



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
People's Democratic Republic of Algeria  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
Ministry of Higher Education and Scientific Research  
جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم  
University Abdelhamid Ibn Badis Mostaganem



قسم اللغة الفرنسية - كلية اللغات الأجنبية - Faculty of Foreign Languages - Department of French Language

Mémoire de Master

Option Langue et communication

Sujet

**La mixité linguistique dans les campagnes publicitaires de Heetch et de Yassir : Analyse de l'alternance codique comme stratégie communicationnelle**

Présenté par : BOUDERBAL M'hamed

Sous la direction de : NEHARI-ROUBAI Nadjia

Membres du jury :

Mme **MAGHRAOUI Amina**, Examinatrice

Mme **BENYAGOUB Leila**, Présidente

Mme **NEHARI-ROUBAI Nadjia**, Encadrante

Année universitaire 2022/2023



# **Dédicaces**

*Chers parents,*

*Cette dédicace et pour vous, mes plus grands  
soutiens.*

*Votre amour et votre soutien inconditionnels  
m'ont porté jusqu'à ce jour de réussite grâce à  
vous, j'ai pu accomplir cette étape importante de  
ma vie.*

*Je suis éternellement reconnaissant d'avoir des  
parents aussi exceptionnels.*

# **Remerciements**

*On remercie Dieu le tout puissant de nous avoir donné la santé et la  
volonté de terminer ce mémoire*

*Tout d'abord, ce travail ne serait pas aussi riche et n'aurait pas pu voir le  
jour sans l'aide et l'encadrement de Madame NEHARI-ROUBAI Nadja, on  
la remercie pour la qualité de son encadrement exceptionnel, pour sa  
patience, sa rigueur et sa disponibilité durant notre préparation de ce  
mémoire.*

## *AUX MEMBRES DE NOTRE JURY*

*Pour le grand honneur qu'ils nous font en acceptant de juger ce travail.  
À mes parents et mes proches, qui m'ont soutenu durant les moments de  
doute et d'abandon, qui ont plus cru en moi.  
Grâce à eux, j'ai pu avoir une base de travail solide sur laquelle j'ai pu  
m'appuyer pour réaliser ma démarche de recherche et d'analyse.*

## Sommaire

Introduction générale.....	1
Introduction.....	2
Partie théorique .....	7
Chapitre 1 : La situation sociolinguistique en Algérie .....	7
1. La situation sociolinguistique en Algérie :.....	7
2. Le plurilinguisme en Algérie .....	10
3. Le statut des langues en Algérie.....	12
3.1. L'arabe institutionnel .....	12
3.2. L'arabe algérien ou l'algérien .....	12
3.3. La langue berbère.....	13
3.4. La Langue Française.....	13
4. La publicité .....	14
4.1. Les types de la publicité .....	14
4.2. La publicité en Algérie .....	15
Chapitre II : L'alternance codique .....	18
1. L'alternance codique : .....	18
1.1. Les types de l'alternance codique .....	19

A) L'alternance codique interphrastique.....	19
B) L'alternance codique intraphrastique.....	20
C) L'alternance codique extraphrastique .....	20
Partie pratique :.....	23
1. Choix du corpus .....	23
2. La date de parution .....	23
3. Heetch : .....	23
4. Yassir :.....	24
5. Analyse des affiches .....	24
6. Comparaison des affiches publicitaires de Heetch et Yassir .....	37
7. Résultats de l'évaluation des hypothèses .....	38
Conclusion générale : .....	41
Bibliographie .....	43
Annexes .....	44



# **Introduction générale**

## **Introduction**

L'Algérie possède une richesse linguistique indéniable qui est caractérisée par la présence de plusieurs langues et variantes : l'arabe dialectal dit plutôt « l'algérien » ou « langue algérienne »<sup>1</sup>, l'arabe classique, les langues berbères ainsi que les langues étrangères comme le français et l'anglais.

L'usage et la combinaison linguistique de ces langues engendre divers phénomènes linguistiques que des spécialistes de la langue relèvent les emprunts linguistiques, les calques, les interférences phonétiques, les créations lexicales ou encore l'alternance codique. Les chercheurs disent que tous ces aspects contribuent à la vitalité et à la richesse linguistique du pays.

L'alternance codique ou le code-switching, est un phénomène linguistique largement répandu non seulement en Algérie, mais dans toutes les sociétés multilingues et multiculturelles. Ce phénomène linguistique fait référence à l'utilisation de plusieurs langues ou variétés linguistiques à l'intérieur d'un même échange verbal ou écrit.

Ces pratiques d'alternance codique ne se limitent pas aux conversations quotidiennes, elles se retrouvent également dans des domaines tels que la littérature, les médias et la publicité.

Dans cette optique, les affiches publicitaires jouent un rôle crucial dans la promotion et la communication des marques et des services. Elles sont conçues pour attirer l'attention du public, transmettre un message clair et susciter l'intérêt des consommateurs potentiels. Dans le contexte spécifique des entreprises de transport comme Heetch et Yassir en Algérie, l'utilisation de l'alternance codique dans leurs affiches publicitaires est un aspect intéressant à examiner.

Le choix de mon sujet de recherche est le fruit d'une motivation personnelle. En effet, j'ai déjà eu recours aux services des deux entreprises de transport et de livraison, à savoir Heetch et Yassir, et cela a été en partie grâce à leurs affiches publicitaires sur lesquelles je tombais sur Facebook. Ces entreprises sont reconnues pour leur professionnalisme et leur sérieux. De plus, l'utilisation de leurs services se fait aisément via une application. C'est

---

<sup>1</sup> Nous reviendrons sur ce détail dans le chapitre théorique.

pourquoi j'ai pensé qu'il serait intéressant d'effectuer une analyse sur leurs affiches publicitaires.

L'objectif de cette étude est d'analyser comment Heetch et Yassir Algérie intègrent l'alternance codique dans leurs affiches publicitaires. Nous nous penchons sur les choix linguistiques et les mécanismes utilisés pour combiner différentes langues ou variétés linguistiques. En outre, nous chercherons à comprendre comment ces pratiques d'alternance codique peuvent influencer l'efficacité de la communication publicitaire et l'identification des consommateurs avec les marques.

En examinant de près les affiches publicitaires de Heetch et Yassir Algérie, nous pourrions mieux appréhender l'impact de l'alternance codique dans le domaine de la publicité, notamment dans le contexte spécifique du secteur des transports. Cette analyse permettra d'explorer les stratégies linguistiques mises en œuvre par ces entreprises pour atteindre leur public cible et créer une connexion particulière avec les consommateurs.

Par ailleurs étant inscrit en master2 en langue et communication, Notre étude de recherche s'inscrit dans le domaine des langues et plus précisément en sociolinguistique. Elle vise à analyser les affiches publicitaires des deux entreprises de transport et de livraison, Heetch et Yassir. Cette démarche nous a conduit à formuler les questions suivantes :

- 1. Quelle est l'efficacité de l'alternance codique dans les affiches publicitaires de Heetch et Yassir en tant que stratégie de communication visuelle dans le domaine des services de transport ?**
- 2. Quelle est l'influence des affiches publicitaires dans la décision des utilisateurs de choisir Heetch ou Yassir pour leurs besoins de transport ?**
- 3. Les affiches publicitaires de Heetch et Yassir sont-elles efficaces pour attirer de nouveaux utilisateurs et les fidéliser ?**
- 4. Quels messages sont véhiculés à travers les affiches publicitaires de Heetch et Yassir ?**

En nous basant sur les questions posées, nous avançons les hypothèses suivantes :

1. En utilisant cette stratégie dans leur publicité, Yassir et Heetch parviendraient à se rapprocher des consommateurs algériens et à créer une complicité.
2. L'alternance entre différentes langues permettrait de créer des effets linguistiques et rhétoriques qui captent l'attention des consommateurs et renforcent les arguments avancés par les annonceurs.

3. L'utilisation de l'alternance codiques est une pratique répandue dans les entreprises de transport implantés dans des zones géographiques ou différentes langues sont parlées.
4. L'alternance codique facilite la communication et permet aux clients et utilisateurs d'interagir de manière plus efficace en utilisent la langue qui correspond le mieux à leur contexte.

