

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE
MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE
SCIENTIFIQUE

UNIVERITE ABDELHAMID IBN BADIS – MOSTAGANEM-

FACULTE DES LANGUES ETRANGERES

FILIERE langue française



UNIVERSITE
Abdelhamid Ibn Badis
MOSTAGANEM

Mémoire de fin d'étude pour l'option du diplôme de master

MASTER : Langue et Communication

Thème :

*L'usage de la langue française au sein de
l'entreprise de service hygiène industrielle
SHDI*

Le rapporteur : Mr. MILIANI Hadj

Réalisé par :

Membres de jury :

Mme. LATROCH Manel

Président : BENCHEHIDA Mansour

Examineur : TIRENIFI Mohammed Badr

Année universitaire : 2020/ 2021

Remerciements

Je tiens vraiment à exprimer ma profonde gratitude et mes remerciements à mon encadreur Mr.MILIANI pour ses orientations et ses précieux conseils.

Je remercie aussi le personnel pédagogique qui nous a formés pendant le parcours universitaire, et toute personne qui m'a aidée de près ou loin pour l'élaboration de ce modeste travail.

Dédicace

Je dédie ce mémoire à mes chers parents pour leur précieux soutien moral, que Dieu leur procure bonne santé et longue vie.

A mes sœurs pour l'encouragement permanent.

A mon mari qui me pousse vers le haut.

A ma belle-famille et à tous mes amies.

Table des matières

Introduction Générale.....	6
Problématique	6
Méthodologie de recherche.....	7

CHAPITRE I : Langue et communication en entreprise en Algérie

Introduction :	10
1 Les différentes langues parlées et écrites en Algérie :	10
1.1 L'arabe classique:.....	10
1.2 L'arabe algérien :	11
1.3 Le français :	11
1.4 Le tamazight :.....	12
1.5 Le français... un cas bien particulier !	13
2 La communication en entreprise :	14
2.1 La définition de la communication :	14
2.2 La Communication d'entreprise	14
3 Les types de la communication d'entreprise :	15
3.1 La communication externe :	15
3.1.1 La communication institutionnelle:.....	15
3.1.2 La communication marketing:.....	15
3.2 La communication interne:.....	16
3.2.1 La communication interpersonnelle:	16
3.2.2 La communication fonctionnelle:.....	16
Conclusion :	17

CHAPITRE II : Méthodologie et démarche de l'enquête

Introduction	19
1 Présentation de l'enquête :	19
2 Les outils de l'enquête :	19
3 Le choix de l'échantillon :	19
4 Les séances de déroulement de l'enquête :	20
Conclusion	20

CHAPITRE III : Analyse des réponses

1 Analyse de réponses adressées par les responsables de l'entreprise	22
2 Analyse , réponses des clients de l'entreprise	24
3 Un entretien avec le général manager de l'entreprise	27
4 Analyse d'entretien	28
5 Exemple d'un mail professionnel	29
6 Le logo de l'entreprise.....	29
7 Exemple d'une fiche technique.....	30
Conclusion	31
Bibliographie.....	33
Annexe.....	

Introduction générale :

L'Algérie est considérée comme un pays plurilingue car elle se caractérise par une richesse en matière de langue dont la langue arabe qui est la langue maternelle tandis que le français est la langue vivante qui prend de plus en plus d'importance dans les usages quotidiens et officiels autrement dit la langue française a pris sa place en Algérie en occupant le rôle de la langue de fonctionnement de diverses institutions de l'Etat .

La langue française occupe une place privilégiée dans la société et en particulier au sein des entreprises.

Selon Khaoula Taleb-Ibrahimi, « Paradoxalement, c'est après l'indépendance que l'usage du français s'est étendu ; on a même parlé de francisation à rebours (...) en faisant appel à tous les Algériens diplômés ou instruits (et ils l'étaient dans leur majorité en français), à la coopération internationale (surtout française), un état de bilinguisme de fait sinon de droit a été institué dans la société en général » (K. Taleb-Ibrahimi 1995 : 39)¹.

La langue française est considérée comme une langue étrangère mais aussi elle est utilisée comme une langue de communication et de travail dans la plupart des secteurs professionnels selon le sociologue Gilbert Grand guillaume « la langue arabe, la langue française et la langue maternelle, les deux premières sont des langues de culture, de statut écrit, le français aussi utilisé comme langue de conversation, toutefois la langue maternelle véritablement parlée dans la vie quotidienne est un dialecte »².

La recherche que j'ai entreprise traite l'usage de la langue française dans le domaine commercial et plus précisément le français au sein de l'entreprise SHDI qui est l'objet de mon travail.

Problématiques :

Compte tenu de cette richesse de langues dans les entreprises nous nous posons les interrogations suivantes :

1. Quelles sont les langues utilisées dans l'entreprise SHDI ?
2. Quel est le degré d'utilisation de la langue française au sein de l'entreprise SHDI ?

¹ TALEB IBRAHIMI, K. 1995. Les Algériens et leur(s) langue(s). Alger : Editions El Hikma. P39

² GRANDGUILLAUME, G (1983) Arabisation et politique linguistique qu'au Maghreb, Paris, maison neuve Larose .p52

3. Quel est le statut de la langue française dans l'entreprise ?

Pour répondre à notre problématique, nous allons formuler les hypothèses suivantes :

- nous supposons que l'arabe et le français sont deux langues importantes au sein de l'entreprise puisque le français constitue d'un côté une obligation mais aussi il figure dans le premier rang par efficacité du travail.
- Le français est la langue dominante au sein de l'entreprise de SHDI.
- La langue française a réussi à prendre une place privilégiée dans la société algérienne et en particulier dans les entreprises.

Méthodologie de recherche :

Notre travail se base sur des principes méthodologiques, pour bien étudier notre sujet de recherche nous avons élaboré un plan en deux parties, l'une théorique et l'autre pratique.

A ce titre, la partie théorique et méthodologique qu'on intitulera « l'usage de la langue française au sein d'une entreprise de service hygiène industrielle » sera scindée en deux chapitres:

Dans le premier chapitre qui s'intitule en premier lieu (langue et communication en entreprise en Algérie).

