



**HAL**  
open science

## Banque Images de Nestlé France : mise en place d'outils pour améliorer les fonctions de la Banque Images

Amélie Drozdz

► **To cite this version:**

Amélie Drozdz. Banque Images de Nestlé France : mise en place d'outils pour améliorer les fonctions de la Banque Images. Sciences de l'information et de la communication. 2002. dumas-01555321

**HAL Id: dumas-01555321**

**<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01555321>**

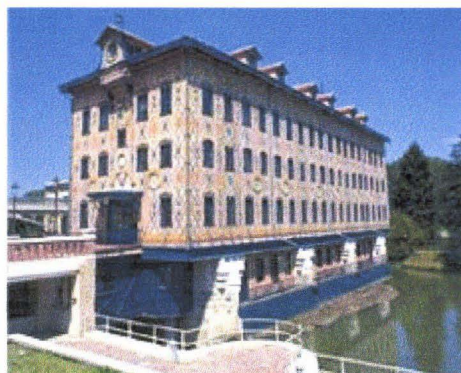
Submitted on 18 Nov 2017

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

DROZDZ Amélie  
Maîtrise SID  
UFR IDIST

Banque Images de Nestlé France :  
Mise en place d'outils pour améliorer les fonctions de la Banque  
Images  
(juin à août 2002)



Responsable professionnel : Christian Clément  
Responsable pédagogique : Marie Desprès-Lonnet



REMERCIEMENTS	p.3
INTRODUCTION	p.4
I-L'entreprise Nestlé : du « petit nid » au premier groupe agroalimentaire mondial.	P.5
1-Nestlé dans le monde	p.5
2-Nestlé en France	p.5
II-Analyse critique de l'existant	p.7
1-Place et rôle de la Banque Images au sein de Nestlé France.	P.7
2-Fonctionnement de la Banque Images	p.10
3-Examen des statistiques des requêtes.	p.20
4-Méthode de travail adoptée.	p.21
III-Les changements d'indexation et la création du thesaurus.	p.22
A-La nouvelle méthode de description des images.	p.22
1-Rappel des objectifs de la mission.	p.22
2-Uniformiser la description candide des images	p.22
3-Impératifs à respecter.	p.24
4-Méthode adoptée et détermination des éléments interdits.	p.25
B-Le thesaurus : réflexion et élaboration.	p.34
1-Pourquoi un thesaurus ?	p.34
2-Méthode de travail adoptée.	p.35

IV-Enquête de besoin auprès du personnel de Nestlé.	p.40
1-Elaboration du questionnaire et préparation des entretiens.	p.40
2-Résultats de l'enquête et perspectives futures.	p.42
V-La recherche du nouveau logiciel.	p.53
1-Buts.	p.53
2-Première phase de recherche : le salon IDT/NET 2002.	p.54
3-Deuxième phase : prospection sur Internet.	p.55
CONCLUSION	p.57
ANNEXES	p.58

## REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier Monsieur Christian Clément et Mesdames Chantal Lebecque et Christine Sireuil pour leur accueil, leur aide et leur confiance, ainsi que pour les informations données afin de bien cerner le fonctionnement de la culture Nestlé.

# INTRODUCTION

La principale mission de ce stage concernait la proposition d'une nouvelle méthode de description cursive des images. Mais avant toute chose, il fallait mener une analyse critique de l'existant, qui allait permettre également de réaliser l'enquête de besoin menée auprès des usagers de la Banque Images.

Après cette période d'observation, j'ai entamé la réflexion sur les changements à apporter en matière de description des images, tout en construisant le thesaurus, les deux opérations étant interdépendantes.

Enfin, je devais procéder à un ciblage des logiciels de gestion de banque images, afin de commencer la prospection auprès des prestataires, afin d'examiner les possibilités de transfert de l'actuelle Banque Images vers un nouveau logiciel.

# I- L'entreprise Nestlé : du « petit nid » au premier groupe agroalimentaire mondial.

## 1-Nestlé dans le monde

L'histoire de Nestlé commence en 1867 quand Henri Nestlé met au point la première farine lactée, et ce pour lutter contre la mortalité infantile élevée à l'époque. Il faut à peine 6 ans pour que ce produit connaisse une expansion mondiale (France, Allemagne, Amérique, Australie,...). En 1875 Henri Nestlé vend sa petite entreprise, qui devient la Société Farine Lactée Henri Nestlé. Dès lors, acquisitions et fusions permettent à la société de s'implanter sur les marchés du lait concentré (1898) et du chocolat au lait (1904). En 1936, Nestlé devient un holding. La deuxième moitié du XX<sup>e</sup> siècle correspond à une période de nombreux rachats (Maggi, Findus, Chambourcy, Buitoni, Perrier,...) et à la transformation du holding en Nestlé SA. Devenu le premier groupe agroalimentaire mondial, Nestlé est présent aujourd'hui sur le marché de l'alimentation, des cosmétiques, de la pharmacie et des aliments pour animaux familiers.

## 2-Nestlé en France

Les farines lactées Henri Nestlé sont vendues en France dès 1868, c'est à dire un an à peine après leur mise en vente en Suisse. Le développement de Nestlé en France suit de près l'évolution de la société suisse. Devenue SOPAD (Société de Produits Alimentaires et Diététiques) en 1946, la société développe ses activités en

reprenant les activités de Maggi, de Findus, de Gervais, de Chambourcy, Guigoz, Mont Blanc, Gloria, Herta, Buitoni. Devenue Nestlé SA à la fin de l'année 1992, Nestlé est aujourd'hui le leader du marché agroalimentaire en France.



## II-ANALYSE CRITIQUE DE L'EXISTANT.

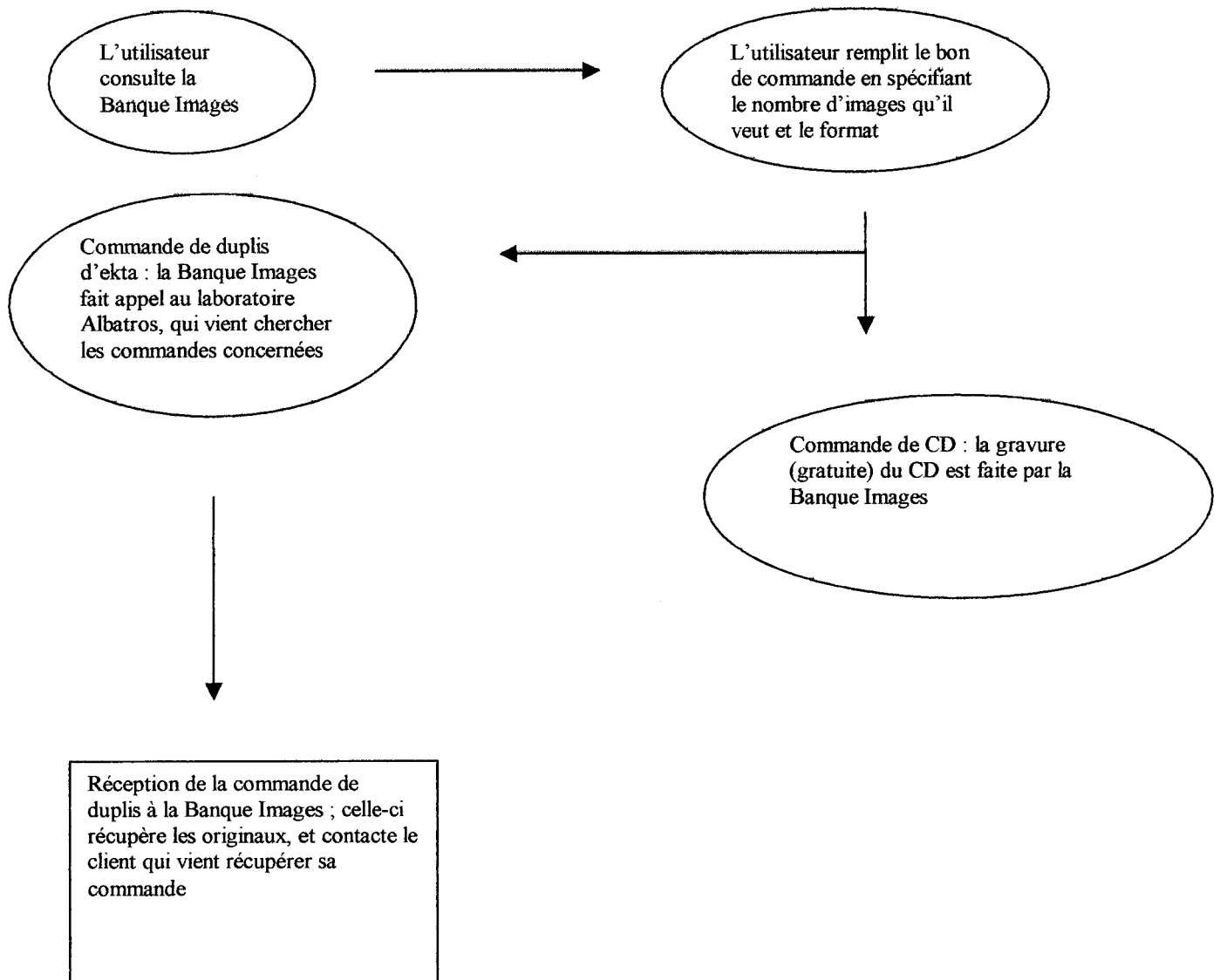
### 1-Place et rôle de la Banque Images au sein de Nestlé France.

Le projet de création de la Banque Images Patrimoine remonte à l'été 1996. Il faudra deux ans pour que le projet devienne réalité : la Banque Images est opérationnelle à l'automne 1998. En 1999, la partie indexation est transférée sur Access suite à la faillite de la société qui avait développé le premier outil Banque Images.

La Banque Images est accessible par l'Intranet Nestlé ; plus de 30 000 images sont actuellement disponibles. Mais l'outil précédent, Polyphot, logiciel développé sous DOS et passant par le réseau Netware, doit à terme être intégré à la Banque actuelle, ce qui représente environ 50 000 images en réserve. La Banque Images s'enrichit d'environ 5 000 images supplémentaires par an.

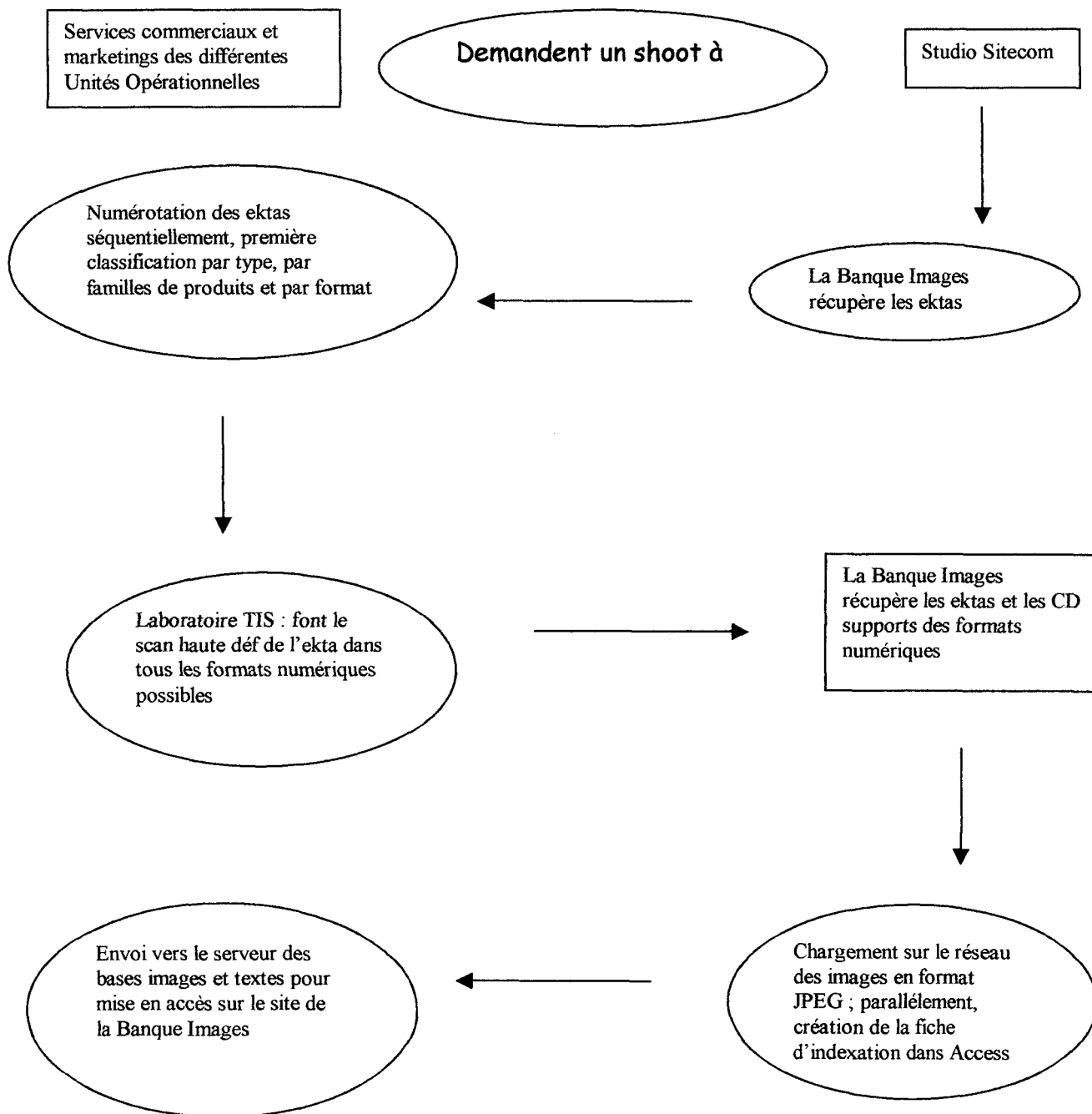
La Banque Images est rattachée à la Direction de la Communication Produits, dépendant elle-même de la Direction Marketing et Communication Corporate. Les missions essentielles qu'elle assume au sein de Nestlé France sont la mise à disposition de tous les documents argentiques ou numériques qui ont été faits à la demande des divers services. Cette mise à disposition correspond à deux pôles : alimentation de l'outil Banque Images présent sur l'Intranet, indexation et description des images ; gestion des commandes que peuvent faire les usagers : ceux-ci peuvent en effet obtenir des duplis d'ektas, ou des copies sur CD des images en format numérique (voir schéma ci-après)

## CIRCUIT DE L'IMAGE



Le schéma ci-après montre quel est le circuit de l'image, depuis l'idée de la photo, jusqu'à la mise en ligne de l'image.

### CIRCUIT DES DOCUMENTS



## 2-Fonctionnement de la Banque Images

### \*Les écrans

Avant toute chose, il fallait se familiariser avec le fonctionnement de l'outil Banque Images. Comprendre son fonctionnement permettait en effet de préparer l'enquête de besoin, ainsi que repérer les points forts et points faibles de cet outil.

La Banque Images propose 3 fonds de consultation ; à chaque fond correspond un écran différent.

### •La Logothèque :


La logothèque permet de rechercher tous les logos de toutes les sociétés appartenant à Nestlé France. Logo est à prendre ici au sens large car cette interface permet également de retrouver des images de certains des personnages de Nestlé comme le petit ours bleu de la nutrition infantile, ou le lapin Nesquik des boissons instantanées chocolatées. L'interface de consultation est ici double : selon que l'on recherche des logos actuels ou anciens, on utilisera le fond actuel ou le fond historique.

Recherche de logos - Microsoft Internet Explorer fourni par Nestlé S.N.O.W. WorkStation

Liens Intranet Nestlé France Minitel Organigramme

Précédente Suivante Arrêter Actualiser Démarrage Rechercher Favoris Historique Courrier

Adresse http://banqueimages.nestle.fr/Nestle.ASP?WCI=LogoTheque2&WCU&amp;WCU&amp;WCU&amp;WCU



**Logotheque** Aide

[Accueil](#) | 
 [Nouvelle recherche](#) | 
 [Voir les commandes](#) | 
 [Nouveautés](#)

Les logos doivent être utilisés dans le strict respect des règles du groupe.

