

République algérienne démocratique et populaire
Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique

Université Abderrahmane Mira – Bejaia

Faculté des lettres et des langues
Département de français



Mémoire de master

Option : Sciences du langage

Thème

**Etude des noms de biscuits des trois marques algériennes PALMARY,
BIFA et BIMO**

Approche morphologique et sémantique

Réalisé par :

M^{lle} SIDI ALI Siham

M^{lle} SADAOUI Akila

Le jury :

M^{lle} REDOUANE Ryma, **Présidente**

M^{lle} MOUNSI Lynda, **Directrice**

M^{lle} BENAMSILI Sonia, **Examinatrice**

Année universitaire :2022/2023

Remerciements

Tout d'abord, nous remercions Dieu qui nous a donné la volonté et le courage pour parvenir à la réalisation de ce modeste travail.

*Nous tenons à remercier vivement notre directrice de recherche Mlle **MOUNSI Lynda** pour son aide consistant, ses conseils méthodologiques, ses encouragements et sa confiance tout au long de la réalisation de ce travail.*

Nos vifs remerciements aux membres du jury pour nous avoir fait l'honneur d'examiner et d'évaluer notre travail.

Nous adressons nos plus sincères remerciements à tous les professeurs qui nous ont enseignés, enrichi nos connaissances et de nous avoir guidé durant ces cinq années.

Nous remercions aussi tous les membres de nos familles pour leur soutien moral et affectif.

Siham & Akila

Dédicaces

Je dédie ce modeste travail

*A ma chère maman **Hassiba**, qui m'a soutenue et encouragé durant ces années d'études, Merci pour l'amour que tu me portes depuis mon enfance. Ce travail est le témoignage de ma profonde reconnaissance. Que dieu te garde pour moi.*

*A mon cher père **Brahim**. Ce modeste travail est le fruit de tous les sacrifices que tu as déployés pour mon éducation et ma formation. Merci pour ta compréhension, ton soutien et ton amour. Que dieu te garde pour moi.*

*A ma chère grande sœur **Lydia** et mon cher grand frère **Bouhou**.*

Je vous aime inconditionnellement.

A toute ma famille, mes grands-parents, mes tantes et mes oncles.

*A mes chers amis, **Sara, Kenza, Mouhcine, Djaber**.*

*A ma binôme **Akila**. Merci pour tous ces moments partagés durant ce travail.*

Siham

Dédicaces

Je dédie ce modeste travail de recherche.

À mes chers parents pour tous leur amour, soutien et encouragement, je leur dois un grand respect et une grande reconnaissance. Que Dieu les protégés.

*À mes chères sœurs : **Souad, Sabrina, Tinhinane, Lila** pour l'amour qu'elles me réservent, je leur souhaite une vie pleine de bonheur et de succès.*

*À mon cher et unique frère **Saber**.*

*À mes beaux-frères : **Faouzi, Farid et Ikhlef***

*À mes adorables nièces et neveux : **Nilia, Céline, Lina et Axel, Wael**.*

À tous les membres de ma famille : tante, oncle, cousin, cousine maternelle et paternelle.

*À ceux qui j'aime beaucoup, qui m'ont toujours soutenu et étaient toujours à mes côtés : mes chers amis spécialement **Lynda, Katia, Mélissa, Lisa, Keltouma, Ali**.*

*Je termine avec la personne avec qui j'ai partagé tout le travail, mon binôme **Siham**, merci pour ton soutien moral dans les moments de stress, pour t'a patience tout au long de ce projet.*

Akila

Sommaire

Introduction générale	08
Chapitre I : Approche morphologique	16
I. Classement des noms selon leur forme	17
II. Classement des noms selon leur genre	29
III. Classement des noms selon leur nombre	31
IV. Classement des noms selon leur domaines linguistiques.....	34
Chapitre II : Approche sémantique	40
I. Interprétation sémantique	42
II. Approche statistique.....	59
Conclusion générale	63
Références bibliographiques	66
Table des matières	70
Index	
Annexe	
Résumés	

Les abréviations employées dans ce mémoire

Adj. Adjectif

Adj.poss Adjectif possessif

Adv. Adverbe

Angl. Anglais

Cat. Gram. Catégorie grammaticale

Dét. Déterminant

Esp. Espagnol

Fém. Féminin

Franç. Français

Gr. Genre

Ital. Italien

Masc. Masculin

N. Nom

V Verbe

Nmq. Nom de marque

Npd. Nom de produit

Npr. Nom propre

N.c Nom commun

P. Préposition

Pl. Pluriel

Sing. Singulier

Introduction générale

1. Présentation du sujet

La consommation des produits locaux en Algérie tend à augmenter de plus en plus. Grâce à leur haute qualité, ils se sont imposés sur des marchés étrangers et font aujourd'hui la fierté du pays. Pour cette raison, toutes les entreprises tentent de lancer de nouveaux produits et innovent en termes de leurs appellations afin d'attirer l'attention des consommateurs et de répondre à leurs besoins. Le choix du nom de produit est donc une opération très importante pour le producteur car cela permet d'un côté de distinguer un produit d'un autre et d'un autre côté, de mieux vendre le produit en question.

Ainsi, le marketing joue un rôle considérable dans la commercialisation des produits. Il peut être défini comme l'analyse des besoins des consommateurs et l'ensemble des moyens d'action utilisés par les organisations pour influencer leur comportement. Cette discipline est une aide à la décision, elle permet de définir la combinaison optimale des caractéristiques du produit et répondre à des attentes des consommateurs d'une manière la plus profitable possible afin de trouver un nom d'une marque ou d'un produit et être créatif et unique pour attirer l'attention et marquer les esprits des clients.¹

Le nom de biscuit renvoie au nom propre, ce dernier est un signe linguistique par lequel on peut désigner une personne, un lieu, une chose, un produit, etc. Il occupe une place très importante dans tous les domaines. Le nom propre vise à identifier, à montrer quelque chose sans donner d'autres informations secondaires. Pour Benveniste : « *le nom propre est une marque conventionnelle d'identification sociale telle qu'elle puisse désigner constamment et de manière unique un individu unique* » (1974 : 200).

La science qui s'occupe du nom propre est l'onomastique. Celle-ci est une branche de la linguistique. Elle est apparue vers la fin du dix-neuvième siècle. C'est une science qui s'intéresse à l'étude de toute sorte de noms propres et aussi une discipline qui sert à expliquer les noms propres.

Camproux précise que l'onomastique est « *la science du nom propre, qu'il s'agisse d'un nom d'avion, d'une pile électrique, d'un rasoir, d'un robot, d'un magasin, petit ou grand, d'une robe d'un met quelconque etc., ou qu'il s'agisse d'une localité ou d'une personne* » (1982 :5)

¹ https://www.e-marketing.fr/Definitions-Glossaire/est-que-marketing-238286.htm?fbclid=IwAR0roOCiJo6QbPmPVQjZC0VCgDdmcasJdlf26V1eZgvnwRZ_EOQ3mxtGOXU

L'onomastique est donc une discipline qui étudie le nom propre, elle explique son origine, sa formation et sa signification. Elle vise à tirer tous les renseignements possibles des noms propres, qu'ils soient des noms de lieux ou de personnes. Selon le dictionnaire de linguistique et des sciences du langage de Dubois, cette science est définie comme : « *une branche de la lexicologie étudiant l'origine des noms propres. On dévisse parfois cette étude en anthroponymie (concernant les noms propres de personne) et toponymie (concernant les noms de lieu)* » (2012 : 334).

L'onomastique est aussi considérée comme une science humaine, comme l'affirme Akir : « *L'onomastique est une science vivante de l'homme* » (2003 :10). Cela veut dire que cette discipline est en relation avec l'homme. Elle est aussi en relation avec des différents domaines, tels que l'histoire, la géographie, etc.

L'onomastique se répartie en plusieurs disciplines, y compris l'onomastique commerciale qui est un champ d'étude très vaste et qui prend en charge l'étude des noms qui apparaissent dans le secteur commercial. Les marques commerciales sont des noms propres qui font exister les objets en leur donnant une identité propre parmi leurs concurrents.

En onomastique commerciale, les noms de marques et les noms de produits constituent deux catégories linguistiques différentes. Nous appellerons « nom de marque » celui qui apparaît sur des produits différents, avec le même logo², et « nom de produit », celui qui désigne un produit spécifique. Dans un emballage, on peut trouver plusieurs types de rubriques (nom de gamme, nom fabricant, etc.), mais le nom de marque et le nom de produit sont des éléments stables.

Au début de l'ère industrielle, le nom d'un produit, signifiait qu'il avait été fabriqué par une telle marque. Aujourd'hui, il ne renvoie plus forcément au fabriquant, ni au concepteur, ni même à l'entreprise qui fabrique le produit, mais de plus en plus à une unité abstraite et cependant chargée de sens ou du moins véhicule un concept.³

Mais avant de poser notre problématique, essayons de comprendre tout d'abord qu'est-ce qu'un biscuit ? Le biscuit est une réalisation humaine, c'est un aliment qui a une longue histoire. Les Égyptiens sont à l'origine de sa création, c'est ici que l'on retrouve l'étymologie du mot « bis-cuit » cuit deux fois. Des illustrations dans le tombeau du pharaon égyptien, des

² Représentation graphique d'une marque commerciale, du sigle d'un organisme, d'un produit.

³ <https://journals.openedition.org/corela/1198>

Peintures et d'un ouvrier qui attise le feu d'un four où cuisent des galettes.

Au moyen âge, les biscuits étaient principalement fabriqués à partir de farine, de sel et d'eau, et ils étaient souvent cuits sur des pierres chaudes ou dans des fours à pain. Au fil des siècles, les ingrédients utilisés dans la fabrication des biscuits ont évolué et de nombreux types de biscuit très différents les uns des autres ont été créés dans diverses régions du monde.⁴

Au cours des 17^{ème} siècle et 18^{ème} siècle, les biscuits à la crème et biscuits fourrés ont été inventés. Au cours du 19^{ème} siècle, les biscuits sont devenus plus populaires et on commençait à les emballer individuellement et à les vendre dans des boîtes en métal, ce qui a contribué à leur popularité croissante.

Les biscuits et les gâteaux sont aussi modernes et innovants, ils ont su s'adapter aux attentes des consommateurs : nouvelles recettes, nouveaux goûts, nouveaux modes et présentation ... Ce sont des plaisirs à la fois gourmands, bons et nourrissants. Ils ont une très grande histoire.⁵

Il y a aussi la madeleine qui est un petit gâteau traditionnel aux œufs, en forme de coquillage. Il aurait été créé en 1755 dans le château de Commercy⁶. Le roi Stanislas a organisé une réception. Il demanda à sa cuisinière, madeleine, de confectionner un gâteau inédit. Elle élaborait donc des gâteaux en forme de coquillage. Le roi Stanislas⁷ apprécia tellement qu'il en envoya un colis à sa fille Marie. Epouse de Louis XV. Marie tomba sous le charme de ces gâteaux et décida de les nommer Madeleine en hommage à celle qui les avaient créées « Madeleine Paulmier ».⁸

La génoise est un biscuit à pâte battue qui entre dans la composition de nombreux mets en pâtisserie. En 1830 le chef « Auguste Julien » en voyage chez le pâtissier bordelais Lorsa, il découvre la technique d'un ouvrier italien de Gênes consistant à battre le biscuit sur feu doux. En son hommage, il surnomme la pâte « génoise ».⁹

⁴ <https://www.lesaventuriersdubiscuit.com/blogs/biscuitologie/les-origines-et-lhistoire-du-biscuit>

⁵ <https://www.biscuitsgateaux.com/wp-content/uploads/2018/05/Charte-Professionnelle-BG-27-04-2018.pdf>

⁶ Un château situé à Commercy dans le département de la Meuse, en France.

⁷ Stanislas Leszczyński. Roi de Pologne et grand-duc de Lituanie (1677–1766).

⁸ <https://www.edelices.com/medias/origine-madeleine>

⁹ [https://fr.m.wikipedia.org/wiki/Génoise_\(cuisine\)?fbclid=IwAR0E0LidL5-KhrFVoqjsxy0vhvit5oo27FxKJUMzKzPartlIOVLyXWGMwKw](https://fr.m.wikipedia.org/wiki/Génoise_(cuisine)?fbclid=IwAR0E0LidL5-KhrFVoqjsxy0vhvit5oo27FxKJUMzKzPartlIOVLyXWGMwKw)

2. Motivations et choix du sujet

Notre recherche s'intéresse à l'étude morphologique et sémantique des noms de biscuits, plus précisément ceux de Palmary, Bifa et Bimo. Nous avons choisi ces trois entreprises du fait qu'elles soient les plus fameuses en Algérie et du fait également que nous sommes de grandes consommatrices de leurs produits et nous avons donc eu la curiosité d'analyser ces noms de produits et de comprendre leur choix plus particulièrement.