Nous avons décidé de concentrer nos efforts sur un corpus de 08 affiches publicitaires, 04 affiches de l'entreprise Heetch et 04 de l'entreprise Yassir, notre objectif sera d'analyser et de comprendre la présence de l'alternance codique dans notre corpus.

Pour assurer une bonne organisation de notre travail, nous avons structuré notre mémoire en deux chapitres, un chapitre théorique où nous présenterons la situation sociolinguistique en Algérie, et le statut des langues dans notre pays, ensuite nous parlerons de plurilinguisme. Nous nous arrêterons enfin à l'alternance codique.

Dans le deuxième chapitre pratique, nous présenterons les deux entreprises et notre corpus d'affiches publicitaires ensuite nous passerons à l'analyse proprement dite.

# Partie théorique

**Chapitre I :**  
**La situation sociolinguistique**  
**en Algérie**

## **Partie théorique**

### **Chapitre 1 : La situation sociolinguistique en Algérie**

Le premier chapitre de cette étude explore la situation sociolinguistique en Algérie, en mettant l'accent sur le plurilinguisme et les statuts des langues. L'Algérie est un pays riche en diversité linguistique, avec l'arabe algérien, le tamazight et le français qui jouent des rôles importants dans la communication quotidienne. Cette coexistence de langues a façonné la dynamique linguistique et culturelle du pays, créant des enjeux et des débats autour de l'identité nationale et des politiques linguistiques.

#### **1. La situation sociolinguistique en Algérie :**

Le célèbre humoriste et comédien algérien, Mohamed Fellag, offre un aperçu perspicace de la situation sociolinguistique en Algérie lorsqu'il déclare :

"C'est ma langue, le mélange des trois langues, c'est ça que je parle naturellement, et elle est comprise naturellement, parce que le public est comme moi, que ce soit au marché, dans la rue, dans le bus ou dans les milieux scientifiques, les gens parlent comme ça !".

Cette citation évocatrice de Mohamed Fellag souligne l'importance du mélange des langues en Algérie, où différentes langues telles que l'arabe dialectal, l'arabe classique, les langues berbères, le français et l'anglais coexistent et s'entremêlent dans les interactions quotidiennes. Elle témoigne de l'authenticité et de la singularité de cette variété linguistique, largement comprise par le public algérien, que ce soit dans les contextes informels ou plus formels.

la grande superficie de l'Algérie contribue à une variation linguistique significative d'une wilaya à une autre. On y trouve une diversité de langues, notamment l'arabe classique, l'arabe algérien dialectal et le Tamazight avec ses différentes variétés. De plus, la langue française, héritée de l'époque coloniale française, joue également un rôle prépondérant dans le pays.

Cette variation linguistique est le reflet de la richesse et de la diversité culturelle de l'Algérie. Chaque région possède ses propres particularités linguistiques, avec des variations dans la prononciation, la grammaire et le vocabulaire. Les dialectes arabes locaux peuvent présenter des particularités propres à chaque région, tandis que le Tamazight, langue berbère, est parlé par les populations berbérophones dans différentes parties du pays.

La langue française occupe également une place importante en Algérie, tant au niveau de l'administration que de l'éducation et des médias. Malgré l'indépendance, l'influence de la

langue française se fait toujours sentir, en particulier dans les domaines de l'économie, de la politique et de la culture.

Avant la colonisation, le peuple algérien parlait effectivement une variété de langues et dialectes, y compris l'arabe algérien et les langues berbères, telles que le tamazight. Ces langues étaient parlées par les différentes communautés et groupes ethniques présents en Algérie. L'arabe classique était également utilisé comme langue de référence, notamment en tant que langue du Coran et de l'islam, mais il coexistait avec d'autres langues et dialectes.

Il est vrai que pendant la période coloniale, la France a favorisé l'utilisation de la langue française en Algérie, négligeant les autres langues et dialectes locaux. Cette politique linguistique a eu un impact significatif sur la société algérienne et a contribué à la diffusion de la langue française dans les domaines de l'administration, de l'éducation et de l'économie. Cependant, il est important de reconnaître que les langues et dialectes locaux ont continué à être parlés par la population, malgré les politiques linguistiques coloniales.

Après l'indépendance en 1962, l'Algérie a cherché à promouvoir et à valoriser ses langues et cultures propres, y compris l'arabe algérien et le tamazight, en tant que composantes essentielles de l'identité nationale. Des efforts ont été déployés pour développer l'enseignement et l'usage de ces langues dans les institutions publiques et les médias.

La sociolinguistique est une branche de la linguistique qui étudie les relations entre la langue et la société. En ce qui concerne l'Algérie, la sociolinguistique joue un rôle essentiel pour comprendre la complexité linguistique et socioculturelle du pays.

La sociolinguistique en Algérie s'intéresse ainsi aux phénomènes de contact entre les différentes langues, aux processus de diglossie et de bilinguisme, ainsi qu'aux attitudes linguistiques des algériens vis-à-vis de leurs langues et dialectes.

Elle étudie également l'impact des facteurs socio-économiques et culturels sur la pratique linguistique des Algériens, ainsi que les politiques linguistiques mises en place par les autorités pour gérer cette diversité linguistique.

La sociolinguistique en Algérie est donc un champ de recherche important pour comprendre les dynamiques linguistique et sociales de ce pays, et pour contribuer à l'élaboration de politiques linguistiques adaptées aux réalités et aux besoins des Algériens

L'Algérie est un pays multilingue et plurilingue, avec une grande diversité linguistique due à son histoire et à sa composition ethnolinguistique. L'arabe algérien, une variante de l'arabe dialectal, est la langue principale et la plus couramment utilisée dans la vie quotidienne. Cependant, il y a également une forte présence du berbère, une langue amazighe,

parlée par une partie de la population algérienne, en particulier dans les régions berbérophones. La situation sociolinguistique en Algérie est complexe en raison des différentes langues et de leur statut. L'arabe standard moderne est la langue officielle et est utilisée dans l'administration, les médias et l'éducation formelle. Cependant, l'arabe dialectal et le berbère sont très répandus dans les interactions informelles et quotidiennes.

Il est important de noter que l'histoire coloniale de l'Algérie a également influencé la situation linguistique du pays. Le français, qui était la langue coloniale, a joué un rôle significatif et est encore largement utilisé dans de nombreux domaines, tels que l'éducation supérieure, les médias, les affaires et les relations internationales. Le français est également souvent utilisé comme une langue de prestige et de mobilité sociale.

Dans cette réalité sociolinguistique, l'alternance codique est une pratique courante en Algérie. Les Algériens peuvent alterner entre différentes langues, selon le contexte et les interlocuteurs. Par exemple, ils peuvent passer du dialecte arabe à l'arabe standard ou au français lorsqu'ils communiquent avec des personnes d'origines linguistiques différentes.

La sociolinguistique en Algérie s'intéresse également aux questions d'identité linguistique et de politique linguistique. La question de la reconnaissance et de la valorisation du berbère en tant que langue officielle et son statut par rapport à l'arabe font l'objet de débats et de discussions dans le pays.

La sociolinguistique en Algérie s'intéresse également aux variations linguistiques présentes dans le pays. En effet, il existe des variations régionales, sociales et générationnelles dans l'utilisation des langues. Par exemple, l'arabe algérien peut varier d'une région à l'autre, avec des particularités lexicales, phonétiques et syntaxiques propres à chaque région. De même, des variations sociolinguistiques peuvent être observées en fonction du niveau d'éducation, du milieu social ou de l'âge des locuteurs.

La sociolinguistique en Algérie examine également les politiques linguistiques mises en place par les autorités et leurs implications dans la société. La reconnaissance officielle du berbère comme langue nationale en 2002 a marqué un tournant important dans la reconnaissance des droits linguistiques des locuteurs berbérophones. Depuis lors, des efforts ont été déployés pour promouvoir et développer l'enseignement et l'utilisation du berbère dans différents domaines.

Cependant, malgré ces avancées, des défis persistent en matière de politique linguistique. L'équilibre entre l'arabe et le berbère, ainsi que le statut du français, continuent de faire l'objet de débats et de discussions. La question de la préservation des langues locales et de leur promotion dans les domaines de l'éducation, de la culture et des médias reste un enjeu important.