Recherche 210 sur 654 Resultats

Actuel
Historique

Vous recherchez : [Tout] 4 Type [Tout] 4

Marque [Tout] 60 Pôle produit [Tout] 1

Pays [Tout] 1 Caractéristiques [Tout] 3

Couleur [Tout] 4

Recherche par mot(s)  Réf. Image

---

Dates Entre le 01/ [01] / [aaaa] et le 01/ [01] / [aaaa]  
(A partir du 01/)

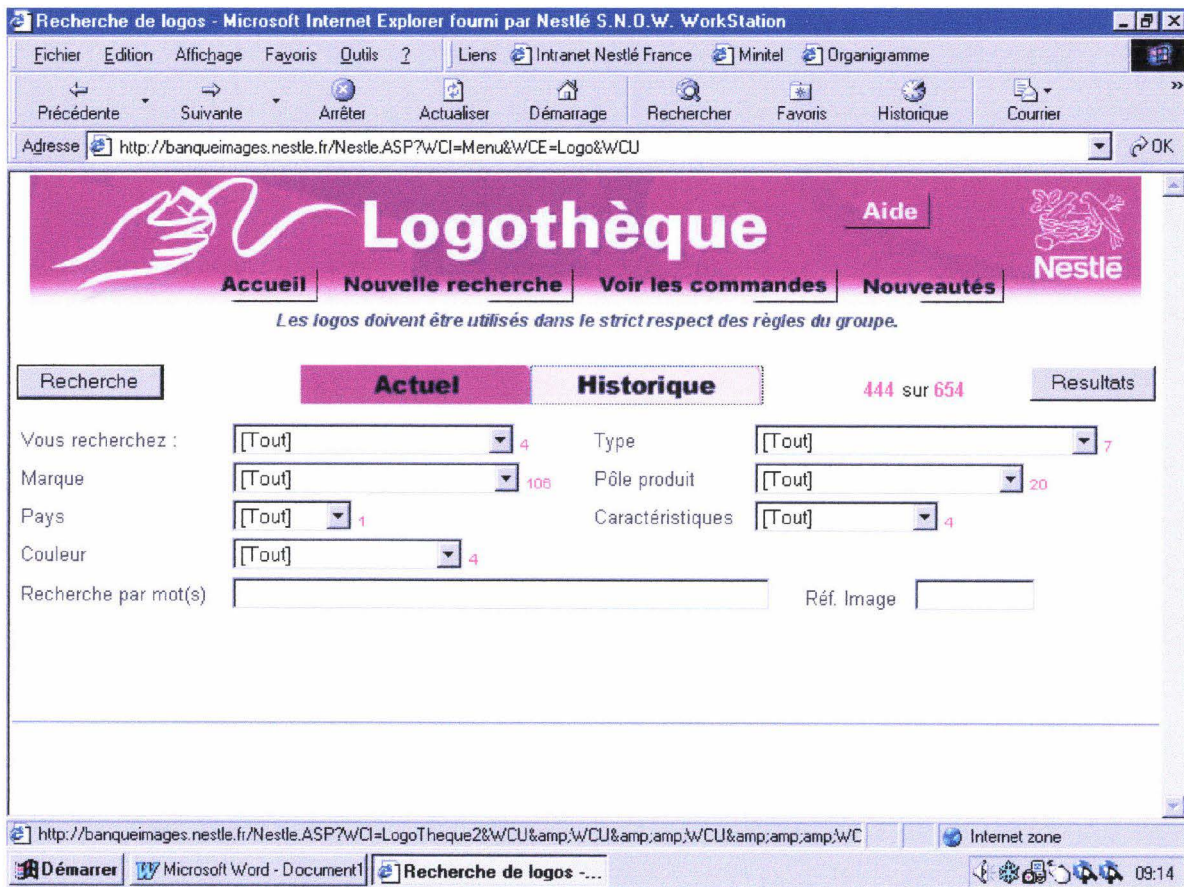
Tri du résultat :

- Dates croissantes
- Dates décroissantes

Terminé

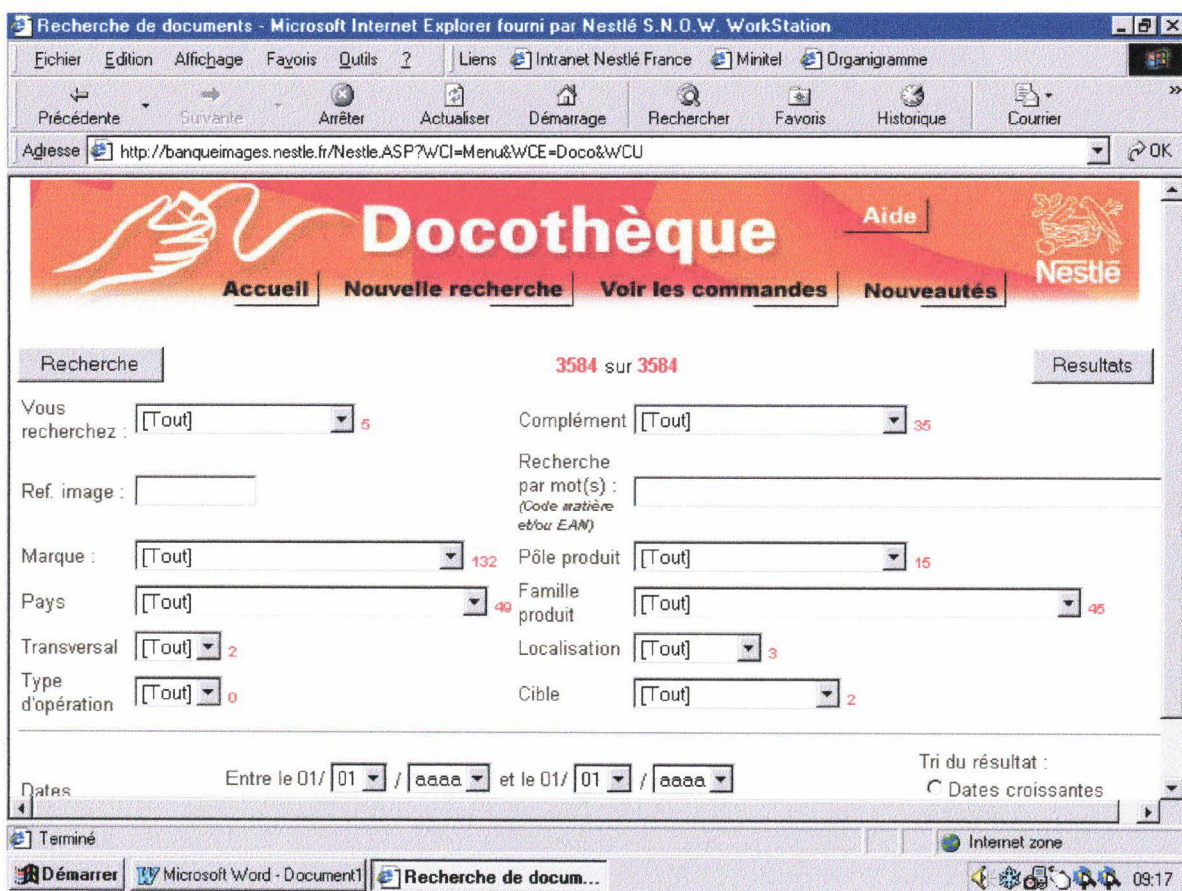
Démarrer Microsoft Word - Document1 Recherche de logos - ...

Internet zone 09:14



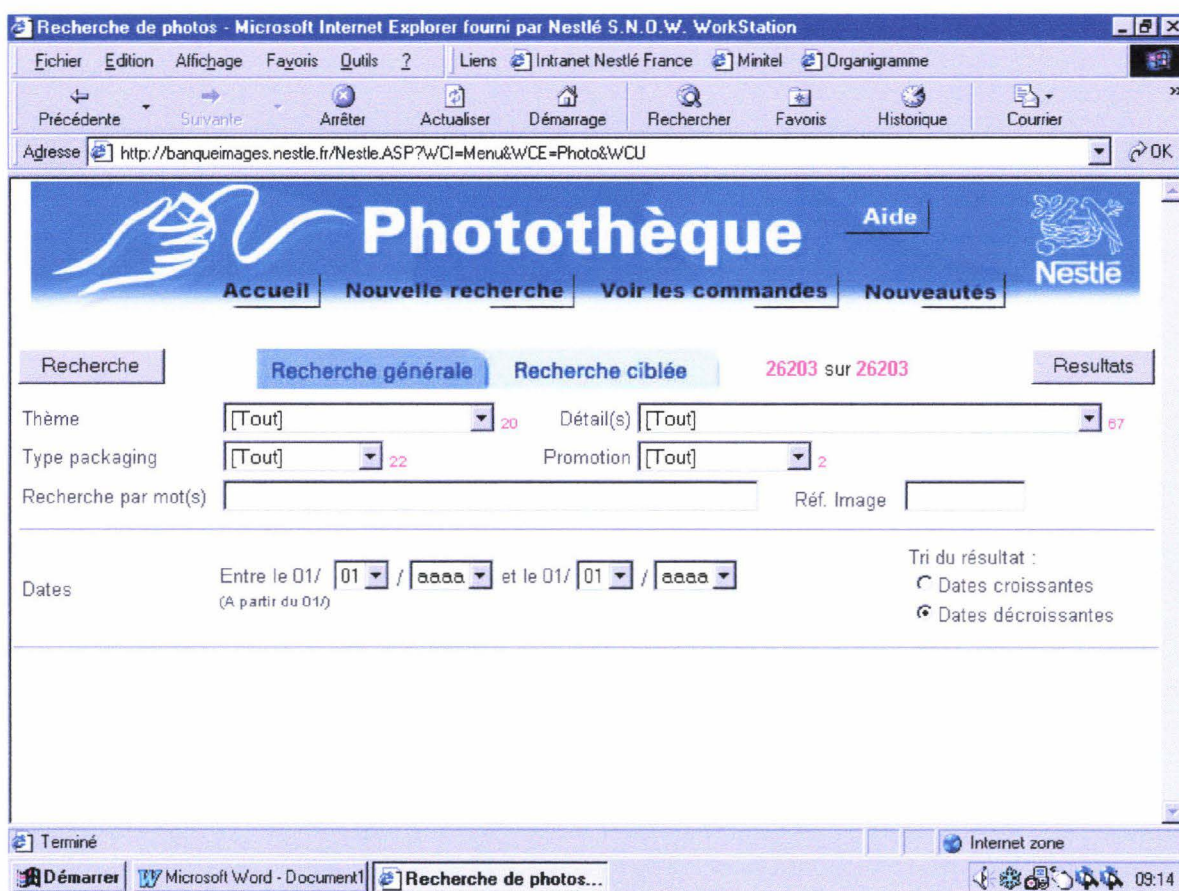
•La docothèque :

Ce fond concerne les images, en format PDF, des packaging mis à plat ; ce fond est très peu alimenté actuellement. De nombreux critères de recherches sont prévus ici, et correspondent à des données techniques concernant les produits ou les familles de produits en fonction chez Nestlé.



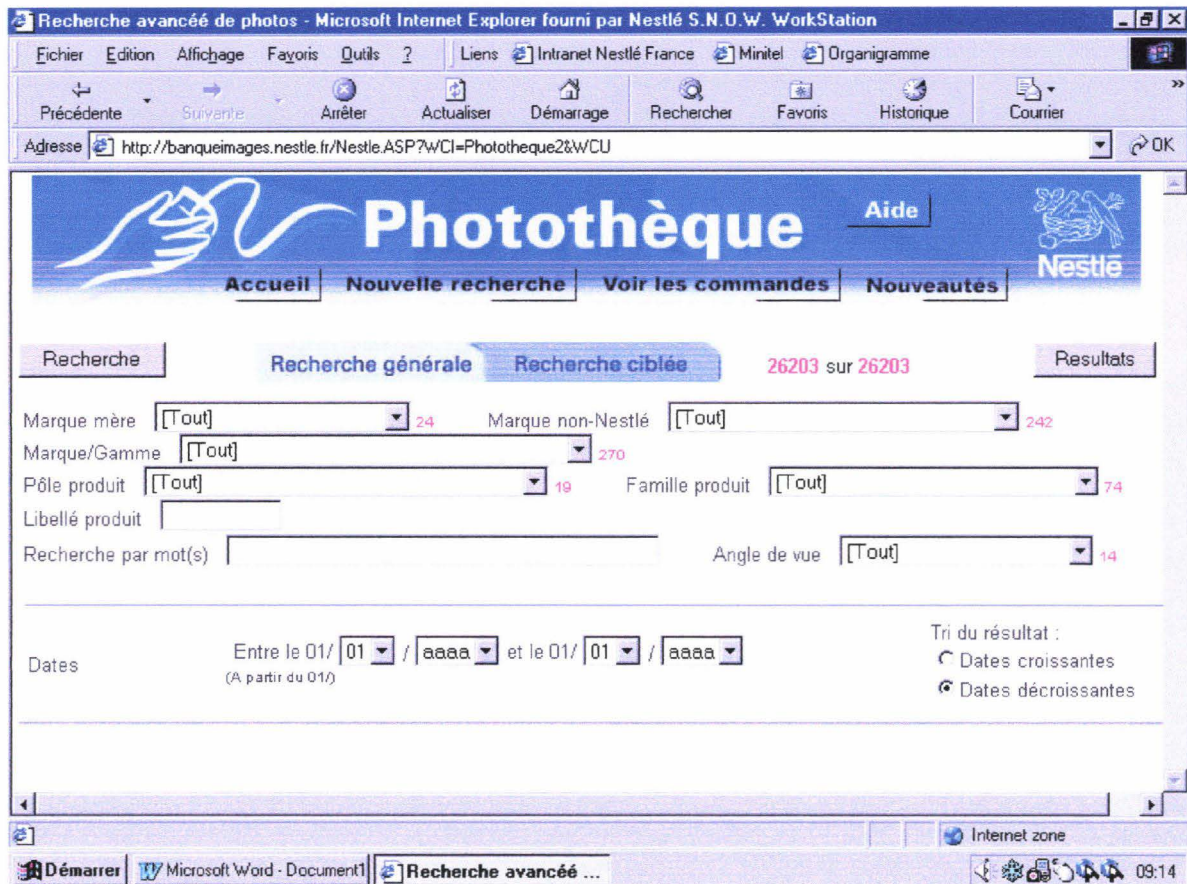
•La Photothèque :

La Photothèque est le fond de consultation pour rechercher tous les autres types d'images (photos de packaging, simples ou en ambiances, recettes, affiches,...). Deux interfaces sont là encore disponibles : les utilisateurs peuvent effectuer une recherche générale, ne proposant que la recherche par mots ou l'utilisation de listes détaillées associant thèmes professionnels et généraux.





L'écran de recherche ciblée propose des critères de recherches plus techniques et correspondant au vocabulaire professionnel de Nestlé.



Les chiffres présents en haut à droite sur chaque écran correspondent au nombre d'images répondant à la requête effectuée. Ce nombre se recalcule automatiquement après sélection dans chaque menu déroulant. D'autre part, concernant ces menus déroulant, après sélection dans un des menus, les autres ne proposent plus que les termes compatibles avec le critère sélectionné.

Combiner la recherche par mots et la sélection dans les menus déroulant doit se faire dans l'ordre suivant pour qu'elle soit efficace : il faut d'abord rentrer les mots clés puis valider avec le bouton recherche ; de cette manière, les listes de critères sont « recalculées » et l'utilisateur peut sélectionner les termes réellement compatibles avec le(s) mot(s) clé(s) sélectionnés. La première remarque à faire sur la présentation, c'est qu'elle est peu claire ; de plus, la recherche par mots se trouve quelque peu « noyée » entre les menus déroulant. Une des premières suggestions a été de modifier la présentation des écrans en plaçant la recherche par mots en tête des critères de sélection et de placer en dessous les menus déroulant.

\*Les fiches descriptives.

Une fois que la recherche a abouti, les images correspondant sont présentées sous la forme de planches d'imagettes (10 imagettes par page).



Un double-clic sur l'image permet d'afficher celle-ci en grand format ; un double-clic sur le lien situé au-dessus de l'imagette permet d'afficher la notice descriptive correspondant à l'image.

Detail Photo - Microsoft Internet Explorer fourni par Nestlé S.N.O.W. WorkStation


Liens Intranet Nestlé France Minitel Organigramme

Précédente Suivante Arrêter Actualiser Démarrage Rechercher Favoris Historique Courrier

Adresse [http://banqueimages.nestle.fr/Nestle.ASP?WCI=Detail\\_Photo&Reference\\_photo=100584&WCU](http://banqueimages.nestle.fr/Nestle.ASP?WCI=Detail_Photo&Reference_photo=100584&WCU) OK

### Détail de la photo référence : 100584

Date de Photo	01/12/2001
Première utilisation	MAILING CLUB NESTLE BDD LA FETE A 2 A 10 OU PAGE 17
Description candide	AMBIANCE RAFFINEE FESTIVE FIN ANNEE NOEL ASSIETTE VERRE ZESTE ORANGES CONFITES GARNIE POIRE COUPEE FOURREE CHOCOLAT LIQUIDE RUBAN MOUSSELINE
Description professionnelle	POIRES AU CHOCOLAT INGREDIENTS POIRES MURES CARRES CHOCOLAT NESTLE DESSERT CORSE CONFITURE DRANGES AMERES
Thème	RECETTE
Détail	RECETTE SUCREE
Promotionnel	0
Numéro de recette	000
Format disponible	4 X5 SCAN A4
Localisation	NESTLE FRANCE
Agence	SITECOM
Photographe	BRUNO VALARIN
Format digital	A4 : 266 DPI
Droits d'utilisation	TOUS DROITS MONDIAUX NESTLE
Patri moine / Collection	0
Pays	FRANCE



Terminé

Démarrer Microsoft Word - Document1 Detail Photo - Micros... 09:16

Cette notice reprend des informations concernant le produit présenté, précise le thème général de la photo, donne des indications sur le format disponible, sur l'agence qui a effectué le shoot, ainsi que sur les droits inhérents à l'utilisation de l'image.

Une des missions de ce stage consistait en la proposition d'une nouvelle méthode de description candide de l'image. La description candide a pour objectif de caractériser non seulement le produit présenté, mais aussi l'ensemble des éléments présents à l'image, en décrivant tel quel ce que l'on voit sur la photo. Cette

description doit se faire de la manière la plus précise possible, afin d'optimiser au mieux le nombre de réponses positives aux recherches.

La description professionnelle correspond à la mise en forme du brief donné avec l'image par le service qui a fait faire le shoot. Dans le cas d'une recette, comme ci-dessus, la description professionnelle donne le nom de la recette ainsi que les ingrédients nécessaires à sa réalisation. Il n'y a pas de description candide pour les images de packaging simples, sauf s'il y a une promotion : la description candide permet alors de noter le texte de cette promotion.

La première réflexion menée sur l'indexation date de 1996-1997 ; elle contenait énormément de description symbolique et certaines images de ce fait sont difficilement retrouvables. De plus, mes premières navigations prolongées dans la Banque Images ont montré qu'il n'y avait pas de constance dans la manière de décrire les images. Dans certaines fiches, on trouve des slash pour séparer les différents éléments de description de l'image ; dans d'autres, c'est le point-virgule qui est employé à cet effet. Il faut enfin noter que la première réflexion sur l'indexation a été faite par deux documentalistes, engagées pour 18 mois. Les deux personnes actuellement employées à la Banque Images étaient déjà dans le service à cette époque. Elles ont depuis appliqué réellement la description de ce que l'on voit à l'écran ; elles ont également entrepris de corriger certaines images qui étaient mal décrites. Mais même avec cette évolution, le manque d'uniformité dans les différentes descriptions candides, que ce soit pour des images de films, d'affiches, de recettes ou de packaging en ambiance, reste flagrant. Car la description part de l'élément principal de la photo -en l'occurrence, le produit Nestlé ou la recette mis en scène- puis balaye le reste de l'image, mais n'y a-t-il pas le risque d'oublier un élément important ?

La dimension subjective de l'image est décrite sous le terme d'ambiance. Celles-ci ont été caractérisées, et pour chaque ambiance une série de termes permettant de l'identifier a été établie (voir Annexes). L'observation poussée des descriptions candides a montré que certaines ambiances utilisées en indexation n'étaient pas répertoriées dans la liste disponible dans l'interface d'indexation sous Access. Un travail de fond sur cette question s'imposait donc, afin de redonner de la cohérence à la description des images.

