tel point que pour la première phrase du deuxième paragraphe, l'auteur rajoute une proposition détachée pour conserver ce modèle. On retrouve ici aussi un lien logique voulu de cause à effet : on a une recherche de nouveaux produits, donc de nouveaux clients et aussi de nouveaux marchés. Mais ces propositions sont-elles argumentatives ou non ? Je dirais non car nous avons comme noyau central du paragraphe, à l'intérieur du topique non pas des résultats à défendre face à une possible critique mais un objet, des produits nouveaux qui explique ce succès. La conclusion pourrait être alors que nos propositions font plutôt partie d'une séquence descriptive, voire même explicative. On répond à la question du QUOI, de quoi parle-t-on, mais aussi indirectement à celle de savoir POURQUOI ce succès. Encore une fois, nous constatons la difficulté à pouvoir déterminer le type.

Mis à part la première proposition détachée, les autres sont liées linéairement, l'une devant précéder forcément l'autre.

Ce paragraphe peut être présenté ainsi :

| Macropropositions | Propositions | Propos |
|---------------------------|--------------|-------------------------|
| P0 (prop. indépendante) | [a1] | Elle apporte un soutien |
| P1 (énumération) | [b1] | Liste de produits |
| P2 (reformulation, 'ces') | [a2, b2] | Ouverture d'horizon |

« *Dynamique de croissance internationale* » = p_{dv1}'' - 3^{ème} paragraphe

Les trois paragraphes suivants sont placés sous ce sous-titre. Nous allons donc choisir de les considérer comme un ensemble suivant en cela l'instruction textuelle donnée.

Celui-ci reprend le topique de b1 de la 1^{ère} phrase (croissance), on le retrouve d'ailleurs dans le sous-titre aussi. Il est plus long que les précédents avec ses six phrases. Il présente la situation dans différents marchés, sa structuration est explicitée à l'aide de connecteurs.

On revient aux difficultés conjoncturelles et au fait que le groupe a connu des difficultés aux USA. Il y a ici aussi une forme d'argumentation, même si elle n'est pas celle des canons classiques puisqu'il s'agit d'une argumentation autour d'une situation. Ici c'est le topique de 'croissance' qui est présenté avec une opposition entre situations américaine et européenne dans le contexte des difficultés connues.

a1 « (Elles – les difficultés) se traduire par/ ralentissement croissance/ aux USA »

b1 « QUI - difficultés de 2001 » (sub. incise de a1)

c1 « (après) progressions des dernières années »

a2 « MAIS, croissance vigoureuse en Europe »

b2 « + suite : marché historique

c2 « + suite : positions déjà très solides »

Ce paragraphe démontre que malgré la crise de 2001 la croissance est toujours bonne grâce aux marchés européens. Ceci donne :

Prémisse-argument : crise en 2001 – aux USA

1ère conclusion implicite : baisse de la croissance, résultat négatif

Contre-argument : (mais) croissance en Europe vigoureuse

2^{ème} conclusion implicite : résultat positif

Cette séquence peut être présentée ainsi :

| Macropropositions | Propositions | Propos |
|-------------------------------|--------------------|-------------------------|
| Pa1 (information) | [a1, b1] | Difficultés rencontrées |
| Pa2 (DONC) | [Ø, implicite] | Baisse de la croissance |
| Pa3 (MAIS) | [a2] | Croissance en Europe |
| Pa4 (<i>non-Pa2</i> / ALORS) | [Ø, sous-entendue] | Bons résultats |

- 4^{ème} paragraphe

Le paragraphe suivant est une suite directe du précédent et il ne comporte d'ailleurs pas de sous-titre dédié. Le locuteur (ou énonciateur principal) souhaite donc l'intégrer au sous-titre précédent. Est-il réellement une séquence autonome ? Cette partie est en fait non nécessaire à la composition du texte. De plus, parlant de marchés, elle est une suite liée entièrement au passage précédent où l'on a eu des informations sur les marchés américain et européen. Maintenant il est question des marchés émergents.