Dans ce chapitre, nous aborderons dans ce chapitre un aperçu sur les différentes langues parlées en Algérie qui sont :

- L'arabe classique
- L'arabe algérien « darija »
- Le français
- Le tamazight

En second lieu, pour bien mener la recherche, nous avons consacré un deuxième titre qui est (La communication de l'entreprise).

Il comporte toutes les informations nécessaires concernant la définition de la communication, la Communication d'entreprise.

Dans le même ordre d'idées en troisième lieu portera le titre suivant « Les types de la communication d'entreprise ».

Cette section sera divisée en deux titres :

La communication externe et la communication interne.

Ensuite le deuxième chapitre présente en premier lieu, « Méthodologie et démarche de l'enquête », il aura pour mission de:

- Présentation de l'enquête
- Les outils de l'enquête
- Le choix des employés
- Les séances de déroulement de l'entretien

Ensuite le dernier chapitre qui est réservé à l'analyse des données recueillies, les affiches et les documents administratifs etc.... .

Elle contiendra deux questionnaires adressés aux responsables de l'entreprise SHDI ainsi que les clients afin de faire une analyse parfaite et une bonne compréhension des résultats.

Nous clôturons notre travail par une conclusion qui résumera notre étude et englobe les résultats obtenus au cours de notre recherche et qui répond à notre problématique, ainsi que pour vérifier nos hypothèses, suivis d'une annexe qui contient notre corpus.

Chapitre I

**Langue et communication
en entreprise en Algérie**

Introduction:

Dans notre travail, nous trouvons utile d'identifier la situation linguistique en Algérie, car notre corpus se concentre d'abord sur la langue et son usage, il est donc nécessaire de montrer la situation linguistique sur les enjeux fondamentaux de la société algérienne. C'est notre spécialité, à savoir la langue et la communication, donc il est important d'afficher les paramètres régionaux de notre pays.

Afin de comprendre la situation linguistique en Algérie des autres pays du Maghreb, on se réfère à l'expression d'Ibtisseme Chachou « À l'instar des autres pays au Maghreb, l'Algérie se caractérise par une importante pluralité linguistique. Les langues que l'on y pratique au quotidien sont les langues berbères, dans leur diversité, et l'arabe algérien que des variations lexicales et prosodiques notamment caractérisent »³.

L'Algérie est un pays avec un environnement linguistique très important, autrement dit les algériens utilisent plusieurs langues pour communiquer, Différents niveaux de compétence, d'une part, la langue nationale l'arabe dans son Sens différent, l'arabe algérien ,berbère, tamazight, par contre, nous avons les langues étrangères comme la langue française, la langue anglaiseetc., Dans ce cas, les dialectes vivent dans une cohabitation difficile et pleine de concurrence.

Par conséquent, dans ce chapitre, nous pensons qu'il est utile pour nos recherches de connaître l'usage de la langue en Algérie.

1 Les différentes langues parlées et écrites en Algérie :

1.1 L'arabe classique:

L'arabe classique est la langue de Coran et de l'islam sachant que l'Algérie est un pays arabo-musulman donc c'est une langue sacré. Selon TALEB IBRAHIMI « C'est cette variété choisie par ALLAH pour s'adresser à ses fidèles »⁴ .et c'est une race continue qui n'a jamais changé depuis lors existé, elle est surtout utilisée dans la poésie et les œuvres littéraires, à cause de sa complexité.

³ -CHACHOU.I., 2018, Cours de Sociolinguistique du Maghreb, Ed Hibr, Alger, 2018.

⁴-K.TALEB IBRAHIMI, les Algériens et leur(s) langue(s), al Hikma, Alger, 1995, P.05.

L'arabe classique est riche par son vocabulaire et des règles grammaticales régulières c'est pour cela il n'est pas pratiqué dans les conversations de la vie quotidienne, autrement dit l'arabe classique n'est la langue maternelle de personne. Elle ne sait pas utiliser Spontanément, elle est spécifiquement appris dans les établissements d'enseignement et utilisée pour Environnement formel spécifique. C'est la langue officielle et la langue nationale de la République Depuis l'indépendance en 1962.

1.2 L'arabe algérien :

L'arabe algérien est une langue maternelle de 75% à 80% de sa population et la principale langue véhiculaire de l'Algérie elle est maîtriser par 95% à 100% des Algériens. Ses locuteurs l'appellent darija.

L'arabe algérien est connu par quatre variétés régionales et dialectes urbains, le premier étant l'algérien, qui couvre toute la région centrale du pays, puis Oran à l'ouest, et il existe plusieurs langues à l'est du pays parlée en parallèle avec le Chaoui, et Kabyle dans certaines régions, ainsi que la variété du sud.

L'arabe algérien est langue sans règles car elle n'est pas conforme à la grammaire et au vocabulaire de l'arabe classique, Morphologie, en particulier sa prononciation, cette coutume linguistique est utilisée dans la vie quotidienne des familles, les amis, les films algériens ainsi que les chansons algérienne de Rai, Rap..... etc.

1.3 Le français :

L'Algérie est un pays qui a été colonisée par la France pendant 130 ans. Autrement dit la langue française est obligatoire depuis 1830, aujourd'hui, la langue française est utilisée dans les conversations quotidiennes et dans de nombreux domaines de notre vie quotidienne.

La langue française est une langue parlée par la majorité d'algériens avec plus ou moins de maîtrise sa présence est importante dans la société algérienne, bien que ce ne soit pas une langue officielle. Par ailleurs ,c'est une langue d'enseignement apprise à l'école, il est également utilisé dans les services bien structurés et les occasions formelles, c'est ce que nous avons remarqué dans le service de la radiodiffusion, dans le domaine de la radiodiffusion, en particulier le service de la publicité.

Dans le domaine professionnel, toutes les lois sont traduites en français; il est connu de tous que l'essentiel du travail dans les structures de l'administration publique s'effectue en français, la maîtrise de la langue française facilite de trouver un travail en Algérie, les secteurs de travail considèrent le français comme une langue de travail principale.

Les algériens parlent plus souvent le français dans les grandes villes, dans les villes côtières et en Kabylie, la capitale, par contre elle est inexistante dans les zones rurales.

1.4 Le tamazight :

La langue amazighe est considérée comme une deuxième langue officielle en Algérie, elle est reconnue langue nationale, L'Etat œuvre à sa promotion et à son développement dans toutes ses variétés linguistiques en usage sur le territoire national.