### 3-Examen des statistiques des requêtes.

Un historique des requêtes effectuées par les usagers est disponible dans la Banque Administrateur ; des statistiques peuvent alors être extraites. Les requêtes SQL sont stockées dans une requête Access ; après avoir traité le texte de ces requêtes, nous avons pu isoler les mots-clés utilisés par les usagers, et en faire le compte, sur la période allant du 11/05/99 au 27/02/02. 2407 mots différents ont été recensés, dont 59 sont non-valides car mal orthographiés. 153 noms de produits ont été tapés comme mots-clés ainsi que 1021 termes de la vie courante. Ces deux chiffres sont importants car ils montrent quels étaient les deux points à ne pas perdre de vue pour toutes les missions de ce stage : les usagers de la Banque Images de Nestlé France la consultent pour retrouver les photos de leurs produits, et ils veulent retrouver ces images de manière simple, efficace et rapide.

#### 4-Méthode de travail adoptée.

##### \*Construction du planning prévisionnel.

Après la première phase de découverte, qui correspondait aux 4 premiers jours de stage effectués en mars et avril, j'ai établi un planning prévisionnel de stage (voir Annexes). Dans la conception de ce planning, j'ai tenu compte de tous les objectifs de ma mission. J'ai tout de suite prévu de mêler toutes les tâches à effectuer, et ce pour deux raisons :

-d'une part, les changements d'indexation et la création du thesaurus allaient de pair ; naviguer dans la Banque Images pour repérer tous les éléments à modifier dans l'indexation permettait également de collecter le vocabulaire pour démarrer la construction du thesaurus ; la construction du thesaurus allait, par ailleurs, permettre de déterminer quels termes utiliser dans la description candide.

-d'autre part, l'accomplissement de ces tâches parallèlement à l'enquête de besoins a permis de déterminer les questions à faire figurer dans le questionnaire envoyé par mail, et de préparer les entretiens complémentaires.

##### \*L'intégration de la culture d'entreprise.

Cet élément était déterminant pour mener à bien ce stage ; on ne peut en effet intervenir efficacement sur un système d'information destiné à un grand groupe que si l'on mesure bien tous les enjeux qu'il représente. J'ai mené cette phase du travail en deux étapes :

-avant le commencement du stage, j'ai beaucoup navigué sur le site Internet de Nestlé France<sup>1</sup>, afin de repérer quelles sont les grandes familles de produits et grandes marques du groupe Nestlé France, quelles sont les grands principes

---

<sup>1</sup> Adresse : [www.nestle.fr](http://www.nestle.fr)

affichées par l'entreprise, leur manière de communiquer avec les consommateurs, les qualités recherchés chez les futurs collaborateurs,...

-une fois sur place, j'ai posé bon nombre de questions concernant les particularités de fonctionnement de certaines unités opérationnelles, la répartition des produits en grandes familles alimentaires,...

Ces deux étapes m'ont permis de mieux cerner le vocabulaire employé dans l'entreprise, et surtout de comprendre comment et pourquoi sont recherchées les images.



### III-Les changements d'indexation et la création du thesaurus.

#### A-LA NOUVELLE METHODE DE DESCRIPTION DES IMAGES.

##### 1-Rappel des objectifs de la mission.

Concernant l'indexation des images, la mission portait sur les points suivant :

- proposer une nouvelle méthode de description de l'image ;
- proposer des mots clés et déterminer les mots interdits ;
- création d'un thesaurus.

##### 2-Uniformiser la description candide des images

Comme il a été dit plus haut, la remarque la plus flagrante à faire sur la description candide, c'est le manque de cohérence dans la manière de décrire les images. Il m'apparaissait alors utile de proposer une technique qui soit valable quel que soit le type d'image proposé. D'autre part, ma mission consistait à intervenir sur un système d'information en place depuis déjà , et auquel les utilisateurs se sont habitués. Il ne fallait donc pas que les changements proposés déstabilisent les

usagers de ce service. De plus, les appréciations que je pouvais entendre de la part des utilisateurs montraient que le système d'indexation fonctionne assez bien. Tout ceci m'a plutôt poussé à réorganiser la méthode existante qu'à en proposer une totalement nouvelle.

### 3-Impératifs à respecter.

Quand un utilisateur recherche une image, cette recherche peut correspondre aux cas de figure suivant :

-l'utilisateur recherche une image qu'il a fait faire pour son service ; il connaît l'image, il sait s'il s'agit d'un packaging simple ou mis en ambiance, et dans ce cas, il connaît les éléments de décor qui ont été placés autour du produit.

-l'utilisateur recherche une image qu'il a déjà entraperçue auparavant, lors d'une précédente recherche ; il peut avoir un vague souvenir des éléments présents à l'image, et a pu focaliser son souvenir sur un des éléments de décor.

-l'utilisateur doit illustrer une certaine présentation, et s'est donné quelques critères pour trouver l'image qui illustrerait au mieux son projet ; il va se concentrer sur un produit ou un objet précis, mais se laisse une large marge de manœuvre pour le choix final de l'image.

Il faut donc que tous les éléments apparaissant sur l'image et susceptibles d'être utilisés comme mot-clés, soient repris en description candide.

De plus, il me semblait que tous les mots, signes ou expressions non porteurs d'information et inutiles à la recherche devaient être supprimés.

#### 4-Méthode adoptée et détermination des éléments interdits.

##### \*Premières réflexions et propositions.

Une discussion avec mon responsable de stage a grandement contribué à déterminer quelle méthode je pouvais proposer. Comment habituellement décrit-on une image ? L'un de mes premiers réflexes a été de penser à la méthode du premier, second et troisième plan. Mais comment déterminer où chaque plan s'arrête ? La deuxième suggestion faite, c'était de décrire l'image de la même manière que l'on parcourt un texte : de haut en bas et de droite à gauche. Cette proposition a donc fait l'objet de tests.

D'autre part, il me fallait proposer une liste des « mots interdits ». Il fallait donc à la fois s'occuper de la syntaxe de la description et de la ponctuation qui est parfois utilisée : cette dernière est-elle réellement nécessaire ?

Il me fallait enfin réfléchir à une liste de mots-clés pour décrire les sensations et sentiments, afin de mieux caractériser les images mettant en scène personnes et personnages.

*\*Nouvelle méthode de description candide de l'image.*

*Pour tester la méthode du « haut en bas/de gauche à droite », j'ai travaillé de la manière suivante : j'ai repris des descriptions candides d'images prises au hasard ; j'essayais ensuite d'appliquer la technique envisagée, en reprenant en description tous les éléments déterminants de l'image, c'est-à-dire ceux que l'on peut réellement reconnaître. Décrire l'image comme si on la lisait apportait à priori peu de changement dans la manière globale de décrire ; mais cette technique présentait en fait deux avantages : les éléments étaient décrits de manière hiérarchique et organisée ; de plus cela permettait de balayer toute l'image et ainsi de n'oublier aucun des éléments susceptibles de permettre la recherche de l'image. Or, il ne faut pas oublier que cette description candide est surtout faite pour permettre aux utilisateurs de retrouver facilement leurs images.*

*Néanmoins, il restait le problème de la dimension subjective de l'image. Après réflexion, il m'a semblé pertinent de placer tous les éléments de description subjectives en tête de la description candide, c'est-à-dire l'ambiance, le type de support lorsque celui-ci est remarquable (dessin, gravure, ...) ; puis, si celui-ci est remarquable, il faut décrire le fond. Ensuite peut intervenir la description des éléments présents à l'image.*

*Ensuite est venu le travail sur la manière de décrire. Là encore, le travail que j'ai effectué correspond plus à une remise à niveau qu'à une véritable modification de la manière de travailler en vigueur à ce moment-là.*

*Au maximum, les deux personnes responsables de l'indexation essayent de ne pas employer de verbes ni de structures verbales dans le texte de la description ; ce texte correspond à l'enchaînement de syntagmes nominaux, mais il arrive que certaines images aient été décrites en utilisant des morceaux de phrase. Il a donc été proposé de supprimer tous les verbes, conjugués ou à l'infinitif ; certains*

participes passés, qui sont utilisés comme adjectifs peuvent être employés pour décrire certaines positions particulières des objets présents à l'image.

Le travail de caractérisation des sensations et sentiments a mis en lumière la question des actions ou activités faites par la personne ou le personnage apparaissant sur l'image. C'est l'utilisation du substantif qui a donc été retenue pour décrire ces actions ou activités. En fonction de la nouvelle méthode de description que j'ai proposé, il a été décidé de placer ce nouvel élément en fin de description candide.

**\*Mots interdits.**

J'ai d'abord travaillé sur la syntaxe ; tous les « mots vides » et non-porteurs d'information ne devaient plus apparaître dans la description candide. La liste de ces termes comprend donc :

- les articles et déterminants : LE, LA, LES, UN, UNE, DES.
- les prépositions et conjonctions : DE, EN, ET, OU.

Ensuite, il a été décidé que tous les termes décrivant une position ou un emplacement n'étaient pas réellement utiles étant donné qu'ils ne représentent pas des termes déterminant pour la recherche d'images. Ont donc été ajoutés à la liste des termes interdits :

- les prépositions de positionnement : SUR, A COTE DE, EN-DESSOUS, AU-DESSUS, DANS.
- les mots décrivant une position : CONTENANT.

Mais pour décrire une contenance ou un positionnement particuliers des éléments, on peut utiliser des expressions telles que PILE (de) COUSSIN, GARNI, REMPLI.

Ensuite, j'ai travaillé sur la ponctuation ; il apparaît que dans ce genre de description d'image, l'utilisation de signes de ponctuation n'est pas réellement utile ;

les signes de ponctuation prennent donc de la place inutilement. Slash, points-virgules, points doivent être supprimés de la description candide. Lors des corrections apportées aux notices descriptives déjà renseignées, un traitement particulier devra être apporté à l'apostrophe : en effet les corrections peuvent être effectuées dans la table Banque Images de la base Access, en procédant à un simple remplacement de tous les signes de ponctuation par un espace. Mais il existe des termes de la vie courante, utilisés en description candide, ainsi que des noms de produits Nestlé, qui contiennent des apostrophes. La correction de ces fiches devra alors se faire au cas par cas.

Pour terminer avec les termes à proscrire, certaines expressions comme ARTS DE LA TABLE, JEU-JOUET, introduites lors de la première réflexion sur l'indexation ont été ajoutées à la liste des mots ou expressions interdits. Ces termes sont beaucoup trop abstraits et symboliques pour l'indexation qui est effectuée à la Banque Images ; les statistiques des requêtes montraient bien que le vocabulaire le plus utilisé par les usagers pour faire leurs recherches correspond aux noms de produits Nestlé, ou à du vocabulaire courant.

\*Liste de mot-clés : réformer les ambiances et caractériser les sentiments.

Une liste des ambiances est disponible en aide à l'indexation. Elle contient 23 types d'ambiances différentes, accompagnées des termes les caractérisant (voir Annexes).

Or, un examen poussé de l'ensemble des descriptions candides a fait apparaître un nombre beaucoup plus important d'ambiances utilisées. J'ai donc établi une liste des ambiances « officieuses », c'est-à-dire non inscrites dans la liste disponible en aide à l'indexation, que j'ai comparé avec la liste « officielle » (voir

Annexes). Sur les 57 ambiances officielles, 4 correspondent à une mauvaise dénomination d'une ambiance officielle :

Ex : au lieu d'écrire AMBIANCE AUTOMNE ou AMBIANCE MONTAGNARDE, la personne qui a indexé a écrit AMBIANCE AUTOMNALE ou AMBIANCE MONTAGNE.

Pour les autres ambiances officielles répertoriées, je me suis penchée sur l'examen des images concernées pour déterminer s'il était possible de rattacher ces nouvelles ambiances à d'autres déjà existantes, ou s'il fallait travailler sur le vocabulaire permettant de les caractériser, afin de les intégrer à la liste totale des ambiances.

#### \*Le vocabulaire des sensations

Pour dresser cette liste d'adjectifs caractérisant ces sentiments et sensations, je me suis surtout basée sur l'étude des images représentant le petit ours bleu de la nutrition infantile Nestlé. Comme on peut le voir sur les images présentées ci-dessous, ce personnage de Nestlé est mis en scène dans différentes postures.



L'examen de ces images m'a permis de proposer une liste d'adjectifs pour décrire :

•les sentiments :

CONTENT

HEUREUX

JOYEUX

SATISFAIT

DECU

•les attitudes :

SOURIANT

TIMIDE

REVEUR

CONTEMPLATIF

PENSIF

RIEUR

MALICIEUX

•les sensations :

AFFAME

**\*Application.**

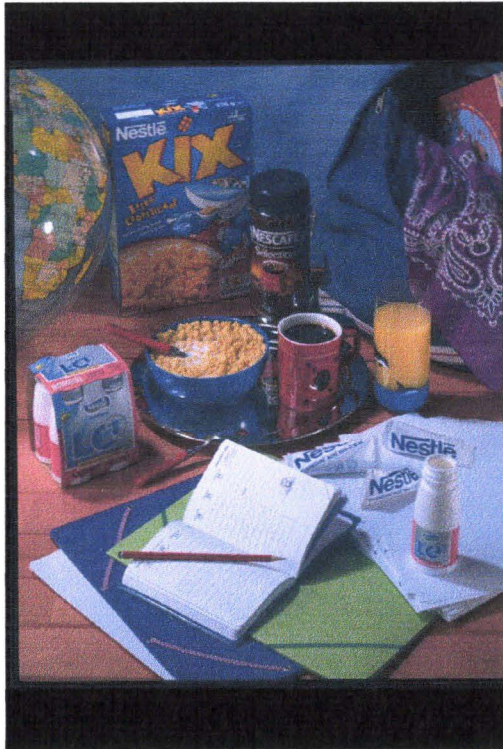
Une fois que la nouvelle méthode de description de l'image et la liste des termes à ne plus indiquer ont été déterminés, les corrections ont pu commencer. La correction des fiches descriptives pourrait se faire pour certains termes en les remplaçant par un espace, au sein de la table Banque Images. Mais lorsque je me



suis attaquée aux modifications que je pouvais déjà apporter, j'ai opté pour un examen individuel de chaque fiche d'indexation, afin de corriger par la même occasion les fautes d'orthographe qui pouvaient traîner. D'autre part, cette méthode m'a permis, en accord avec un des administrateurs, de compléter certaines descriptions candides relativement réduites.

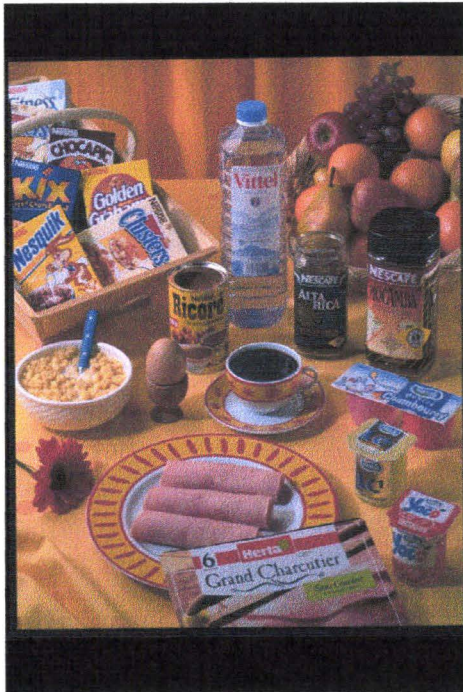
Tout d'abord, je me suis attaquée aux expressions telles que JEU JOUET et ARTS DE LA TABLE : les fiches contenant JEU JOUET ont été corrigées en indiquant simplement s'il s'agissait d'un jeu ou d'un jouet présent à l'image. Cela a représenté environ 150 images. La suppression de l'expression ARTS DE LA TABLE n'a pu être menée dans son ensemble, étant donné que les images concernées s'étaient étalées sur une grande amplitude. L'examen de cette partie des notices descriptives a permis de corriger environ 2000 fiches. C'est au cours de cette navigation dans la base d'indexation que sont apparues une série d'images de céréales en ambiance, dont la description candide ne reflétait pas le contenu de l'image. Avec l'aide d'un des administrateurs, j'ai donc entrepris de remanier la description candide de ces images. Ci-après apparaissent certaines de ces images : le paragraphe en gras précédent l'image correspond à l'indexation première, le paragraphe faisant suite à l'image correspond à la nouvelle description.

## AMBIANCE GOUTER STUDIEUX AVEC PACKAGING



AMBIANCE GOUTER STUDIEUX GLOBE TERRESTRE KIX NESCAFE SELECTION  
SAC DOS BLEU FOULARD BANDANA PLATEAU METAL BOL CEREALES MANCHE  
CUIILLERE TASSE MUG ROUGE VERRE JUS ORANGE BERLINGOTS LAIT  
CONCENTRE SUCRE PACK BOUTEILLE LC1 POCHETTES AGENDA OUVERT  
CRAYON

## AMBIANCE PETIT DEJEUNER D'AUTOMNE AVEC PACKAGING



AMBIANCE PETIT DEJEUNER PANIER BOIS GAMME CEREALES VITTEL  
FRUITS POMMES ORANGES BOL MANCHE CUILLERE OEUF COQUETIER  
RICORE TASSE SOUS-TASSE DECOREES ALTA RICA MOCAMBA POTS PETITS  
CHAMBOURCY LC1 YOCO FLEUR ASSIETTE TRANCHES ROULEES JAMBON  
GRAND CHARCUTIER

Ces deux exemples illustrent toute la difficulté à retrouver certaines images qui sont mal décrites. Il illustre d'autre part la quantité de travail qu'il y aura à fournir pour corriger les 50 000 notices de l'ancienne Banque.

### \*Modification de la liste des ambiances.

Après avoir examiné quelles étaient les images qui correspondaient aux ambiances « officieuses », nous avons travaillé, en collaboration avec les deux personnes chargées de l'indexation, sur les découpages possibles à l'intérieur des ambiances, afin de pouvoir diminuer le nombre d'ambiances totales. C'est ainsi que les ambiances CARNAVAL et HALLOWEEN sont devenues des découpage de l'ambiance FESTIVE. Une nouvelle liste des ambiances a été établie (voir Annexe). Elle correspond surtout à des rajouts de sous-découpages. Les réelles nouvelles ambiances sont les ambiances CLAIRE, SPORTIVE, CHAMPETRE, FRAICHE ET ACIDULEE. Le tableau présentant la liste des nouvelles ambiances est prêt à être intégré en aide à l'indexation. D'autre part, pour les noms d'ambiance mal écrits, j'ai établi une liste des équivalences ; les images concernées vont pouvoir être corrigées.