La sociolinguistique en Algérie contribue donc à une meilleure compréhension des dynamiques linguistiques et sociales du pays, en prenant en compte les diversités linguistiques, les variations et les enjeux politiques liés aux langues. Cette discipline permet d'analyser les pratiques linguistiques et les choix linguistiques des individus dans leur contexte social, ainsi que de formuler des recommandations pour une politique linguistique inclusive et équilibrée.

Selon Sebaa : «Ceux qui connaissent l'Algérie savent qu'il existe dans cette société une configuration linguistique quadridimensionnelle, se composant fondamentalement de L'arabe algérien, la langue de la majorité, de l'arabe classique ou conventionnel, pour l'usage de l'officialité ; de la langue française pour l'enseignement scientifique, le savoir et la rationalité et de la langue amazighe, plus communément connue sous l'appellation de langue berbère, pour l'usage naturel d'une grande partie de la population confinée à une quasi-clandestinité. L'Algérie se caractérise, comme on le sait, par une situation de quadrilingue sociale : arabe classique/français/arabe algérien/tamazight. Les frontières entre ces différentes langues ne sont ni géographiquement ni linguistiquement établies ». (R, Sebaa, 2002)

En conclusion, la sociolinguistique en Algérie explore la complexité des interactions entre les langues et la société dans un contexte multilingue et multiculturel. Elle examine les variations dialectales, les politiques linguistiques, les pratiques sociolinguistiques et les dynamiques identitaires qui façonnent la réalité linguistique du pays. La sociolinguistique joue un rôle important dans la préservation des langues locales, la promotion de l'inclusion linguistique et le renforcement de la diversité linguistique en Algérie.

## **2. Le plurilinguisme en Algérie**

La situation de plurilinguisme est caractérisée par la coexistence de plusieurs langues dans un même territoire, ou dans une même communauté.

Les locuteurs plurilingues sont des locuteurs capables de communiquer dans plusieurs langues et ils peuvent alterner entre ces langues en fonction des contextes et des interlocuteurs. Cette situation est de plus en plus connectée et multiculturelle (Benbouziane, 2018, p72).

Cependant, lorsque les usages des différentes langues sont hiérarchisés, cela peut entraîner une diglossie. Dans une situation de diglossie une langue est considérée comme étant supérieure ou dominante par rapport à une autre langue. Par exemple, dans certains pays, la langue officielle est considérée comme étant supérieure aux autres langues parlées par les communautés.

Cette hiérarchisation peut avoir des conséquences sur la valorisation des différentes langues et sur l'accès à l'éducation et aux opportunités professionnelles pour les locuteurs de langues minoritaires.

Le terme plurilinguisme signifie plusieurs langues en combinant les mots latins « pluri » pour plusieurs et « lingua » pour langue, selon la définition du dictionnaire de didactique du français langue étrangère. De son côté dans son *Dictionnaire de Linguistique*, Dubois explique qu'un sujet parlant est qualifié de plurilingue « quand il utilise à l'intérieur d'une même communauté plusieurs langues selon le type de communication (dans sa famille, dans ses relations sociales, dans ses relations avec l'administration, etc.) On dit une communauté linguistique qu'il est plurilingue lorsque plusieurs langues sont utilisées dans divers types de communication » (2002, p.366)

Et Chachou qui ajoute : « La situation de plurilinguisme se définit comme étant la coexistence de deux ou de plusieurs idiomes sur un même territoire. Un sujet parlant est dit plurilingue lorsqu'il recourt, dans des situations de communication différentes, à l'usage de plusieurs langues. » (Chachou, 2013, p13)

Ainsi, le plurilinguisme en Algérie fait référence à la situation où plusieurs langues sont utilisées dans le pays. L'arabe est la langue officielle et largement utilisée dans les affaires gouvernementales, l'éducation et les médias.

Cependant, en raison de l'héritage colonial de la France, le français est également largement utilisé et enseigné dans de nombreux domaines, y compris l'éducation, les affaires et les médias comme l'explique Chachou :

*« Quant à l'aspect oral de cette officialité, il est consacré dans les deux chaînes de radio nationales et internationale : la chaîne III et Radio Algérie Internationale et dans la chaîne de télévision « Canal Algérie ». Ces trois*

*médias s'expriment en langue française, les responsables politiques s'y expriment également en français. »*

(Chachou, 2013, p.20)

En plus de l'arabe et du français, il existe une diversité linguistique en Algérie en raison de la présence de langues berbères parlées par la population amazighe. Ces langues sont utilisées dans certaines régions et communautés, et des efforts ont été faits pour promouvoir leur préservation et leur enseignement.

Il convient de noter que l'Algérie est un pays multiculturel avec une grande diversité ethnolinguistique, et d'autres langues étrangères peuvent également être présentes en raison de l'immigration. Cependant, l'arabe et le français restent les deux langues les plus dominantes dans la société algérienne.

### **3. Le statut des langues en Algérie**

L'Algérie est caractérisée par la présence de l'arabe dialectal (l'algérien), l'arabe classique, les langues berbères ainsi que le français, héritage de la colonisation. Cette diversité linguistique soulève des questions essentielles sur les politiques linguistiques, les dynamiques sociolinguistiques et les enjeux identitaires qui marquent la société algérienne.

#### **3.1. L'arabe institutionnel**

Est la langue officielle de L'Algérie depuis l'indépendance du pays en 1962, elle est utilisée dans tous les domaines de la vie publique.

Cependant, son utilisation est limitée sans les contextes informels et sans la vie quotidienne de la population, ou l'arabe dialectal algérien est la langue la plus utilisée

L'enseignement de l'arabe institutionnel est obligatoire dans les écoles algériennes, les examens officiels sont généralement réalisés en arabe institutionnel.

#### **3.2. L'arabe algérien ou l'algérien**

L'arabe algérien lui-même présente une variation dialectale significative à travers le pays. L'arabe dialectale, la langue principale utilisée par les algérien étant une langue maternelle, les locuteurs de cette langue appelée aussi « darja » ou « darija », « l'arabe dialectal est la langue maternelle de 72% de la population Algérienne » (K.TALEB IBRAHIMI P05)

L'arabe algérien possède sa propre morphologie, syntaxe, prononciation et vocabulaire qui diffèrent de ceux de l'arabe classique.

L'arabe algérien est un mélange entre l'arabe classique le français l'espagnol, c'est une langue familiale utilisée comme langue de communication courante dans la vie quotidienne. Selon Djamil Saadi : « c'est l'arabe dialectal, défini par ses nombreuses variétés régionales qui possèdent la vitalité la plus forte. Il y est recouru dans la poésie populaire, les contes et légendes, les devinettes, les chansons et dans une moindre mesure au théâtre et au cinéma qui utilisaient jusqu'à ces dernières années l'arabe littéraire ». (Saadi, 1995, p.131)

L'arabe algérien est une langue importante pour la culture algérienne, car elle est utilisée dans la littérature, la musique et le théâtre.

De plus, elle est souvent utilisée dans les échanges informels entre les algériens, ce qui en fait une partie importante de leur identité culturelle.

### **3.3. La langue berbère**

Le berbère, une famille de langues amazighes, est une composante essentielle de l'identité culturelle de certaines régions de l'Algérie. La langue berbère est devenue une langue officielle depuis 2016.

Le berbère est l'une des branches de la grande famille linguistique chamito-sémitique cette langue est utilisé dans une vaste aire géographique : l'Afrique du nord depuis le Maroc jusqu'à l'Egypte en passant par l'Algérie la Tunisie et la Libye ainsi qu'une partie du Sahara et la partie ouest du sahel (Mauritanie, Mali et Niger)

En Algérie cette langue est composée de plusieurs dialectes :

Chaouia : cette langue est utilisée par les habitants des Aurès exemple : Wilaya de Batna.

Kabyle : c'est la langue de la Kabylie, la langue berbère la plus utilisé en Algérie.

Chelha : dans la wilaya de Tlemcen.

Tagargrent : Utilisé par les habitants d'Ouargla et Touggourt.

Des efforts ont été déployés pour promouvoir et préserver les langues berbères en Algérie, notamment à travers leur enseignement dans les écoles et leur utilisation dans les médias.

### **3.4. La Langue Française**

Le français occupe une position privilégiée en Algérie en tant que langue de l'éducation supérieure, de l'administration, du commerce et de la culture.