L'Algérie est le premier pays à donner un statut constitutionnel à la langue berbère alors le kabyle est le deuxième parler berbère le plus utilisé. Le berbère est morcelé en différentes variétés, voire des langues quasi différentes. La principale caractéristique du berbère est le morcellement de la langue en un grand nombre de parlers locaux. Parmi les deux importants groupes berbérophones :

Le kabyle : est une langue berbère du Nord parlée en Kabylie et également au sein de l'importante diaspora kabyle, en Algérie et dans d'autres pays, et la littérature kabyle est représentée par deux genres majeurs : la poésie et le conte, l'une et l'autre se transmettent dans une langue sensiblement différente de la quotidienne.

Les Chaouia : Le Chaoui est une de la famille des langues amazighes, parlée en Algérie par les Chaouis c'est une langue afro-asiatique Le chaoui appartient au groupe des langues berbères Zénètes, ce dialecte est caractérisé par un éclatement en plusieurs parlées distincts que les locuteurs reconnaissent facilement.

En fait, ces variétés dialectales, bien que témoins d'une tradition vivace et très ancienne, n'ont été soumis que tardivement à des tentatives de codification et d'uniformisation; il est possible que le tamazight soit le début d'une variété normalisée et standardisée.

1.5 Le français... un cas bien particulier !

L'Algérie constitue la seconde communauté francophone au monde, avec environ 16 millions de locuteurs : un Algérien sur deux parle français (Rapport de l'OIF, le Français dans le monde, 2006-2007). Selon les résultats d'un sondage effectué pour le compte de la revue le Point (article du 03/11/2000, n° 1468, étude réalisée par l'institut de sondages privé algérien Abassa), l'Algérie est, en dehors de la France, le premier pays francophone au monde, avec plus de 14 millions, d'individus de 16 ans et plus, qui pratiquent le français, soit 60 % de la population. Cette enquête fait ressortir le fait que beaucoup d'Algériens, sans rejeter leur arabité, estiment que le français leur est nécessaire dans leur relation avec le monde. Historiquement parlant, les 132 années de l'occupation française ont laissé leur empreinte sur des générations entières d'Algériens notamment par l'enseignement, même si l'élite algérienne était quasiment inexistante à l'époque coloniale. Le boom linguistique s'est produit après l'indépendance en 1962, avec l'instauration de l'école obligatoire pour tous. Cette dernière a tenu un rôle primordial dans l'enseignement des langues, français y compris.

A cette époque, l'Algérie fonctionnait en français : enseignement, administration, environnement, secteur économique. Du fait du développement et la propagation de l'enseignement, la langue française est devenue plus présente sur la scène linguistique algérienne. Même si de nos jours, avec les impératifs d'une politique d'arabisation, le français n'est enseigné que comme langue étrangère, il reste paradoxalement très présent dans le système scolaire, surtout universitaire ; actuellement, hormis les sciences humaines qui sont arabisées, l'enseignement universitaire est toujours francisé : les sciences médicales et les sciences de l'ingénieur sont encore francisées, ainsi que quasiment toutes les branches au niveau de la post-graduation. Une grande partie des médias est en langue française (radio, quotidiens, hebdomadaires, etc.), la moitié de la presse algérienne, par exemple, paraît encore en français, et connaît même un tirage bien plus important que la presse arabophone. Un foyer sur deux, par le biais de la parabole, regarde des chaînes françaises, ce qui favorise la présence d'un bain linguistique au sein des domiciles algériens.

La proximité géographique qui favorise le déplacement des Algériens vers la France, destination recensée comme le premier pays visité par les Algériens, que ce soit pour études, visites familiales ou tourisme. Socialement, la langue française 56 Samira

Boubakour est perçue comme étant une langue de prestige, qui assure à la culture correspondante une image valorisée.

2 La communication de l'entreprise :

2.1 La définition de la communication :

La communication est un outil d'intégration, d'instruction, d'échange et de développement, elle permet de transmettre des informations entre un expéditeur et un destinataire qui décode (interprète) un message particulier.

« La communication est présente partout. C'est un processus complexe de transmission d'informations entre personnes qui visent toujours des objectifs qui leur sont propres, mais qui n'utilisent pas forcément un langage commun ou un canal de communication adapté. Toute communication comporte deux informations : le contenu du message et la manière dont il est transmis »⁵.

2.2 La Communication en entreprise :

La communication d'entreprise est le domaine stratégique de la planification dans le contexte d'une entreprise. Une bonne stratégie de communication contribue au succès de l'entreprise. Dans ce contexte, les relations de presse et la communication interne sont des concepts essentiels.

La communication est un ensemble de stratégies et d'actions censées profiter à la croissance et au bon fonctionnement de l'activité d'une entreprise. Elle est un milieu complexe et la maîtrise de plusieurs canaux est indispensable à la viabilité d'un tel projet.

La communication d'une entreprise désigne les différents échanges des messages qui se font dans un contexte professionnel. Autrement dit, c'est la communication qui vise à mobiliser des informations, des messages qui doivent être en langage soutenues et bien organisé, à tous les publics. Elle est très importante et nécessaire pour capter l'attention de cible et pour arriver à le convaincre de faire le bon choix, de plus ; elle sert à créer une image positive de l'entreprise à travers une stratégie adéquat à sa cible et à son objectif pour se faire connaître et pour faire connaître son produit d'un côté, et d'un autre, c'est pour construire un bon climat de travail pour les employés qui influence leur façon de

⁵ DOUSSY MADELAINE et autres, "Information et communication", édition Bréal, 2005, p.47.

communiquer leur motivation ainsi que leur bon comportement. La communication d'entreprise peut être « administrative » lorsqu'elle prend la forme de courriers internes ou externes.

3 Les types de la communication d'entreprise :

3.1 La communication externe :

La communication externe est tournée vers le client et vers l'extérieur qu'elle soit centrée sur le produit ou sur l'organisation elle-même.