## B-Le thesaurus : réflexion et élaboration.

### 1-Pourquoi un thesaurus ?

La norme ISO 2788-1986 définit le thesaurus comme le vocabulaire d'un langage d'indexation contrôlé organisé formellement de façon à expliciter les relations a priori entre les notions. Le thesaurus permet donc d'organiser un

vocabulaire d'indexation selon des relations hiérarchiques, associatives ou d'équivalence, afin d'améliorer le nombre de réponses positives aux requêtes des usagers d'un système d'information. Dans le cas présent, pour palier l'absence de thesaurus, les administrateurs de la Banque Images doivent prévoir toutes les requêtes possibles des utilisateurs quand ils indexent les images. Ainsi, une image comportant une corbeille garnie d'oranges sera décrite de la manière suivante : CORBEILLE PANIER FRUIT AGRUME ORANGES. L'intégration d'un thesaurus permettrait donc de réduire le nombre de termes employés dans la description candide ; d'autre part, il permet d'utiliser un vocabulaire contrôlé : chacune des personnes chargées de l'indexation utilisera donc le même vocabulaire que sa voisine.

## 2-Méthode de travail adoptée<sup>2</sup>.

\*Déterminer les critères de construction :

J'ai d'abord identifié les domaines principaux que devait recouvrir le thesaurus, c'est à dire :

•le domaine principal :

-le vocabulaire agroalimentaire en usage chez Nestlé, les pôles produits, le vocabulaire des packagings, le vocabulaire de la culture Nestlé ;

---

<sup>2</sup> Je me suis en grande partie appuyée sur l'ouvrage de Jean Aitchison, *Construire un thesaurus : manuel pratique*, ADBS, Paris, 1992, 217p.

- les domaines connexes

- la cuisine
- l'alimentation
- le commerce
- la famille
- la consommation ;

- les domaines voisins :

- les métiers
- la nature
- le vocabulaire de l'image, du son et de la vidéo
- les situations
- le document
- les objets ;

- les concepts généraux :

- l'histoire
- la géographie

Une fois ces domaines de bases déterminés, il a fallu se fixer des limites dans la structure du thesaurus. Il fallait à la fois que la structure du thesaurus reste assez simple, mais qu'elle puisse rendre cependant la grande spécificité du vocabulaire employé dans la Banque Images. Je me suis donc fixé comme limite de 5 niveaux de spécificité hiérarchique.

D'autre part, il me fallait également prévoir dans quelle mesure les relations hiérarchiques, associatives ou d'équivalence seraient employées. Le thesaurus créé pour la Banque Images a pour but d'uniformiser l'indexation des images et d'améliorer les recherches faites par les usagers. Ce thesaurus se devait donc

d'être le plus précis possible pour ne pas être source de bruit dans les réponses. La structure du thesaurus est de ce fait construite presque uniquement sur des relations hiérarchiques. Peu de relations d'association ont été utilisées car lors de son application en interface de recherche, l'application du thesaurus ne doit pas augmenter le bruit. Les recherches faites sur la Banque Images sont très précises ; les usagers savent ce qu'ils recherchent. Inclure des relations d'association en nombre trop important viendrait donc gêner les usagers, car les recherches présenteraient alors des images ne concernant pas le sujet initial recherché.

Les relations d'équivalence ont surtout été utilisées pour gérer :

- les deux orthographes possibles d'un mot,
- les équivalences entre un terme composé et son abréviation
- les équivalences entre deux dénominations possibles d'un même objet.

Les équivalences pourront être également utilisées pour gérer les changements de noms d'un même produit.

#### \*Collecte des termes :

Avant tout, j'ai décidé de reprendre la structure des listes déroulantes qui existent déjà dans la Banque Images. La première bible d'indexation précise d'ailleurs que ces listes sont construites de manière à palier l'absence de thesaurus. Mais après réflexion et discussion avec les administrateurs de » la Banque Images, il est apparu que le thesaurus ne devait reprendre qu'une infime part du vocabulaire des menus déroulant : le vocabulaire à introduire en priorité concernait surtout celui le plus susceptible d'apparaître en description candide, c'est-à-dire les termes courants des différents domaines cités ci-dessus. En conséquence, des menus déroulant, il ne reste dans le thesaurus que les termes dépendant hiérarchiquement

des locutions TYPE DE PACKAGING, SUPPORT, BATIMENT, tous présents au deuxième niveau de spécificité.

Ensuite est venue la réelle collecte des termes. J'ai procédé de la manière suivante : je lançais une recherche sur la Banque Images en tapant comme mot-clé des termes dont je supposais qu'ils correspondaient à un domaine riche en vocabulaire.

Ex : PAYSAGE, BOISSON, PERSONNE, NATURE, FRUIT, ...

J'ai relevé la liste des termes qui apparaissaient dans les différentes descriptions candides des images répondant à ces requêtes. Ensuite, j'ai lancé de nouvelles recherches avec les termes trouvés : le but était de compter le nombre de fois où ils apparaissaient dans la Banque Images. En effet, pour déterminer quels termes allaient figurer dans le thesaurus, j'ai fixé à 5 le nombre de fois minimum où un terme devait être utilisé en description candide pour pouvoir apparaître dans le thesaurus. J'ai appliqué cette méthode jusqu'à la moitié de mon stage. Ensuite, je complétais au fur et à mesure de recherche que je menais pour mes autres tâches ou à la suite de recherches particulières réalisées pour aider des usagers.

Pour classer les termes du domaine de l'alimentation, je me suis parfois référé au classement du Thesaurus de l'Activité gouvernementale du Canada, catégorie Agriculture, pêche et alimentation, découvert sur Internet, après avoir lancé une recherche dans le moteur Google en demandant THESAURUS ALIMENTATION<sup>3</sup> ; je regardais notamment quels termes ils avaient utilisés ; mais la structure de ce thesaurus n'était que peu développée, il n'a donc été qu'une source d'inspiration.

---

<sup>3</sup> Adresse : <http://grds.ebsi.umontreal.ca/r/thesaurus-activite-gouvernementale/site-web/AG.htm>; page consultée le 11 juillet 2002.



**\*Finalisation du thesaurus et validation :**

Deux semaines avant la fin du stage, la collecte des termes s'est close. En partenariat, avec un des administrateurs, nous avons réexaminé l'ensemble de la structure du thesaurus. Nous avons parfois déplacé certains termes, parfois supprimé des niveaux de spécificité qui n'étaient pas nécessaires. Ces corrections faites, j'ai pris contact les documentalistes de Nestlé pour avoir un regard extérieur à la Banque Images et surtout recueillir l'appréciation de personnes compétentes dans ce domaine.

Au final, le thesaurus de la Banque Images contient 639 (dont 19 non-descripteurs) termes répartis en 9 domaines ; 5 niveaux de hiérarchie ont été introduits.

## IV-ENQUETE DE BESOIN AUPRES DU PERSONNEL DE NESTLE.

### 1-Elaboration du questionnaire et préparation des entretiens.

L'enquête de besoins à mener auprès des usagers s'est en fait transformée en enquête destinée à l'ensemble du personnel. Le but était de toucher le plus grand nombre de personne possible et de recueillir à la fois les impressions des utilisateurs et celles des non-utilisateurs.

Le questionnaire cherchait à identifier les différents types d'utilisateurs, déterminer ce pour quoi est utilisé la Banque Images et comment ; en outre, les missions principales de ce stage (la création du thesaurus ainsi que les modifications de l'indexation) ont fait l'objet de questions spécifiques. Concernant le thesaurus, l'objectif recherché était de déterminer les grands thèmes pour lesquels le vocabulaire employé dans le thesaurus se devait d'être pointu. Ensuite, nous avons souhaité recueillir le taux de satisfaction de la description qui est faite des images, et découvrir quels étaient les éléments de description que nous pourrions ajouter.

Concernant les modalités techniques de diffusion et de traitement des réponses, le questionnaire a été conçu sous Excel (voir Annexes) ; ce fichier a été ensuite envoyé par mail. Le dépouillement et le traitement des réponses s'est fait dans Access.

Suite aux premières réponses reçues, une série d'entretiens a été menée. Les entretiens avaient trois buts précis :

- voir comment les utilisateurs se servent de la Banque Images en leur proposant d'effectuer une recherche ;

- découvrir comment les usagers décrivent une image, et ce pour comparer avec la description candide qui est pratiquée par la Banque Images.

- poser quelques questions plus précises pour compléter l'enquête initiale :

- entre le vocabulaire généraliste et le vocabulaire professionnel, lequel vous semble le plus approprié pour décrire les images ?

- si un glossaire des mots-clés utilisés était présenté à l'écran, l'utiliseriez-vous ?

- seriez-vous intéressé par la possibilité de combiner les mots-clés lors de vos recherches ?

(ces deux dernières questions font suite à quelques remarques libres trouvées dans les réponses à l'enquête demandant un glossaire des mots-clés ainsi que la possibilité de pouvoir rentrer plus de mots-clés pour rechercher les images ; ces demandes des usagers correspondent d'autant plus à des fonctionnalités offertes par les logiciels documentaires dont j'avais déjà pu avoir connaissance au commencement de la recherche d'un nouveau logiciel d'indexation [voir partie suivante] ;

- commentez les deux écrans de recherche de la Photothèque (cette question intervient dans le cadre de la refonte de l'ensemble des interfaces de recherche en une seule).

## 2-Résultats de l'enquête et perspectives futures.

Date d'envoi de l'enquête : 19 juillet 2002.

Le questionnaire a été envoyé nominativement à 623 personnes au siège social ; de plus les correspondants des établissements ont reçu le questionnaire afin de pouvoir le faire parvenir aux personnels des usines susceptibles d'être concernés par cette enquête.

A la date du 14 août 2002, le nombre de réponses est de 74, ce qui fait un taux de réponse de près de 12%. Ce taux est honorable compte tenu de la date d'envoi du questionnaire. C'est d'autre part un taux déjà significatif : les réponses sont donc exploitables. Sur ces 74 réponses, on compte 57 utilisateurs : le nombre de personnes susceptibles d'apporter des réponses significatives rend donc le résultat de cette enquête valide.

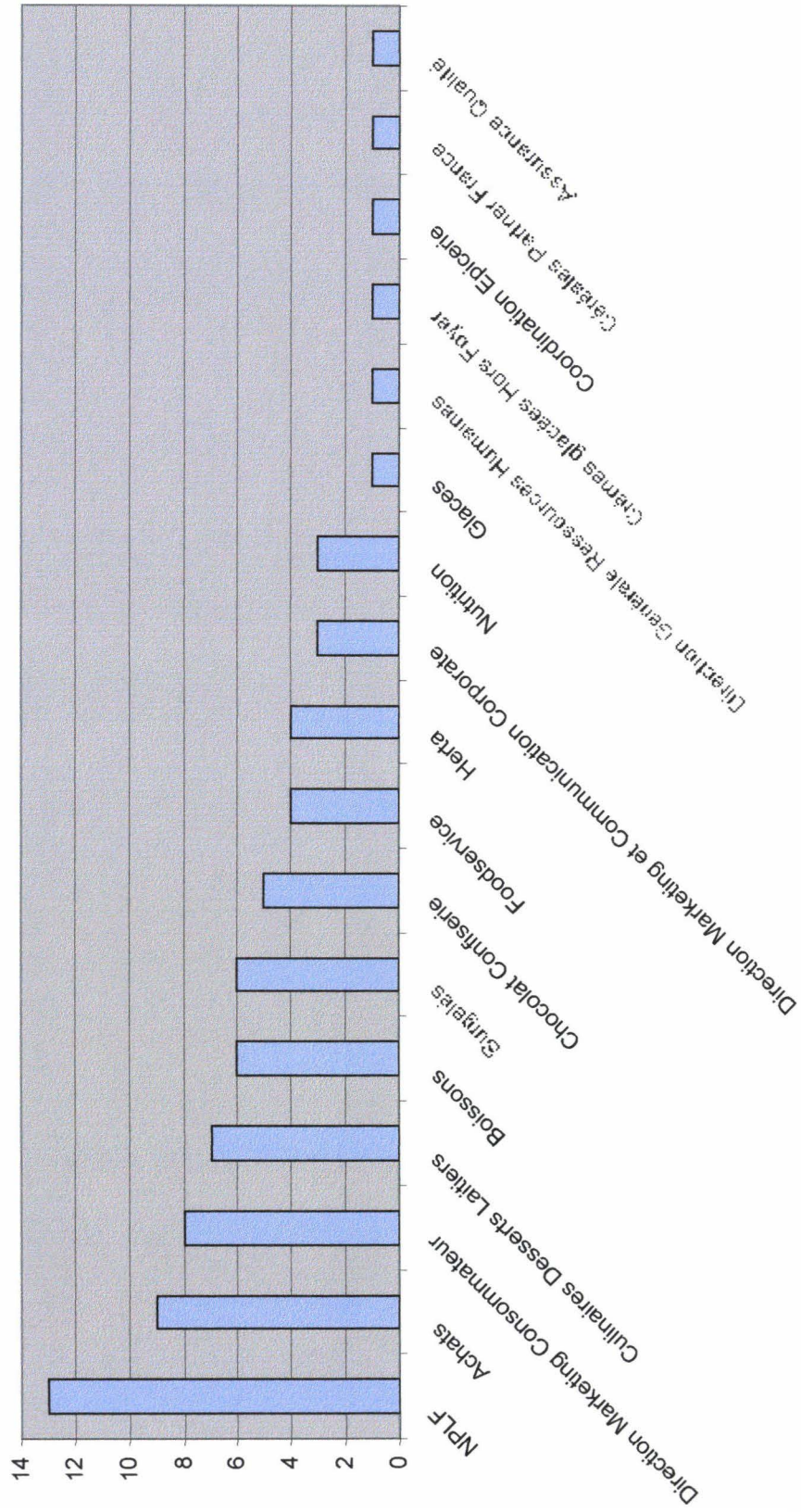
Un des enseignement important de cette enquête, c'est que le fonctionnement de la Banque Images est bien compris et que peu de choses doivent être modifiées dans son principe de fonctionnement. L'enquête permet également de comprendre comment les utilisateurs se sont appropriés l'outil Banque Images et leur manière de rechercher les images; les entretiens qui ont été menés ultérieurement apportent à ce sujet de grands renseignements. Ils sont également riches d'informations concernant l'appréciation de la description des images. D'autre part, les réponses des non-utilisateurs apportent des commentaires enrichissants concernant les missions que doit remplir une Banque d'Images d'entreprises.

### \*L'utilisation de la Banque Images.

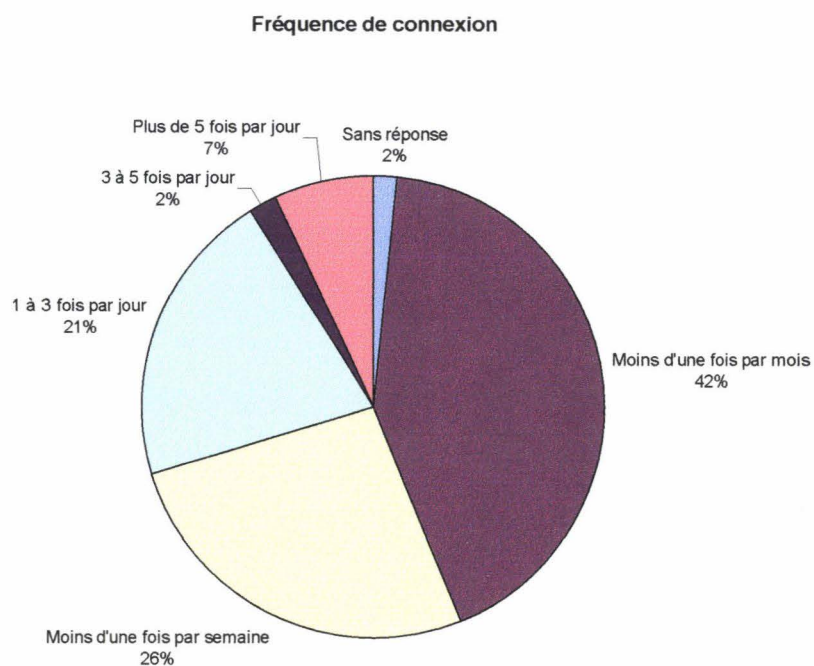
Les 74 personnes ayant acceptées de répondre se répartissent comme suit dans les différentes divisions. Les divisions pour lesquelles nous n'avons reçu aucune

réponse sont Davigel, Davifrais, les services Logistique et Immobilier. L'envoi aux usines n'a permis de recevoir qu'une seule réponse à l'heure actuelle.

### Répartition par division des personnes ayant répondu

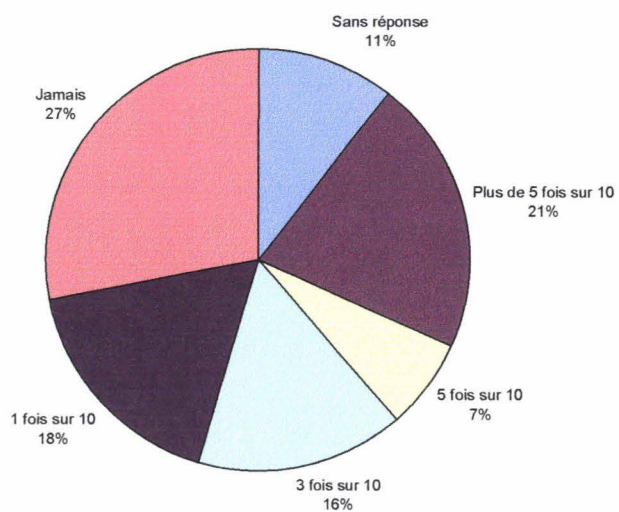


La répartition selon la fréquence de connexion montre que ce sont surtout les « petits » utilisateurs qui se sont exprimés : les personnes se connectant au moins une fois par jour ne représentent que 30% des réponses.