En outre, nous avons opté pour cette étude ergonymique car les travaux de recherches qui ont été réalisés sur l'onomastique algérienne, en particulier celle de Bejaia, sont généralement des études toponymiques et anthroponymiques. En effet, nous avons trouvé une étude consacrée à analyser les noms de produits alimentaires en Algérie¹⁰ (y compris Bimo et Bifa) en 2015, mais aucun travail a été élaboré sur Palmary. Nous avons remarqué aussi que le nombre de produits de biscuiterie sur le marché algérien est en augmentation. Cela nous a poussé à mener une étude pour analyser ces différents noms et découvrir leur origine, leur forme et leur sens.

L'objectif de notre recherche d'analyser morphologiquement et sémantiquement ces noms afin de mieux comprendre le choix de ces dénominations.

3. Problématique

En observant certains produits, nous nous sommes posées les questions ci-dessous auxquelles nous allons tenter de répondre tout au long de notre recherche.

- Quelles sont les caractéristiques morphologiques de ces noms de biscuits ?
- Quelles sont les langues qui ont servis le plus à leurs créations ?
- Ces noms ont-ils un sens ? A quelles catégories sémantiques/ thématiques renvoient-ils ?

4. Hypothèses

Pour arriver à répondre d'une manière provisoire à ces questionnements, nous proposons les hypothèses suivantes que l'on va confirmer ou infirmer à la fin de notre étude.

¹⁰ Sandjakeddin Saida. (2015). L'onomastique commerciale : analyse des noms de marques et de produits alimentaires algériens, mémoire de master soutenu à l'université de Bejaia, sous la direction de Lanseur Soufiane.

- Dans notre corpus, nous supposons que la majorité des noms se présente sous une forme simple.
- Nous pensons que les langues prédominantes dans notre corpus sont le français et l'anglais.
- Le phénomène d'hybridation serait très fréquent dans la création des noms de biscuits pour attirer les consommateurs et augmenter le nombre d'achats.
- Tous les noms des produits auraient un sens, qui réfèreraient à plusieurs éléments soit au produit lui-même, soit au goût ou l'emballage.

5. Corpus

a) Présentation des trois marques PALMARY, BIMO et BIFA

PALMARY FOOD : La société PALMARY FOOD avec son entité industrielle SARL SOBCO a été créée en 2007 dans la zone industrielle de Kharrouba, dans la wilaya de Boumerdes à proximité de la capitale Alger. Actuellement, PALMARY FOOD compte 6 sites de production et est parmi les leaders de la catégorie sur le marché local avec une grande dynamique de croissance et d'expansion.¹¹

BIMO : La première usine qui a été créée en 1981 dans la zone industrielle de Baba-ali au Sud d'Alger baptisée la Nouvelle biscuiterie moderne (Bimo par abréviation). La société a connu un développement rapide de ses activités productives. Bimo s'intéresse ensuite au chocolat et c'est pour cela qu'une unité de fabrication de chocolat a été créée en 1986 qui par la suite devient leader national en ces produits. La société inaugure en 1997 la première unité de traitement et de transformation de fèves de cacao en Algérie qui alimentera ses propres usines ainsi que les entreprises industrielles national.¹²

BIFA : Depuis sa création en 2004 le groupe Bifa Algérie, spécialisé dans la fabrication du biscuit, génoiserie, madeleine, gaufrette, chocolat, confiserie, jus et eau minéral a pu fournir pour le marché algérien et extérieur une large gamme affinées sous différents goûts et formats. Le groupe Bifa est un conglomérat algérien de l'industrie agroalimentaire, actuellement il est parmi les leaders nationaux dans son domaine avec une capacité de production considérable.¹³

¹¹ <https://palmaryfood.com>

¹² https://fr.wikipedia.org/wiki/Groupe_Bimo

¹³ <http://www.bifa-dz.com>

b) Collecte du corpus

Pour récolter notre corpus, nous nous sommes rendues à des supérettes, des alimentations générales et nous avons consulté les sites officiels des trois entreprises, nous avons également collecté certains produits à travers quelques publicités sur internet.

Notre corpus contient quatre-vingt-douze (92) noms de produits de biscuits. Les génoises, les madeleines et les gaufrettes sont compris dans ce nombre.

Pour chaque marque, nous avons collecté le nombre suivant :

-Palmary, vingt-sept noms (27).

-Bifa, quarante-trois noms (43).

-Bimo, vingt-deux noms (22).

Nous tenons à préciser que nous n'avons pas trouvé tous les produits dans les sites officiels de ces marques. Nous avons récolté les autres noms grâce à quelques publicités et à des grossistes des produits alimentaires.

6. Méthodologie

Notre modeste travail intitulé : « Etude des noms de biscuits des trois marques algériennes PALMARY, BIFA et BIMO : approche morphologique et sémantique » s'inscrit dans le domaine de l'onomastique commerciale, les principaux objets d'étude de cette dernière sont les noms de marque, les noms de produits, les noms de gamme, etc. Pour notre part, nous allons nous intéresser à l'étude des noms de biscuits de trois marques très connues en Algérie. Nous tenterons de les décrire sous deux aspects linguistiques : l'aspect morphologique et l'aspect sémantique afin d'essayer de comprendre ce système dénomiatif particulier.

Pour bien mener notre analyse de corpus, nous avons adopté trois approches, à savoir l'approche descriptive, classificatoire et statistique.

a) L'approche descriptive

Nous recourons ici à la description morphologique et à la description sémantique.

1. La description morphologique

Nous allons analyser ces noms suivant leurs formes, leurs natures grammaticales et leurs modes de formation. Nous découvrirons quelques procédés de formations qui ont permis leur création, tels que : l'hybridation, la siglaison, etc.

2. La description sémantique

Nous allons découvrir l'origine linguistique de ces noms et les décrire d'un point de vue sémantique, nous tenterons de leur apporter des significations et des interprétations.

b) L'approche classificatoire

Pour analyser les noms des biscuits, nous allons les classer selon leurs structures morphosyntaxiques, leurs catégories grammaticales, leurs origines linguistiques, leurs catégories thématiques selon leur référent (noms relatifs à l'homme, au goût, à la nourriture, etc.).

c) L'approche statistique

Pour mieux lire et interpréter nos résultats d'analyse, nous allons quantifier les noms sur tous les plans étudiés. En effet, nous allons compter les noms de biscuits suivant leurs formes, leurs origines linguistiques et leurs catégories thématiques en recourant à des schémas établis grâce au logiciel Excel.

7. Plan commenté

Pour atteindre notre objectif, nous avons organisé notre travail en deux chapitres. Nous avons fait évidemment appel à la linguistique et ces différentes branches (la lexicologie, la morphologie et la sémantique).

Le premier chapitre, sera consacré à l'approche morphologique, pour classer ces noms selon leur forme, leur genre, leur nombre et leur origine linguistique.

Dans le deuxième chapitre, nous allons apporter une signification aux noms de biscuits. Nous tenterons également de leur attribuer une interprétation et nous les classerons en plusieurs catégories thématiques.

A la fin de notre travail, nous allons répondre à notre problématique de départ et nous allons confirmer ou infirmer nos hypothèses dans une conclusion bien concise.

Chapitre I

Approche morphologique

Dans le cadre de ce chapitre, nous allons effectuer une analyse morphologique des ergonymes qui sont aux nombres de quatre-vingt-douze (92) noms de biscuits et les classer selon leur catégorie grammaticale, leur genre et leur nombre. En appuyant sur les procédés de formations qui ont permis de les obtenir. Enfin nous allons les classer selon leur origine linguistique.

La morphologie est une discipline qui étudie la forme du mot et qui s'occupe des plus petites unités ayant du sens. Elle est une branche essentielle en linguistique car elle permet de comprendre et analyser comment les mots sont formés et comment ils fonctionnent dans une langue donnée, Elle a des implications importantes pour l'analyse de la structure des langues, la traduction, la création de nouvelles langues artificielles et la didactique des langues étrangères.

Mounin définit la morphologie dans son Dictionnaire de la linguistique comme une « *étude des formes sous lesquelles se présentent les mots dans une langue, des changements dans la forme des mots pour exprimer leurs relations à d'autres mots de la phrase, des processus de formations de mots nouveaux* ». (1974 :221)

Elle est aussi indispensable pour toute étude en onomastique. Cheriguen affirme que : « *dans toute étude onomastique, la morphologie est déterminante. Elle est même avec, l'étymologie l'unique moyen qui permet d'identifier l'évolution d'un nom* ». (2005 :16)

I. Classement des noms selon leur forme

Dans cette partie, nous allons classer les noms selon leurs catégories grammaticales, nous allons également analyser leurs particularités.

I.1. Les noms simples

Le mot simple est une unité lexicale qui ne peut pas être décomposée en unités significatives plus petites. ¹⁴

¹⁴ [https://www.cairn.info/la-lexicologie--9782200286118-page-46.htm#:~:text=20\)%20que%20les%20linguistes%20ont,ou%20plusieurs%20morphèmes%20ou%20mots.](https://www.cairn.info/la-lexicologie--9782200286118-page-46.htm#:~:text=20)%20que%20les%20linguistes%20ont,ou%20plusieurs%20morphèmes%20ou%20mots.)

Comme le définit Dubois dans son dictionnaire de linguistique et des sciences du langage « on appelle mot simple un morphème racine par opposition au nom dérivé ou composé ». (1994 :434)

Avant de classer les noms simples de notre corpus, nous allons définir le nom propre et le nom commun. Le nom propre est un nom qui désigne toujours le même individu, le même lieu, une chose unique. Il est invariable et il prend toujours une majuscule ,contrairement au nom commun qui désigne des individus , des choses , des idées ¹⁵,comme Dubois le souligne : « ... en grammaire traditionnelle , on appelle noms communs (par opposition à noms propres) les noms qui s'appliquent un être ou un objet appartenant à toute une catégorie , à toute une espèce ... » (2001 : 95-96).

I.1.1. Classement des noms simples selon leurs catégories grammaticales

Nous allons classer les noms simples selon leurs catégories grammaticales dans le tableau suivant :

Catégorie grammaticale	Noms simples
Nom commun	Avantag,break,Classic,,Crox,Cookies,Choco,Dream,Donuts,Madeleine, Magdelenas, Original, Pesos, Sandwich, Supreme, Tango, Wafer, Wafers, Z'animaux
Adjectif	Kool,Piccolo, Special
Verbe	In'joy,gusti
Nom propre	Rio
Total	24

Tableau N°1-Classement des noms simples selon leurs catégories grammaticales.

Nous remarquons dans le tableau ci-dessus que la majorité des noms simples sont des noms communs et qu'il existe un seul nom propre.

¹⁵ <https://dictionnaire.lerobert.com/guide/noms-propres#:~:text=Un%20nom%20propre%20d%C3%A9signe%20un,de%20choses%20ou%20d%27abstractions.>

Nous avons relevé trois adjectifs et deux verbes, nous avons en total vingt-quatre (24) noms simples.

I.1.2. Procédés d'altérations graphiques des noms simples

Nous avons observé que certains noms ont subi quelques altérations graphiques qui sont les suivantes :

I.1.2.1. La substitution

Il s'agit d'un procédé de formation qui consiste à remplacer certaines lettres par d'autres lettres similaires de façon à conserver la même prononciation et avoir une forme différente.

Nous avons deux cas :

- **In'joy** qui est à l'origine « enjoy » en anglais, nous avons la lettre 'e' qui est remplacé par 'i' de façon à garder la même prononciation et l'apostrophe sur la lettre 'n' pour but de former un mot unique.
- **Kool** qui est à l'origine un mot anglais « cool », nous avons la transcription qui a changé, mais la prononciation est gardée /kul/.

I.1.2.2. La troncation

C'est un procédé d'abrégement des mots polysyllabiques à l'initiale ou plus souvent à la finale ¹⁶. La troncation se réalise par « [...] élimination de syllabe(s) finale(s) et l'on parle d'apocope ou de troncation par suspension [...] La troncation se fait [aussi] par la suppression de la ou les syllabes initiales [...] ».¹⁷

Nous avons deux cas suivants :

- **Rio** est la conséquence de l'abrégement par suppression des syllabes finales du nom propre 'Rio (de Janeiro)' et de la préservation de la syllabe initiale.
- **Choco** est la chute de la dernière syllabe du nom « choco(lat) ».

I.1.2.3. L'emprunt

L'emprunt est un procédé de formation qui consiste à adopter une unité linguistique d'une autre langue.

¹⁶ <https://www.lalanguefrancaise.com/dictionnaire/definition/troncation>

¹⁷ <https://gerflint.fr/Base/Algerie5/bouzidi.pdf>

Salminen, souligne dans son ouvrage que « *L'emprunt fait partie des procédés par lesquelles on enrichit le lexique d'une langue. Il consiste à faire apparaître dans un système linguistique un mot provenant d'une autre langue* » (2015 :173)

Dans notre corpus nous avons repéré deux (2) noms empruntés

- **Sandwich** : emprunt à l'anglais.
- **Cookies** : emprunt à l'anglais.