a3 « QUANT aux – nouveaux marchés progression continue »

b3 « QUI – 1/5 des ventes » (sub. incise de a3)

c3 « ET tire la croissance du groupe »

d3 Exemplification : « en Russie + 53% »

e3 « (mais AUSSI) en Chine + 23% » + Brésil, etc. »

f3 « CES (nouveaux marchés) confirment leur potentiel »

<1> Nouveaux marchés = 1/5 des ventes

<2> (Ils) continuer progression

<2'> Exemplification : Russie + 53%

<2''> Aussi : Chine + 23%, Brésil + 29%, Thaïlande + 34%, Inde + 23%

<3> (Ils) confirmer leur potentiel

Notons au passage que dans toute cette partie où l'on indique les fortes croissances en terme de volume et de 'potentiel', il n'est jamais question de leur croissance en valeur. L'indication '1/5 des ventes' souligne bien que là n'est pas le lieu où trouver l'explication du bon résultat.

- 5^{ème} paragraphe

La question se repose aussi avec le paragraphe suivant. En fait, on remarque que les trois paragraphes placés sous le même sous-titre forment un tout car ils apportent de nouvelles informations à un même hypertopique, celui de la croissance. Le troisième fonctionne comme une conclusion à l'ensemble, mais c'est une conclusion explicative qui apporte des raisons qui permettent de mieux comprendre la situation décrite précédemment.

<1> Le groupe/ avoir/ meilleur équilibre des activités + complément

<1'> exemplification : métiers, distribution, présence géographique

<2> cela/ constituer/ un atout

<3> cela/ permettre/ faire face aux difficultés

On retrouve ici en fin de paragraphe le topique des difficultés par lequel commençait toute cette partie dès sa première séquence.

Ce cinquième paragraphe répond à un POURQUOI ; il correspondrait donc plutôt à une séquence explicative.

| Macropropositions | Propositions | Types |
|-------------------|-----------------|----------------------|
| Pe0 (PARCE QUE) | [2, 3] | situation-conclusion |
| Pe1 (POURQUOI) | [Ø, elliptique] | question |

Pe2

[1, 1']

raisons explicatives

On constate que l'ordre réel des propositions est inverse de celui des macropropositions, situation comparable à la première séquence argumentative.

Si on reprend maintenant l'ensemble de ce passage que le locuteur a placé sous le même sous-titre « Dynamique de croissance internationale », on peut revoir la fonction de chaque paragraphe-séquence de cet ensemble.

| Séquences | Fonctions |
|-----------|--|
| SeqArg1 | Introduire la problématique : opposition difficultés et croissance dans les marchés américain et européen = pdv1 et pdv2 |
| SeqDes2 | Elargissement : autres marchés ; Russie, Chine, etc. ; indiquer leur potentiel = pdv1''' exemplification du pdv1 (forte croissance internationale) |
| SeqEXp3 | Conclure : l'équilibre du groupe ; activités, distribution et présence |

La tentation est forte de choisir de parler ici d'une 'hyper-séquence' composée de trois séquences, suivant en cela le choix d'appellation d'hyper-topique utilisée *infra*, la deuxième pouvant être d'ailleurs considérée comme une sous-séquence de la première.

Peut-être que l'approche polyphonique peut nous aider à résoudre ce problème. Comme indiqué précédemment le premier paragraphe fonctionne comme le chapeau d'un article de presse, à la fois comme introduction et comme conclusion. Les sept paragraphes suivants, certains avec sous-titre, reprennent et développent chaque topique introduit dans ce paragraphe. Les points de vue présents dans le premier paragraphe vont donc se répartir de façon logique dans chaque paragraphe attribué. Ainsi le pdv1' va se retrouver au §2 et le pdv1''' au §3.

« *Intégration rapide des acquisitions* » = pdv4''' - 6^{ème} §

Sous ce sous-titre, nous allons retrouver deux paragraphes.

Le paragraphe six introduit par un sous-titre, correspond au pdv₄ du 1^{er} paragraphe. Ce pdv peut en fait se décomposer en deux propos : le rachat qui est traité dans ce paragraphe, et la rapide intégration traitée au paragraphe suivant. Il est question donc ici des rachats effectués par la groupe. Toute l'information est rapportée au 'groupe'. L'énonciateur est absent ; le groupe est présenté comme l'agent responsable dans un énoncé qui se veut descriptif.