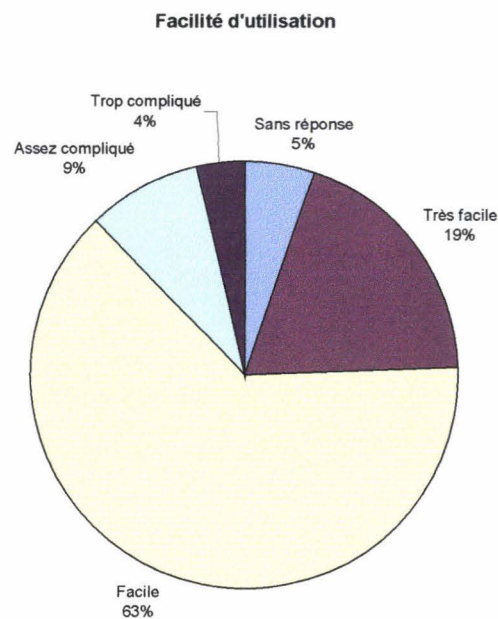
D'autre part, concernant les commandes, on constate que les personnes qui commandent au moins 5 fois sur 10 ne représentent que 28% des utilisateurs.

Fréquence des commandes





Un des enseignement important de cette enquête, c'est que le fonctionnement de la Banque Images est bien compris et que peu de choses doivent être modifiées dans son principe de fonctionnement : 82% des utilisateurs jugent facile, voire très facile le fonctionnement de la Banque Images.

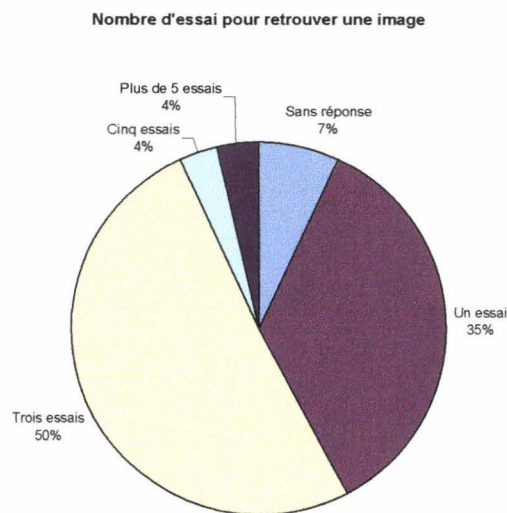


De ce fait, les seuls changements qui pourraient intervenir ne concernent que la présentation des écrans de recherche. Une partie des entretiens concernait cette question, suite à une remarque formulée dans une des réponses au questionnaire, demandant un nombre de mots clés plus importants pour la recherche. La proposition de critères de recherches combinés est jugée intéressante par 6 personnes. Le gain de temps est l'argument avancé par 2 personnes, 3 personnes précisent que cela permettrait de faciliter les recherches de photos d'ambiance. Une des personnes interrogées souhaiterait avoir un moteur de recherche combinant les mots-clés en introduisant un ordre de priorité. En

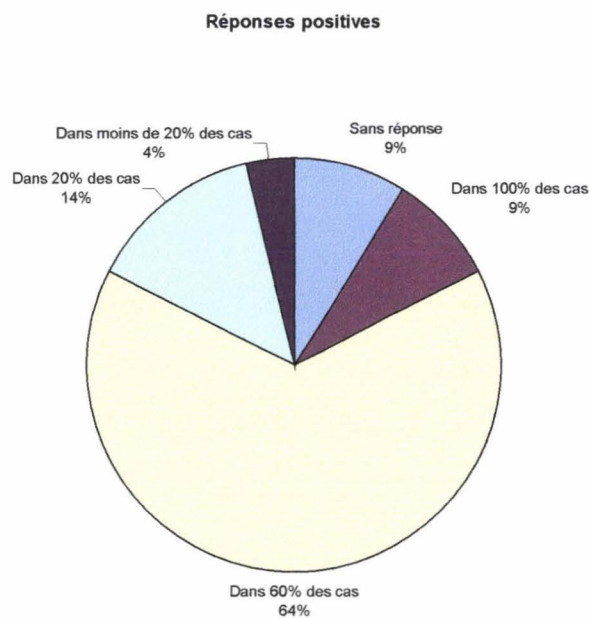
tenant compte de ces précisions, il serait alors envisageable d'introduire les critères « ET » et « SAUF » afin de filtrer le nombre de réponses possibles.

Quand à la présentation des écrans de recherches actuels, elle est jugée de manière générale bien faite. Les listes déroulantes les plus utilisées dans l'écran de recherche générale sont PROMOTION, REFERENCE IMAGE, THEME, DETAIL. Dans la recherche ciblée, les listes déroulantes les plus utilisées sont MARQUE GAMME, FAMILLE PRODUIT, LIBELLE PRODUIT, POLE PRODUIT. Dans le cas d'une refonte des écrans de recherche, ce sont ces listes qu'il faut conserver en priorité.

Cette appréciation du fonctionnement de la Banque Images se concrétise par les réponses données aux questions concernant le nombre de réponses positives. 85% des utilisateurs retrouvent l'image cherchée en 3 essais maximum. Dans la plupart des cas, les recherches infructueuses concernent des images qui ne sont pas encore mises en Banque.

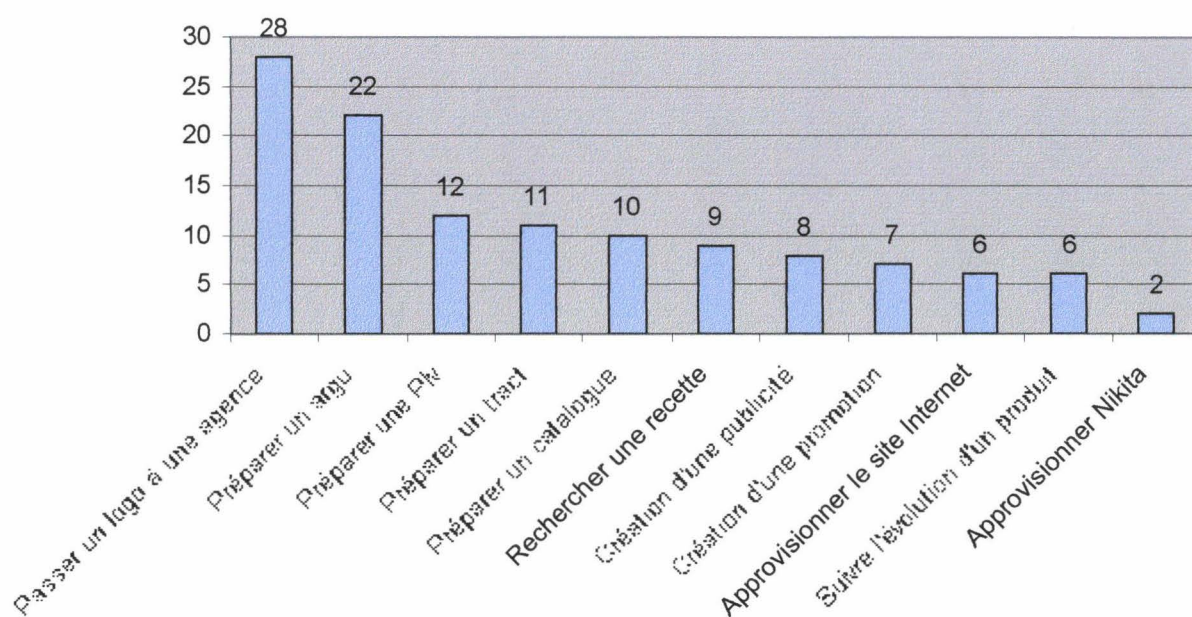


Quand au vocabulaire utilisé dans les fiches descriptives et notamment dans la description candide, 73% des utilisateurs estiment qu'il leur permet de retrouver leurs images dans plus de 60% des cas. Et les entretiens ont permis de confirmer ces réponse, nous y reviendrons plus loin.



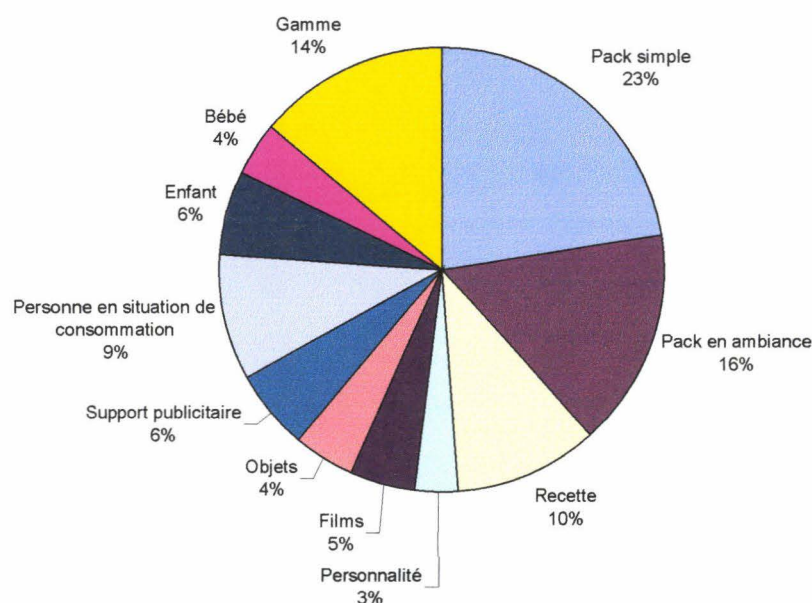
Concernant l'utilisation des images, c'est surtout pour la préparations de supports de communication des visuels produits que sont recherchées les images. Le graphique ci-après montre que ce sont surtout le passage de logos aux agences, la préparation d'argus, de PLV, de catalogue, de tracts qui sont les motifs les plus courants de recherche d'images. Or la création de ces supports demandent aussi bien des images de packaging que de recettes, ou de logos ; cela implique des manières de recherches des images différentes. De ce fait, cela renforce l'importance de la description candide faite par les administrateurs de la Banque Images. Nous reparlerons de l'appréciation de la description candide plus loin.

### Utilisation des images



Le graphique ci-dessous montre la répartition des thèmes jugés très intéressants. Les images de packaging simples ou en ambiance, de recettes, de gammes et de personnes en situation de consommation tiennent le haut du pavé. Ces 4 thèmes constituent déjà un bel échantillon du fond d'images et couvrent de nombreux domaines différents. Ceci implique un vocabulaire de description assez développé, qui se doit d'être bien choisi et organisé. Dans ce contexte, l'intégration d'un thesaurus permettrait de mieux organiser tout ce vocabulaire et de faciliter l'indexation des images.

Thèmes jugés très intéressants



\*La description des images.

Les entretiens se sont donc révélés intéressants concernant la description des images. Une des questions consistait à faire décrire par la personne interrogée une image. A peu de choses près, tous les enquêtés ont utilisé la même technique pour décrire l'image que celle qui est pratiquée. Et sur les 8 personnes interrogées, il faut signaler que seulement la moitié consultent les fiches descriptives, mais les 8 personnes ont donné à peu près le même type de description. L'image concernée est la 101324, représentant une scène de petit déjeuner pour présenter les céréales Nesquik.



La description de cette image est la suivante : « AMBIANCE LUDIQUE BOUTEILLE LAIT CASQUETTE QUICKY COUSSIN TETE POISSON BILLES MARELLE BOL JAUNE MANCHE CUILLERE ASSIETTE SOUS TASSE BLEUE

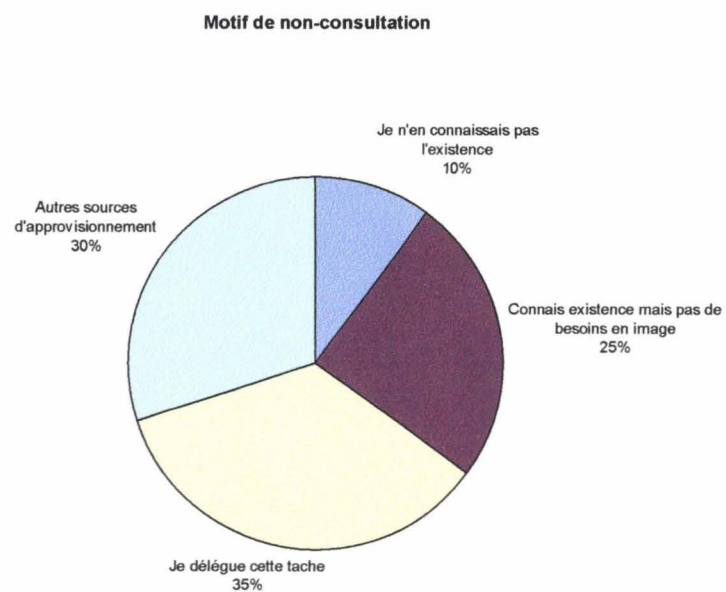
VERRE JUS ORANGE ». Celles données par les personnes interrogées lors des entretiens rejoignent à peu de chose près celle faites par les administrateurs, certes avec un vocabulaire moins précis, mais leurs descriptions reprennent l'essentiel des éléments présents sur l'image, dans un ordre assez aléatoire. Voici quelques exemples des descriptions faites par les personnes interrogées : « PAQUET DE CEREALE NESQUIK, BOL AVEC PRODUIT A L'INTERIEUR, JUS D'ORANGE, BOUTEILLE DE LAIT, CASQUETTE DE QUICKY, TAPIS, COUSSIN; REPRESENTE UNE CHAMBRE D'ENFANT », « MISE EN SITUATION PRODUIT NESQUIK PETIT DEJEUNER IDEAL POUR ENFANTS LAIT, JUS D'ORANGE, BILLE, CEREALES, CASQUETTE DE QUICKY, SUR UN TAPIS DE MARELLE », « CEREALES LAIT LAPIN BILLE ASSIETTE BLEUE JAUNE JUS D'ORANGE NAPPE BLEUE », « PACK DE CEREALES NESQUIK MIS EN AMBIANCE AVEC BOL DE CEREALES, LAIT, JUS D'ORANGE, UNE CASQUETTE ET UN COUSSIN ».

Concernant le vocabulaire de description, peu de remarques négatives ont été formulées, aussi bien durant les entretiens que dans les réponses au questionnaire. Celles-ci concernent surtout la faible différence qui peut exister entre deux libellés de produits similaires. Une plus grande rigueur est demandée à ce sujet. Concernant le vocabulaire employé dans la description candide des images, sur les huit personnes interrogées, 6 préconisent l'utilisation d'un vocabulaire généraliste par rapport au vocabulaire professionnel. 4 personnes pensent que la combinaison des deux peut être très utile, « pour que les personnes concernées retrouvent leurs images et que ceux qui travaillent ailleurs puissent les retrouver aussi », un autre témoignage venant préciser que « tous les services peuvent être amenés à l'utiliser et les différents services marketing n'[emploient] pas tous les mêmes termes ». Le vocabulaire généraliste est plus apprécié dans la mesure où la recherche « devient plus facile pour tout le monde » et que, lorsqu'on « recherche par mots, on utilise le vocabulaire de tous

les jours ». Dans ce contexte, la méthode de description pratiquée aujourd'hui doit se poursuivre dans la mesure où elle privilégie le vocabulaire généraliste. Cette technique prévaut car les briefs ne parviennent pas toujours à la Banque et/ou ne sont pas formalisés. Le projet d'intégration du thesaurus se justifie alors pleinement : les équivalences possibles entre le vocabulaire professionnel Nestlé et le vocabulaire généraliste peuvent alors tout à fait être gérées. D'autre part, il permettrait d'organiser toutes les équivalences de vocabulaire et toutes les hiérarchisations possibles des termes, afin d'améliorer le nombre de réponses positives. De plus, un glossaire des mots-clés a été suggéré ; la proposition de présenter de manière visible le thesaurus en interface de consultation a été accueillie de manière mitigée lors des entretiens, « car ce serait plus long de faire défiler le menu que de taper les mots ». 3 personnes l'utiliseraient surtout pour corriger des recherches qui n'auraient pas abouties, 2 personnes l'utiliseraient de manière directe. Une intégration du thesaurus en interface de consultation est donc à envisager, mais seulement en fonctionnement « invisible » pour les utilisateurs de la Banque Images, c'est à dire en ne le proposant pas comme outil direct de recherche.



Les non-utilisateurs ont pour l'instant relativement bien participé à cette enquête. Ce sont surtout des personnes qui connaissent la Banque Images, mais qui délèguent la recherche d'images ou qui se procurent les images par un autre canal. Les indications qu'ils nous apportent sur les services attendus d'une Banque Images concerne la conservation des documents mémoires de l'entreprise, et la mise à disposition rapide des images de l'entreprise.



### \*Conclusion

Cette enquête apporte pour l'instant un regard assez positif sur le fonctionnement et les services rendus par la Banque Images. La manière de décrire les images pour les mettre à disposition des clients est adaptée à la manière de chercher les images ; l'utilisation d'un vocabulaire généraliste permet de retrouver facilement les images. L'intégration d'un thesaurus en phase d'indexation et de recherche permettrait d'améliorer le nombre de réponses positives. Quand à l'interface de recherche, elle est assez bien jugée, même si les personnes interrogées durant les entretiens reconnaissent ne pas utiliser toutes les listes déroulantes offertes. Celles qui ne sont jamais utilisées sont « ANGLE DE VUE », « DATE », « MARQUE-MERE » ; les autres connaissent des utilisations plus aléatoires ; la modification des écrans de recherche doit donc prendre en compte ces deux facteurs.

## V-LA RECHERCHE DU NOUVEAU LOGICIEL

Avant de commencer cette partie, quelques points doivent être précisés : ce projet n'a pu être mené dans son ensemble au cours de ce stage. Le projet suit son déroulement, et aucune décision n'a encore été arrêtée. D'autre part, comme la prospection auprès des éditeurs de logiciels se poursuit, les sociétés qui ont déjà été contactées ne seront pas mentionnées dans ce rapport.

### 1-Buts

Actuellement, le fonctionnement de la Banque Images se déroule de la manière suivante : l'indexation se fait dans Access, puis l'extraction de base texte est envoyée sous une application SQL de Microsoft. Le principal inconvénient de ce système, c'est qu'il repose sur un nombre trop important d'applications spécifiques. Le but principal de ne plus indexer sous Access réside donc dans la volonté d'utiliser un logiciel documentaire. Le projet est donc de transférer la partie indexation gérée actuellement sous Access vers un logiciel documentaire, mais de conserver pour l'instant l'interface client existante.