3.1.1 La communication institutionnelle:

Dans un contexte économique et social complexe, auquel s'ajoute des citoyens de plus en plus informés et avertis, mais aussi des facteurs technologiques et écologiques, l'entreprise ne peut plus se contenter de communiquer seulement ses produits. La communication institutionnelle ou communication corporate regroupe dans ce cadre l'ensemble des actions de communication qui ont pour but de développer la notoriété de l'entreprise, puis dans un deuxième temps, d'améliorer et d'entretenir son image, cette forme de communication est fondée sur la culture d'entreprise c'est-à-dire ses valeurs mais également ses performances économiques, sociales ou écologiques. Cette forme a un rôle de fédérateur et de catalyseur humain étant donné qu'elle est adressée aux citoyens et partenaires de l'entreprise, pas seulement aux consommateurs. En opposition avec la communication commerciale, la communication institutionnelle n'a que pour seul et unique objectif d'inscrire l'entreprise en tant qu'institution dans l'environnement auquel elle appartient.

3.1.2 La communication marketing:

La communication marketing est le moteur de l'activité commerciale de l'entreprise qui en a besoin pour se faire connaître et se faire apprécier de sa cible. Celle-ci alloue généralement la plus grosse part de son budget à cette forme de communication. Elle est adressée par l'entreprise aux différents acteurs du marché (consommateurs, distributeurs, prescripteurs, leaders d'opinion en vue de faciliter la réalisation de ses objectifs marketings.

La communication commerciale ou communication produit vise d'une part, la capitalisation d'une notoriété ou d'une image, et d'autre part, répondre aux objectifs

marketings fixées par l'entreprise. Effectivement, le but de cette communication est, avant tout, de promouvoir un produit ou un service pour le vendre. Exemple : Lorsque la société fait de la publicité pour un de ses produits, il s'agit de la communication produit, lorsqu'elle annonce la création d'un institut pour la santé en son nom, elle fait de la communication institutionnelle. 3 Quoique leurs buts soient différents, la communication institutionnelle et la communication commerciale sont complémentaires pour l'entreprise, elles permettent à celle-ci de pouvoir être présente de façon beaucoup plus importante dans l'esprit des cibles, l'une communiquant les valeurs de l'entreprise, et l'autre, les produits ou services que l'entreprise commercialise.

3.2 La communication interne:

Il s'agit de l'ensemble des actions de communication mises en œuvre par l'entreprise pour ses salariés appelés aussi collaborateurs, et doit être considérée sans négligence dans les plans de communication de l'entreprise. Effectivement, l'entreprise communique vers ses cibles externes pour sa marque, ses produits ou services, mais elle doit également le faire avec ses cibles internes puisque ce sont elles qui font que l'entreprise existe. Par conséquent, elles sont les garantes d'une bonne image de l'entreprise à l'extérieur. La communication interne a donc pour objectif global de favoriser un climat social interne stable favorable au travail, en mettant en avant la place du salarié dans l'entreprise en tant qu'individu. Pour ce faire, elle va informer le plus régulièrement possible ses collaborateurs sur son actualité dans le but d'atteindre plusieurs objectifs : o Créer, maintenir et renforcer une cohésion de groupe ; o Sensibiliser les salariés sur la vie de l'entreprise ; o Les faire adhérer aux politiques de l'entreprise. On distingue deux types de communication interne :

3.2.1 La communication interpersonnelle:

Il s'agit de la communication de personne à personne, que l'émission et la réception des messages soient conscient ou non.

3.2.2 La communication fonctionnelle:

C'est la transmission de messages dans le cadre du fonctionnement des services et des unités de l'entreprise.

Conclusion :

Dans ce chapitre nous avons présenté un aperçu de différentes langues parlées en Algérie et le statut occupé par chaque une, l'Algérie est considérée comme un pays plutôt plurilingue et non pas bilingue, On peut citer l'arabe avec toutes ses variétés : classique ou moderne, la langue officielle du pays est l'arabe algérien ou darija , langue maternelle d'une partie des Algériens, et la langue kabyle avec toutes ses variantes, est aussi la langue maternelle des Algériens ,et pour conclure, il y a la langue étrangère ou plus précisément la langue française qui était exclusivement utilisée dans tous les domaines notamment dans les administrations ,nous avons constaté que chaque une de ces langues a sa place importante dans la société Algérienne , puis nous avons passé au domaine de la communication dans l'entrepreneuriat ou nous avons défini quelques termes indispensables pour notre travail de recherche (, la communication interne, la communication externe etc.) Afin de clarifier ce domaine aux lecteurs.

Chapitre 2
Méthodologie et démarche
de l'enquête

Introduction

Après avoir choisir le terrain de recherche pour accéder à mon travail. Qui a eu lieu à l'entreprise de service hygiène industrielle SHDI qui se situe au niveau de HassiMamache de la willaya de Mostaganem, j'ai eu l'occasion d'assister au sein de cette entreprise pour collecter des informations afin de faire un bon questionnaire concernant l'utilisation de la langue entre le personnel quel que soit orale ou écrite.

Pour notre analyse de questionnaire, nous allons deviser notre travail en quatre séances pour qu'il soit bien organisé et avec de bons résultats.

1 Présentation de l'enquête :

L'enquête a été effectuée durant le mois d'avril, à l'entreprise de service hygiène industriel « SHDI »(Mostaganem), afin de pouvoir effectuer une bonne recherche.

L'objectif de notre enquête était de savoir l'usage de la langue française au sein d'une entreprise et les difficultés que la plupart des responsables trouvent pour s'exprimer correctement en français, nous avons distribué 14 questionnaires pour chaque responsable et client, notre questionnaire contient 10 questions dont 8 questions fermées et 2 ouvertes.

Un questionnaire adressé aux responsables et clients de l'entreprise : on a pour but de connaitre leurs ambitions et efforts pour parvenir à motiver leur compétence dans l'entreprise, et on a voulu aussi par ce questionnaire savoir leur niveau de la maîtrise de langue française.

2 Les outils de l'enquête :

Pour la collecte des informations, nous avons trouvé un simple entretien qui a été adressé à notre échantillon d'employés, l'entretien a eu lieu dans le bureau de chaque responsable et les questions posées lors de l'entretien étaient de types ouverts et fermés qui portaient sur l'usage de la langue française dans l'entreprise de service hygiène industrielle(SHDI).