Pour le mot *Crox* est un nom onomatopéique qui est un mot qui imite ou reproduit des sons. Il est souvent utilisé pour décrire des bruits ou des sons produits par les êtres vivants ou les objets. Pour Sandjakeddin le mot **Crox** se compose d'un radical **cro** venant du verbe croquer suivi par la consonne 'x'. Ce nom est utilisé pour monter le son que produit le gâteau sec sous les dents lorsque nous le broyons. (2015 :44)

Puis nous avons le mot « *Z'animaux* ». Il a subi une transformation graphique par la chute des lettres initiales 'l', 'e', 's', qui est remplacé par la lettre 'Z'. En effet la lettre 's' se trouve entre deux voyelles pour donner au son /z/ ; c'est ce que nous appelons la liaison. (ibid : 40)

I.2. Les noms dérivés

Les noms récoltés dans notre corpus sont formés à partir de différents procédés, tels que la dérivation. Il s'agit d'un procédé de formation d'unités lexicales nouvelles à partir d'un mot¹⁸. Selon Bentolila et al « *La dérivation est un procédé qui consiste, à partir du radical d'un mot, à fabriquer un mot nouveau, soit par addition, soit par suppression, soit par remplacement d'éléments qu'on nomme préfixe (placé avant le mot de base) et suffixe (placé après le mot de base)* » (1995 :180).

Pour Lanseur, « *la dérivation est le procédé de formation du lexique qui met en relation un radical et un affixe* »¹⁹

Ce procédé est illustré dans le tableau suivant :

¹⁸ https://univ.ency-education.com/uploads/1/3/1/0/13102001/ens_fr_lexicosemantique.pdf

¹⁹ <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/186/1/10/66819> .

Les noms dérivés	Radical	Suffixe
Gaufrettes	Gaufre	-ette un diminutif français
Galette	Galet	
Goldy	Gold	-y une marque des adjectifs en anglais qui signifie 'l'état de'
Rapidos	Rapide	-os une marque des adjectifs en espagnol
Rigolo	Rigoler	-o est une marque des adjectifs en espagnol
Regalo	Régal	
Ovalo	Ovale	
Total	7	

Tableau N°2-Les noms dérivés.

A partir de ce tableau nous constatons que les noms dérivés de notre corpus sont formés à l'aide des suffixes relatifs à trois langues.

I.3. Les noms dérivés hybrides

Avant d'expliquer la dérivation hybride, nous tenons d'abord à expliquer le terme hybride. Dans le dictionnaire de linguistique et sciences du langage de Dubois : « *un mot hybride est un composé dans les constituants sont empruntés à des racines de langues différentes* » (2002 : 235).

Quant à la dérivation hybride, c'est l'ajout d'un affixe appartenant à langue cible à base étrangère²⁰. Ce procédé productif est assez présent dans notre corpus. Les dérivés hybrides sont très utilisés dans le domaine commercial et d'ergonomie.

²⁰ http://archives.univ-biskra.dz/bitstream/123456789/20676/1/LAAOUAD_MARIEM_AYA.pdf

Le tableau ci-dessus regroupe les noms dérivés hybrides :

Noms de produits	Radical	Suffixe
Besto	Best	-o sert à former un nom masculin en italien
Famelio	Famelia	
Festo	Fest	
Gofretto	Gaufrette	
Gracio	Gracia	
Torto	Tarte	
Bifario	Bifa	-rio qui sert à former des noms en italien
Benitto	Benin	-ito est un diminutif en espagnol
Citrona	Citron	-a sert à former un nom féminin en espagnol
Kremali	Kremal	-i qui est une marque de possession en arabe
Palmary	Palme	-ary suffixe anglais qui sert à former un nom
Palmario	Palme	-ario qui sert à former des noms en italien
Total	12	

Tableau N°3-Les noms dérivés hybrides

Dans ce tableau, nous avons remarqué que les noms récoltés sont fondés de deux langues, d'un radical qui existe déjà dans une langue et d'un suffixe qui appartient à une autre et parfois, ils appartiennent à la même langue, mais n'existent pas dans le dictionnaire de cette dernière.

- Nous avons six noms finissant avec le suffixe ‘-o’
 - La présence de l’emprunt anglais, le mot *besto*, qui est composé du mot anglais « best » et le suffixe ‘-o’
 - Le mot *famelio*, qui est un emprunt de la langue espagnol « *famelia* » il y’a eu un remplacement de la voyelle ‘a’ par la suffixe ‘-o’.
 - Tel que le mot *gracio* qui est à l’origine « *gracia* », il y’a eu le remplacement de la lettre ‘a’ par le suffixe ‘-o’ pour former un nom masculin.
 - Le mot gaufrette se caractérisent par la suppression d la voyelle ‘e’, remplacé par le suffixe ‘-o’ pour former un nom masculin *gofretto*.
 - *Festo* du mot anglais « *festival* » qui veut dire fête, suivit par le suffixe ‘-o’.
 - *Torto* du mot ‘tarte’, nous avons la première voyelle qui est remplacé par la lettre ‘o’ et la deuxième par le suffixe ‘-o’, pour former un nom masculin.
- L’existence d’un seul nom finissant par le suffixe ‘-itto’

Benitto est composé de deux éléments, le premier est obtenu avec la suppression de deux dernière lettre du mot arabe « *benin* » et l’ajout du suffixe ‘-itto’.

- Nous avons un seul nom finissant par ‘-rio’

Bifario est composé du nom de marque *bifa* et le suffixe ‘-rio’.

- Le présence d’un seul nom finissant par le suffixe ‘-a’

L’existence du suffixe ‘-a’ qui sert à former un nom féminin en Esp, nous avons ainsi l’emprunt au français du mot « citron » pour former un mot unique *Citrona*.

- Nous avons un seul nom finissant par le suffixe ‘-i’

Le mot *kremali* qui est composé de deux éléments, le premier qui est le mot emprunté du turc « *kremal* » qui veut dire crème et de ‘i’ qui indique la possession en arabe.

- Nous avons un seul nom finissant par le suffixe –ary

Le mot *Palmary* se caractérise par l’emprunt au français le mot palme, puis la suppression de la dernière lettre, et l’ajout du suffixe anglais ‘-ary’ qui sert à former un nom.

- L’existence d’un seul nom finissant par –ario

Palmario est composé du mot palme et le suffixe –ario qui sert à former des adjectifs et des noms en communs en italien

I.4. Les noms composés

Avant d'entamer l'analyse, nous tenons d'abord à expliquer le terme de composition.

La composition est la juxtaposition de deux éléments ou plus qui peuvent servir de base à des dérivés. Chacun de ces éléments est un mot simple qui a déjà une existence autonome dans le lexique.

Pour Choi-Jonin et Delhay « *les mots composés sont des mots complexes dans lesquels on peut identifier au moins deux morphèmes lexicaux, qu'il s'agisse de bases existantes à l'état autonome sous forme de lexème, ou de bases non autonomes* » (1998 : 85).

Dubois définit le mot composé comme « *...un mot contenant deux ou plus de deux morphèmes lexicaux et correspondant à une unité significative* » (1999 : 105).

I.4.1. Les noms composés à deux termes

Maintenant que nous avons défini la composition, nous allons étudier les noms composés de notre corpus. Nous avons repéré les noms composés de deux unités et les noms composés de trois unités.

Le tableau ci-dessous regroupe les noms composés à deux termes :

Structure morphologique	Noms	Nombre
N.c+n.c	Besboussa_Break wafer_Choco brownie _Chocokids_Croc'matin_Dunaroll_Galette senior_Galettejunior_Goldencacao_Master choc_Muffin's break_Maxon cookies_Oro galette _Panda joy_Snow ball_ Slice cake	17
Adj+ n.c	Xl _ Mini cookie _ Mini brino_Mini roll_ Maxi roll_ Goldy maxi _ Petit beure _Petit bimo_ Big family _Rondo cake	10
N.c+ adj	Gaufrettes fourrées _Biscuit mosaic _ Choco lito	3
Chiffre + n.c	2 Mix _4 Mix _ 4 Winners	3
N.c+prép+nmq	Macao de bimo _ Twist de bimo	2
Adv+n.c	Mega dream_Max crème	2
Adj + prép+Nmq	Best of bimo	1
N.c+v	Double mix	1
Dét+n.c+prép+nmq	Les tartelettes de bimo	1
N.c + nmq	Planet bimo	1
N.c + chiffre	Gouter 4	1
Chiffre + adj	4 Chico	1
Adj.poss+ n.c	Mon gouter	1
Total		44

Tableau N°4-Les noms composés à deux termes.

Nous trouvons dans le tableau ci-dessus **44 noms composés à deux termes**. Nous avons repéré quelques points essentiels :

I.4.1.1. Les noms composés à deux termes unifiés

Un nom composé unifié est un nom formé par la fusion de deux mots ou plus pour en obtenir un seul qui sont séparés par aucun signe.

Nous avons deux cas :

- ❖ *Besboussa* : qui se compose de deux noms communs *bes* et *boussa*.
- ❖ *Dunaroll* : qui se compose d'un nom féminin espagnol *duna* d'un nom anglais *roll*.

I.4.1.2. Les noms composés de deux termes liés par une préposition

- ❖ *Best of bimo* : composé d'un adjectif anglais « best » et la préposition *of* « de » et le nom de marque « Bimo » qui est considéré comme un sigle qui signifie « biscuiterie moderne ».
- ❖ *Les tartelettes de bimo* : composé d'un déterminant « les », d'un nom commun « tartelettes », d'une préposition « de » et d'un nmq.
- ❖ *Macao de bimo* : composé d'un nom « Macao », d'une préposition « de » et d'un nmq.
- ❖ *Twist de bimo* : composé d'un nom anglais « twist », d'une préposition « de » et d'un nmq.

I.4.1.3. Les noms composés de deux termes liés par une apostrophe

Nous avons le cas suivant :

- ❖ *Croc'matin* : composé du « croc » qui est une interjection et du nom commun « matin ».

I.4.1.4. Les noms tronqués

Nous avons cinq cas suivants :

- ❖ *Choco Brownie* : qui est composé d'un nom tronqué par la suppression de la dernière syllabe « choco(lat) », et d'un nom anglais « brownie »
- ❖ *Choco kids* : nous avons deux éléments, le premier est déjà cité et le deuxième est un nom au pluriel en anglais « kids ».
- ❖ *Master choc* : qui est composé de deux unités, la première est un nom anglais « master » et la deuxième est « choco(lat) » qui est déjà cité.
- ❖ *Choco lito* : composé de *choco* qui est déjà cité et du mot « lito ».

I.4.1.5. Les noms composés d'un N ou un Adj et d'un chiffre arabe

2Mix/ 4Mix : sont composés d'un chiffre arabe et le nom « mix »

4 Chico : composé du chiffre arabe quatre et d'un adjectif espagnol.

4 Winners : composé du 4 et d'un nom en anglais au pluriel.

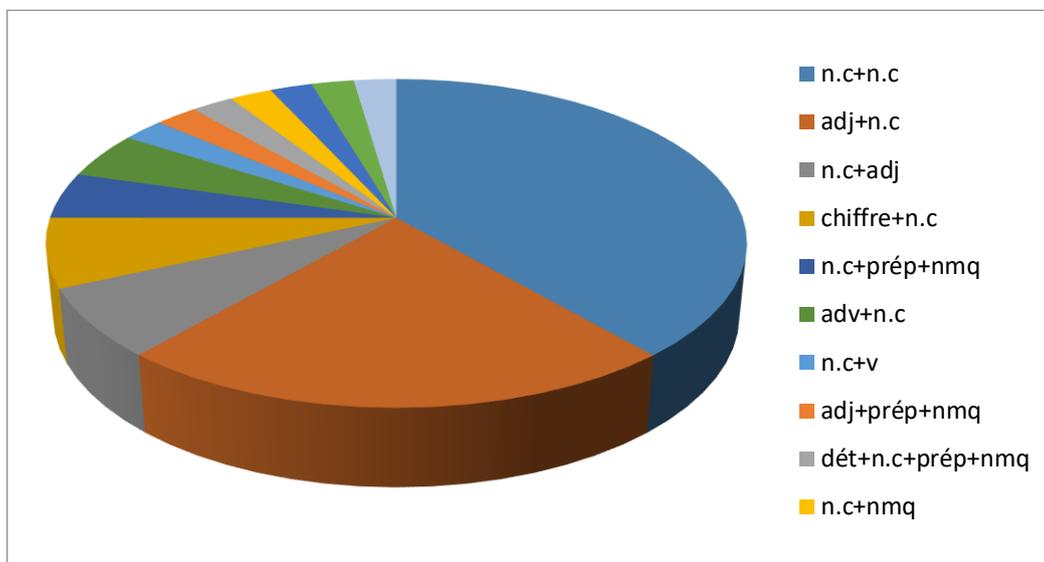
Gouter 4 : composé d'un nom commun « gouter » est le chiffre 4.