- 7^{ème} §

A la suite du paragraphe précédent, il est précisé ici la stratégie d'intégration suivie, et son succès. Ici aussi, alors qu'ils sont en réalité les objets d'une action de prise en main, ils sont placés en position sujet dans les phrases. L'emploi de la forme verbale passive souligne cela. Ici aussi donc le texte se veut descriptif.

« *Nouvelle amélioration des marges* » = pdv₄ - 8^{ème} §

Ici, un seul paragraphe suit ce sous-titre. Il précède deux paragraphes qui vont introduire des informations nouvelles. Le sous-titre de ce paragraphe correspond au pdv₄ du 1^{er} paragraphe : l'amélioration des marges.

« *Succès de Sanofi-Synthélabo* » = pdv₅ - 9^{ème} §

Ici le changement d'unité sémantique est marqué par la présence du connecteur 'par ailleurs'. Il indique clairement que nous passons à autre chose, à un nouveau topique, tout en étant un paragraphe très court. Il est ici fait référence au succès d'une nouvelle société issue d'un regroupement de deux laboratoires. Ce nouveau topique non introduit au 1^{er} paragraphe est un exemple spécifique qui a comme fonction d'ajouter une nouvelle information sur la bonne santé de la société.

« *Bilan renforcé* » = pdv₆ - 10^{ème} §

Nous avons ici le dernier paragraphe de la première partie du texte. Il est ouvert par le connecteur ‘enfin’ qui marque bien que nous sommes arrivés à la fin d’une présentation d’un ensemble d’informations. De plus il précède la deuxième partie du texte. L’introduction du topique du bilan en fin de cette première partie ne surprend pas puisque l’on va ici présenter une sorte de conclusion.

De même pour ce dernier paragraphe de la 1^{ère} partie et qui correspond à une petite conclusion, le topique ici est celui du bilan. Le passage à un nouveau propos est marqué par le connecteur ‘enfin’ qui souligne bien l’aspect conclusif de ce passage. Le texte ne s’en termine pourtant pas là ; il continue, mais la suite est placée sous un nouveau titre.

4. Nouveau plan de texte

A partir de cette deuxième analyse, nous pouvons maintenant établir un nouveau plan de texte présenté ci-dessous dans le tableau 2. Le tableau permet de visualiser l’organisation et la présence des pdv dans les différents paragraphes.

Tableau 2 :

| Hypertitre | | « De la croissance qui dure... » | | | |
|---------------|-------------|---|-------------|-----------------------------|--------------|
| Titre 1 | | « 2001 : 17 ^{ème} année consécutive... » | | Titre 2 | |
| Pdv complexes | Pdv simples | Paragraphes | | Connecteurs | |
| Pdv1 | Pdv1’ | §1 | §2 | 2ème partie pas étudiée ici | |
| | Pdv1’’ | | §3, §4 et 5 | | |
| Pdv2 | Pdv2’ | §1 | §3, §4 et 5 | | |
| | Pdv2’’ | | | | |
| Pdv3 | | §1 | | | |
| Pdv4 | Pdv4’ | §1 | §3, §4 et 5 | | |
| | Pdv4’’ | | §6, 7 | | |
| | Pdv4’’’ | | §8 | | |
| Pdv5 | | | §9 | | Par ailleurs |
| Pdv6 | | | §10 | | Enfin |

Nous pouvons encore présenter la structure de cette première partie d'une autre façon, en reprenant cette fois-ci la structure linéaire paragraphe après paragraphe et en indiquant en plus leurs fonctions. Nous considérons alors cette première partie textuelle comme un tout, comme une unité cohérente et nous rajoutons aussi dans le tableau les marques de cohésion textuelle. Notons que les seuls connecteurs présents se retrouvent dans les deux derniers paragraphes qui sont indépendants du reste du texte, d'un point de vue polyphonique.