3 Le choix de l'échantillon :

D'abord elle s'est déroulée à l'aide de quatre employés de l'entreprise SHDI :

- Le responsable commercial

- Le responsable de finance
- Le responsable magasin
- Le responsable des achats

4 Les séances de déroulement de l'enquête :

Notre expérience s'est déroulée en 20 jours, environs deux heure par jour, durant le mois d'avril de l'année 2020/2021.

La première séance: le 18/04/2021 à 10h avec le responsable commercial Mr. SALAH MAHI.

La deuxième séance: le 21/04/2021 à 10h avec le responsable de finance Mr. KHALED BENMARTAZA.

La troisième séance: le 25/04/2021 à 10h avec le responsable magasin Mme. BOUAKIS IMENE.

La quatrième séance: le 28/04/2021 à 10h avec le responsable des achats Mr. MEKHLOUF ALI.

La cinquième séance : de 09 au 16 mai 2021 avec les clients de l'entreprise SHDI

Conclusion

A travers ce chapitre intitulé méthodologie et démarche de l'enquête, nous avons eu l'occasion de présenter la stratégie de notre recherche à savoir les outils, les responsables, les séances de déroulements de l'enquête, ce qui permet d'organiser et de cheminer notre travail.

Chapitre 3

Analyse des réponses

1 Analyse de réponses adressées par les responsables de l'entreprise

Présentation du panel :

Le tableau représente l'âge, le sexe et la fonction de notre analyse :

Nombre	Age	Sexe	Fonction
Employé 01	58 ans	Homme	Le responsable commercial
Employé 02	49 ans	Homme	Le responsable de finance
Employé 03	31 ans	Femme	Le responsable magasin
Employé 04	38 ans	Homme	Le responsable des achats

Ce tableau nous montre le moyen d'âge des responsables et il est remarquable qu'il a une seule femme.

Analyse :

Depuis combien de temps travaillez-vous dans cette entreprise ?

Analyse :

Les réponses des responsables expriment l'ancienneté de l'entreprise de SHDI d'après eux, c'est une preuve de sa réussite et son succès, sachant que démarrer une entreprise et développer un projet avec succès n'est pas une tâche facile.

A votre avis Comment trouvez-vous votre niveau de la langue française?

80 % des responsables ont un excellent niveau en langue française.

Analyse :

Les responsables utilisent quotidiennement des expressions et des termes techniques en français. Cette pratique langagière est nécessaire pour communiquer dans l'entreprise, en outre, pour une entreprise dans une compétition mondiale chaque jour plus acharnée, le choix d'une langue de communication est très important pour sa réussite.

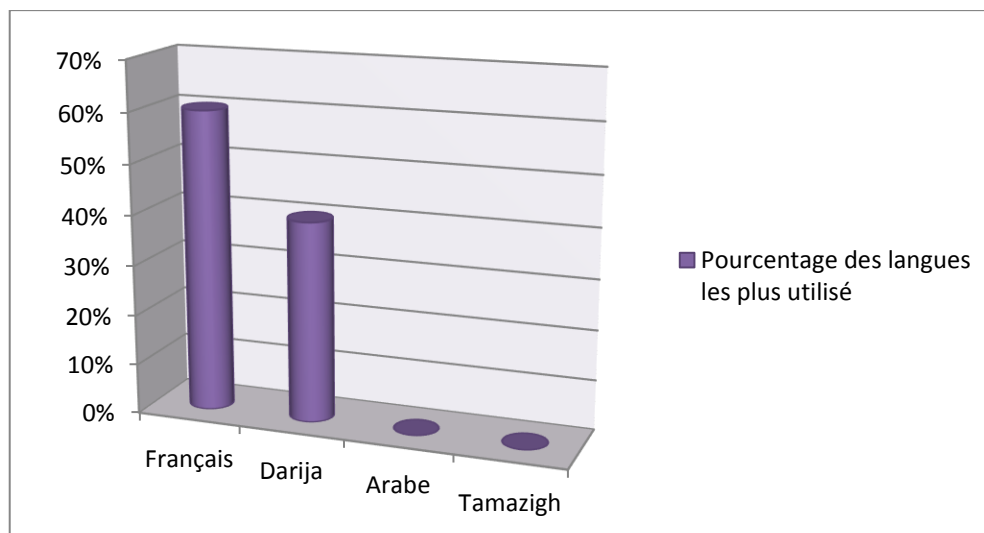
Est-ce que vous pensez à améliorer votre usage de la langue française au sein de l'entreprise ?

La totalité des réponses des responsables confirme qu'il est très nécessaire d'améliorer leur usage de la langue française au sein de l'entreprise.

Analyse :

Globalement, une très large majorité estime qu'il est important d'améliorer l'usage de la langue française au sein de l'entreprise .D'après les réponses des responsables j'ai remarqué qu'ils partagent les mêmes idées sur les bienfaits de l'apprentissage de la langue.

Quelle langue utilisez-vous dans l'entreprise ?



Tous les responsables utilisent la langue française et darija dans l'entreprise.

Analyse :

On constate que les choix : (Arabe) et (tamazigh) n'ont pas été choisis par aucun questionné, par contre le français et darija ont été choisis par tous les questionnés, car les deux langues sont présentes dans l'entreprise.

Est-ce que vous adressez les documents administratifs en langue (arabe /française/ anglaise/) ?



Tous les responsables déclarent que les documents administratifs se font seulement en langue française.

Analyse :

Nous avons constaté que la langue française est la seule langue utilisée dans la rédaction de ces écrits et il y a aucun document écrit en langue arabe, ce sont des documents à caractère financier, il est obligatoire de se faire en langue française et donc en hésite à les arabiser pour qu'il soit compris par tout le monde comme les formulaires, bon de livraison, les chèques

En quelle langue communiquez-vous entre vous (arabe /français/ darija) ?

La majorité des responsables utilisent derija pour communiquer entre eux.

Analyse :

Nous avons remarqué qu'il a recours à deux langues en parlant, il y a un mélange entre le français et l'arabe algérien (darija) ils utilisent majoritairement l'arabe algérien et le français dans l'entreprise et nous avons constaté que le français est la langue de la documentation par contre, l'usage de l'anglais est inexistant.

Quelles difficultés avez-vous en langue française ? Au niveau de (l'écrit/l'oral) ?

La majorité des répondants ne rencontrent pas de difficultés de la langue française.