I.4.1.6. La siglaison

Elle concerne des unités composées qui seront par abréviation, réduits aux lettres ou aux syllabes initiales de leurs composantes. D'après Mortueux « *La siglaison consiste à abréger une suite de mots qui forment une unité sémantique en la suite des initiales des mots qui la composent ; chacun des mots est ainsi réduit à son initiale* » (1997 : 54).

Nous mentionnons le tout dernier exemple :

- ❖ **XL** : à l'origine « extra large », qui est un sigle épelé, ça veut dire que chaque lettre est prononcée.



Graphique N°1-Pourcentage des ergonymes composés de deux termes selon leur catégorie grammaticale.

Le tableau et le graphique ci-dessus nous représentent les statistiques sur les catégories grammaticales des noms composés de deux termes, nous avons constaté treize structures.

- **17** noms formés à base **d'un nom commun + nom commun**, avec un taux de 39%.
- **10** noms formés à partir **d'un adjectif + nom commun**, avec un taux de 23%.

- 7 noms qui sont formés à partir de plusieurs structures et qui représentent au total 14%.
 - **Nom commun + verbe**, 2%.
 - **Adjectif + préposition**, 2%.
 - **Déterminent + nom commun + préposition + nom de marque**, 2%.
 - **Nom commun + nom de marque**, 2%.
 - **Nom commun + chiffre**, 2%.
 - **Chiffre + adjectif**, 2%.
 - **Adjectif possessif + nom commun**, 2%.
- 3 noms structurés à partir **d'un nom commun + un adjectif**, avec un taux de 7 %.
- 3 noms réalisés à partir **d'un chiffre + nom commun**, avec un taux de 7 %.
- 2 noms formés avec **un nom commun + préposition + nom de marque**, soit 5%.
- 2 noms formés avec **un adverbe + nom commun**, qui veut dire 5%.

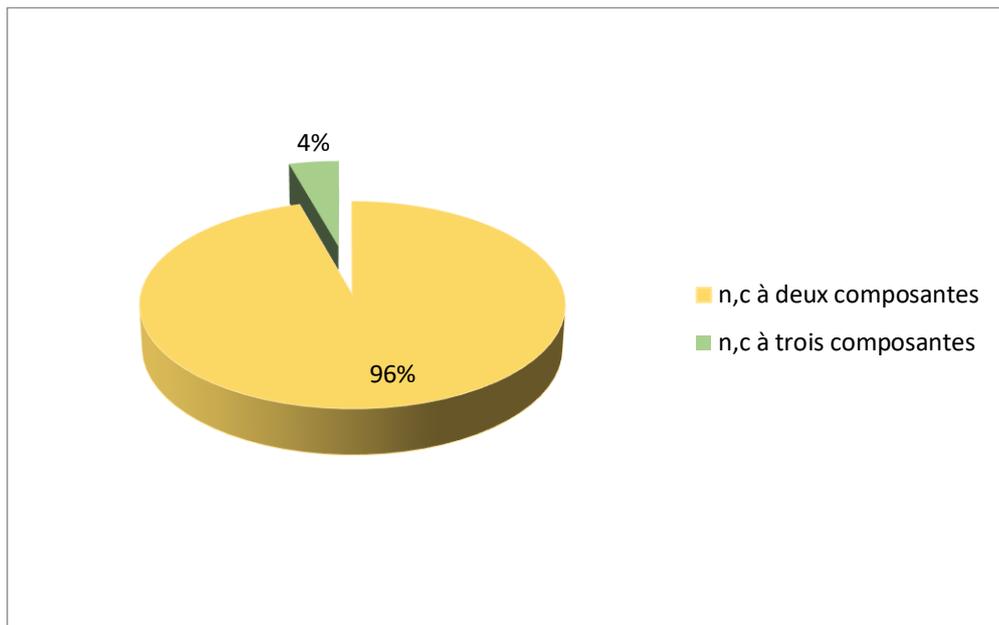
I.4.2. Les noms composés à trois termes

Structure morphologique	Noms	Nombre
Dét+n.c+n.c+prép+nmq	Les biscuits cookies de Bimo	1
n.c+n.c+prép+nmq	Pocket Samba de Bimo	1
Total		2

Tableau N°5-Les noms composés à trois termes.

Nous avons constaté dans ce tableau, deux noms sont composé d'un syntagme nominal + d'une préposition + et d'un nom de marque « Bimo ».

Nous avons étudié les noms composés selon leur nombre de leurs composantes en analysant leur structure grammaticale. A présent nous allons présenter les résultats obtenus dans le diagramme suivant :



Graphique N°2-Pourcentage des noms composés selon leurs nombres de composantes.

A travers ce diagramme nous remarquons que la forme composée à deux termes est la plus dominante avec un nombre de **44 noms** qui représentent **96%**, de la totalité des noms composés de notre corpus **46 noms** et la deuxième forme qui est composé à trois termes avec **2 noms**, ce qui vaut **4%**.

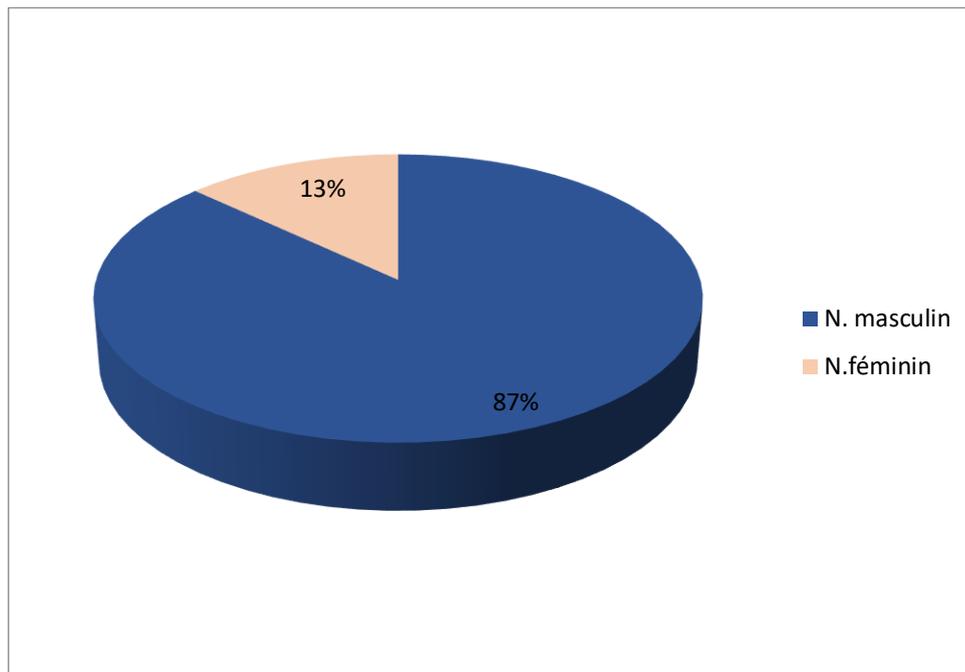
II. Classement des noms selon le genre

Pour classer les noms de produits de notre corpus selon leur genre, nous proposons le tableau et le schéma suivants :

Genre	Noms de produits
Masculin	Avantage _ Break_ Break wafer_ Big family _ Biscuit mosaic _Besto _Best of bimo _ Bifario _ Benitto _ Brino _ Classic_ Crox_ Cookies_ Choco_Choco kids _Croc'Matin _ Choco Brownie _ Choco lito _4 Chico _ Dream _ Double mix _ Dadey _ Donuts _Famelio _ Festo _ Goldy _ Golden cacao _ Goldy Maxi _ Gouter 4 _ Gofretto _ Gracio _ Gusti _ In'joy _ Kool _ Keko_Kremali_ Les biscuits cookies de bimo _ Master choc _ Muffin's break _ Maxon cookies _ Mini cookie _ Maxi roll_ Mini Roll _Mini Brino _ Macao de Bimo _ 2 Mix _ 4 Mix _ Mega dream _ Mon gouter _ Max Crème _Original _ Oro Galette _Ovalo _ Panda joy _Pesos _ Picolo _ Petit beure _petit bimo_ Palmary _ Palmario _Pocket samba de bimo _ Rio _ Rapiidos _ Rigolo _ Rondo cake _ Regalo _ Sandwich _ Supreme _ Special _ Swis roll _ Snow ball _ Slice cake _ Tango _ Twist de bimo _ Torto_ Wafer _ Wafers _4 winners _ XI _Z'animaux .
Féminin	Besboussa _Citrona _ Dunaroll _ Madeleine _ Magdelenas _ Gaufrettes _ Galette _ Galette senior _ Galette junior _Gaufrettes fourées _ Les tartelettes de bimo _ Planet Bimo.

Tableau N°6-Le genre des noms de produits.

Le graphe qui va suivre représente le pourcentage des noms selon leur genre.



Graphique N°3-Le genre des noms des produits.

Ce schéma ci-dessus montre la prédominance des noms masculins (**80 noms**) avec un taux de **87%**, contrairement aux noms féminins qui représentent uniquement **13% (12 noms)** de la totalité des noms de notre corpus.

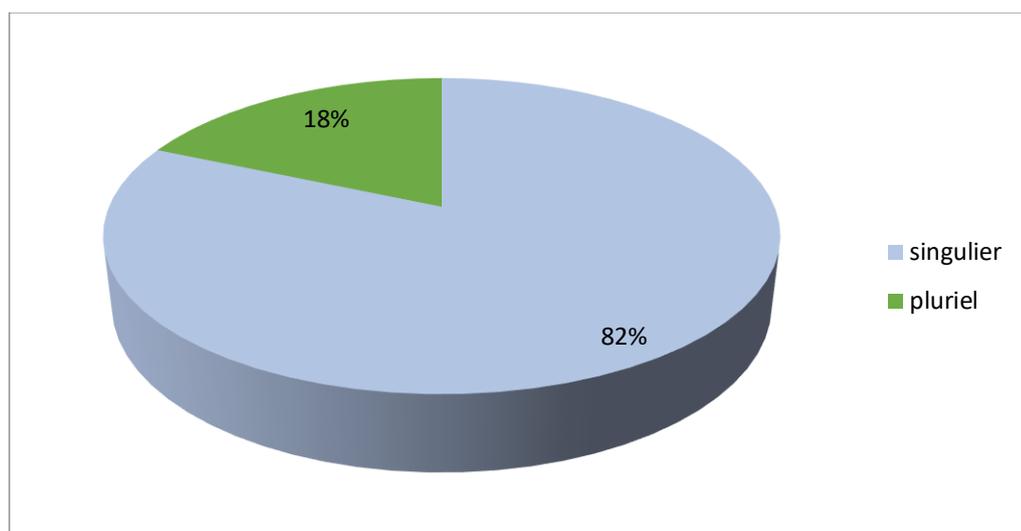
III. Classement des noms selon le nombre

Dans cette partie nous allons classer les noms selon le nombre dans le tableau et le schéma suivants :

Nombre	Noms de produits
Singulier	Avantage_ Besboussa _Break _Break wafer _ Big family _ Biscuit mosaic _ Best of bimo _ Besto _Bifario _ Benitto _Brino_ Citrona _ Classic_ Crox_Choco _ Choco kids _Croc' Matin _ Choco brownie _ Choco lito _Dream _ Double mix _ Dadey _Dunaroll _Famelio _ Festo _Galette _ Galette senior _ Galette junior _ Goldy _Golden cacao _ Goldy maxi _ Gouter 4 _ Gofretto _ Gracio - In'joy _ Kool _ Keko _ Kremali _ Master choc _ Muffin's break _ Mini cookie _ Maxi roll _ Mini roll _ Mini brino _ Macao de bimo _Madeleine _ Mega dream _ Mon gouter _ Max crème _ Original _ Oro galette _ Ovalo _ Panda joy _ Picolo _ Petit beure _Petit bimo_ Palmary _ Palmario _ Pocket samba de bimo _ Rio _ Rigolo _ Rondo cake _ Regalo _ Sandwish _ Supreme _ Special _ Swis roll _ Snow ball _ Slice cake _ Tango _ Torto_ Twist de bimo _ Wafer _ XI _ Planet bimo.
Pluriel	Cookies _ 4 Chico _ Donuts _ Gusti_ Gaufrettes _ Gaufrettes fourées _ Les tartelettes de bimo _ Les bisuits cookies de bimo _Maxon cookies _ 2 Mix _ 4 Mix _ Magdelenas _Pesos _Rapidos _ Wafers _ 4 Winners _ Z'animaux .

Tableau N°7-Le nombre des noms de produits.

Le graphe qui suit représente le pourcentage des noms selon leur nombre.



Graphique N°4-Le nombre des noms de produits.

Nous observons à travers la figure ci-dessus que le singulier prédomine dans notre corpus avec **75 noms**, soit **82%**, alors que le pluriel représente seulement **18% (17 noms)**.