Tableau 3

| 1^{ère} partie | Sous-titres | Pdv | Fonctions | Propos | Cohésion |
|-------------------------------|--|------------------------|---|--------------------------------------|--|
| § 1 | | Pdv1, Pdv2, Pdv3, Pdv4 | Introduction de topiques | « une très belle année » | |
| § 2 | Innovation des marques | Pdv1' | Développement-démonstration pour chaque topique | « lancement de produits stars » | <u>anaphores</u> : « nos marques » |
| § 3 | Dynamique de croissance internationale | Pdv1'', Pdv2', Pdv4' | introduit | « croissance en Europe de l'Ouest » | « les difficultés » |
| § 4 | | | | « les nouveaux marchés progressent » | « quant aux nouveaux marchés » |
| § 5 | | | | « meilleur équilibre » | « le groupe » |
| § 6 | | | | « achats de sociétés » | « les marques américaines » |
| § 7 | Intégration rapide des acquisitions | Pdv4'' | | « intégration rapide » | « ces nouvelles affaires » |
| § 8 | Nouvelle amélioration des marges | Pdv4''' | | « meilleure gestion » | « la forte croissance » |
| § 9 | Succès de Sanofi-Synthélabo | Pdv5 | Nouvel exemple de succès lié à une 'fusion' | « nouvelle contribution » | <u>connecteurs</u> : « par ailleurs » |
| § 10 | Bilan renforcé | Pdv6 | Conclusion-conséquence | « baisse de l'endettement » | « enfin » |

En guise de conclusion

Dans cette étude rapide de la première partie du *Mot du président* du Rapport annuel de L'Oréal pour l'année 2001, nous avons eu pour objectif de retrouver la structure textuelle de l'ensemble. Pour cela nous avons analysé le texte à la fois en y cherchant les propositions simples et complexes, dans une orientation plutôt argumentative en suivant le modèle d'Adam, et aussi en utilisant une approche polyphonique inspirée de celle de la ScaPoLine. Notre travail nous a permis de constater qu'il était possible et constructif de marier les deux réflexions et surtout de révéler l'importance de la prise en considération du niveau énonciatif pour éclairer cette structure des choix du locuteur-en-tant-que-constructeur (Nølke ; 2004 : 30). De plus, grâce à l'étude des pdv, nous constatons un plan de texte non-linéaire puisque le premier paragraphe introduit des pdv qui seront repris par la suite.

Nous étudierons la deuxième partie du texte dans un autre article et allons effectuer le même travail par la suite pour toute une série d'autres textes du même genre dans des études ultérieures.

Bibliographie

- Adam JM., (1999) : *Linguistique textuelle, Des genres de discours aux textes*, Nathan, Paris.
- , (2001) : Types de textes ou genres de discours ? Comment classer les textes qui disent de et comment faire ? *Langages*, Paris, 10-27.
- , (2005) : *La linguistique textuelle*, Armand Colin, Paris.
- Andersen HL., Nølke H., (2002) : Macro-syntaxe et macro-sémantique, *Actes du colloque international d'Århus*, 17-19 mai 2001, Peter Lang, Bern-Wien.
- Avias A., (1998) : Découpage séquentiel et prototypique de textes professionnels, *Discours professionnels*, (dir) Yves Gambier et al., Peter Lang, Bern-Wien.
- Berrendonner A., (1990) : Pour une macro-syntaxe, *Travaux de linguistique* 21, 25-36.
- Ducrot O., (1984) : *Le dire et le dit*, éditions de Minuit, Paris.
- Kerbrat-Orecchioni C., Traverso V., (2004) : Types d'interactions et genres de l'oral, *Les genres de la parole*, Langages n°153, Larousse.

Nølke H., Fløttum K., Norén C., (2004) : *ScaPoLine*, éditions Kimé, Paris.

Rabatel A., (2004) : L'effacement énonciatif dans les discours rapportés et ses effets pragmatiques, *Langages*, n° 156, Paris.

Roulet E., Fillietaz L., Grobet A., (2001) : *Un modèle et un instrument d'analyse de l'organisation du discours*, Peter Lang, Bern-Wien.

Roulet E., (1999) : *La description de l'organisation du discours*, éd. LAL Didier, Paris.