Analyse :

Ces réponses nous confirment que les responsables ne trouvent pas des difficultés en langue française grâce à leur expérience dans l'entreprise, en effet, la maîtrise de la langue française joue un rôle crucial et très important dans la réussite et l'intégration professionnelle et sociale des collaborateurs.

L'usage de plusieurs langues est-il un facteur qui facilite la communication dans l'entreprise ?

La totalité des enquêtés confirment que l'usage de plusieurs langues est le facteur qui facilite la communication dans l'entreprise.

Analyse :

L'apprentissage de plusieurs langues présente de multiples avantages autrement dit apprendre une nouvelle langue, c'est forcément s'imprégner de différentes cultures, elle est utile pour s'intégrer dans un groupe social donné, elle permet de parler avec les autres personnes.

2 Analyse, réponses des clients de l'entreprise

Présentation du panel : Le tableau représente l'âge, le sexe de notre analyse :

Nombre	Age	Sexe
client 01	32 ans	Femme
client 02	36 ans	Homme
client 03	41 ans	Femme
client 04	35 ans	Homme
Client 05	48 ans	Homme
Client 06	30 ans	Homme
Client 07	52 ans	Homme
Client 08	44 ans	Homme
Client 09	31 ans	Femme

Client 10	57 ans	Homme
-----------	--------	-------

Ce tableau nous montre le moyen d'âge des clients dont la part majoritaire sont des hommes .

Analyse :

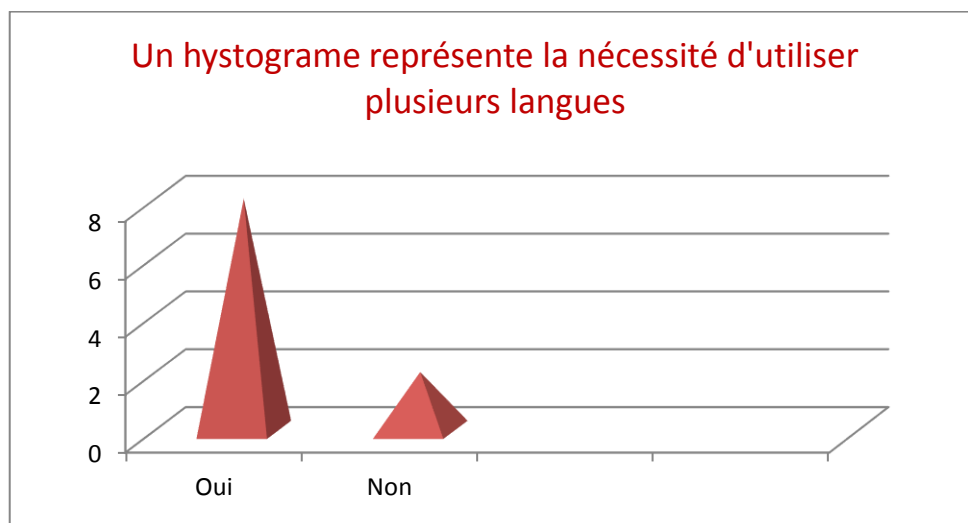
Est-ce que vous avez fait des formations en langue française ?

Nous avons remarqué que 50% des clients ont fait une formation en français alors que la moitié d'entre eux ne l'ont pas.

Analyse :

La moitié des clients a de la chance de faire une formation en langue française qui leur permettra de développer leur carrière professionnelle, sur le long terme, grâce à ces cursus, ils pourront en effet améliorer leurs capacités, alors que l'autre moitié l'a pas fait et ce manque a un impact négatif sur la vie professionnelle et la carrière de l'employé.

D'après vous, est-il nécessaire d'utiliser plusieurs langues dans l'entreprise ?



Deux clients n'ont pas adhéré à la nécessité d'utiliser plusieurs langues dans l'entreprise et huit clients ont favorisé l'utilisation de plusieurs langues dans l'entreprise.

Analyse :

Les réponses obtenues à l'issue de cette question, montrent que la majorité de répondants trouve qu'il est nécessaire d'utiliser plusieurs langues dans leurs secteurs pour développer et améliorer leur entreprise.

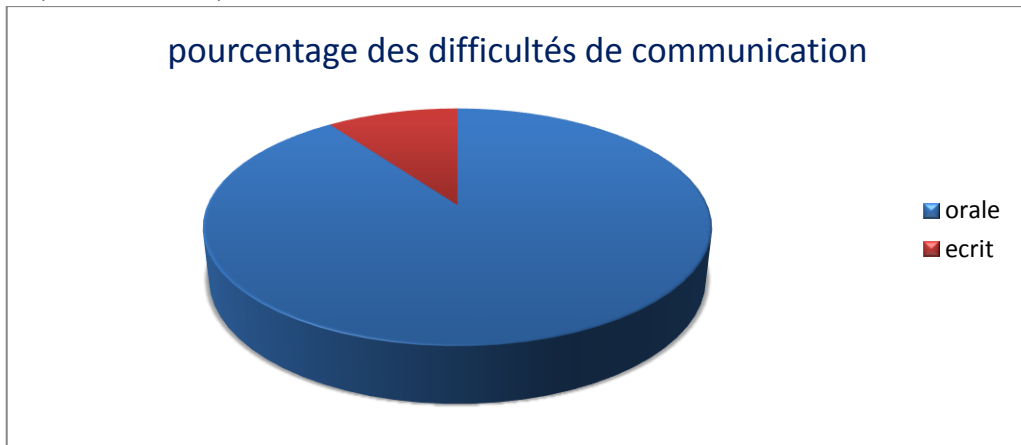
Est-ce que vous utilisez la langue française dans cette entreprise ?

Les réponses obtenues montrent que les clients utilisent uniquement la langue française dans l'entreprise.

Analyse :

Selon les résultats, les clients utilisent la langue française et des termes techniques en français. Cette pratique langagière est imposée par la nécessité de communiquer et de se faire comprendre par les employés.

Est-ce que vous trouvez des difficultés à communiquer avec les employés, les cadres ? A (l'écrit /l'oral) ?