Après avoir analysé les noms de notre corpus, nous avons obtenus les résultats suivants :

Nous avons la prédominance des noms composés, qui sont au nombre de **46 noms** sur la totalité des noms de notre corpus, dont **44 noms** sont des noms composés à deux termes et **2 noms** composés à trois termes, En effet, nous supposons que les entreprises attribuent les noms composés dans la dénomination de leurs produits, car ils laissent le choix et l'imagination à créer des noms différents et ils donnent plus de précision sur le produit.

Quant aux noms simples, nous avons noté **24 noms** sur un total de 92 noms. Nous considérons que le nom simple est largement facile à mémoriser donc attire la clientèle même s'il donne moins de précision mais il reste unique.

Nous avons repéré **19 noms** dérivés, à savoir les noms dérivés hybrides au nombre de **12 noms**. L'emploi des noms dérivés démontre que les entreprises essayent de se différencier le maximum en créant des noms uniques et remarquables pour se démarquer des autres concurrents.

En ce qui concerne le genre et le nombre, nous avons la dominance du masculin (**80 noms**) et du singulier (**75 noms**), ce qui indique le pouvoir de l'homme dans le domaine commercial et économique.

IV. Classement des noms selon leurs domaines linguistiques

Parmi les particularités de la société algérienne, la présence de plusieurs langues ou plutôt variété linguistique à savoir l'arabe, berbère, français et l'anglais. D'une manière générale, l'Algérie est considérée comme le berceau de nombreuses langues, cultures et civilisation qui ont succédé sur son territoire tout en laissant des traces linguistiques.

La dénomination étrangère des produits est nécessaire pour une touche particulière et remarquable pour fasciner le client à acheter leurs produits qui sont destinés au large public qui pratique plusieurs langues.

Dans cette partie, nous allons classer les noms de produits de notre corpus selon leurs domaines linguistiques, et cela dans le but de déterminer les différentes langues qui ont fourni le plus de noms de produits et ainsi essayer de voir quelle est la langue la plus dominante, c'est pour cela que nous allons tracer deux tableaux, le premier aura trait aux noms de produits qui comportent une seule origine, alors que, le second constituera les noms d'origine hybrides.

IV.1. Origine linguistique des noms non hybrides

Nous allons classer dans le tableau qui va suivre les noms de biscuits en fonction de leurs origines linguistiques.

L'origine linguistique	Noms de produits
Anglais	Big family, Break, Break wafer, Cookies, Choco kids, Choco brownie, Donuts, Dream, Goldy ,Goldy maxi,In'joy, Kool,Mega dream, Muffin's break, Mini cookie, maxon cookies,maxi Roll,mini Roll ,2mix ,4mix , Sandwich, Swiss Roll ,Snow ball, Slice cake, Wafer,Wafers ,4 winners ,Xl
Français	Avantage,Croc'Matin,Crox,Choco,Classic,Gaufrettes (قوفريط) ,Gaufrettes fourrées,Galette,Galette senior, Galette junior,Gouter4,Z' animaux,Les tartelettes de bimo , Max crème ,Master choc , Macao de bimo, Madeleine (مدلين) , Mon gouter ,Original, Petit beure,Petit bimo, Planet bimo, Rigolo ,Supreme ,Special.
Espagnole	4 chico , Magdalena(مقدلناس) , Pesos ,Rapidos, Tango, Ovalo(اوفالو), Regalo (ريقالو),
Opaque	Brino,Dadey,Keko
Italien	Gusti,Piccolo
Arabe	Besboussa
Portugais	Rio

Tableau N°8-Classement des noms non hybrides selon l'origine linguistique.

IV.2. Classement des noms hybrides selon leur origine linguistique

Le tableau ci-dessous réunit les noms qui sont formé de deux, trois éléments empruntés aux différentes langues différentes ou plus :

Les noms hybrides	Langues de formation
Biscuit mosaic , Double mix , Palmary , Panda joy, Rondo cake	Français+ anglais
Bifario, Gofretto, Torto (تور تو), Palmario	Français + italien
Best of bimo , Golden cacao, Twist de bimo.	Anglais + français
Citrona , Choco lito	Français + espagnol
Famelio ,Gracio	Espagnol+ italien
Benitto	Arabe+ espagnol
Besto	Anglais + italien
Dunaroll	Espagnol+ anglais
Festo (فسنتو)	Italien + italien
Kremali	Turc+ arabe
Les biscuits cookies de bimo	Français + anglais + français
Mini brino	Anglais + français+ espagnol
Oro galette(قاليت أورو)	Français + espagnol + français
Pocket samba de bimo	Anglais + portugais + français

Tableau n°9-Classement des noms hybrides selon leur origine linguistique

Dans ce tableau ci-dessus, nous constatons qu'il y a plusieurs langues qui ont participé à la formation des noms de produits dans les trois marques. Nous remarquons que la langue française est la langue qui a le plus contribué à la formation de ces noms.

IV.3. Pourcentage des noms de produits selon leurs domaines linguistiques

Ce tableau reprend le pourcentage des noms de produits selon leurs domaines linguistiques.

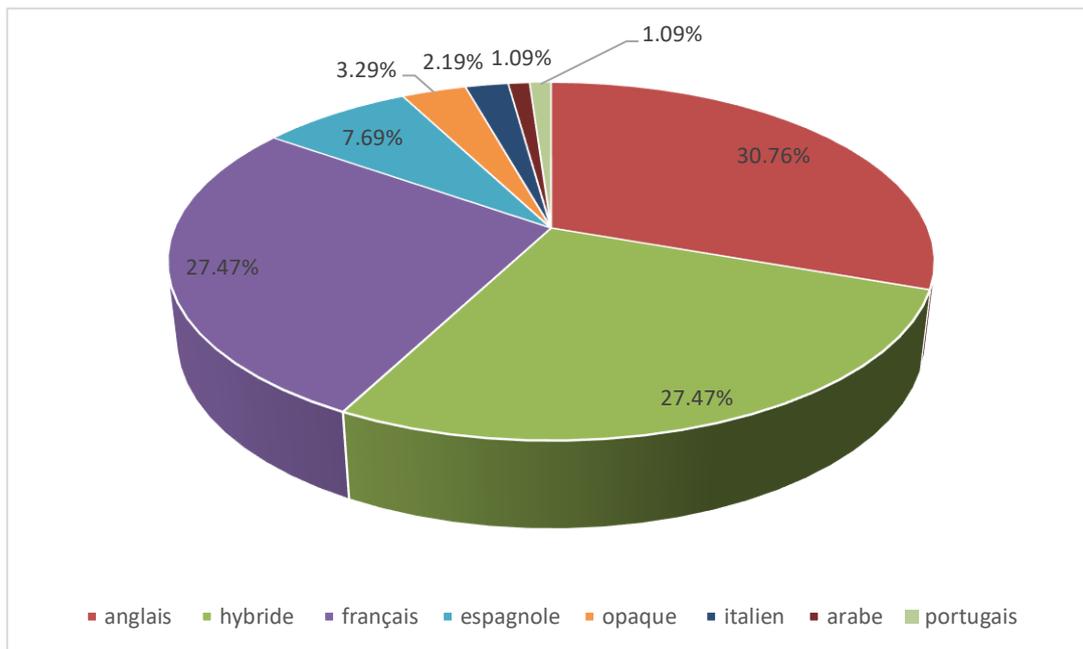
Les domaines linguistiques	Nombre	Pourcentage
Anglais	28	30,76
Hybride	25	27,47
Français	25	27,47
Espagnol	7	7,69
Opaque	3	3,29
Italien	2	2,19
Arabe	1	1,09
Portugais	1	1,09

Tableau N°10-Pourcentage des noms de produits selon leurs domaines linguistiques.

Le classement linguistique des produits que nous avons analysés nous a donné les résultats suivants :

- Les noms d'origine anglaise représentent 30.76%
- Les noms qui relèvent de l'hybridation représentent 27.47%
- Les noms d'origine française représentent 27.47%
- Les noms appartenant à l'espagnol représentent 7.69%
- Les noms opaques représentent 3.29%
- Les noms appartenant à l'italien représentent 2.19%
- Les noms d'origine arabe représentent 1.09%
- Les noms d'origine portugais représentent 1.09%

Après avoir classé les noms selon l'origine linguistique, nous allons représenter le pourcentage de chacune des langues dans un diagramme afin de montrer celles qui sont les plus employées.



Graphique N°5-L'origine linguistique des noms des produits.

Comme résumé pour le tableau et la figure, nous déduisons que les noms des produits d'origine anglais en première position, les plus fréquents dans notre corpus avec 30.76%. L'anglais est considéré comme la deuxième langue étrangère. C'est une langue qui gagne en popularité algérienne. Elle est utilisée comme langue commerciale et une langue de communication internationale

Nous avons recensé les noms des produits d'origine hybride en deuxième position avec 27.47%, la présence des noms hybrides explique l'impact du mélange de langues dans la formation et innovation lexicales.

Dans la même position que les noms des produits d'origine hybride, nous retrouvons les noms français avec le même nombre de (25 soit 27.47%). C'est une langue très présente en Algérie. Il est vrai que pour la plupart des Algériens le français est considéré comme un outil d'ouverture et de modernisation.

Nous constatons que les noms d'origine espagnol se trouvent en troisième position représentés avec (7.69%).

Les noms issus du l'italien et de l'arabe et portugais sont au nombre très limité et restreint par rapport aux autres langues.

Enfin, nous remarquons l'absence total de la langue berbère. Cela s'explique par le fait que cette langue n'est pas vraiment répandue sur l'échelle nationale, et que le produit n'est pas destiné à une minorité spécifique « les kabyles », mais plutôt à tous « les Algériens ». Par conséquent, les producteurs sélectionnent une langue dominante sur tout le territoire.

Chapitre II

Approche sémantique

Les noms des produits de notre corpus n'ont été pas choisis au hasard par les entreprises. En effet, chaque nom possède un sens particulier et un message à transmettre aux consommateurs.

Le nom commercial est un des éléments essentiels de l'entreprise, il permet de distinguer un produit d'un autre. Il se doit de disposer des éléments commerciaux : originalité, mémorisation facile, attractivité. Il désigne les valeurs de l'entreprise et son univers.²¹

Avant d'entamer notre analyse, nous devons d'abord expliquer le terme fondamental de notre chapitre, qui est la sémantique.

La sémantique est une branche de la linguistique qui s'occupe du sens d'un mot. Elle est primordiale dans toute étude onomastique.

La sémantique est une discipline scientifique qui s'intéresse à l'étude du signe linguistique, c'est-à-dire au signifié, au sens et à l'interprétation des mots. Pour Mounin, la sémantique « *est une partie de la linguistique qui étudie le sens ou le signifié des unités lexicales* » (1974 :293)

La sémantique s'intéresse également à la manière dont le sens des mots et des expressions est affecté par leur contexte d'utilisation. En effet le mot peut avoir plusieurs sens, à savoir le sens en discours, le sens dérivé, le sens contextuel et le sens en emploi. Ce sont les sens inscrits au dictionnaire. Ce qu'on appelle la dénotation. Selon le dictionnaire de linguistique et sciences du langage de Dubois : « *la dénotation est l'élément stable, non subjectif et analysable hors du discours, de la signification d'une unité* » (2002 :135), elle est donc le sens objectif d'un mot.

Quant à la connotation, elle est considérée comme l'ensemble des valeurs additionnelles qui viennent s'ajouter au sens premier d'un mot. Elle permet au signe linguistique de représenter autre chose que lui-même. Dubois affirme que la connotation :« *désigne un ensemble de significations secondes provoquées par l'utilisation d'un matériau linguistique particulier et qui viennent s'ajouter au sens conceptuel ou cognitif, fondamental et stable, objet du consensus de la communauté linguistique, qui constitue la dénotation.* » (2002 : 111).

²¹ <https://sedomicilier.fr/articles/nom-commercial-entreprise#:~:text=Le%20nom%20commercial%20d%27une%20entreprise%20renvoie%20au%20nom%20,raison%20sociale%20de%20l%27entreprise.>

A travers ce chapitre nous allons effectuer une analyse sémantique et un classement thématique, c'est-à-dire à quel référent renvoie chaque nom et découvrir leur sens.

I. Interprétation sémantique

Nous allons analyser les noms de notre corpus à l'aide de différentes ressources électroniques (articles, dictionnaires en ligne), papiers (dictionnaire anglais, français, espagnol, italien.), des mémoires, mais également le packaging du produit qui contient des informations utiles sur les couleurs utilisés et les ingrédients.

I.1. Noms qui renvoient aux gâteaux

- *Besboussa*

C'est un dessert d'origine turque, puis au fil des années les égyptiens ont ajouté leurs touches personnelles. Ce gâteau est préparé à base de semoule fine de blé, de sucre.

Elle se compose du mot arabe dialectal égyptien *bes* qui signifie « juste » en français et du mot arabe *boussa* qui signifie « bisou ».