L'Algérie un pays colonisé par la France pendant 132ans ce qui a eu un impact considérable sur sa situation linguistique, le colonisateur a remplacé la langue maternelle des algériens

par la langue française, cette langue est parlée jusqu'à maintenant, elle est héritée d'une génération à une autre, le français est utilisé dans les médias, l'administration et l'éducation, et elle est préférée pour les affaires.

Il y a eu une politique de "défrancisation" visant à promouvoir l'arabisation et le berbère. Malgré cela, le français reste largement utilisé, en particulier dans les domaines professionnels et intellectuels. Selon l'article de SABAA : « La réalité empirique indique que la langue française occupe en Algérie une situation sans conteste, unique au monde. Sans être la langue officielle, elle véhicule l'officialité, sans être la langue d'enseignement, elle reste une langue de transmission du savoir, sans être la langue d'identité, elle continue à façonner de différentes manières et par plusieurs canaux, l'imaginaire collectif. Il est de notoriété publique que l'essentiel du travail dans les structures d'administration et de gestion centrale ou locale, s'effectue en langue française » (R.Sabaa juillet 2022)

Il y a une présence linguistique importante d'autres langues comme l'espagnol, l'italien et le turc ont également laissé des empreintes linguistiques en Algérie.

Pour les étudiants des langues étrangères dans les secteurs de tourisme et des affaires.

## **4. La publicité**

Selon De Calvin Coolidge : « La publicité est la vie de commerce » (De Calvin, P26)

La publicité peut être définie comme une forme de communication marketing utilisée par les entreprises, organisations ou individus pour promouvoir leurs produits, services ou idées. La publicité vise à influencer les consommateurs en vue d'encourager l'adoption d'un comportement spécifique, en tant que forme de communication.

L'objectif principal de la publicité est de stimuler la consommation et de façonner les préférences du public ou des clients en influençant leurs choix.

### **4.1. Les types de la publicité**

Publicité télévisée : Diffusée à la télévision, elle peut prendre la forme de spots publicitaires de quelques secondes à plusieurs minutes. Elle permet de toucher un large public grâce à la popularité de la télévision.

Publicité radio : Diffusée à la radio, la publicité radio utilise l'audio pour transmettre les messages publicitaires.

Publicité imprimée : Elle comprend les annonces publiées dans les journaux, les affiches et les dépliants. Elle permet de cibler un public spécifique en fonction du média et de la zone géographique de diffusion.

Publicité en ligne : Avec l'avènement d'internet, la publicité en ligne est devenue très répandue. Elle comprend des bannières publicitaires, des annonces contextuelles, des publicités vidéo et des affiches publicitaires sur les réseaux sociaux. La publicité en ligne offre un ciblage précis en fonction des données démographiques, des intérêts et du comportement des utilisateurs

Publicité extérieure : Elle englobe les panneaux d'affichage, les écrans publicitaires dans les lieux public, les bus, les taxis. Elle vise à atteindre un large public grâce à une exposition constante dans les lieux stratégiques.

Publicité sur les réseaux sociaux : Les réseaux sociaux offrent des opportunités de publicité ciblée en fonction des profils des utilisateurs. Les annonces peuvent prendre la forme de messages sponsorisés, de vidéos promotionnelles, de carrousels d'images.

Publicité de rue : La publicité de rue comprend des stratégies de marketing direct telles que la distribution de tracts, les échantillons gratuits, les démonstrations de produit et les événements promotionnels en plein air.

Publicité native : La publicité native est intégrée au contenu éditorial d'une plateforme ou d'un média, de manière à ressembler à du contenu non publicitaire. Elle vise à être moins intrusive et plus engageante pour les utilisateurs.

Publicité en réalité virtuelle et augmentée : Avec l'évolution des technologies, ce genre publicitaire gagne en popularité. Elle offre des expériences publicitaires immersives et interactives.

## **4.2. La publicité en Algérie**

La culture algérienne a une influence significative sur la publicité dans le pays. Les annonceurs doivent prendre en compte les valeurs, les traditions et les sensibilités culturelles du public algérien lors de la création de leurs campagnes publicitaires. Selon Cathelat « Derrière le dialogue d'influence commerciale entre annonceur et consommateur, se manifeste un autre dialogue et un autre rapport de force entre la société et le sujet social. Sous le message de consommation se lit en filigrane le message de civilisation». (Cathelat B., 2001 : P. 268)

L'utilisation de symboles, de langage et de références culturelles appropriées est essentielle pour établir une connexion avec le public.

Comme dans nombreux pays, la publicité en Algérie connaît une transition vers les médias numériques. Les annonceurs exploitent de plus en plus les plateformes en ligne, les réseaux sociaux et les applications mobiles pour toucher leur public cible de manière plus ciblée et interactive. Selon BURNETT :« Faites quelque chose de simple, de mémorable, d'agréable à regarder et d'amusant à lire » ( Burnett, Hubspot, P12)

Selon B. Cathelat : « Toute publicité, pour qui veut la décoder, offre un modèle de culture » (B. Cathelat, .268 : 2001)

En conclusion de ce premier chapitre l'Algérie présente une situation sociolinguistique complexe et dynamique, caractérisée par le plurilinguisme dont l'arabe algérien, le tamazight et le français coexistent et jouent des rôles importants dans la communication quotidienne. Cependant cette diversité linguistique est également source de tension et de débats.

# **Chapitre II :**

## **L'alternance codique**

## **Chapitre II : L'alternance codique**

### **1. L'alternance codique :**

L'alternance codique, également connue sous le nom de « CODE SWITCHING » en anglais, se réfère à la pratique consistant à passer d'une langue, d'un dialecte ou d'un registre linguistique à un autre au sein d'un même discours, énoncé ou même d'une phrase. Cela se produit généralement lorsque les structures syntaxiques des deux codes linguistiques s'alignent.

L'alternance codique est définie par J. Gumperz comme : « la juxtaposition à l'intérieur d'un même échange verbal de passages où le discours appartient à deux systèmes ou sous-systèmes grammaticaux différents » (1989 : 57).

L'alternance codique dans le dictionnaire de la linguistique :

« L'alternance de langues la stratégie de communication par laquelle un individu ou un communauté utilise dans le même échange ou le même énoncé deux variétés nettement distinctes ou deux langues différentes alors que le ou les interlocuteurs sont experts dans les deux langues ou dans les deux variétés (alternances de compétences) ou le ne sont pas (alternance d'incompétence). On parle à ce sujet d'alternance de code ou code switching. De compétence, le bilingue se met en représentation comme apte à utiliser les deux codes. L'alternance codique d'incompétence ou contraire est un expédient destiné à compenser une carence » (LAROUSSE, linguistique et science de langages, P107)

Ensuite, l'alternance codique est une pratique linguistique qui se produit lorsque des langues sont en contact. En général, cela se réfère à l'utilisation simultanée de deux codes linguistiques différents dans une même conversation. Ce phénomène a été étudié par de nombreux chercheurs et analysé sous différentes perspectives.

Par ailleurs, l'alternance codique est un moyen de communication utilisé par les individus ou des communautés, où deux langues sont alternées au sein d'une même conversation.

La fréquence et la compétence avec laquelle ces deux codes linguistiques sont utilisés peuvent varier d'un locuteur à un autre. Ce phénomène a été étudié par divers chercheurs sous différentes perspectives, donnant lieu à plusieurs travaux de recherche

L'alternance codique est un concept utilisé en sociolinguistiques pour décrire la pratique consistant à passer d'une langue à une autre au sein d'une même conversation ou d'un même discours. Cela peut se produire lorsque les locuteurs sont bilingues ou multilingues et qu'ils utilisent différentes langues en fonction du contexte, de l'interlocuteur ou du but de la communication.

## **1.1. Les types de l'alternance codique**

### **A) L'alternance codique interphrastique**

L'alternance codique interphrastique, également connue sous le nom de mélange de langues, est un phénomène linguistique dans lequel les locuteurs passent d'une langue à une autre au niveau de la phrase ou de l'énoncé. Cela se produit lorsque les locuteurs utilisent deux langues ou plus dans leur discours, en mélangeant les éléments de chaque langue de manière fluide. Dans l'alternance codique interphrastique on trouve deux langues, passage d'une langue à l'autre. Exemple : « Je suis fatigué, nroh nergoud ».