Les grandes critères de sélection du nouveau logiciel sont la gestion en grand nombre des images sous tous types de formats, la gestion des fichiers vidéos ainsi que la gestion des fichiers sonores, ces deux derniers points correspondant à des développements possibles de la Banque Images. D'autre part, d'un point de vue informatique qui ne sera pas détaillé ici, la gestion de toutes les normes de transfert, type IPTC, était un autre critère déterminant. D'un point de vue documentaire, l'intégration d'un thesaurus était une des grandes demandes. Les frais de transfert et de mise en place du nouveau logiciel représentent enfin un élément important de la recherche, en raison des

développement en cours au sein de Nestlé : d'ici 2 à 3 ans doit être mis en application le projet *Globe*, vaste plan de restructuration de l'organisation de Nestlé au niveau mondial. Cette réorganisation passera notamment par le maintien ou non de certains services. La solution recherchée ne serait donc valide avec certitude que quelques années.

## 2-Première phase de recherche : le salon IDT/NET 2002.

Le salon de l'information numérique se tenait les 4,5 et 6 juin 2002 à Paris. Il représentait un excellent moyen de se familiariser avec le panel des logiciels de gestion documentaire, et d'assister à quelques démonstrations. Le premier ciblage des éditeurs de logiciels s'est fait grâce à la liste des exposants disponibles sur le site d'IDT/NET<sup>4</sup>. Parmi ceux-ci, j'ai d'abord repéré les éditeurs de logiciels documentaires capables de gérer des photothèques, puis les éditeurs de GED. Ce premier ciblage a permis de repérer 6 prestataires intéressants. Un premier repérage au salon a permis de prendre un contact purement informatif avec les sociétés ciblées. Plusieurs démonstrations ont permis de restreindre les sociétés réellement intéressantes. Une deuxième visite, cette fois en présence de Monsieur Clément a eu lieu le lendemain, cette fois avec prise de rendez-vous.

3 sociétés ont pris contact avec la Banque Images suite à notre venue sur leur stand. L'un des rendez-vous, en complément avec la documentation reçue sur le produit proposé par cette société, a montré que la solution proposée était beaucoup trop complexe pour le fonctionnement général de la Banque Images. Ce logiciel, s'apparentant plutôt à une solution portail, ne convenait pas dans la mesure où il propose des fonctionnalités trop complexes pour la Banque Images,

---

<sup>4</sup> Adresse : [www.idt.fr](http://www.idt.fr), site consulté le 4/06/02.

fonctionnalités qui n'auraient pu être mises en œuvre dans le cadre de la simple Banque Images. Les deux autres logiciels sont des logiciels documentaires plus simples dont les fonctionnalités sont tout à fait adaptées à la « petite » structure qu'est la Banque Images de Nestlé France. Paramétrables et capables de gérer tous types de fichiers, ils sont assez simples d'utilisation, comme nous avons pu le constater lors des démonstrations auxquelles nous avons pu assister au salon IDT. Les rencontres chez Nestlé avec les représentants respectifs de ces deux sociétés ont consisté en une démonstration du fonctionnement de la Banque Images actuelle, afin de bien en faire comprendre les modalités de fonctionnement et de voir si la reprise du système actuel était faisable. A la suite de ces deux rendez-vous, nous avons reçu au cours de l'été les propositions de devis de la part de ces deux sociétés. 30 000 euros d'un côté, 23 000 de l'autre : cela atteint des budgets que Nestlé France peut se permettre d'investir, et acceptables dans une perspective courte d'application.

### 3-Deuxième phase : prospection sur Internet.

Le salon IDT/NET et les rencontres avec les 3 sociétés ont permis de mieux repérer les possibilités des logiciels disponibles sur le marché. Les recherches que j'ai mené dans les moteurs de recherches Google et Lycos, avec les mots-clés LOGICIELS PHOTOTHEQUE. Cette recherche a apporté un grand nombre de réponses peu satisfaisantes, les pages présentées n'évoquant qu'allusivement des logiciels ne permettant pas forcément de gérer des photothèques.

J'ai donc poursuivi ma recherche en utilisant les catégories de l'annuaire Yahoo. Dans la catégorie « Services » de « Commerce et économie » se trouve une rubrique « Gestion documentaire ». Cette rubrique fournit une liste de 50 adresses. Une fois le tri effectué pour repérer les prestataires de logiciels de GED, j'ai examiné le site des entreprises proposant des logiciels capables de gérer une photothèque. Un des critères importants correspondait à la capacité de gérer les normes de transfert type IPTC, FTP,... Deux logiciels semblaient alors correspondre. Le contact n'avait pas encore été pris avec ces deux sociétés au moment de la fin du stage.

Le projet suit son cours ; une fois les entreprises intéressantes sélectionnées, la décision sera subordonnée aux appréciations du service informatique, afin d'examiner la compatibilité avec l'ensemble du système informatique de Nestlé ; enfin la demande de budget sera faite.

# CONCLUSION

Toutes les tâches relatives à l'indexation ont pu être menées et avec la nouvelle méthode de description de l'image, la liste des adjectifs de sentiment, la nouvelle liste des ambiances, l'indexation peut désormais se faire de manière plus organisée et efficace. Même si le thesaurus n'est pas encore applicable, étant donné que le projet de changement de logiciel suit son cours, la structure de base est tout de même créée.

La gestion d'un tel projet demande beaucoup d'organisation. Mais c'est l'occasion de mettre en pratique une grande part des enseignements théoriques de la maîtrise. D'autre part, l'autonomie et la responsabilité qui m'ont été confiées m'ont amenée à devoir prendre des décisions et ainsi de gagner en confiance. Enfin, cela a été l'occasion d'évoluer dans une structure importante où il faut prendre en compte de multiples enjeux ; cette expérience m'a montré qu'il est important de pouvoir analyser une information selon les différents points de vue et utilisations.

## ANNEXES



## Annexe 1 :

### Planning prévisionnel du déroulement du stage.

PLANNING PREVISIONNEL DU STAGE	
SEMAINE	TACHES PREVUES
3/06 - 7/06	Poursuite de l'examen des statistiques de requêtes.
	Elaboration et envoi du questionnaire à destination des usagers (délai accordé pour le retour de la réponse : 10 jours).
	Observation du travail de Chantal et Christine ; but : avoir de la matière pour pouvoir faire la description du service (cf rapport de stage) et comprendre les règles d'indexation existantes ; voir aussi ce que la création du thesaurus peut apporter dans leur travail quotidien.
10/06 - 14/06	Thesaurus : synthèse des premiers éléments positifs à sa création; première réflexion sur la manière de le construire et les impératifs de construction (contenu, mise à jour, ...).
	Première réflexion sur les modifications à apporter à l'indexation alliée à une première réflexion sur la méthode de description de l'image ; en parallèle, réflexion sur la restructuration de la base pour amener un seul fond sur le modèle de la Photothèque actuelle.
	Traitement des premières réponses aux questionnaires.
17/06 - 21/06	Thesaurus : première collecte de termes (en se basant au départ sur les termes proposés en aide à la recherche dans les menus déroulants de l'actuelle base client)
	Traitement des réponses aux questionnaires et prise des premiers rendez-vous pour les entretiens avec les utilisateurs les plus intéressants.
24/06 - 28/06	Thesaurus : poursuite de la collecte des termes et première organisation d'iceux.
	Entretiens avec les usagers à partir des questionnaires. Modification de l'indexation et méthode de description de l'image : poursuite de la réflexion.
1/07 - 5/07	Thesaurus : poursuite de la construction.
	Derniers entretiens avec les usagers.
	Traitement des réponses des derniers questionnaires et synthèse générale de l'enquête auprès des utilisateurs. Modification de l'indexation et méthode de description de l'image : poursuite de la réflexion.
8/07 - 12/07	Thesaurus : poursuite de la construction.
	Lancement prise de renseignements auprès des SSII proposant des logiciels adéquats et pouvant intégrer un thesaurus.
	Modification de l'indexation et méthode de description de l'image : premières propositions.
15/07 - 19/07	Thesaurus : poursuite de la construction.
	Modification de l'indexation et méthode de description de l'image : poursuite des propositions.
	Poursuite prise de renseignements auprès des SSII et lancements premiers appels d'offres.
22/07 - 26/07	Thesaurus : poursuite de la construction.
	Modification de l'indexation : premières mises en application (test).

	Poursuite des appels d'offres auprès des SSII.
29/07 - 02/08	Thesaurus : poursuite de la construction.
	Modification de l'indexation : application possible des propositions faites.
	Poursuite appels d'offres auprès des SSII.
5/08 - 09/08	Thesaurus : poursuite de la construction.
	Modification de l'indexation : premières applications réelles des propositions faites.
	Poursuite appels d'offres auprès des SSII.
12/08 - 16/08	Thesaurus : poursuite de la construction.
	Poursuite des appels d'offres auprès des SSII.
19/08 - 23/08	Thesaurus : poursuite de la construction.
	Première synthèse des réponses obtenues des SSII ; début de la constitution du dossier de demande de budget.
26/08 - 30/08	Thesaurus : fin de la construction.
	Fin de la constitution du dossier de demande de budget.

## Annexe 2 :

Questionnaire de l'enquête de besoin envoyé par mail.

CONSULTATION DU PERSONNEL DE NESTLE FRANCE CONCERNANT LA BANQUE IMAGES PATRIMOINE

Suivante	Précédente	Suivante	Précédente	Suivante	Précédente	Suivante	Précédente	Suivante	Précédente	Suivante	Précédente	Suivante
Dans quelle division travaillez-vous?	Précisez votre service	Quel poste occupez-vous?	Consultez-vous la Banque Images?	Quelle est votre fréquence de connexion à la Banque Images ?	Vous avez la possibilité de commander des duplis d'etiquas ou des fichiers haute déf. Combien de recherches aboutissent à une commande?		Pouvez-vous préciser à quelles fins vous recherchez les images (plusieurs réponses possibles) ?					
Votre choix : ▼		Votre choix : ▼ Autre (précisez) :	Votre choix : ▼	Votre choix : ▼	Votre choix : ▼	<input type="checkbox"/> Préparer un catalogue <input type="checkbox"/> Préparer une PLV <input type="checkbox"/> Préparer un argumentaire <input type="checkbox"/> Création d'une promotion <input type="checkbox"/> Rechercher une recette <input type="checkbox"/> Création d'une publicité / d'un pack <input type="checkbox"/> Passer un logo à une agence <input type="checkbox"/> Préparer un tract distributeur <input type="checkbox"/> Approvisionner votre page NIKITA <input type="checkbox"/> Approvisionner le site Internet <input type="checkbox"/> Retracer l'évolution d'un produit/d'une gamme <input type="checkbox"/> Faire une présentation Powerpoint Autres :						

- Votre choix :
- Achats
  - Assurance qualité
  - Boissons
  - Cérééal Partners France
  - Chocolat Confiserie
  - Coordination Epicerie
  - Coordination Internationale
  - Crèmes glacées Hors Foyer
  - Culinaire Desserts Laitiers
  - Davfrais
  - Davigel
  - Direction Marketing Consommateur
  - Direction Marketing et Communication Corporate
  - Export
  - Foodservice
  - Glaces
  - Herta
  - Immobilier
  - Juridique
  - Logistique
  - Marketing et Communication Corporate
  - NPLF
  - Nutrition
  - Surgelés
  - Trade Marketing Transversal

- Votre choix :
- Direction commerciale
  - Direction Marketing
  - Trade Marketing

- Votre choix :
- Assistante secrétaire
  - Chef de groupe
  - Chef de produit
  - Chef de projet
  - Directeur
  - Directeur général
  - Secrétaire de direction

- Votre choix :
- OUI
  - NON

- Votre choix :
- Moins d'une fois par mois
  - Moins d'une fois par semaine
  - 1 à 3 fois par semaine
  - 3 à 5 fois par semaine
  - 1 fois par jour
  - plus d'une fois par jour
  - plus de 5 fois par jour

- Votre choix :
- Plus de 5 fois sur 10
  - 5 fois sur 10
  - 3 fois sur 10
  - 1 fois sur 10
  - Jamais

Précédente	Suivante	Précédente	Suivante	Précédente	Suivante	Précédente	Suivante	Précédente	Suivante		
De quelle manière récupérez-vous les images ? (Plusieurs réponses possibles)		Le critère de recherche par la date permet de réduire le nombre de réponses : utilisez-vous ?		Vous recherchez les images plus souvent grâce :		Lorsque vous recherchez une image en utilisant les mots clés, vous utilisez plus souvent ceux-ci :		Comment trouvez-vous le principe de fonctionnement de la Banque Images ?		Combien de fois obtenez-vous une réponse positive à votre recherche ?	
<input type="checkbox"/> En faisant un Copier Coler de l'image <input type="checkbox"/> En faisant un Copier Coler du lien <input type="checkbox"/> En passant une Commande		Votre choix : ▼		Votre choix : ▼		Votre choix : ▼		Votre choix : ▼		Si vous n'obtenez pas souvent de réponse positive, pouvez-vous expliquer pourquoi ?	
		Votre choix : Toujours Souvent Peu souvent Jamais		Votre choix : aux listes déroulantes des critères de recherche à la recherche par mots clés		Votre choix : après sélection préalable dans les listes déroulantes directement		Votre choix : Très facile Facile Assez compliqué Trop compliqué		Votre choix : Dans 100 % des cas Dans 60 % des cas Dans 20 % des cas Dans moins de 20 % des cas	

Précédente	Suivante	Précédente	Suivante	Précédente	Suivante	Précédente	Suivante	Précédente	Suivante
Vous avez trouvé l'image souhaitée : en combien de recherche(s) l'avez-vous obtenue ?	Vous n'avez aucune réponse : pouvez vous décrire votre méthode pour modifier votre recherche ?	Par quels types de documents êtes-vous intéressé ?			Consultez-vous les fiches descriptives accompagnant les images ?	Les vocabulaires employés dans la description candida et/ou dans la description professionnelle vous permettent-ils de retrouver les images ?			
▼ Votre choix : ▼		Images de packagings simples	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼
		Images de packagings en ambiance	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼
		Images de recettes	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼
		Images de personnalités	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼
		Images de films	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼
		Images d'objets	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼
		Images de supports publicitaires	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼
		Images de personnes en situation de consommation	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼
		Images d'enfants	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼
		Images de bébés	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼
		Images de gammes de produits	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼	▼ Votre choix : ▼
		Autres thèmes importants pour vous :							

Votre choix :  
 1 essai  
 3 essais  
 5 essais  
 plus de 5 essais

Votre choix :  
 Très intéressé  
 Assez intéressé  
 Peu intéressé  
 Pas du tout intéressé

Votre choix :  
 OUI  
 NON

Votre choix :  
 Oui, dans 100 % des cas  
 Oui, dans 60 % des cas  
 Oui, dans 20 % des cas  
 Dans moins de 20 % des cas  
 Jamais

Précédente	Suivante	Précédente	Suivante	Précédente	Suivante	Précédente	Suivante	Précédente	Suivante	Précédente	Suivante		
L'image Master est une image numérique, déjà détourée, prête à l'emploi pour préparer un argumentaire, un catalogue, un tract, alimenter une page Internet ou Nikita : utilisez vous ?		L'image Master fait faire des économies à toute la chaîne graphique : pensez vous que l'utilisation qu'en font vos destinataires va :		Quels sont, selon vous, les points forts de la Banque Images ?		Quels sont, selon vous, les points faibles de la Banque Images ?		Quelles suggestions feriez-vous ?		Vous ne consultez pas la Banque Images parce que :		Quels sont habituellement vos besoins en image ?	
Votre choix :		▼		Votre choix :		▼		Votre choix :		▼		▼	

Votre choix :  
OUI  
NON

Votre choix :  
Augmenter  
Reste stable  
Diminuer  
Devenir systématique

Votre choix :  
Je n'en connaissais pas l'existence  
J'en connais l'existence mais je n'ai pas de besoins en images  
Je n'y ai pas trouvé ce que je cherchais  
Je délègue cette tâche  
J'ai d'autres sources d'approvisionnement en images

Quels services attendez-vous de la Banque Images ?

Gardez-vous des images dans votre service ?

Votre choix : ▼

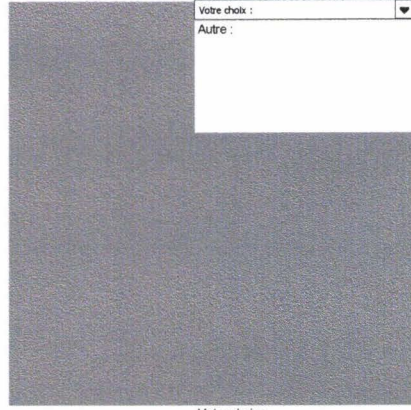
Si oui, quel part conservez-vous ?

Votre choix : ▼

Pour quelles raisons les gardez-vous ?

