

Les Cahiers de l'ILCEA      Numéro 9 – 2007  
« L'implicite & les écrits de l'entreprise »

ISBN 978-2-84310-104-5    ISSN 1639-6073  
Prix : 13 euros

Avant-propos

Secteurs d'activité

L'implicite dans le discours des grandes entreprises sur leur responsabilité sociale  
Catherine Resche (Université Paris-Assas – Paris 2)

L'implicite dans deux campagnes de communication du New York Stock Exchange (1920-1970)  
Michel Van der Yeught (Université de Toulon)

Le discours des marchands du péché et l'implicite de la quête d'honneur : le domaine des jeux de hasard et d'argent  
Shaeda Isani (Université Stendhal-Grenoble 3)

Le sport et l'implicite de la prédation  
Christian Leblond (Université Stendhal-Grenoble 3)

L'implicite et l'art de positiver : rapport d'activité de DaimlerChrysler 2005, Allemagne  
Claire Allignol (Université Stendhal-Grenoble3)

Bière ou vodka ? Illustrations du rôle de l'implicite dans la publicité en Russie.  
Valéry Kossov (Université Stendhal-Grenoble 3)

Case Study: Danone. Ideas behind words  
Chris Durban (Traductrice indépendante)

Genres

Because crisis happens: Analysing the Implicit in Parmalat's crisis press releases  
Paola Catenaccio (University of Milan)

Lexical Analysis of Implicit Promotional Devices in Bank Annual Reports  
Donatella Malavasi (University of Modena and Reggio Emilia)

Quand l'entreprise s'intéresse à la littérature...  
Mireille Hardy (Université de Cherbourg)

In vino veritas ?  
Autobiographie et stratégie marketing :  
Le cas de l'entreprise Mondavi (Napa Valley, Californie)  
Séverine Wozniak, (Université Pierre-Mendès-France – Grenoble 2)