En Algérie, l'alternance codique interphrastique est un aspect courant de la communication quotidienne, en raison de la diversité linguistique présente dans le pays. Les locuteurs peuvent passer d'une langue à une autre pour diverses raisons, telles que l'expression d'une émotion, la recherche du mot le plus approprié, l'identification culturelle ou l'établissement d'une solidarité avec un groupe de locuteurs.

Par exemple, un locuteur algérien peut commencer une phrase en arabe algérien, puis passer au français pour ajouter un mot ou une expression qui n'a pas d'équivalent direct en arabe. Ce mélange de langues peut également se produire lorsqu'il y a une influence significative du français dans le discours, en particulier dans des contextes plus formels ou lors de discussions sur des sujets académiques ou professionnels.

Ce phénomène linguistique reflète souvent l'identité plurielle et les différentes compétences linguistiques des locuteurs. Il peut être utilisé pour marquer l'appartenance à une communauté

ou à un groupe, pour faciliter la communication avec des interlocuteurs qui parlent une autre langue, ou simplement pour exprimer un sentiment d'aisance dans plusieurs langues.

## **B) L'alternance codique intraphrastique**

Une forme courante d'alternance codique intraphrastique est l'insertion de mots ou d'expressions empruntés à une autre langue au sein d'une phrase principalement dans une autre langue. Ces mots ou expressions peuvent être utilisés pour ajouter de la précision, de l'expressivité ou pour transmettre des concepts qui ne sont pas facilement traduisibles dans la langue principale. Dans l'alternance codique intraphrastique dans la même phrase on trouve des mots de différentes langues. Exemple : « 3ich la vie ».

Un autre exemple, un locuteur pourrait dire : » « Ils ont organisé un meeting في المكتب » où « المكتب » (dans le bureau) est en arabe et le reste de la phrase est en français. Cette alternance de langues peut se produire pour diverses raisons, telles que l'expression d'une idée plus clairement, l'ajout d'une nuance particulière ou pour marquer l'appartenance à un groupe spécifique.

L'alternance codique intraphrastique peut également être influencée par le contexte linguistique dans lequel les locuteurs évoluent. Par exemple, dans un environnement multilingue où plusieurs langues sont couramment utilisées, les locuteurs peuvent alterner entre différentes langues en fonction de la situation et des interlocuteurs présents. Cette adaptation au contexte peut faciliter la communication et favoriser une compréhension mutuelle. L'alternance codique intraphrastique est un phénomène complexe et multifacette qui implique l'utilisation de différentes langues ou variétés linguistiques à l'intérieur d'une même phrase. Elle remplit différentes fonctions communicatives, s'adapte au contexte linguistique et peut être liée à l'identité et à la culture des locuteurs. L'étude de l'alternance codique intraphrastique permet de mieux comprendre les dynamiques linguistiques et socioculturelles dans les communautés plurilingues.

## **C) L'alternance codique extraphrastique**

Il convient de souligner que ce genre d'alternance est rarement utilisé lors des échanges verbaux, c'est une alternance codique par rapport les proverbes et citations. Je suis entrain de parler français et j'introduis une citation arabe.

L'alternance codique extraphrastique se produit pour diverses raisons, telles que l'expression d'une identité culturelle, la création d'une ambiance spécifique, ou encore pour faciliter la communication avec des interlocuteurs qui parlent différentes langues.

Quand les segments alternés consistent en des citations et des proverbes, cela signifie que les locuteurs utilisent des phrases toutes faites et des maximes pour enrichir leur discours.

En somme, dans ce chapitre nous avons parlé de l'alternance codique, selon les points que nous avons traités et analysés, l'alternance codique dans les affiches publicitaires des plateformes de covoiturage Heetch et Yassir nous permet de saisir l'importance de la prise en compte de la diversité linguistique et culturelle dans la communication et le marketing.

# Partie pratique

## **Partie pratique :**

Dans notre partie pratique nous allons tenter de définir les deux entreprises de mobilité et de la livraison Heetch et Yassir, ensuite nous passons à l'analyse de notre corpus, pour laquelle nous avons opter pour une analyse sociolinguistique.

Notre problématique de départ était :Quelle est l'efficacité de l'alternance codique dans les affiches publicitaires de Heetch et Yassir en tant que stratégie de communication visuelle dans le domaine des services de transport ?

Nos hypothèses étaient les suivants:

1. En utilisant cette stratégie dans leur publicité, Yassir et Heetch parviendraient à se rapprocher des consommateurs algériens et à créer une complicité.
2. L'alternance entre différentes langues permettrait de créer des effets linguistiques et rhétoriques qui captent l'attention des consommateurs et renforcent les arguments avancés par les annonceurs.
3. L'utilisation de l'alternance codiques est une pratique répandue dans les entreprises de transport implantés dans des zones géographiques ou différentes langues sont parlées.
4. L'alternance codique facilite la communication et permet aux clients et utilisateurs d'interagir de manière plus efficace en utilisent la langue qui correspond le mieux à leur contexte.

### **1. Choix du corpus**

Notre choix du corpus est guidé par un critère central qui est le mélange de langues « l'alternance codique ». Les 08 affiches publicitaires choisies sont animées par un mélange de langues assez enrichissant qui sera pour nous un champ d'analyse vaste et surtout authentique ainsi le mélange des thèmes traité qui sont tous d'actualité et surtout ils donneront sans doute un plus pour notre analyse des affiches publicitaires.

### **2. La date de parution**

Les affiches publicitaires de notre corpus ont été choisies en lien avec notre sujet « l'alternance codique », nos affiches publicitaires sont nées entre le 27 décembre 2018 et le 23 mai 2023.

### **3. Heetch :**

Est une plateforme de transport de personnes qui permet aux utilisateurs de réserver des trajets à la demande via une application mobile, a commencé à opérer en Algérie en 2017,

depuis son lancement Heetch Algérie a connu une croissance rapide et est devenu l'un des principaux services de transport en Algérie, les services de cette entreprise sont disponibles dans plusieurs wilaya d'Algérie, notamment Alger, Oran et Mostaganem.

Heetch Algérie est spécifiquement conçu pour les jeunes algériens qui cherchent à se déplacer en toute sécurité et un prix adorable, la plateforme offre des trajets partagés et privés, ainsi que des services de livraison de colis.

Les conducteurs de Heetch sont sélectionnés et formés pour fournir un service de qualité supérieure, les utilisateurs peuvent suivre en temps réel le trajet de leur conducteur et payer en ligne, et peuvent aussi se plaindre d'un problème.

Heetch Algérie est une filiale de Heetch, une entreprise française de transport qui opère dans plusieurs pays en Europe et en Afrique

#### **4. Yassir :**

Yassir est une entreprise de transport algérienne. Elle propose une plateforme de réservation et de paiement en ligne pour la commande de courses en taxi et de services de livraison. Les utilisateurs peuvent télécharger l'application Yassir sur leur Smartphone, créer un compte, indiquer leur emplacement de départ et leur destination, puis choisir parmi les options de transport disponibles.

Yassir a connu une croissance rapide en Algérie, offrant aux utilisateurs une alternative pratique et sécurisée pour se déplacer et faire livrer des colis. L'entreprise met l'accent sur la facilité d'utilisation, la transparence des tarifs et la qualité du service. Elle travaille en partenariat avec des chauffeurs de taxi locaux et des coursiers pour assurer la disponibilité des services des différentes régions du pays.

Elle est disponible dans plusieurs Wilaya notamment Mostaganem, Alger et Oran

### **5. Analyse des affiches**

#### **Les affiches de Heetch**

##### **Affiche publicitaire 1**



### Affiche publicitaire de Heetch

Cette image est une affiche publicitaire du service de mobilité Heetch partagée le 23 février 2023. Heetch est une application algérienne de VTC « véhicule de tourisme avec chauffeur », elle est destinée de manière spécifique aux sportifs.

L'affiche publicitaire met en scène un jeune homme soulevant des haltères dans une salle de musculation. Cette affiche utilise une alternance codique interphrastique, intégrant deux langues différentes dans deux phrases, ainsi que des emprunts lexicaux variés. La phrase "l'entraînement متخليكش سبة باش تراطي" mêle l'arabe algérien et le français, et se traduit par "ne laisse pas une raison pour rater l'entraînement". Le mot "تراطي" est emprunté au français et signifie "rater". De plus, le mot "Heetch" provient de l'anglais et est dérivé du terme anglais "Hitch-hiking", signifiant "auto-stop". L'utilisation du dialecte algérien dans la phrase peut

ajouter une touche locale, transmettre une émotion ou renforcer le message de manière plus efficace pour le public algérien.