Certains des narrateurs ont attribué l'origine du nom besboussa à l'une des narrations amusantes, qui indiquait qu'un homme était amoureux de sa femme. Juste un bisou exprimant son désir pour l'embrasser. Lorsque leurs parents leur ont rendu visite, la femme leur a préparé ce dessert. Lorsque l'un des invités a demandé le nom du dessert, le couple s'est souvenu de la situation amusante, alors ils l'ont appelé *besboussa* à un moment donné, d'où il était connu par ce nom auprès du grand public. D'autres l'appellent *besboussa* en raison de la façon dont il est préparé, ce qui nécessite le *bess*, c'est-à-dire un mélange de semoule avec d'autres ingrédients.²²

Ce produit est nommé *besboussa*, car c'est une reproduction industrielle du gâteau, qui appartient à la marque Bifa.

- *Biscuit mosaic*

Biscuit : c'est un gâteau sec

Mosaic : Assemblage décoratif de petites pièces rapportées multicolores (pierre, marbre...)²³

²² <https://www.innfrad.com/News/41/414667/بس-الحقيقي-اسمها-البسوسة-ان-يحيى>

²³ <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/mosaique>

Ce nom est nommé ainsi car c'est une métaphore pour indiquer la ressemblance avec des dessins mosaïques. Ce biscuit à des lignes blanches qui renvoient un biscuit vanille et des lignes en chocolat.

- *Cookies*

C'est un nom anglais qui veut dire « biscuits » sec rond comportant des pépites au chocolat. Il s'agit des cookies de la marque Bifa.

- *Choco brownie*

Choco : est l'abréviation du mot « chocolat », « c'est un aliment obtenu par le mélange de pâte de cacao et de sucre additionnée. »²⁴

Brownie : est un nom anglais qui veut dire « un gâteau fondant au chocolat qui se sert découpé en carrés ».²⁵

Il s'agit d'un brownie carré au chocolat de la marque Bifa.

- *Donuts*

C'est un nom anglais qui veut dire « beignet » qui est en forme d'anneau, généralement recouvert d'un glaçage et parfois fourrés.²⁶

Ce nom renvoie à un beignet fourré à la crème de cacao de la marque Bifa.

- *Gaufrettes*

C'est une petite gaufre. Ce nom représente un biscuit sec feuilleté parfois fourré de crème. Dans ce cas il renvoie aux gaufrettes fourrées de la marque Bifa.

- *Galette*

Du mot « galet », qui désigne un gâteau à la forme ronde et plate.

C'est un gâteau sec plat, à base de farine et de sucre.

Ce nom renvoie à un paquet de gâteau sec de la marque Palmery.

- *Galette sénior* : ce nom se compose de deux unités

²⁴ <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/chocolat/15562>

²⁵ <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/brownie>

²⁶ <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/donut/188100#>

Galette : déjà analysé.

Senior : qui se dit aux sportifs de la catégorie adulte.²⁷

C'est un paquet de biscuit rond doré au lait de la marque Bimo.

Ce produit est nommé ainsi probablement car il est destiné aux sportifs de la catégorie senior.

- ***Galette junior*** : se compose de deux noms

Galette : déjà analysé.

Junior : qui se dit d'une catégorie intermédiaire entre celle des seniors et celle des cadets.²⁸

Il renvoie également à un paquet de biscuit sec destiné peut être aux sportifs de la catégorie junior de la marque Bimo

- ***Gofretto***

C'est un nom dérivé hybride du nom « gaufrette ».

Il désigne une gaufrette rectangulaire individuelle de la marque Bifa.

- ***Gaufrettes fourrées*** : ce nom est composé de deux unités

Gaufrettes : déjà analysé

Fourrées : qui veut dire garni intérieurement.

Il s'agit des gaufrettes fourrées à la crème de la marque Palmary.

- ***Les biscuits cookies de bimo***

Biscuits : déjà analysé.

Cookies : déjà analysé.

Bimo : est un sigle qui signifie biscuiterie moderne.

Ce nom renvoie à un paquet de biscuit aux pépites du chocolat qui appartient à la marque Bimo.

²⁷ <https://dictionnaire.lerobert.com/google-dictionnaire-fr?param=sénior>

²⁸ <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/junior>

- *Les tartelettes de bimo*

Tartelettes : ce sont des petites tartes individuelles qui sont constituées d'une pâte et d'une garniture.²⁹

Ce nom renvoie à une barquette de petites tartes de la marque Bimo.

- *Muffin's Break*

Muffins : est un mot anglais. Ce sont des petits gâteaux individuels s'apparentant aux madeleines.

Break : qui veut dire une « pause ».

Ce nom pourrait refléter l'idée du produit, de le consommer pendant une pause. Il renvoie à des muffins de la marque Bifa.

- *Maxon cookies*

Maxon : c'est une marque phare de la société Palmary qui présente une large gamme de produits.

Cookies : déjà analysé

Maxon pourrait être aussi composé du mot « max » qui vient du « maximum » et « on » qui veut dire « sur » donc le nom peut signifier « le maximum sur ».

Ce nom renvoie à des cookies de la marque Palmary.

- *Madeleine*

« C'est un petit gâteau traditionnel sucré à pâte molle, de forme arrondie, forme allongé ou une forme de coquillage. »³⁰.

Ce produit est nommé ainsi car c'est une reproduction industrielle du gâteau. Ce nom renvoie à un produit de la marque Bifa.

- *Magdelenas*

C'est un nom espagnol qui signifie en français « les madeleines ».

²⁹ <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/tartelette>

³⁰ <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/madeleine>

Il renvoie à un paquet de 8 pièces de madeleines de la marque Bifa.

- *Slice cake*

Slice : ce nom vient du l'anglais, signifie en français une « tranche ».

Cake : qui veut dire en français « gâteau » est constitué d'une pâte aux œufs, que l'on cuit dans un moule souvent rectangulaire, il peut être garni ou fourré du crème au chocolat. ³¹

Dans ce cas ce nom renvoie à un gâteau fourré d'une forme rectangulaire de la marque Bifa.

Ce nom représente l'idée du l'emballage, des tranches de gâteau à partager.

- *Torto*

C'est un nom dérivé hybride du nom « tarte ».

Ce nom renvoie à des petites tartes rondes garnis du chocolat de la marque Bifa.

- *Wafer*

C'est un nom anglais qui veut dire « gaufrette ».

Il réfère à une barre de gaufrette enrobé du chocolat de la marque Palmary.

- *Wafers*

Ce nom renvoie à un paquet de gaufrettes croustillantes fourrées de la marque Bifa.

I.2. Noms qui renvoient à la quantité

- *Petit bimo* : ce nom se compose deux noms

Petit : signifie « minime, réduit ».

Bimo : déjà analysé.

Il désigne un paquet de biscuits au lait à volume réduit associé à Bimo.

- *Master choc*

Master : est un « grade universitaire ».

Choco : est la troncation du mot « chocolat ».

³¹ <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/cake/12192>

Dans ce cas, il désigne un paquet de biscuit fourrée de la marque Bimo, ayant un niveau et un degré élevé du chocolat.

- ***Picolo***

C'est un nom italien, qui veut dire en français « petit ».

Il renvoie à des petites rondelles de biscuit de la marque Palmary. Il est nommé ainsi pour son format.

- ***Xl***

C'est l'abréviation du mot angl ' extra large', qui signifie en franç « très grand », qui désigne la taille. ³²

C'est un paquet de biscuit grand format rond fourré en chocolat de la marque Palmary.

- ***Mini cookie***

Mini : c'est un diminutif de minimum, qualifie ce qui de très petite taille. ³³

Cookie : déjà analysé

Ce nom renvoie à des petits cookies fourrés à la crème de la marque Palmary.

- ***Maxi roll***

Maxi : c'est un diminutif de maximum, le plus grand ou le meilleur possible. ³⁴

Roll : est un mot anglais qui signifie rouler.

C'est un biscuit roulé en chocolat de la marque Palmary.

- ***Mini roll***

Mini : déjà cité.

Roll : déjà cité.

³² <https://dictionnaire.reverso.net/anglais-francais/extra-large>

³³ <https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/mini/>

³⁴ <https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/mini/>

C'est un pack des petits biscuits roulés fourrés en chocolat de la marque Palmary.

- ***Petit beure***

Petit : déjà analysé.

Beurre : est un aliment gras obtenu à partir de la crème du lait.³⁵

Le nom petit beure renvoie à des petits biscuits carrés au beurre de la marque Bifa.

- ***Big family***

C'est une expression anglaise qui veut dire en français « grande famille, famille nombreuse ».

Il s'agit d'un pack de dix madeleines destinés à une famille nombreuse de la marque Bifa.

- ***Mini brino***

Mini : déjà analysé.

Brino : est un biscuit fourré en chocolat de la marque Bifa.

Il renvoie à petit paquet de biscuit fourré à la crème de cacao.

- ***Mega dream***

Mega : c'est un préfixe ajouté à un nom pour évoquer quelque chose d'énorme, dans ce cas, on trouve *mega* comme une unité libre qui signifie en français « grand ».

Dream : est un mot anglais qui veut dire en français « rêve ».

Ce nom renvoie à un paquet de biscuit fourré de la marque Palmary. Il pourrait refléter l'idée de commencer la journée avec des rêves en consommant ce gâteau.

- ***Max crème***

Max : est une abréviation populaire de maximum.

Crème : c'est un produit de l'écémage du lait constitué de lait très enrichi en matière grasse.³⁶

Il s'agit d'un biscuit doublé de crème de la marque Bifa.

³⁵ <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/beurre/8984>

³⁶ <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/max/49959>

- *2 mix*

Mix : c'est un terme anglais qui désigne le résultat d'un mélange, un mixage.

Ce nom désigne un biscuit mosaïque fourré à la crème de cacao de la marque Bifa.

- *4mix*

Mix : déjà cité

Il s'agit d'un paquet de quatre biscuit fourré de la marque Bifa, de forme rectangulaire.

- *4 winners*

Winners : est un mot anglais qui veut dire « gagnants ».

Il s'agit d'un paquet de quatre biscuits ronds de la marque Palmary, enrobé de chocolat avec une figure qui représente un petit enfant avec une casquette.

- *4 chico*

Chico : est un nom d'origine espagnol qui veut dire en français « petit »

Ce nom renvoie à un paquet de quatre biscuits ronds à moitié enrobé de chocolat de la marque Bimo.

I.3. Noms qui renvoient à la qualité du produit

- *Best of bimo*

C'est un nom hybride signifiant « meilleur de bimo », un produit qui a une valeur, et une qualité supérieure.

- *Special*

C'est un nom français, il s'agit d'un produit particulier destiné aux consommateurs de la marque Bifa, avec un ingrédient « blé » qui est bénéfique pour la santé humaine.

- *Supreme*

Qui est « le plus élevé en valeur, le plus haut ». Il s'agit d'une gaufrette de la marque Palmary.

Ce nom désigne une gaufrette de bonne qualité.

- *Avantage*

Il signifie « ce par quoi on est supérieur (qualité ou biens) »³⁷. C'est un produit qui apporte un bien, un plaisir pour le consommateur, c'est un paquet de biscuit rond fourré du chocolat de la marque Bifa.

- *Original*

C'est un produit naturel qui émane directement de la source de l'origine, c'est un biscuit cacaoté fourré de la marque Palmary.

- *Besto*

C'est un nom dérivé hybride anglais qui signifie « meilleur », c'est un jugement de valeur envers le produit. Il désigne un paquet de gâteau sec enrobé du chocolat de la marque Bifa.

- *Benitto*

Du nom arabe « benin », qui veut dire en français « bon et délicieux » dans ce cas il s'agit d'un paquet de biscuit de la marque bifa.

Le choix de ce nom revoie à la bonne qualité du produit. Il exploite la sensation du consommateur.

- *Regalo*

Vient du verbe « régaler », C'est avoir plaisir à manger ou déguster.

Ce nom renvoie à un biscuit fourré à la crème de noisette et cacao de la marque palmary.

- *Rapidos*

C'est un nom d'origine espagnole, qui veut dire « rapide ». Il réfère à une gaufrette facile et rapide à manger.

- *Classic*

Qui veut dire « normal, habituel, usuel »³⁸. Il renvoie à une gaufrette simple.

³⁷ <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/avantage>

³⁸ <https://www.larousse.fr/dictionnaires/synonymes/simple/19282#>

I.4. Noms qui renvoient à des noms de métaux et des noms de pièces métalliques

- **Goldy**

C'est un dérivé du mot « gold », qui veut dire « or », c'est un métal précieux jaune. Il renvoie également au nom de biscuit fourré de couleur dorée de la marque Bimo.

- **Goldy Maxi** : ce syntagme est composé de deux unités.

Goldy : déjà analysé.

Maxi : déjà analysé.

Il s'agit d'un biscuit cité juste avant, mais dans un grand format. Il peut signifier également un biscuit fourré avec une grande quantité de crème de cacao.

- **Oro galette** : ce nom est composé de deux mots

Oro : du mot espagnol qui veut dire « or ».