Votre choix : ▼

Autre :



Votre choix :

OUI

NON

Votre choix :

- 100%
- 80%
- 50%
- 30%
- 10%

Votre choix :

Les images sont confidentielles

Je ne pense pas à les mettre en banque



## Annexe 3 :

### Comparaison des listes d'ambiances.

Liste initiale :

LabelDétail	ListeKeyWord
AMBIANCE AMERIQUE DU SUD	AMBIANCE AMERIQUE DU SUD;SOMBRERO;CACTUS;PANCHO
AMBIANCE AUTOMNE	AMBIANCE AUTOMNE;CHALEUREUX;ROUX;FLOU;CHATOYANT
AMBIANCE BISTROT	AMBIANCE BISTROT;NAPPE;CARREAUX;RAYURE;VERRE;COUVERT
AMBIANCE CAMPAGNARDE	AMBIANCE CAMPAGNARDE;NAPPE;PANIER;TORCHON;BOUTEILLE
AMBIANCE COLLATION	AMBIANCE COLLATION;PLATEAU;GATEAU;TASSE;CAFETIERE;THEIERE;PICHET;VERSEUSE
AMBIANCE CONTEMPORAINE	AMBIANCE CONTEMPORAINE;TENDANCE ANNEE xxxx
AMBIANCE CONVIVIALE	AMBIANCE CONVIVIALE;NAPPE;VERRE;COUVERT

AMBIANCE CUISINE	AMBIANCE CUISINE;FOUET;CASSEROLE;POELE;RAME QUIN;TORCHON;ECUMOIRE;COUVERTS;B OIS;SALADIER
AMBIANCE DEPOUILLE SIMPLICITE	AMBIANCE DEPOUILLE SIMPLICITE
AMBIANCE EXOTIQUE	AMBIANCE EXOTIQUE;MAGHREBINE;ORIENTALE;CR EOLE;NOIX DE COCO;CITRONS VERTS;ANANAS;TISSU
AMBIANCE FESTIVE	AMBIANCE FESTIVE;NOEL;FIN D' ANNEE;PAQUES;SAPIN;BOULES;BOUGIES ;NAPPE;COUPES;CHAMPAGNE;SEAU A GLACE
AMBIANCE FEUTREE RAFFINEE	AMBIANCE RAFFINEE;RUBAN;PORCELAINES;ARGENTE RIE;DENTELLE;NAPPE;DAMASSEE
AMBIANCE FORME ET SANTE	AMBIANCE FORME ET SANTE;JUS D' ORANGE;FRUITS;CEREALES;LAIT;BOUQU ET;FLEURS;VASE
AMBIANCE LUDIQUE	AMBIANCE LUDIQUE;BILLE;BALADEUR;COULEUR VIVE;
AMBIANCE MARAICHERE	AMBIANCE MARAICHERE;LEGUMES;PANIER;CAGEOT; POIREAUX;TOMATES;SALADE;LAITUE;FR ISEE;CRESSON;PERSIL

AMBIANCE MARINE	AMBIANCE MARINE;FILET DE PECHE;ETOILE MER;SABLE;GALETS;
AMBIANCE MEDITERRANEENNE	AMBIANCE MEDITERRANEENNE;HUILE;OLIVES NOIRES;PARASOL;AROMATES;BASILIC
AMBIANCE MONTAGNARDE	AMBIANCE MONTAGNARDE;SAPIN;SKI;BATONS;NEIGE;GLACE;ROCHER
AMBIANCE ORFEVRERIE	AMBIANCE ORFEVRERIE;ECU;OR;BAGUE;COFFRET;BOIS;ECRIN
AMBIANCE PETIT DEJEUNER	AMBIANCE PETIT DEJEUNER;BOL;TASSE;SERVIETTE;JOURNAL;SUCRE;TARTINE;CROISSANT;VIENNOISERIE
AMBIANCE PRINTANIERE	AMBIANCE PRINTANIERE;HERBE;FLEURS;FRUITS;CERISES;FRAISES;FRAMBOISE;FEUILLAGE
AMBIANCE RUSTIQUE	AMBIANCE RUSTIQUE;TERROIR;NAPPE;VICHY;GRES;COUVERTS BOIS;CHEMINEE;GROSSEL;LARD;CORBEILLE;OSIER
AMBIANCE STUDIEUSE	AMBIANCE STUDIEUSE;CRAYON;FEUILLE PAPIER;PLANNING;CAHIER DE TEXTE;CARTABLE

Nouvelle liste (les slash servent à séparer le nom de l'ambiance, ses sous-découpages éventuels, ainsi que la liste des termes caractérisant l'ambiance) :

LabelDétailO	ListeKeyWord
AMBIANCE AMERIQUE DU SUD	AMBIANCE AMERIQUE DU SUD / SOMBRERO; CACTUS; PANCHO
AMBIANCE AUTOMNE	AMBIANCE AUTOMNE / CHALEUREUX; FLOU; ROUX; FLAMBOYANT
AMBIANCE BISTROT	AMBIANCE BISTROT / NAPPE; CARREAUX; RAYURE; VERRE; COUVERT
AMBIANCE CAMPAGNARDE	AMBIANCE CAMPAGNARDE / NAPPE; PANIER; TORCHON; BOUTEILLE
AMBIANCE COLLATION	AMBIANCE COLLATION / PLATEAU; GATEAU; TASSE; CAFETIERE; THEIERE; PICHET; VERSEUSE
AMBIANCE CONTEMPORAINE	AMBIANCE CONTEMPORAINE / TENDANCE ANNEE xxxx
AMBIANCE CONVIVIALE	AMBIANCE CONVIVIALE / RAFFINEE; BUFFET; REPAS / NAPPE; VERRE; COUVERTS; TABLE
AMBIANCE CUISINE	AMBIANCE CUISINE / FOUET; CASSEROLE; POELE; RAMEQUIN; TORCHON; ECUMOIRE; COUVERTS; BOIS; SALADIER
AMBIANCE DEPOUILLEE SIMPLICITE	AMBIANCE DEPOUILLEE SIMPLICITE
AMBIANCE EXOTIQUE	AMBIANCE EXOTIQUE / MAGHREBINE; ORIENTALE; ANTILLAISE / NOIX DE COCO; CITRONS VERTS; ANANAS; TISSU MADRAS; CARAMBOLE; FRUIT EXOTIQUE; PALMIER

AMBIANCE FESTIVE	AMBIANCE FESTIVE / CARNAVAL; HALLOWEEN; NOEL; FIN D'ANNEE; PAQUES / SAPIN; BOULES; BOUGIES; NAPPE; COUPES; CHAMPAGNE; SEAU A GLACE; SORCIERE; CITROUILLE; ARAIGNEE; OEUFS CHOCOLAT; LAPIN; MASQUE; COTILLONS; CONFETTI
AMBIANCE FEUTREE RAFFINEE	AMBIANCE FEUTREE RAFFINEE / RUBAN; PORCELAINE; ARGENTERIE; DENTELLE; NAPPE DAMASSEE
AMBIANCE LUDIQUE	AMBIANCE LUDIQUE / ENFANTINE / BILLE; BALADEUR; COULEURS VIVES; PELUCHE; JOUET
AMBIANCE MARAICHERE	AMBIANCE MARAICHERE / LEGUMES; PANIER; CAGEOT; POIREAUX; TOMATES; SALADE; LAITUE; FRISEE; CRESSON; PERSIL
AMBIANCE MARINE	AMBIANCE MARINE / FILET DE PECHE; ETOILE MER; SABLE; GALETS
AMBIANCE MEDITERRANEENNE	AMBIANCE MEDITERRANEENNE / ANDALOUSE; PROVENCALE; ITALIENNE / HUILE; OLIVES NOIRES; PARASOL; AROMATES; BASILIC; TOMATES
AMBIANCE MONTAGNARDE	AMBIANCE MONTAGNARDE / RANDONNEE / SAPIN; SKI; BATONS; NEIGE; GLACE; ROCHER; CHAUSSURES; SAC A DOS
AMBIANCE ORFEVRERIE	AMBIANCE ORFEVRERIE; ECU; OR; BAGUE; COFFRET; BOIS; ECRIN
AMBIANCE PETIT DEJEUNER	AMBIANCE PETIT DEJEUNER / BRUNCH / BOL; TASSE; SERVIETTE; JOURNAL; SUCRE; TARTINE; CROISSANT; VIENNOISERIE

AMBIANCE PRINTANIERE	AMBIANCE PRINTANIERE / HERBE; FLEURS; FRUITS; CERISES; FRAISES; FRAMBOISES; FEUILLAGE
AMBIANCE RUSTIQUE	AMBIANCE RUSTIQUE / TERROIR / NAPPE; VICHY; GRES; COUVERTS; BOIS; CHEMINEE; GROS SEL; LARD; CORBEILLE; OSIER
AMBIANCE STUDIEUSE	AMBIANCE STUDIEUSE; CRAYON; FEUILLE PAPIER; PLANNING; CAHIER DE TEXTE; CARTABLE
AMBIANCE CLAIRE	AMBIANCE CLAIRE / COLOREE/ LUMIERE; FOND CLAIR
AMBIANCE SPORTIVE	AMBIANCE SPORTIVE / FORME ET SANTE / JUS D'ORANGE; FRUITS; CREALES; LAIT; BOUQUET; FLEURS; VASE; SERVIETTE EPONGE; SAC DE SPORT
AMBIANCE CHAMPETRE	AMBIANCE CHAMPETRE / PIQUE NIQUE / VERDURE; HERBE; NAPPE; TABLE; PLATEAU; BOIS
AMBIANCE FRAICHE ET ACIDULEE	
AMBIANCE FRAICHE	

## Annexe 4 :

### Thesaurus de la Banque Images de Nestlé France

#### Liste hiérarchique :

Vocabulaire professionnel

Alimentaire

Cuisine

Aliment

Loisir

Géographie

Personnes et comportements

Objets

Nature

#### Liste alphabétique

## Restriction au champ sémantique « Vocabulaire professionnel »

### PACKAGING

PACKAGING SIMPLE  
PACKAGING EN AMBIANCE  
TYPE DE PACKAGING

BAC  
BALLOTIN  
BARQUETTE  
BERLINGOT  
BIDON  
BOITE  
BOL  
BOMBE  
BOUTEILLE  
BRIQUE  
ETIQUETTE  
ETUI  
FLACON  
HABILLAGE  
PACK  
POCHE  
POT  
SAC  
SACHET  
COFFRET  
DOSETTE  
TUBE

### PERSONNAGE

YOCO  
GROQUIK  
QUICKY  
OURS BLEU NESTLE  
GENIE CROUSTIBAT  
KIM  
DISNEY

DINGO  
MICKEY

EP GOOFY

### DOCUMENT

PHOTOGRAPHIE  
LOGO  
SUPPORT

AFFICHE  
COFFRET  
CONCOURS  
COUPONNING  
ECHANTILLON  
FICHE RECETTE  
MAILING  
MENU  
MERCHANDISING  
OBJET  
PRESSE

### IMAGE

IMAGE ANIMEE  
FOND  
IMAGE FIXE  
FLOU ARTISTIQUE

### SON



**METIER**

BOULANGER-PATISSIER  
CHEF CUISINIER  
CUISINIER  
FLEURISTE  
FROMAGER  
JARDINIER  
JOURNALISTE  
PAYSAN  
PROFESSEUR UNIVERSITE  
SERVEUR  
VENDEUR REPRESENTANT  
MEDECIN  
PROFESSEUR

EP DOCTEUR  
EP MAITRE D'ECOLE

**EVENEMENT**

SALON  
EXPOSITION  
CONGRES  
INAUGURATION  
REPORTAGE

BATIMENT  
MANIFESTATION  
REUNION  
SERVICE NESTLE

**ENTREPRISE**

FESTIVAL  
BATIMENT

USINE  
COMMERCE  
SIEGE SOCIAL  
HABITATION

RESTAURATION

RESTAURANT  
CAFETERIA

COMMUNICATION

MAILING  
CLUB NESTLE

PERSONNEL

DIRECTEUR

**ADJOINT**

DIRECTEUR

SECRETAIRE  
COLLABORATRICE

Restriction au domaine « Alimentation » :

Restriction au champ sémantique « Aliment » du domaine « Alimentation » :

ALIMENT			
	FRUIT		
		AGRUME	
			CITRON CLEMENTINE ORANGE PAMPLEMOUSSE
		FRAISE FRAMBOISE PECHE PRUNE POMME GROSEILLE MURE POIRE BANANE CERISE RAISIN	
			GRAPPE DE RAISIN
	VIANDE	ABRICOT	
		BŒUF CHEVAL CHEVRE MOUTON LAPIN AGNEAU PORC VEAU VOLAILLE	
			POULE POULET COQ DINDE CANARD
	CRUSTACE	CRABE LANGOUSTE HOMARD ECREVISSE CREVETTE	
	POISSON	CALMAR THON CABILLAUD MORUE SAUMON ANGUILLE SARDINE MAQUEREAU ROUGET	EP CALAMAR
	LEGUME	CHAMPIGNON	

	CHAMPIGNON DE PARIS	
	BOLET	
	CEPE	
	GIROLLE	
	MORILLE	
	CHAMPIGNON NOIR	
	CHAMPIGNON A LA CREME	
	AIL	
	GOUSSE D'AIL	
	OIGNON	
	ECHALOTE	
	POIVRE	
	GRAIN DE POIVRE	
	POIVRON	
	POMME DE TERRE	
	HARICOT	
	HARICOT BLANC	
	HARICOT ROUGE	
	HARICOT VERT	
	FEVE	
	CAROTTE	
	TOMATE	
	BETTERAVE	
	POIREAU	
	CELERI	
	CELERI EN BRANCHE	
	CELERI RAVE	
	SALADE	
	FRISEE	
	LAITUE	
	SCAROLE	
	FEUILLE DE CHENE	
	BATAVIA	
	POIS CASSE	
	LENTILLE	
	POIS CHICHE	
AROMATE	BASILIC	
	PERSIL	
	THYM	
	CIBOULETTE	
	ROMARIN	MENTHE
	CUMIN	
CEREALE	RIZ	
	BLE	
	ORGE	
	MAIS	
	AVOINE	
PAIN	PAIN DE SON	
	PAIN DE CAMPAGNE	
SAUCE	BECHAMEL	
	BEARNAISE	
	BOLOGNAISE	
	MAYONNAISE	
SUCRE	SUCRE CANDI	

	SUCRE DE CANNE		
	CASSONADE		
	CARAMEL		
HUILE			
	HUILE D'OLIVE		
	HUILE DE TOURNESOL		
	HUILE D'ARACHIDE		
	HUILE DE COLZA		
	HUILE DE SOJA		
CONDIMENT			
	MOUTARDE		
	VINAIGRE		
	SEL		
	POIVRE		
BOISSON			
	JUS DE FRUIT		
		JUS D'ORANGE	
		JUS DE POMME	
		JUS D'ANANAS	
		COCKTAIL DE FRUITS	
	EAU		
		EAU MINERALE	
		EAU GAZEUSE	
	ALCOOL		
		VIN	
			VIN ROUGE
			VIN BLANC
			VIN ROSE
			CHAMPAGNE
		CIDRE	
		BIERE	
		WHISKY	
	THE		
	CAFE		
	CHOCOLAT		
PRODUIT LAITIER			
	FROMAGE		
		EMMENTAL	
		GRUYERE	
		CAMEMBERT	
		ROQUEFORT	
		FROMAGE DE CHEVRE	
		MUNSTER	
		FETA	
	BEURRE		
		BEURRE DEMI-SEL	
		BEURRE DOUX	
	LAIT		
		LAIT EN POUDRE	
		LAIT CONCENTRE SUCRE	EP LCS
		LAIT CONCENTRE NON SUCRE	EP LCNS
	CREME		
		CREME FRAICHE	
	YAOURT		
		YAOURT A BOIRE	
		YAOURT AROMATISE	
		YAOURT AUX FRUITS	
		YAOURT NATURE	
CHARCUTERIE			
	SALAMI		

BACON  
JAMBON  
SAUCISSE  
SAUCISSON

Restriction au domaine « Alimentation » :

Restriction au champ sémantique « Cuisine » du domaine « Alimentation » :

CUISINE

VAISSELLE

ASSIETTE  
COUVERT

COUTEAU  
CUILLERE

CUILLERE A SOUPE  
CUILLERE A CAFE  
CUILLERE A DESSERT

FOURCHETTE  
COUVERT A POISSON

VERRE

VERRE A VIN  
VERRE A EAU  
VERRE A PIED

TASSE

MUG

SOUS-TASSE  
POT

POT A LAIT  
THEIERE

USTENSILE

CASSEROLE  
FAITOUT  
CHINOIS  
CISEAU DE CUISINE  
COMBI CUIT-VAPEUR  
COUTEAU

EP FAIT-TOUT

VA MARMITE

EPLUCHEUR  
ECUMOIRE  
FOUET  
PASSOIRE  
PELLE A TARTE  
SPATULE  
LOUCHE  
MOULE

COUTEAU A DESOSSER  
EP ECONOMOME  
EP ECUMETTE

MOULE A CAKE  
MOULE A CHARLOTTE  
TOURTIERE  
MOULE A SAVARIN

EP MOULE A TARTE

CUILLERE EN BOIS  
POELE  
MARMITE  
ROULETTE A DECOUPER  
RECIPIENT

VA FAITOUT

PLAT  
RAMEQUIN  
SALADIER  
COUPE  
COUPELLE

ACCESSOIRE DE CUISINE  
GANT DE CUISINE  
MANIQUE  
LIVRE DE CUISINE

	MINUTEUR DE CUISINE	
	POIVRIER	
	SALIERE	
	TABLIER	
	TIRE-BOUCHON	
APPAREIL	TORCHON	
	FOUR	
	FOUR A MICRO-ONDES	
	GRILLE-PAIN	
CUISSON	CAFETIERE	
	FRITURE	
	PAPILLOTE	
PLAT		
	ENTREE	
		FRIAND
		PETIT FOUR
		TABOULE
		TOURTE
		CREPE
	PATE (ALIMENTAIRE)	
		LASAGNE
		CANNELLONI
	GRATIN	
	ŒUF	
		ŒUF EN GELEE
		ŒUF SUR LE PLAT
		OMELETTE
		ŒUF BROUILLE
		ŒUF MOLLET
		ŒUF A LA COQUE
	DESSERT	
		COMPOTE
		CONFITURE
		CREME
		MARMELADE
		CHANTILLY
		CREME RENVERSEE
		CREME PATISSIERE
		CREME ANGLAISE
		GLACE
		SORBET
		CREME GLACEE
		GLACE A L'EAU
		CREPE SUCREE
		BLINIS
		PANCAKE
	PATISSERIE	
		VIENNOISERIE
		CROISSANT
		PETIT PAIN
		PAIN AUX RAISINS
		CHAUSSON
		GATEAU
		CAKE
		CHARLOTTE
		TARTE
		ENTREMET

FLAN

CLAFOUTIS

FAR BRETON

FAR AUX PRUNEAUX

CREME

CREMES AUX ŒUFS

CREME BRULEE

PETIT CHOU

PROFITEROLLE

BRIOCHE



Restriction au domaine « Loisir » :