Dans cette affiche, nous pouvons également observer l'utilisation de différentes couleurs. Le jaune utilisé dans la phrase "l'entraînement متخليش سبة باش تراطي" représente le dynamisme et l'énergie associés à la pratique de la musculation. La couleur blanche, présente sur le mot "Heetch", symbolise des valeurs positives telles que la pureté et l'équilibre. Enfin, le rose est utilisé pour évoquer la délicatesse et la douceur, notamment en référence aux chauffeurs de Heetch.

L'objectif principal de cette affiche est d'attirer l'attention des sportifs et de les inciter à utiliser l'application Heetch pour faciliter leurs déplacements vers la salle de sport. Elle cherche à communiquer un message accrocheur en utilisant à la fois les langues locales et étrangères, ainsi que des couleurs symboliques pour susciter l'intérêt et l'adhésion du public cible.

## Affiche publicitaire 2



### Affiche publicitaire de Heetch :

Cette affiche publicitaire, diffusée le 21 juin 2022 sur la page Facebook de Heetch, met en scène une image évoquant la saison estivale. On y voit une chaise longue, un sac de plage et

un chapeau, avec en arrière-plan la mer et un rocher. L'objectif de cette publicité est de montrer aux Algériens que grâce à Heetch, ils peuvent atteindre rapidement leurs destinations à l'heure prévue.

L'affiche présente une alternance codique interphrastique, mêlant deux langues différentes dans deux phrases. La phrase "حكم هييتش الصيف جا فالوقت" on dirait "l'été est venu à temps, on dirait que Heetch en a pris le commandement". Le mot "هييتش" est la transcription en arabe du terme Heetch.

Les couleurs utilisées dans cette affiche publicitaire jouent un rôle important. Le rose, couleur principale de l'entreprise Heetch, est prédominant. Le bleu ciel, invitant au calme et au repos, représente la stabilité et l'équilibre, en lien avec le mois d'été. Le jaune symbolise l'énergie, tandis que la couleur blanche évoque la pureté et la paix.

Le but de cette affiche publicitaire est de mettre en avant la rapidité des moyens de transport proposés par Heetch, en particulier pendant la saison estivale. Elle vise à attirer l'attention des personnes souhaitant utiliser les services de Heetch et à leur garantir une expérience de déplacement efficace et ponctuelle.

### Affiche publicitaire 3



### Affiches publicitaire de Heetch

Cette affiche publicitaire, partagée le 22 avril 2022 sur la page Facebook de Heetch, met en avant les services de transport de l'entreprise à destination des parents. On y voit une petite fille accompagnée de ses deux parents.

L'affiche utilise une alternance codique interphrastique, mêlant deux langues différentes dans deux phrases. La phrase "هادا رمضان Heetch ماتخرجش باش تنحريك السبة" les enfants" combine l'arabe algérien avec des mots de langue française. Sa traduction est la suivante : "Ce mois de ramadan, Heetch enlève la raison de ne pas faire sortir les enfants." Cette alternance codique peut être associée à l'identité culturelle et à l'appartenance à différents groupes. Par exemple, l'utilisation de "هادا رمضان" en arabe et de "les enfants" en français peut refléter une identité à la fois arabe et francophone. Les locuteurs peuvent utiliser différentes langues pour se connecter à leurs origines et transmettre leur message de manière appropriée.

L'affiche présente trois couleurs principales : le rose, le jaune et le blanc, qui sont les couleurs distinctives de l'entreprise Heetch dans ses publicités. Le jaune symbolise la sagesse des parents dans notre affiche, le rose représente le bonheur de la famille, et le blanc évoque la propreté et la netteté, offrant également une pause visuelle.

Le but de cette affiche publicitaire est de persuader les parents d'utiliser Heetch. Elle met en avant le fait que même ceux qui ne possèdent pas de voiture peuvent facilement faire sortir leurs enfants en utilisant les services de transport proposés par Heetch. L'objectif est de présenter Heetch comme une solution pratique et fiable pour les parents souhaitant faciliter les déplacements de leur famille.

#### **Affiche publicitaire 4**



### **Une Affiche publicitaire de Heetch**

L'affiche publicitaire représentant le service de transport Heetch est spécifiquement destinée aux habitants et touristes de la wilaya d'Oran. Elle a été publiée le 24 juin 2022 sur la page Facebook de Heetch.

L'image met en scène une voiture de l'entreprise Heetch dans le centre-ville d'Oran. Cette affiche publicitaire présente une alternance codique intraphrastique, où deux langues différentes se mélangent au sein d'une même phrase.

La phrase "Avec Heetch حوس وين حبيت" est un exemple de cette alternance codique. Elle mélange l'arabe algérien avec du français et de l'anglais. Sa traduction est la suivante : "Avec Heetch, déplacez-vous où vous voulez". Le mot "Heetch" est d'origine anglaise, dérivé de "hitch-hiking" qui signifie "auto-stop".

La phrase "31 وهران Oran" est un autre exemple d'alternance codique, mêlant l'arabe dialectal, le français et un numéro. Le numéro "31" correspond au numéro de la wilaya d'Oran.

Les locuteurs peuvent donc alterner entre l'arabe et le français pour atteindre une communication plus précise ou efficace. Cette alternance codique peut être liée à des raisons

d'identité culturelle, d'appartenance à différents groupes linguistiques ou simplement pour renforcer le message publicitaire auprès du public cible.

Comme dans les affiches précédentes, nous pouvons observer la présence de trois couleurs principales : le blanc, le rose et le jaune. Le blanc symbolise la paix et la sécurité, le jaune évoque le mouvement et le dynamisme, tandis que le rose est associé au bonheur et à l'optimisme, renvoyant à l'expression "voir la vie en rose".

Le but de cette affiche publicitaire est de montrer aux gens que Heetch est disponible à Oran et que grâce à cette entreprise de transport, les citoyens algériens peuvent se déplacer où ils le souhaitent. L'objectif est de promouvoir la praticité et la flexibilité des services de transport offerts par Heetch, en mettant en avant leur accessibilité dans la wilaya d'Oran.

## **Les affiches de yassir**

### **Affiche publicitaire 5**



### **Affiche publicitaire de Yassir**

L'image en question est une affiche publicitaire de l'entreprise de transport et de livraison Yassir Algérie. Cette publicité est spécifiquement destinée aux employés et a été partagée le 27 décembre 2018 sur la page Facebook de Yassir.

La photo présente un employé épuisé en train de bâiller de fatigue devant son ordinateur portable et ses dossiers. Cette affiche publicitaire utilise une alternance codique intraphrastique, où deux langues différentes se mélangent au sein d'une même phrase, ainsi qu'un emprunt lexical.

La phrase "Enfin weekend" est un exemple de cette alternance codique, mélangeant l'anglais et le français. Sa traduction est "Finalement, c'est la fin de la semaine". Le mot "weekend" est

d'origine anglaise, signifiant "fin de semaine". L'anglais, en tant que langue mondiale largement utilisée dans divers domaines, peut influencer l'usage linguistique des locuteurs francophones. Ainsi, les locuteurs peuvent choisir d'alterner entre le français et l'anglais pour transmettre leur message de manière plus efficace.

Dans cette affiche publicitaire, on remarque la présence de différentes couleurs. Le blanc utilisé dans "Enfin" évoque le repos et la paix, le jaune dans "weekend" symbolise la joie et le bonheur ressentis par les employés à la fin de la semaine, tandis que la couleur bleu ciel invite au repos et à la détente.

L'objectif de cette affiche publicitaire est de présenter une image des travailleurs lors de leur dernière journée de la semaine, montrant clairement leur fatigue et leur épuisement. Cela met en avant l'engagement de l'entreprise Yassir à assurer ses services quotidiens, même en fin de semaine, afin d'offrir confort et sécurité aux utilisateurs à tout moment. L'accent est mis sur la capacité de l'entreprise à répondre aux besoins des employés et à leur fournir des solutions de transport et de livraison fiables et pratiques.