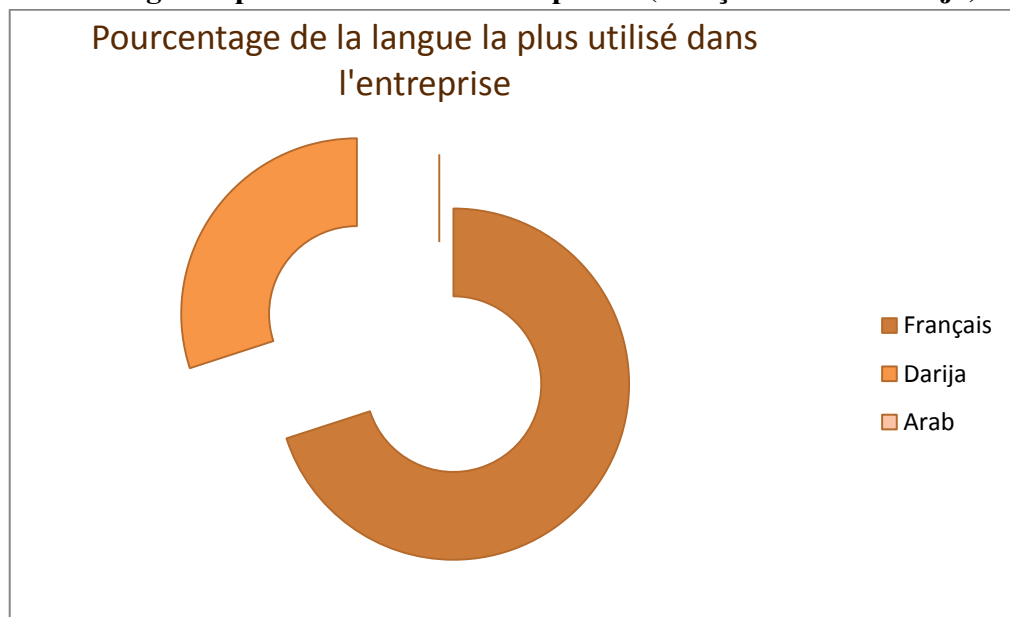


Les réponses obtenues lors de nos questions démontrent que la majorité des clients a des difficultés à communiquer avec les employés oralement.

Analyse :

Les clients ont de nombreux problèmes en ce qui concerne la communication orale plus que l'écrit, peut être que la méthode directe oralement ne favorise pas à l'apprentissage de l'oral autrement dit, les clients doivent choisir une méthode qui favorise la communication tandis que l'écrit reste toujours facile par rapport à l'oral.

Quelle est la langue la plus utilisé dans l'entreprise : (française /arabe/darija) ?



D'après les réponses des clients, nous avons remarqué que 70% des clients utilisent le français tandis que 30% utilisent darija.

Analyse :

A travers l'analyse des réponses, nous pouvons voir la langue la plus utilisée par les clients. Parmi eux il y a ceux qui ont répondu à ce questionnaire, la langue la plus utilisée est la langue française, ensuite nous avons certains clients ont répondu qu'ils utilisaient l'arabe algérien ou plus précisément darija peut être lorsque les clients n'arrivent pas à comprendre les expressions orales des responsables.

Quelles sont les Langues utilisés dans le domaine de votre travail ?

Nous avons remarqué que 100% de clients utilisent la langue française dans le domaine de leur travail.

Analyse :

Ça signifie que les clients considèrent que la langue française est comme leur première langue pratiquée quotidiennement dans les entreprises.

Selon vous, quels sont les principaux facteurs qui ralentissent l'expression orale en langue française avec les employés de cette entreprise?

Analyse :

Nous avons constaté que la majorité des réponses se mettent d'accord que le facteur principal qui empêche l'usage de la langue français d'une façon courante au sein de l'entreprise est le manque de formation, tandis que les autres estiment que le manque de confiance en soi et la peur de prendre la parole est aussi un obstacle.

3 Un entretien avec le général manager de l'entreprise

Question 1:Avez-vous des difficultés à exprimer en langue française : prononciation, vocabulaire, construction ?

Réponses : non, je n'ai aucune difficulté mais tout dépend de la personne avec qui je parle.

Question 2:Quelle langue préféré vous utilisez avec vos collègues, vos clients ?

Réponses : J'aime ma langue maternelle mais en matière professionnelle, elle est valable la langue française en tant que langue.

Question 3:A votre avis, pensez-vous qu'il est préférable d'utilisé la langue :

- Française ✓
- Arabe
- Anglaise

Réponses : À mon avis il est préférable d'utiliser la langue française au sein de l'entreprise pour pouvoir communiquer non seulement avec les clients algériens mais aussi étrangers.

Question 4: Ya t'il des difficultés dans votre établissement pour utiliser les écrits administratifs en français ? Dans la compréhension ou la rédaction ?

Réponses : Non généralement la difficulté réside dans la production orale beaucoup plus.

Question 5: A votre avis il faut est ce qu'il faut améliorer l'usage de la langue française dans votre secteur ?

Réponses : Certainement, il est nécessaire d'améliorer l'usage de la langue française dans l'entreprise et à cet égard on va vers une formation spécifique afin d'apporter l'occasion d'apprendre la langue pour les employés.

4 Analyse d'entretien

Le général manager a répondu à nos questions avec un français correcte, il était très à l'aise en détaillant ses réponses.

Selon les résultats, on conclut que les réponses obtenues lors de notre analyse nous ont permis de démontrer que la langue française reste une langue essentielle dans le coté professionnelle.

En analysant les documents, nous avons constaté que la langue française est la seule langue utilisée dans la rédaction de ces écrits administratifs et je vais vous montrer des exemples ci-dessous.

5 Exemple d'un mail professionnel

Bonjour:

Suite a ma dernière visite du 09 du mois courant et comme convenu, il y a lieu de préciser que la livraison de la soude (consommation trimestrielle / 6 citernes) doit se faire chaque 3 mois et le règlement de la facture sera après la deuxième livraison

concernant le prix unitaire il sera revus à la baisse soit **79.00 DA /HT**

Ci jointe facture proforma .

Restant à votre disposition pour toute information ou document complémentaire

cordialement

6 Le logo de l'entreprise



7 Exemple d'une fiche technique

FICHE TECHNIQUE

ACI CLEAN
Nettoyant Liquide acide
Pour CIP

DESCRIPTION

ACI CLEAN est une formule liquide détartrante équilibrée et très active composée d'acides nitrique et phosphorique, spécialement conçu pour les systèmes de NEP utilisés dans l'industrie alimentaire, plus spécifiquement dans l'industrie laitière.