LOISIR

SPORT

JUDO  
FOOTBALL  
BASKET-BALL  
HANDBALL  
TENNIS  
RAFTING  
ESCALADE  
RANDONNEE  
ROLLER DE RUE

ACCESSOIRE DE SPORT

BALLON

BALLON DE FOOTBALL  
BALLON DE BASKET-BALL  
BALLON DE RUGBY  
BALLON DE HAND-BALL

BALLE  
BOULE

BOULE DE PETANQUE

BILLE  
RAQUETTE  
FILET  
PANIER  
PLANCHE

PLANCHE A ROULETTES EP

SKATEBOARD

PLANCHE DE SURF  
PLANCHE A VOILE

SAC

SAC BANDOULIERE  
SAC DE SPORT  
SAC A DOS  
SAC BANANE  
SAC DE COUCHAGE  
SAC MARIN

EP SAC

DE PLAGE

LUNETTES DE NATATION  
MAILLOT

MAILLOT DE RUGBY  
MAILLOT DE FOOTBALL  
EP PATINETTE

TROTINETTE  
CHAUSSURE  
BATEAU

BATEAU PNEUMATIQUE  
EP BICYCLETTE  
VELO TOUT TERRAIN

EP VTT

VELO

PATIN

PATIN A GLACE  
PATIN A ROULETTE

ROLLER

JEU

JEU DE SOCIETE  
JEU DE CARTES

JOUET

TOUPIE  
MASQUE

	FIGURINE PELUCHE		
LIEU	PARC	PARC DISNEY	EP EURODISNEY
	STADE DE FRANCE ROLLAND-GARROS		
FETE	NOEL	SAPIN DE NOEL PERE NOEL GUIRLANDE	
	HALLOWEEN	SORCIERE CITROUILLE FANTOME CHAUVE-SOURIS ARAIGNEE	
	PAQUES		

Restriction au domaine « Objet » :

OBJET	GADGET	STYLO LUNETTES	LUNETTES DE SOLEIL
		CARTE CALCULATRICE AUTOCOLLANT DECALCOMANIE	EP CALCULETTE
	DOMESTIQUE	SERVIETTE	SERVIETTE DE PLAGE EP DRAP DE
BAIN		GANT DE TOILETTE SET DE TABLE PEIGNOIR NAPPE COUVERTURE BAVOIR BIJOU	
		FOULARD	MONTRE BROCHE BRACELET
		VALISE	BANDANA
	MEDIA	ORDINATEUR	
		TELEVISION RADIO BALADEUR TELEPHONE	SOURIS EP TV EP WALKMAN TELEPHONE PORTABLE

Restriction au domaine « Nature » :

NATURE

PAYSAGE

CAMPAGNE

PRE  
CHAMP  
ARBRE

CACAOYER  
CAFEIER  
POMMIER  
ARBUSTE  
VIGNE  
LAURIER  
SAPIN  
LIERRE

FLEUR

MIMOSA  
MARGUERITE

HERBE  
LAC  
FORET  
HAIE  
PLANTE

HOUX  
LIERRE

FEUILLE  
FEUILLAGE  
CHEMIN  
TERRE  
TRACTEUR  
VERDURE

MONTAGNE

NEIGE  
BONHOMME DE NEIGE  
SKIEUR

VILLE

CENTRE VILLE

MER

PALMIER  
SABLE

ANIMAL

BANQUISE

MAMMIFERE

CHAT  
CHIEN  
COCHON  
RONGEUR  
OURS  
DAUPHIN  
VACHE

OISEAU

PERROQUET

REPTILE

CROCODILE

CIEL

ASTRE

LUNE  
SOLEIL

ETOILE  
ETOILE FILANTE  
PLANETE  
COUCHER DE SOLEIL  
COURS D'EAU  
FLEUVE  
RIVIERE

**Restriction au domaine « Géographie » :**

**GEOGRAPHIE**

**PAYS**

AFRIQUE DU SUD  
ITALIE  
NOUVELLE ZELANDE  
COTE D'IVOIRE

**REGION**

ANTILLES-GUYANE  
LA REUNION  
NORMANDIE

**VILLE (MUNICIPALITE)**

NOISIEL  
MARNE LA VALLEE

## Restriction au domaine « Personnes et comportements » :

### PERSONNES ET COMPORTEMENTS

#### PERSONNE

PETITE FILLE  
FILLE  
FEMME  
JEUNE FEMME  
PETIT GARCON  
JEUNE HOMME  
HOMME  
GARCON  
GROUPE

#### SENTIMENT

CONTENT  
HEUREUX  
JOYEUX  
SATISFAIT  
DECU

#### ATTITUDE

SOURIANT  
TIMIDE  
REVEUR  
CONTEMPLATIF  
PENSIF  
RIEUR  
MALICIEUX

#### SENSATION

AFFAME

#### FAMILLE

PARENT

PERE  
MERE

EP PAPA  
EP MAMAN

GRAND PARENT

GRAND-PERE  
GRAND-MERE

COUPLE  
ENFANT  
CONSOMMATION

MOMENT DE CONSOMMATION

ACHAT  
PIQUE-NIQUE  
DEGUSTATION

CONSOMMATEUR

# LISTE ALPHABETIQUE



ABRICOT  
ACCESSOIRE DE CUISINE  
ACCESSOIRE DE SPORT  
ACHAT  
AFFAME  
AFFICHE  
AFRIQUE DU SUD  
AGNEAU  
AGRUME  
AIL  
ALCOOL  
ALIMENT  
ANGUILLE  
ANIMAL  
ANTILLES-GUYANE  
APPAREIL  
APPLE MINIS  
ARAIGNEE  
ARBRE  
ARBUSTE  
AROMATE  
ASSIETTE  
ASTRE  
ATTITUDE  
AUTOCOLLANT  
AVOINE  
BAC  
BACON  
BALADEUR  
BALLE  
BALLON  
BALLON DE BASKET-BALL  
BALLON DE FOOTBALL  
BALLON DE HAND-BALL  
BALLON DE RUGBY  
BALLOTIN  
BANANE  
BANDANA  
BANQUISE  
BARQUETTE  
BASILIC  
BASKET-BALL  
BATAVIA  
BATEAU  
BATEAU PNEUMATIQUE  
BATIMENT  
BAVOIR  
BEARNAISE  
BECHAMEL  
BERLINGOT  
BETAIL  
BETTERAVE  
BEURRE  
BEURRE DEMI-SEL  
BEURRE DOUX  
Bicyclette  
BIDON  
BIERE  
BIJOU  
BILLE

BLE  
BLINIS  
BŒUF  
BOISSON  
BOITE  
BOL  
BOLET  
BOLOGNAISE  
BOMBE  
BONHOMME DE NEIGE  
BOULANGER-PÂTISSIER  
BOULE  
BOULE DE PETANQUE  
BOUTEILLE  
BRACELET  
BRIOCHE  
BRIQUE  
BROCHE  
CABILLAUD  
CACAOYER  
CAFÉ  
CAFÉIER  
CAFETERIA  
CAFÉTIÈRE  
CAKE  
Calamar  
CALCULATRICE  
Calcullette  
CALMAR  
CAMEMBERT  
CAMPAGNE  
CANARD  
CANNELLONI  
CARAMEL  
CAROTTE  
CARTE  
CASSEROLE  
CASSONADE  
CELÉRI  
CELÉRI EN BRANCHE  
CELÉRI RAVE  
CENTRE VILLE  
CEPE  
CÉREALE  
CERISE  
CHAMP  
CHAMPAGNE  
CHAMPIGNON  
CHAMPIGNON A LA CRÈME  
CHAMPIGNON DE PARIS  
CHAMPIGNON NOIR  
CHANTILLY  
CHARCUTERIE  
CHARLOTTE  
CHAT  
CHAUSSON  
CHAUSSURE  
CHAUVE-SOURIS  
CHEF CUISINIER  
CHEMIN

CHEVAL  
CHEVRE  
CHIEN  
CHINOIS  
CHOCOLAT  
CIBOULETTE  
CIDRE  
CIEL  
CISEAU DE CUISINE  
CITRON  
CITROUILLE  
CLAFOUTIS  
CLEMENTINE  
CLUB NESTLE  
COCHON  
COCKTAIL DE FRUITS  
COFFRET  
COLLABORATRICE  
COMBI CUIT-VAPEUR  
COMMERCE  
COMMUNICATION  
COMPOTE  
CONCOURS  
CONDIMENT  
CONFITURE  
CONGRES  
CONSOUMMATEUR  
CONSOUMMATION  
CONTEMPLATIF  
CONTENT  
COQ  
COTE D'IVOIRE  
COUCHER DE SOLEIL  
COUPE  
COUPELLE  
COUPLE  
COUPONNING  
COURS D'EAU  
COUTEAU  
COUTEAU A DESOSSER  
COUVERT  
COUVERT A POISSON  
COUVERTURE  
CRABE  
CREME  
CREME ANGLAISE  
CREME BRULEE  
CREME FRAICHE  
CREME GLACEE  
CREME PATISSIERE  
CREME RENVERSEE  
CREMES AUX ŒUFS  
CREPE  
CREVETTE  
CROCODILE  
CROISSANT  
CRUSTACE  
CUILLERE  
CUILLERE A CAFE  
CUILLERE A DESSERT

CUILLERE A SOUPE  
CUILLERE EN BOIS  
CUISINE  
CUISINIER  
CUISSON  
CUMIN  
DAUPHIN  
DECALCOMANIE  
DECU  
DEGUSTATION  
DESSERT  
DINDE  
DINGO  
DIRECTEUR  
DIRECTEUR ADJOINT  
DISNEY  
*Docteur*  
DOCUMENT  
DOMESTIQUE  
DOSETTE  
Drap de bain  
EAU  
EAU GAZEUSE  
EAU MINERALE  
ECHALOTE  
ECHANTILLON  
ECONOME  
ECREVISSE  
ECUMETTE  
ECUMOIRE  
EMMENTAL  
ENFANT  
ENTREE  
ENTREMET  
ENTREPRISE  
EPLUCHEUR  
ESCALADE  
ETANG  
ETIQUETTE  
ETOILE  
ETOILE FILANTE  
ETUI  
*Eurodisney*  
EVENEMENT  
EXPOSITION  
FAITOUT  
*Fait-tout*  
FAMILLE  
FANTOME  
FAR AUX PRUNEAUX  
FAR BRETON  
FEMME  
FESTIVAL  
FETA  
FETE  
FEUILLAGE  
FEUILLE  
FEUILLE DE CHENE  
FEVE  
FICHE RECETTE

FIGURINE  
FILET  
FILLE  
FITNESS  
FLACON  
FLAN  
FLANBY  
FLEUR  
FLEURISTE  
FLEUVE  
FLOU ARTISTIQUE  
FOND  
FOOTBALL  
FORET  
FOUET  
FOULARD  
FOUR  
FOUR A MICRO-ONDES  
FOURCHETTE  
FRAISE  
FRAMBOISE  
FRIAND  
FRISEE  
FRITURE  
FROMAGE  
FROMAGE DE CHEVRE  
FROMAGER  
FRUIT  
GADGET  
GANT DE CUISINE  
GANT DE TOILETTE  
GARCON  
GATEAU  
GENIE CROUSTIBAT  
GEOGRAPHIE  
GIROLLE  
GLACE  
GLACE A L'EAU  
Goofy  
GOUSSE D'AIL  
GRAIN DE POIVRE  
GRAND PARENT  
GRAND-MERE  
GRAND-PERE  
GRAPPE DE RAISIN  
GRATIN  
GRILLE-PAIN  
GROQUIK  
GROSEILLE  
GROUPE  
GRUYERE  
GUIRLANDE  
HABILLAGE  
HABITATION  
HAIE  
HALLOWEEN  
HANDBALL  
HARICOT  
HARICOT BLANC  
HARICOT ROUGE

HARICOT VERT  
HERBE  
HEUREUX  
HOMARD  
HOMME  
HOUX  
HUILE  
HUILE D'ARACHIDE  
HUILE DE COLZA  
HUILE DE SOJA  
HUILE DE TOURNESOL  
HUILE D'OLIVE  
IMAGE  
IMAGE ANIMEE  
IMAGE FIXE  
INAUGURATION  
ITALIE  
JAMBON  
JARDINIER  
JEU  
JEU DE CARTES  
JEU DE SOCIETE  
JEUNE FEMME  
JEUNE HOMME  
JOUET  
JOURNALISTE  
JOYEUX  
JUDO  
JUS D'ANANAS  
JUS DE FRUIT  
JUS DE POMME  
JUS D'ORANGE  
KIM  
KIX  
KREMLY  
LA REUNION  
LAC  
LAIT  
LAIT CONCENTRE NON SUCRE  
LAIT CONCENTRE SUCRE  
LAIT EN POUVRE  
LAITUE  
LANGOUSTE  
LAPIN  
LASAGNE  
LAURIER  
Lcns  
Lcs  
LEGUME  
LENTILLE  
LIERRE  
LIEU  
LIVRE DE CUISINE  
LOGO  
LOISIR  
LOUCHE  
LUNE  
LUNETTES  
LUNETTES DE NATATION  
LUNETTES DE SOLEIL

MAILING  
MAILLOT  
MAILLOT DE FOOTBALL  
MAILLOT DE RUGBY  
MAIS  
Maitre d'école  
MALICIEUX  
Maman  
MAMMIFERE  
MANIFESTATION  
MANIQUE  
MAQUEREAU  
MARGUERITE  
MARMELADE  
MARMITE  
MARNE LA VALLEE  
MASQUE  
MAYONNAISE  
MEDECIN  
MEDIA  
MENTHE  
MENU  
MER  
MERE  
MERCHANDISING  
METIER  
MICKEY  
MIMOSA  
MINUTEUR DE CUISINE  
MOMENT DE CONSOMMATION  
MONTAGNE  
MONTRE  
MORILLE  
MORUE  
MOULE  
MOULE A CAKE  
MOULE A CHARLOTTE  
MOULE A SAVARIN  
Moule à tarte  
MOUTARDE  
MOUTON  
MOUTON  
MUG  
MUNSTER  
MURE  
NAPPE  
NATURE  
NEIGE  
NOEL  
NOISIEL  
NORMANDIE  
NOUVELLE ZELANDE  
OBJET  
ŒUF  
ŒUF BROUILLE  
ŒUF EN GELEE  
ŒUF MOLLE  
ŒUF SUR LE PLAT  
OIGNON  
OISEAU

OMELETTE  
ORANGE  
ORDINATEUR  
ORGE  
OURS  
OURS BLEU NESTLE  
PACK  
PACKAGING  
PACKAGING EN AMBIANCE  
PACKAGING SIMPLE  
PAIN  
PAIN AUX RAISINS  
PAIN DE CAMPAGNE  
PAIN DE SON  
PALMIER  
PAMPLEMOUSSE  
PANCAKE  
PANIER  
Papa  
PAPILLOTE  
PAQUES  
PARC  
PARC DISNEY  
PARENT  
PASSOIRE  
PATE (ALIMENTAIRE)  
PATE  
PATIN  
PATIN A GLACE  
PATIN A ROULETTE  
PATINETTE  
PATISSERIE  
PAYS  
PAYSAGE  
PAYSAN  
PECHE  
PEIGNOIR  
PELLE A TARTE  
PELUCHE  
PENSIF  
PERE  
PERE NOEL  
PERROQUET  
PERSIL  
PERSONNAGE  
PERSONNE  
PERSONNEL  
PERSONNES ET COMPORTEMENTS  
PETIT CHOU  
PETIT FOUR  
PETIT GARCON  
PETIT PAIN  
PETITE FILLE  
PHOTOGRAPHIE  
PIQUE-NIQUE  
PLANCHE  
PLANCHE A DECOUPER  
PLANCHE A ROULETTE  
PLANCHE A VOILE  
PLANCHE DE SURF



PLANETE  
PLANTE  
PLAT  
POCHE  
POELE  
POIRE  
POIREAU  
POIS CASSE  
POIS CHICHE  
POISSON  
POIVRE  
POIVRIER  
POIVRON  
POMME  
POMME DE TERRE  
POMMIER  
PORC  
POT  
POT A LAIT  
POULE  
POULET  
PRE  
PRESSE  
PRODUIT LAITIER  
PROFESSEUR  
PROFESSEUR UNIVERSITE  
PROFITEROLLE  
PRUNE  
PUBLIC  
QUICKY  
RADIO  
RAFTING  
RAISIN  
RAMEQUIN  
RANDONNEE  
RAQUETTE  
RECIPIENT  
REGION  
REPORTAGE  
RESTAURANT  
RESTAURATION  
REUNION  
REVEUR  
RICORE  
RIEUR  
RIVIERE  
RIZ  
ROLLER  
ROLLER DE RUE  
ROMARIN  
ROQUEFORT  
ROUGET  
ROULETTE A DECOUPER  
SABLE  
SAC  
SAC A DOS  
SAC BANANE  
SAC BANDOULIERE  
SAC DE COUCHAGE  
Sac de plage

SAC DE SPORT  
SAC MARIN  
SACHET  
SALADE  
SALADIER  
SALAMI  
SALIERE  
SALON  
SAPIN  
SAPIN DE NOEL  
SARDINE  
SATISFAIT  
SAUCE  
SAUCISSE  
SAUCISSON  
SAUMON  
SCAROLE  
SECRETAIRE  
SEL  
SENSATION  
SENTIMENT  
SERVEUR  
SERVICE NESTLE  
SERVIETTE  
SERVIETTE DE PLAGE  
SET DE TABLE  
SIEGE SOCIAL  
Skateboard  
SKIEUR  
SOLEIL  
SORBET  
SORCIERE  
SOURIANT  
SOURIS  
SOUS-TASSE  
SPATULE  
SPORT  
STYLO  
SUCRE  
SUCRE CANDI  
SUCRE DE CANNE  
SUPPORT  
TABLIER  
TABOULE  
TARTE  
TASSE  
TELEPHONE  
TELEPHONE PORTABLE  
TELEVISION  
TENNIS  
TERRE  
THE  
THEIERE  
THON  
THYM  
TIMIDE  
TIRE-BOUCHON  
TOMATE  
TORCHON  
TOUPIE

TOURTE  
TOURTIERE  
TRACTEUR  
TROTINETTE  
TUBE  
Tv  
TYPE DE PACKAGING  
USINE  
USTENSILE  
VACHE  
VAISSELLE  
VALISE  
VEAU  
VELO  
VELO TOUT TERRAIN  
VENDEUR REPRESENTANT  
VERDURE  
VERRE  
VERRE A EAU  
VERRE A PIED  
VERRE A VIN  
VIANDE  
VIENNOISERIE  
VIGNE  
VILLE  
VIN  
VIN BLANC  
VIN ROSE  
VIN ROUGE  
VINAIGRE  
VOCABULAIRE PROFESSIONNEL  
VOLAILLE  
Vtt  
WALKMAN  
WHISKY  
YAOURT  
YAOURT A LA GRECQUE  
YOCO