### Affiche publicitaire N6



Affiche publicitaire de Yassir

Une image représentant une affiche publicitaire de Yassir Algérie, destinée aux personnes intéressées par le service de livraison. Cette publicité a été publiée le 5 octobre 2021 sur le site PROSDELACOM.

La photo met en avant un scooter de livraison de l'entreprise Yassir, accompagné de produits alimentaires tels qu'une pizza et un hamburger.

Cette affiche publicitaire présente deux phrases distinctes avec une alternance codique. La phrase "كلشيء يجيك بـClic" illustre une alternance codique intraphrastique, où deux langues se mélangent au sein de la même phrase. Il s'agit d'une phrase en dialecte algérien mêlé à la langue française, dont la traduction est "Avec un clic, tout vient chez vous".

La deuxième phrase, "كل يوم des offres", représente une alternance codique interphrastique, où deux langues différentes sont utilisées dans deux phrases distinctes. On passe de l'arabe algérien à la langue française, avec pour traduction "Chaque jour, des offres". L'alternance codique peut être utilisée comme un marqueur d'appartenance à un groupe spécifique. En alternant entre l'arabe et le français, le locuteur peut montrer son adhésion à différentes communautés linguistiques ou cultures, ou encore exprimer un niveau de compétence linguistique et sociale.

Dans cette affiche, on remarque également l'utilisation de différentes couleurs. Le rouge, présent dans cette publicité, évoque le dynamisme et l'engagement. Le blanc symbolise la pureté et la propreté. La couleur jaune, utilisée dans "كلشيء يجيك بـClic", représente l'ambiance et l'optimisme. Le noir exprime la rigueur et le luxe.

Le but de cette affiche publicitaire est de partager avec les gens que le service de livraison de Yassir est disponible en permanence, et que l'entreprise propose des offres et des promotions régulières. Elle met en avant la facilité et la praticité de la livraison avec Yassir, en mettant en avant le confort de recevoir des produits directement chez soi.

## **Affiche publicitaire 7**



### Affiche publicitaire de Yassir

La photo présente une affiche publicitaire de l'entreprise de transport et de livraison Yassir, déjà implantée en Algérie. Elle est apparue le 5 mai 2023 sur le réseau social Facebook et s'adresse spécifiquement au peuple algérien.

On peut observer dans l'image une voiture de luxe et un smartphone affichant une carte de l'application Yassir. En arrière-plan, on peut voir une illustration du monument des martyrs et de la mosquée de Bab El-Oued à Alger.

Cette affiche publicitaire utilise une alternance codique interphrastique, où deux langues différentes apparaissent dans deux phrases distinctes. Il est important de souligner que cette combinaison de mots en arabe et en français reflète la réalité sociolinguistique de l'Algérie, où l'arabe est la langue officielle et le français joue un rôle important en tant qu'ancienne langue de colonisation.

La phrase "Confort أريح راحتك خير" est une phrase en arabe algérien mélangé au français, et se traduit par "Gagne ton aise et choisis le confort".

L'affiche publicitaire présente plusieurs couleurs, dont le noir synonyme d'élégance et de luxe, le blanc symbolisant la paix et la pureté, et l'orange apportant la joie et l'optimisme. Ces couleurs visent à améliorer l'humeur et la motivation des spectateurs.

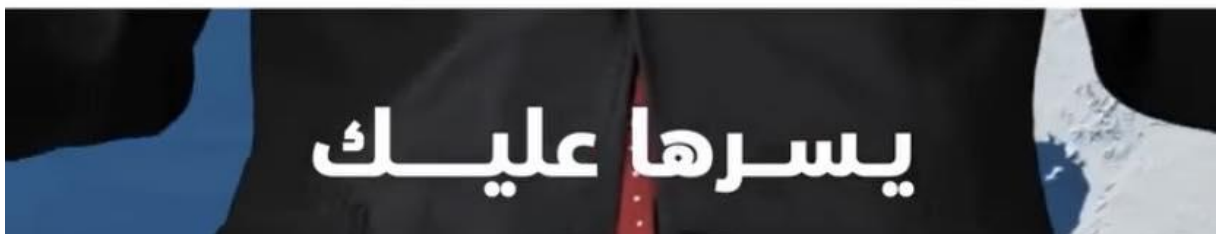
L'objectif de cette affiche publicitaire est de montrer aux clients et au grand public que Yassir est un moyen de transport confortable, luxueux et sécurisé.

En résumé, l'analyse sociolinguistique de cette affiche met en évidence l'interaction entre l'arabe et le français dans le contexte algérien, soulignant le plurilinguisme et la diglossie présents dans la société. Elle met également en avant l'influence du français en tant que langue prestigieuse.

### **Affiche publicitaire 8**



 **YASSIR** Chauffeur



### **Affiche publicitaire de Yassir**

L'image présente une affiche publicitaire de l'entreprise Yassir Algérie, un service de transport et de livraison. Elle est apparue le 28 mai 2023 sur la page Facebook de Yassir et est

destinée au grand public. On peut y voir Cheikh Ferhat, le présentateur de la météo, avec la carte de l'Algérie en arrière-plan.

La publicité fait appel à Cheikh Ferhat, un homme très apprécié par le peuple algérien en raison de son dynamisme, de sa popularité et surtout de sa manière de parler qui attire les gens à utiliser cette application.

La phrase "Yassir chauffeur يسرها عليك" utilise une alternance codique interphrastique, où deux langues sont mélangées dans deux phrases distinctes. La traduction de cette phrase est "Yassir chauffeur facilite les choses pour toi". Les créateurs de cette affiche publicitaire ont utilisé l'arabe algérien pour refléter l'appartenance ethnique ou le lien avec la culture algérienne, tandis que l'utilisation du français indique l'influence de la langue française en Algérie. L'utilisation de l'alternance codique peut aider à clarifier ou à expliquer certains concepts en utilisant la langue la plus appropriée. La phrase "يسرها عليك" est un slogan que l'on retrouve dans presque toutes les publicités de Yassir.

On peut remarquer la présence de différentes couleurs, le blanc symbolisant l'innocence et la pureté, la couleur noire symbolisant le professionnalisme et la sagesse, et l'utilisation du bleu ciel qui évoque la confiance et la vérité.

Le but de cette affiche publicitaire est de montrer aux peuples algériens que les chauffeurs de Yassir facilitent les déplacements et le transport. Cheikh Ferhat, en tant que personnage ayant une personnalité modeste et issu du grand public, permet aux utilisateurs de penser que ce service n'est pas destiné à un groupe spécifique, mais qu'il est ouvert à tous.

## 6. Comparaison des affiches publicitaires de Heetch et Yassir

Caractéristiques	Affiches de Heetch	Affiches de Yassir
Mise en scène axée sur les utilisateurs	Présence de personnages (jeune homme soulevant des haltères, famille avec une petite fille et ses deux parents)	Mise en avant des services de transport et de livraison (employé épuisé devant son ordinateur portable, scooter de livraison avec des produits alimentaires)
Utilisation de l'alternance codique	Intègre l'arabe algérien et le français dans le texte des affiches	Intègre l'arabe algérien et le français dans le texte des affiches

Couleurs vives et attrayantes	Jaune, blanc, rose	Blanc, jaune, bleu ciel, noir
Objectifs spécifiques	Encourager les sportifs à utiliser l'application pour leurs déplacements vers la salle de sport, montrer la rapidité des déplacements pendant l'été, convaincre les parents d'utiliser Heetch pour les déplacements en famille	Mettre en avant la facilité et la praticité des services de transport et de livraison

## 7. Résultats de l'évaluation des hypothèses

Les résultats des hypothèses sur l'utilisation de l'alternance codique dans la publicité de Yassir et Heetch ont apporté des informations intéressantes quant à l'impact de cette stratégie linguistique.

1. En utilisant cette stratégie dans leur publicité, Yassir et Heetch parviendraient à se rapprocher des consommateurs algériens et à créer une complicité.
  - Validée : L'utilisation de l'alternance codique dans la publicité peut aider à établir une connexion plus étroite avec les consommateurs en utilisant leur langue maternelle ou familière. Cela peut contribuer à créer une relation de proximité et de complicité avec le public cible.
2. L'alternance entre différentes langues permettrait de créer des effets linguistiques et rhétoriques qui captent l'attention des consommateurs et renforcent les arguments avancés par les annonceurs.
  - Validée : L'utilisation de différentes langues dans la publicité peut créer des effets linguistiques et rhétoriques qui attirent l'attention des consommateurs. L'alternance codique peut également renforcer les arguments avancés par les annonceurs en utilisant des mots et expressions spécifiques dans chaque langue pour renforcer leur message.
3. L'utilisation de l'alternance codique est une pratique répandue dans les entreprises de transport implantées dans des zones géographiques où différentes langues sont parlées.