Galette : déjà analysé.

Il s'agit d'un paquet de biscuit rond de couleur dorée de la marque Bifa.

- **Golden cacao** : ce syntagme est formé de deux unités

Golden : issu du mot « gold », « or ».

Cacao : est une graine qui sert à fabriquer le chocolat. (Larousse,1986 :121)

Ce nom indique des biscuits ronds chocolatés de la marque Bimo.

- **Pesos**

C'est le pluriel du « peso », qui est une « unité monétaire de nombreux pays de l'Amérique de sud » elle est généralement en or, ce qui explique le choix du nom de biscuit Pesos parce que il a subi une coloration dorée et que le produit est de haute qualité.

I.5. Noms qui renvoient à une action

- *Break*

C'est un nom anglais qui signifie « casser, craquer » quelque chose, donc ce nom renvoie à petit paquet de quatre gaufrettes enrobé du chocolat et l'étiquette illustre l'action de casser la gaufrette en deux.

- *Break wafer*

Ce nom indique une gaufrette enrobée du chocolat de la marque Bifa, sur l'étiquette nous trouvons une gaufrette craquée en deux.

- *Crox*

Veut dire l'action de broyer, écraser et mâcher un aliment croquant. Il signifie aussi le son qui produisent les dents lorsque nous effectuons cette action. Ce nom renvoie à des petits biscuits salés très croquants de la marque Bimo.

- *Double Mix*

Double : veut dire une quantité qui équivaut à deux fois une autre. ³⁹

Mix : déjà analysé.

Ce nom de produit signifie un paquet de gaufrette à double crème de la marque Bimo.

I.6. Noms qui renvoient aux chocolats et aux crèmes

- *Choco*

C'est l'abréviation du mot « chocolat ».

Ce nom renvoie à un biscuit enrobé de chocolat de la marque Bifa.

- *Choco kids*

Choco : déjà analysé

Kids : est le pluriel du mot anglais « kid » qui veut dire en français « enfant ».

³⁹ <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/double/26551>

Il s'agit de deux gaufrettes fourrées à la crème de noisette de la marque Palmary destinés spécialement aux enfants.

- ***Kremali***

Il vient du mot turc « kremal » qui veut dire en français « crème ».

Il s'agit d'un petit paquet de biscuit fourré à la crème de la marque Palmary.

- ***Choco lito***

Choco : déjà cité

Lito : est un nom d'origine espagnol qui veut dire « un petit peu ».

C'est un biscuit de la marque Bifa enrobé de la crème de cacao.

I.7. Noms qui renvoient à la joie

- ***Dream***

Dream : déjà analysé.

Il s'agit d'un biscuit fourré à la crème de cacao de la marque Palmary.

- ***Kool***

C'est un nom anglais « cool » qui veut dire en français « calme et détendu ».

Ce nom désigne un petit paquet de biscuits fourrés de la marque Palmary.

- ***In'joy***

C'est un mot anglais qui veut dire « profiter, apprécier ».

Il s'agit de deux gaufrettes fourrées à la crème de noisette de la marque Palmary.

- ***Rigolo***

C'est quelque chose d'amusant. Ce nom renvoie à un paquet de gâteau de biscuit rond en forme des emojis rigolos.

I.8. Noms qui renvoient à la flore et la faune

- *Citrona*

« Citron », est le fruit du citronnier. Ce nom de produit renvoie à une madeleine au gout citron de la marque Bifa.

- *Palmario*

Du mot palme, ce nom renvoie un petit biscuit au cacao fourré à la crème de la marque Palmary.

- *Panda joy*

Panda : est un animal mammifère, qui est une sorte d'ours noir et blanc qui vit dans l'Himalaya. (Larousse,1986 :597)

Joy : est un mot anglais qui veut dire « joie ».

Ce nom renvoie un petit gâteau en forme d'un panda fourré à la crème de la marque Bifa.

- *Z'animaux*

C'est le pluriel d'animal, ce sont des biscuits dorés de la marque Bimo. Ils ont une forme d'animaux, chaque biscuit possède une forme d'animal spécifique.

I.9. Noms qui renvoient aux toponymes

Un nom de lieu (toponyme) sur l'étiquette révèle énormément de significations sur une autre culture, le lieu de fabrication, ou juste un nom d'un produit.

Nous avons dans notre corpus les cas suivants :

- *Macao de bimo*

Macao : « est une région autonome de la côte sud de la chine ». ⁴⁰« Il peut aussi être le résultat de l'assemblage d'un adjectif possessif « ma » et la partie finale du nom (ca[cao]) »(Sandjakeddin :72), puisque ce biscuit est préparé à base du cacao.

⁴⁰ <https://www.axl.cefan.ulaval.ca/asie/macao.htm>

Il s'agit d'un paquet de biscuit cacaoté de la marque Bimo.

- **Rio**

C'est la troncation du nom de la grande ville du Brésil Rio de Janeiro. Rio signifie en français « rivière ». Ce nom présente le produit contenant des biscuits fourrés de la marque Bimo. En effet, l'emballage nous fournit des informations pour comprendre (l'enfant qui joue avec les tambourins multicolores qui symbolise la tradition brésilienne).⁴¹

- **Swiss roll** : ce nom se compose de deux unités

Swiss : « est un pays montagneux d'Europe central » ⁴²

Roll : déjà analysé.

Le mot **Swiss roll** renvoie un biscuit roulé fourré de crème. Malgré le nom initialement connu **Swiss roll**, le gâteau aurait été fabriqué en Europe centrale, en Autriche.⁴³ Il est également le nom du biscuit roulé de la marque Bifa .

I.10. Noms qui renvoient à la danse

- **Tango**

« C'est une danse de bal qui se danse à deux, elle est née à la fin du XIX^e siècle de la région de Rio de la Plata ». « Ce nom de biscuit enrobé du chocolat a reçu le nom Tango du fait qu'il crée chez le consommateur une sensation de la souplesse et de la mobilité. » (Sandjakeddin :92)

- **Twist de bimo**

Twist : « est une danse d'origine américaine, caractérisée par un mouvement rapide de rotation des jambes et du bassin. ». ⁴⁴c'est le nom également d'une gaufrette enrobée du chocolat de la marque Bimo .

Ce produit est nommé ainsi probablement pour la ressemblance entre les mouvements de la danse et les lignes courbes au chocolat blanc sur la gaufrette.

⁴¹<http://univbejaia.dz/xmlui/bitstream/handle/123456789/690/L'onomastique%20commerciale.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

⁴² <https://fr.wikipedia.org/wiki/Suisse>

⁴³ Ibid.

⁴⁴ <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/twist>

- *Pocket Samba de bimo*

Pocket : est un nom anglais qui veut dire « poche ».

Samba : « est une danse brésilienne d'origine africaine. »⁴⁵ Ce nom renvoie à un paquet de biscuit nappé au chocolat de la marque Bimo .

Il s'agit d'un produit sorti en 2014, la même année que s'est déroulé la coupe du monde au Brésil.

I.11. Noms qui renvoient à la nourriture

- *Goûter 4*

« C'est un repas léger qu'on prend au milieu de l'après-midi ». (Larousse,1986 :392)

Il s'agit d'un petit paquet de quatre biscuits enrobés du chocolat de la marque Palmary qui pourrait être consommé comme un goûter.

- *Mon goûter*

Mon : est un adjectif possessif, relatif à moi.

Goûter : déjà analysé.

Il s'agit également d'un paquet de petites génoises fourrées à la crème de la marque Palmary. Ce nom renvoie au concept de consommer ces génoises comme un gouter.

- *Sandwich*

C'est un mot anglais, c'est un aliment constitué de deux tranches du pain entre lesquelles on place des aliments froids.⁴⁶

C'est un nom des petits biscuits carrés fourrés à la crème de la marque Bifa.

⁴⁵ <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/samba/70776>

⁴⁶ <https://dictionnaire.lerobert.com/google-dictionnaire-fr?param=sandwich>

I.12. Noms qui renvoient à une figure géométrique

- *Ovalo*

C'est un nom espagnol qui veut dire en français « ovale », c'est-à-dire qui a une forme courbe fermée et allongée (comme un œuf).⁴⁷

Ce nom indique un cake enrobé du chocolat qui a une forme ovale de la marque Bifa.

- *Rondo cake*

Rondo : est un nom dérivé hybride qui signifie rond, c'est-à-dire qui a une forme d'un cercle.

Cake : déjà analysé.

Il renvoie à un cake fourré à la crème de la marque Bifa possédant une forme ronde.

I.13. Noms qui renvoient à la marque

- *Palmary*

C'est un mot dérivé hybride, du mot palme, feuille de palmier.

Ce nom peut renvoyer à l'huile de palme que la marque utilise comme ingrédient dans la fabrication de certains produits. Il renvoie également à un nom de produit, qui est un biscuit fourré à la crème de la marque Palmary.

- *Bifario*

Ce nom est formé du nom de la marque « Bifa » et le suffixe –ario. Il renvoie à un nom de produit, il s'agit de petits biscuits cacaotés.

I.14. Noms qui renvoient à un résultat

- *Croc'Matin* : ce nom est composé de deux mots

Croc : désigne le son (bruit) qui produit lorsque nous effectuons l'action d'émettre les biscuits.

Ce nom indique à la fois le résultat d'une action et un son.

Matin : est la première partie de la journée qui se termine à midi.⁴⁸

⁴⁷ <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/ovale>

⁴⁸ <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/matin>

Ce nom désigne des biscuits secs (**casse-croute matinale**) de la marque Bimo.

I.15. Noms qui renvoient à un phénomène naturel

- *Snow ball*

Snow : est un mot anglais qui veut dire « neige », c'est une « eau congelée dans les hautes régions de l'atmosphère, et qui tombe en flocons blancs et légers ». ⁴⁹

Ball : est un nom anglais qui veut dire « boule ».

Il s'agit d'une boule enrobée et fourrée à la crème goût lait au noix de coco de la marque Bifa.

I.16. Noms qui renvoient à un objet céleste

- *Planet bimo*

Du mot français planète qui est un corps céleste orbitant autour du soleil. ⁵⁰ Il s'agit d'un paquet de gaufrettes de la marque Bimo.

I.17. Autres

- *Dunaroll*

Ce nom est composé de « duna » qui est « une colline de sable fin formée par le vent sur le bord des mers ou dans l'intérieur des déserts. » ⁵¹ et du mot roll qui est déjà analysé.

Ce nom renvoie à un petit biscuit roulé fourré et enrobé à la crème de cacao.

- *Famelio*

Du mot espagnol « famelia », qui veut dire « famille ». Il renvoie à un gros paquet de biscuit de la marque Bifa.

Il est destiné probablement à partager en famille.

⁴⁹ <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/neige>

⁵⁰ <https://g.co/kgs/JncwWT>

⁵¹ <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/dune>

- *Festo*

C'est un nom dérivé hybride du mot anglais « fest » qui veut dire « fête ».

Il renvoie à un paquet de gaufrettes de la marque Bifa.

- *Gracio*

C'est un dérivé hybride du mot espagnol « gracia » qui signifie « grâce ».

Il s'agit d'un paquet de gaufrettes de la marque Bifa.

- *Gusti*

C'est un verbe italien qui signifie « goûter, déguster ». Il s'agit d'un paquet de dix petites génoises individuelles de la marque Bifa.