MODE D'EMPLOI

Dans les pasteurisateurs, utiliser à une dilution d'environ 1% à 5% à une température d'environ 20°C à 65°C et à un temps de circulation de 20 à 45 minutes.

Dans les évaporateurs, utiliser à une dilution d'environ 1% à une température de 20°C à 70°C et un temps de circulation de 60 minutes. Toujours rincer abondamment avec de l'eau potable.

Dans les systèmes CIP, à une dilution d'environ 1% à 5% à une température de 20°C à 65°C et un temps de circulation de 5 à 20-minutes avec l'aide d'une pompe pneumatique pouvant être reliée à un conductivimètre

ACI CLEAN peut être utilisé par trempage.

PROPRIÉTÉS

PH (1% solution) :	~1.5
Solubilité :	Instantanée
Gravité spécifique :	~1.33

CONDITIONNEMENT

Fût de 266 kg
Cube de 1330 kg

MISE EN GARDE

Ne pas entreposer dans des lieux de transformation ou d'entreposage des aliments. Ne pas contaminer les aliments. Ne pas mélanger avec des produits chlorés. Pas recommandé sur les métaux mous. Recommandé pour l'acier inoxydable.

Analyse :

Nous notons dans cette figure que le mail professionnel et le logo ainsi que la fiche technique sont rédigés seulement en langue française.

Conclusion

Dans ce chapitre nous avons constaté que la maîtrise des langues étrangères dans les entreprises est très importante surtout l'usage de la langue française dans toutes les communications puisqu'elle est une langue de fonctionnement, et aussi une langue de communication, elle est considérée comme une langue obligatoire et indispensable, selon les résultats obtenus, les employés pensent que l'emploi de la langue française est une nécessité, vu que 100% des documents sont rédigés en français, pour conclure, nous espérons que nous avons appert quelque éclaircissement sur le rôle et l'importance de la langue française dans les entreprises.

Conclusion générale

Notre travail s'est penché sur l'usage du français dans une entreprise privée : «service hygiène industrielle SHDI ». Notre étude nous amène à des interrogations à propos du statut de la langue française, au sein de cette entreprise, qui apparaît plus efficace et importante.

Nous avons traité ce domaine pour pouvoir décrire des réalités linguistiques, dans une entreprise dont l'objectif est de mieux comprendre les pratiques langagières dans la réalité et la vie de l'entreprise algérienne, dans notre premier chapitre nous avons montré les différentes langues parlées en Algérie , et pour contextualiser notre étude, nous avons également défini quelques concepts du domaine de l'entrepreneuriat. Ainsi que les types de communication interne et externe dans l'entreprise. Nous avons consacré notre deuxième chapitre de la partie théorique, d'abord à la présentation de notre champ d'étude (l'usage de la langue française au sein d'une entreprise de service hygiène industriel), ensuite, nous avons expliqué notre choix de sujet et des employés, les outils de l'enquête, le déroulement de notre enquête, ainsi que les séances de déroulement de l'enquête.

Nous avons mis au pont un questionnaire que nous avons distribué sur 15 locuteurs à des profils différents, et un entretien qui était établi dans le cadre de l'enquête, les principaux résultats montrent que la langue française est relativement parlée par le personnel, il semble qu'ils sont plus attirés et plus ouverts à l'usage de cette langue.

Par ailleurs, la langue principale de communication de nos locuteurs est la langue arabe algérienne ou plus précisément darija.

En définitive, nous dirons que le français est la langue de travail de l'entreprise, bien qu'elle garde toujours son prestige au marché, elle est aussi la langue de la communication interne et externe de l'entreprise « de service hygiène industrielle SHDI » ce qui permet de confirmer nos hypothèses.

Bibliographie :

1. CHACHOU IBTISSEM 2018 .Cours de Sociolinguistique du Maghreb, Ed Hibr, Alger, 2018.
2. DOUSSY MADELAINE et autres, "Information et communication", édition Bréal, 2005, p.47.
3. GRAND GUILAUME 1983 .Arabisation et politique linguistique qu'au Maghreb, Paris, maison neuve larose .p52
4. TALEB.IBRAHIMI 1995. Les Algériens et leur(s) langue(s). Alger : Editions El Hikma. p39, p05 .

Annexes

Un questionnaire adressé aux responsables de l'entreprise des SHDI :

Femme

Homme

Quel âge avez-vous ?

Entre 25-45ans

Plus de 45ans

Depuis combien de temps travaillez-vous dans cette entreprise ?

.....

A votre avis Comment trouvez-vous votre niveau de la langue française?

Excellent

Moyen

Faible

Est-ce que vous pensez à améliorer votre usage de la langue française au sein de l'entreprise?

.....
.....
.....

Quelle langue utilisez-vous dans l'entreprise ?

Arabe

Français

Tamazigh

Derija

Est-ce que vous adressez les documents administratifs en langue

Arabe

Française

Autre

En quelle langue communiquer vous entre vous ?

Arabe

FRANÇAIS

Derija

Quelles difficultés avez-vous en langue française ?

Au niveau de :

L'écrit

L'oral

L'usage de plusieurs langues est-il un facteur qui facilite la communication dans l'entreprise ?

.....

.....

.....

.....

Un questionnaire adressé aux clients de l'entreprise des SHDI :

Femme

Homme

Quel âge avez-vous ?

Entre 25-45ans

Plus de 45ans

Est-ce que vous avez fait des formations en langue française ?

Oui

Non

D'après vous, est-il nécessaire d'utiliser plusieurs langues dans l'entreprise ?

Oui

Non pas forcément

Est-ce que vous utilisez la langue française dans cette entreprise ? Pourquoi ?

.....
.....

Est-ce que vous trouvez des difficultés à communiquer avec les employés, les cadres ?

À l'écrit

À Loral

Quelle est la langue la plus utilisé dans l'entreprise ?

Française

Arabe

Derija

Quelles sont les Langues utilisés dans le domaine de votre travail ?

.....

Selon vous, quels sont les principaux facteurs qui ralentissent l'expression orale en langue française avec les employés de cette entreprise?

.....
.....