- Partiellement validée : L'utilisation de l'alternance codique peut être répandue dans les entreprises de transport opérant dans des zones multilingues. Cependant, il convient de noter que cela peut varier en fonction du contexte géographique, culturel et linguistique spécifique de chaque entreprise.
4. L'alternance codique facilite la communication et permet aux clients et utilisateurs d'interagir de manière plus efficace en utilisant la langue qui correspond le mieux à leur contexte.
- Validée : L'utilisation de l'alternance codique dans la communication permet aux clients et utilisateurs de s'exprimer dans la langue qui leur convient le mieux, favorisant ainsi une communication plus efficace et fluide. Cela peut également contribuer à une meilleure compréhension mutuelle entre l'entreprise et ses clients.

En somme, nous avons remarqué à travers notre analyse des affiches publicitaires que les deux entreprises de transport et de la livraison Heetch et Yassir, utilisent l'alternance codique dans leurs affiches publicitaires comme une nouvelle stratégie publicitaire utilisée en Algérie, car l'Algérie est un pays à la fois bilingue et plurilingue dont l'alternance codique est une pratique courante. L'alternance codique peut également aider les entreprises à créer un sentiment d'appartenance chez les membres de leur public cible, l'objectif principal est de créer une communication efficace et d'établir un lien avec le public cible.

# **Conclusion générale**

## **Conclusion générale :**

Pour conclure, notre objectif initial dans ce travail de recherche était de fournir des informations éclairantes sur l'alternance codique dans les affiches publicitaires de Heetch et Yassir, les deux entreprises de transports et la livraison en Algérie. Notre recherche s'inscrit dans le domaine de la sociolinguistique.

L'utilisation de l'alternance codique dans les affiches publicitaires en Algérie est un phénomène courant dans plusieurs entreprises. L'analyse de l'efficacité de l'alternance codique dans les affiches publicitaires de Heetch et Yassir en tant que stratégie de communication visuelle dans le domaine des services de transports et de la livraison a révélé plusieurs aspects importants. Tout d'abord, l'alternance codique qui consiste à combiner différentes langages ou codes visuels dans une même publicité, peut être considérée comme une approche créative et innovante pour capter l'attention du public cible.

Notre étude a démontré que l'utilisation de l'alternance codique dans les affiches publicitaires de Heetch et Yassir permet de transmettre plusieurs messages simultanément, en utilisant des couleurs et des images spécifique avec le concept de la publicité et l'utilisation de plusieurs langues, pour le but de créer une connexion émotionnelle avec les utilisateurs et le public cible en reflétant leur diversité culturelle et linguistique, tout en facilitant la compréhension du message central de la publicité.

L'étude des affiches publicitaires de Heetch et Yassir met en lumière l'impact positif de l'alternance codique dans le domaine de la communication commerciale.

D'après notre recherche et analyse l'alternance codique est utilisée pour créer un sentiment d'appartenance et de connexion avec les utilisateurs, en montrant que l'entreprise est attentive aux besoins de ses clients et peut communiquer et passer le message avec leur langue maternelle ou leur langue de préférence. Il est important de noter que l'alternance codique aide les deux entreprises de transport à se différencier de leurs concurrents, Cela peut aider à renforcer la marque de l'entreprise et à améliorer sa réputation auprès des clients. L'alternance codique facilite la communication dans les affiches publicitaires.

En somme, nous pouvons dire que l'alternance codique est une stratégie de communication visuelle efficace pour les affiches publicitaires de Heetch et Yassir dans le domaine des services de transports et de la livraison. Elle permet de capter l'attention, de transmettre des messages multiples, de créer une connexion émotionnelle et de renforcer l'image de marque.

Les résultats obtenus permettent de mieux appréhender l'impact de l'alternance codique sur la relation entre les entreprises et les consommateurs. En examinant les différentes hypothèses formulées, nous avons pu observer les effets de cette approche linguistique sur la proximité avec les consommateurs, l'attraction de leur attention, la diffusion d'arguments persuasifs, ainsi que les possibilités d'interaction plus efficace. Ces résultats soulignent l'importance de prendre en considération l'aspect linguistique dans la publicité et mettent en évidence les avantages de l'utilisation stratégique de l'alternance codique pour engager et satisfaire le public cible.

Cette recherche ouvre des nouvelles perspectives pour nous. Nous pourrions envisager en effet, d'effectuer des expérimentations ou des tests de réception afin de mesurer l'efficacité de l'alternance codique dans des scénarios réels. Cela nous permettrait d'obtenir des données plus précises sur les réactions des consommateurs et d'affiner nos conclusions.

# **Bibliographie**

## Références Bibliographiques :

- ✚ BENBOUZIANE, H. (2022). *La créativité lexicale dans les pratiques langagières des lycéens mostaganemois*. *Aleph* Volume 9, Numéro 1, Pages 315-333
- ✚ BLOMMAERT, J. (2010). *La sociolinguistique de la mondialisation*. Cambridge Université.
- ✚ BOYER, H. (2001). *Introduction à la sociolinguistique* éd. DUNOD, Paris.
- ✚ CALVET, J. L. (1993). *La sociolinguistique*. PUF, Collection, QUE Sais-je ? Paris.
- ✚ CAUBET, D. (1998). Alternance de codes au Maghreb, pourquoi le français est-il arabisé ? In *Plurilinguisme, alternance des langues et apprentissage en contextes plurilingues*, 14 p.122.
- ✚ CHACHOU I. (2013). *La situation sociolinguistique de l'Algérie: pratiques plurilingues et variétés à l'oeuvre*. 978-2-343-00505-8. ffhal-02886039
- ✚ DUBOIS, J. (2002). *Dictionnaire de linguistique et des sciences du langage*, éd, Larousse Paris.
- ✚ GUMPERZ John, J. (1989), *Sociolinguistique interactionnelle, une approche interprétative*, Paris, L'Harmattan.
- ✚ GUMPERZ J, J. (1989), *Engager la conversation ; Introduction à la sociolinguistique interactionnelle*. Paris minuit.
- ✚ SEBAA, R. (2002). *l'Algérie et la langue française, l'altérité partagée*, Dar El Gharb, Oran,.
- ✚ IBRAHIMI, K, T.(2004). *L'Algérie : coexistence et concurrence des langues*. l'année de Maghreb
- ✚ IBRAHIMI, K, T.(1997). *Les Algérien et leur(s) langue(s)*. Al Hikma, Alger.

## Site consulté :

<https://fr.wikipedia.org/wiki/Heetch>

<https://fr.wikipedia.org/wiki/Yassir>

<https://www.abc-citations.com/themes/publicite/>

<https://web.facebook.com/Yassir.Algerie>

<https://web.facebook.com/HeetchDjazair>

<https://gerflint.fr/Base/Algerie10/maiche.pdf>

# **Annexes**

Affiche publicitaire de Heetch 1 :



**HEETCH!**  
متخيليكيش سبة باش تراطي  
**L'ENTRAÎNEMENT**

Disponible sur  
Google Play

تتحميله من  
App Store

Affiche publicitaire de Heetch 2 :



### Affiche publicitaire de Heetch 3



Affiche publicitaire de Heetch 4



Affiche publicitaire de Yassir 1



## Affiche publicitaire de Yassir 2



## Affiche publicitaire de Yassir 3

The advertisement features a black sedan in the foreground, with a smartphone positioned behind it. The phone screen displays a navigation app interface with a map of Algiers, showing a route and a 'Schedule' button. The background is a stylized cityscape with a large, faint 'CONFORT' watermark. The top of the image contains the YASSIR logo and the slogan 'أرّبح راحتك، فِـيـر' (Earn your comfort, Yassir).

**YASSIR**

أرّبح راحتك، فِـيـر

**CONFORT**

CONFORT

Algiers  
مدينة الجزائر

Schedule

YASSIR

## Affiche publicitaire de Yassir 4



 **YASSIR** Chauffeur

يسرها عليك