De la croissance qui dure



« En ajoutant à une stratégie gagnante une conscience toujours plus forte de nos responsabilités, nous visons une croissance réellement durable. »

2001:17^e année consécutive de croissance à deux chiffres

Les nombreux succès des produits et la forte dynamique de la croissance internationale ont compensé les perturbations dues à la dégradation de la conjoncture mondiale et aux événements tragiques du 11 septembre. La forte croissance interne, la rapide intégration des acquisitions et une nouvelle amélioration des marges ont permis de réaliser une très belle année 2001.

Innovation des marques

Appuyées par la recherche du groupe, nos marques ont pu lancer un grand nombre de produits stars parmi lesquels Lumia de GARNIER, Absolue de LANCÔME, Elsève Regenium et Plénitude Body Expertise de L'ORÉAL PARIS, Age Fitness de BIOTHERM, Oleo-Relax de KÉRASTASE ou Novadiol de VICHY.

Ces innovations ont notamment permis à nos marques de séduire de nouveaux consommateurs parmi les seniors, les hommes ou les jeunes et de se déployer sur de nouveaux segments de marché.

Dynamique de croissance internationale

Les difficultés, qui ont affecté notre environnement en 2001, se sont traduites par un ralentissement du rythme de croissance aux États-Unis, après des progressions spectaculaires ces dernières années. Mais, parallèlement, la croissance a continué à être vigoureuse en Europe de l'Ouest, marché historique de L'Oréal, où les positions du groupe sont pourtant déjà très solides.

à la croissance durable

Quant aux nouveaux marchés, qui représentent désormais près d'un cinquième des ventes cosmétiques, ils ont continué à progresser très rapidement, tirant ainsi la croissance du groupe. En Russie, par exemple, la croissance s'est encore accélérée (+ 53 %) après avoir déjà fortement progressé en 2000. Mais les percées sont également importantes en Chine (+ 23 %), au Brésil (+ 29 %), en Thaïlande (+ 34 %) ou en Inde (+23%). Ces nouveaux marchés confirment ainsi leur potentiel de relais de croissance.

En quelques années, le groupe est parvenu à un meilleur équilibre de ses activités tant sur le plan des métiers que des circuits de distribution ou de la présence géographique, ce qui constitue un atout supplémentaire pour faire face aux difficultés conjoncturelles.

Intégration rapide des acquisitions

Au cours des deux dernières années, le groupe a racheté plusieurs sociétés, notamment les marques d'origine américaine MATRIX, KIEHL'S, BIOMEDIC et CARSON, ou la marque brésilienne COLORAMA.

Ces nouvelles affaires ont été rapidement prises en main dans les divisions concernées. Ainsi, quelques mois après son rachat, CARSON a été rapprochée de SOFT SHEEN pour créer la marque SOFT SHEEN. CARSON, leader sur le marché mondial des cosmétiques ethniques. De même, COLORAMA a été associée à MAYBELLINE et BIOMEDIC à LA ROCHE-POSAY.

Dès 2001, l'impact des sociétés récemment acquises sur les comptes du groupe est légèrement positif, en avance par rapport aux objectifs fixés.

Nouvelle amélioration des marges

La forte croissance interne du groupe s'est accompagnée d'une nouvelle amélioration des marges. Celle-ci provient à la fois de la concentration des efforts sur le développement international des marques stratégiques, qui continue à générer d'importantes économies d'échelle, mais aussi d'une meilleure gestion des stocks et du contrôle des coûts industriels.

Enfin, les marges sur les nouveaux marchés se sont significativement améliorées. Ce mouvement avait déjà été amorcé l'année dernière.

Succès de SANOFI-SYNTHÉLABO

Par ailleurs, SANOFI-SYNTHÉLABO apporte une nouvelle excellente contribution aux résultats de L'Oréal (+ 44 %), soulignant ainsi le dynamisme et le succès de cette société issue du rapprochement entre les deux laboratoires.

Bilan renforcé

Enfin, le bilan déjà solide de L'Oréal a été encore renforcé grâce à une réduction significative de l'endettement.

La trésorerie générée cette année a permis de le faire baisser de moitié, en pourcentage des fonds propres, pour atteindre 12,6 % fin 2001.