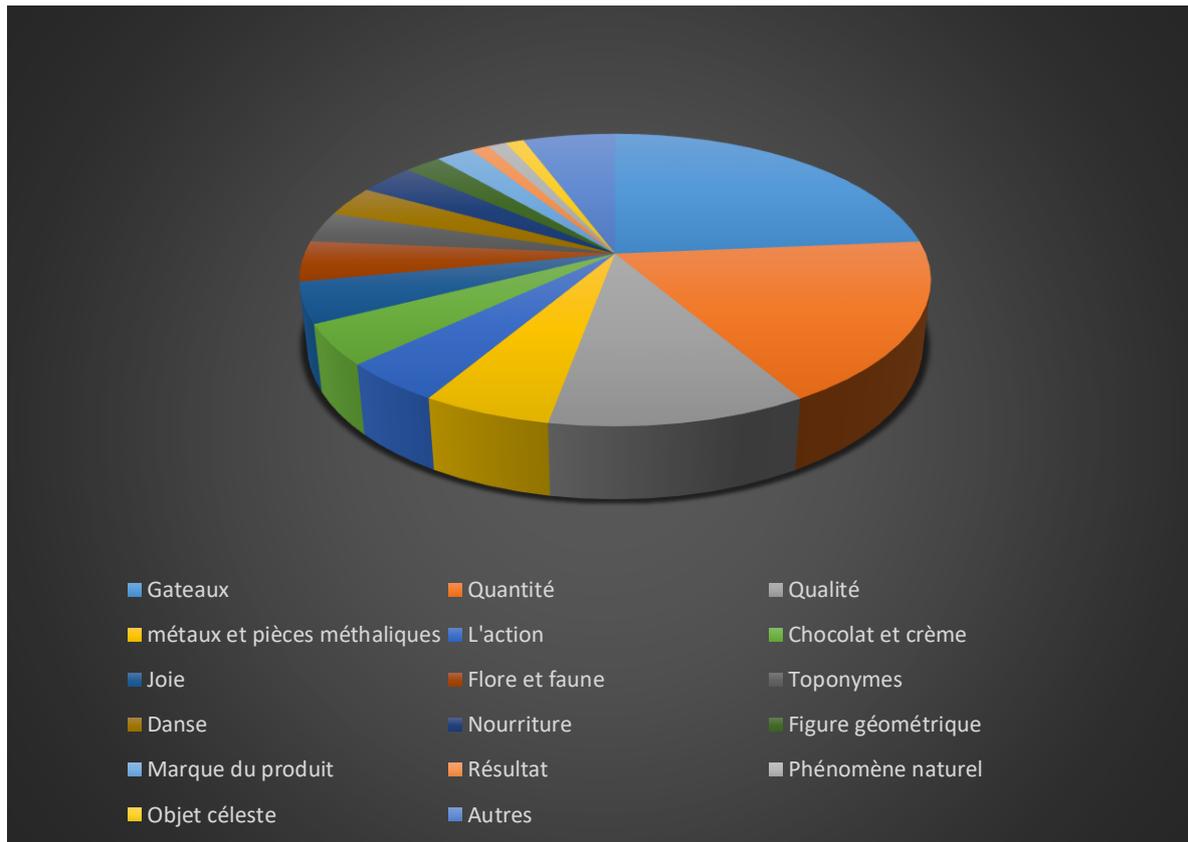
Le choix de nom renvoie probablement au goût des génoises.

II. Approche statistique

Après avoir interprété le sens des noms de notre corpus, nous passons à une approche statistique. Pour cela, nous allons réaliser un tableau et un schéma qui vont nous aider dans l'explication des résultats.

Thèmes	Nombre	Pourcentage
Les gâteaux	21	22,82
La quantité	16	17,39
La qualité	10	10,86
Métaux et pièces métalliques	5	5,43
L'action	4	4,34
Chocolats et crème	4	4,34
La joie	4	4,34
La flore et la faune	4	4,34
Toponymes	3	3,26
La danse	3	3,26
La nourriture	3	3,26
Figure géométrique	2	2,17
Marque du produit	2	2,17
Le résultat	1	1,08
Phénomène naturel.	1	1,08
Objet céleste	1	1,08
Autres	5	5,43

Tableau N°11-Classement des noms selon leur catégorie thématique.



Graphique N°6- Pourcentage des catégories thématiques.

Le tableau et le graphique, nous donnent un aperçu sur le pourcentage et le nombre de chaque catégorie auxquelles renvoient nos noms de produits qui comporte notre corpus. A ce sujet, nous avons repéré 17 thèmes qui sont de type assez varié. De ce fait, nous sommes arrivés aux résultats suivants :

Tout d'abord, nous remarquons que les noms qui renvoient aux **gâteaux** occupent la première place avec un nombre de **21** sur 92 noms, soit **22.82%** de la totalité de notre corpus. De ce fait, nous supposons que les responsables ont opté pour le choix des noms de gâteaux à leurs biscuits, afin de bien préciser leurs produits aux consommateurs.

Ensuite, nous enregistrons les noms qui renvoient au thème de **quantité**. Ils se classent en deuxième position avec un nombre **16** sur 92 noms, soit **17.37%** de la totalité de notre corpus. Nous supposons que grâce à l'adoption de ce thème dans l'acte dénommatif des noms de produits, pour préciser aux consommateurs la quantité qui contient le produit.

Puis, nous constatons les noms indiquant le thème de **qualité**. Ils se positionnent à la troisième place avec un chiffre de **10** sur 92 noms, soit **10,86%** de la totalité de notre corpus. Cela indique probablement que les propriétaires veulent démontrer que leurs produits sont d'une bonne qualité appréciable par les consommateurs, et pour satisfaire leurs besoins.

De plus, nous avons les noms de **métaux et de pièces métalliques** avec **5** noms sur 92 noms, soit **5,43%** sur la totalité de notre corpus. Nous supposons que les entreprises ont opté pour ce choix de dénomination pour démontrer la valeur et la qualité du produit.

Puis, nous avons les noms indiquant **l'action, chocolat et crème, la joie, la flore et la faune**, sont au nombre de **4** noms sur 92 noms, soit un taux de **4,34%**.

Ainsi, nous avons les noms liés aux **toponymes, la danse, la nourriture** sont au nombre de **3** noms sur un total de 92 noms, soit un taux de **3,23%**.

Par ailleurs, nous soulignons les noms qui indiquent **la figure géométrique, la marque du produit** sont au nombre de **2** noms sur 92 noms soit au taux de **2,17%**.

De plus, nous remarquons les noms qui renvoient aux **résultat, phénomène naturel, objet céleste** qui représentent un **seul** nom sur un total de 92 noms, soit un taux de **1,08%**.

Enfin, nous avons **5** noms qui n'appartient à aucune des catégories citées auparavant.

Conclusion générale

Notre travail s'est inscrit dans le domaine de l'onomastique commerciale dans lequel nous avons étudié les noms de biscuits des trois marques algériennes PALMARY, BIFA et BIMO sous deux aspects : morphologique et sémantique, afin de répondre à notre problématique de départ qui revoit aux questionnements suivants : quelles sont les caractéristiques morphologiques des noms de biscuits de notre corpus ? Quelles sont les langues qui ont servis le plus à leurs créations ? Ces noms ont-ils un sens ? A quelles catégories sémantiques /thématiques renvoient-ils ?

Le premier aspect, qui a trait à l'analyse morphologique, nous a permis de dégager la forme et l'origine linguistique de chaque nom. Nous avons identifié un nombre remarquable de noms simples et dérivés. Toutefois, la forme composée à deux termes est la plus utilisée dans notre corpus : ceci explique l'intention des producteurs d'utiliser un nom composé afin de donner plus d'informations sur le produit pour attirer plus de clients. A partir de là nous affirmons la première hypothèse.

Ensuite, nous avons constaté que ces noms sont issus de plusieurs langues : l'espagnol, l'italien, l'arabe, portugais. Cette richesse donne aux investisseurs beaucoup de possibilité et d'opportunités pour choisir et créer des noms à leurs entreprises et marques. Mais la langue la plus dominante est l'anglais ce qui démontre l'objectif des producteurs de faire face aux marchés nationaux et mondiaux. Puis, nous avons le français et l'hybride à la même position. Le français reste toujours une langue de travail de communication dans les différents domaines en Algérie. Quant à l'hybridation, c'est un phénomène très fréquent dans le domaine de l'onomastique commerciale. Il est utilisé pour créer un nom unique qui permet d'attirer les consommateurs et augmenter le nombre d'achats, mais également de différencier les produits sur le marché et établir une réputation forte. A cet effet nous avons confirmé la deuxième et la troisième hypothèse. L'utilisation des langues étrangères est devenue un moyen indispensable pour que le message soit bien transmis, et pour mieux commercialiser leurs produits, ces propriétaires se référant à plusieurs méthodes de création comme l'emprunt, l'hybridation, la dérivation, etc.

Pour ce qui est du deuxième aspect, consacré à l'analyse sémantique, nous avons classé les noms de biscuits en plusieurs catégories. Nous avons cherché leurs significations et nous avons essayé de les interpréter. Nous avons ainsi déduit que les noms qui renvoient aux gâteaux sont les plus dominants dans notre corpus, suivis des noms indiquant la quantité et la bonne

qualité du produit, puis les autres thèmes ; métaux et pièces métalliques, action, chocolat et crème, la joie, la flore et la faune, toponyme, la danse, la nourriture figure géométrique, la marque, le résultat, phénomène naturel, objet céleste. Cela confirme la quatrième hypothèse, à savoir que tous les noms de produits ont un sens, qui réfère à plusieurs éléments, soit au produit lui-même, soit au goût ou l'emballage.

L'analyse de ces noms nous montre également que les marques réussies se reposent non seulement sur des critères purement linguistiques, mais aussi sur des facteurs tels que la culture, l'histoire, les émotions et les aspirations des consommateurs cibles.

Globalement, nous avons pu répondre à notre problématique et à nos hypothèses.

Pour conclure, nous souhaitons que ce modeste travail contribuera à l'enrichissement des études ergonomiques et qu'il ouvre une voie à d'éventuelles recherches. Telle qu'une étude sémiolinguistique qui serait une recherche très intéressante à effectuer pour savoir s'il y'a un lien entre l'image et le nom du produit et comprendre les messages véhiculés par les différents signes car nous pensons que l'emballage des noms de biscuits porte des significations qui méritent d'être étudiées. Aussi, une étude comparative de ces noms de produits des trois marques PALMAY, BIFA et BIMO serait tout aussi intéressante afin de trouver les similitudes et les différences sur le plan linguistique pour mieux comprendre les stratégies dénominatives de chacune des entreprises.

Références bibliographiques

Dictionnaires

- Dictionnaire Larousse maxi débutants. (1986). Paris : Librairie Larousse.
- Dubois, J. (1994). Dictionnaire de la linguistique et des sciences du langage. Paris : Larousse.
- Dubois, J. Giacomo, M & Al. (1999). Dictionnaire de linguistique et des sciences du langage. Paris : Larousse.
- Dubois, J. (2001). Dictionnaire de linguistique et des sciences du langage. Paris : Larousse.
- Dubois, J. (2002). Dictionnaire de linguistique. Paris : Larousse.
- Dubois, J. (2012). Dictionnaire de la linguistique et des sciences du langage. Paris : Larousse
- Mounin, G. (1974). Dictionnaire de la linguistique. Quadrige : Presses universitaires de France.

Ouvrages

- Bentolila, A et al. (1995). *Grammaire alphabétique*. Les guides le Robert et Nathan, Italie : Nathan.
- Benveniste, E. (1974). *Problème de linguistique générale*. Paris : Gallimard.
- Camproux, C. Baylon, C. et Fabre, P. (1982). *Les noms de lieux et de personnes*. Paris : Ed Nathan.
- Choi-Jonin, I. Et Delhay, C. (1998). *Introduction à la méthodologie en linguistique, application au Français contemporain*. Strasbourg : Presses universitaires de Strasbourg.
- Mortueux, M, F. (1997). *Lexicologie entre langue et discours*. Paris : Edition Sedes.
- Salminen, N. (2015). *La lexicologie*. Paris : Éditions Armand Colin.

Articles

- Cheriguen, F. (2005). Régularités et variation dans l'anthroponymie Algérienne. In Benremdane, F. Des noms et des noms : Anthroponymie et état civil en Algérie. Oran, [En ligne], <https://pnr.crasc.dz/pdfs/2-presentation-2005-pnr.pdf>.
- Bouzidi, B. (2009). Créativité lexicale par réduction en français contemporain. Synergies Algérie n°5, [En ligne], <http://gerflint.fr/Base/Algerie5/bouzidi.pdf>.

Thèse et mémoire

- AKIR, H. (2003). Etude toponymique de Bejaïa, Tichy et Aokas, Approche Sémantique et Morphologique, Thèse de magister. Université de Bejaia.
- Sandjakeddin, S. (2015). L'onomastique commerciale : analyse des noms de marques et de produits alimentaires algériens. Mémoire de master. Université de Bejaia.

Sites internet

- https://www.e-marketing.fr/Definitions-Glossaire/est-que-marketing-238286.htm?fbclid=IwAR0roOCiJo6QbPmPVQjZC0VCgDdmcasJdlf26V1eZgvnwRZ_EOQ3mxtGOXU
- <https://journals.openedition.org/corela/1198>
- <https://www.lesaventuriersdubiscuit.com/blogs/biscuitologie/les-origines-et-lhistoire-du-biscuit>
- <https://www.biscuitsgateaux.com/wp-content/uploads/2018/05/Charte-Professionnelle-BG-27-04-2018.pdf>
- <https://www.edelices.com/medias/origine-madeleine>
- [https://fr.m.wikipedia.org/wiki/Génoise_\(cuisine\)?fbclid=IwAR0E0LidL5-KhrFVoqjsxy0vhvit5oo27FxKJUMzKzPartlIOVLyXWGMwKw](https://fr.m.wikipedia.org/wiki/Génoise_(cuisine)?fbclid=IwAR0E0LidL5-KhrFVoqjsxy0vhvit5oo27FxKJUMzKzPartlIOVLyXWGMwKw)
- <https://palmaryfood.com>
- https://fr.wikipedia.org/wiki/Groupe_Bimo
- <http://www.bifa-dz.com>

- [https://www.cairn.info/la-lexicologie--9782200286118-page-46.htm#:~:text=20\)%20que%20les%20linguistes%20ont,ou%20plusieurs%20morphèmes%20ou%20mots](https://www.cairn.info/la-lexicologie--9782200286118-page-46.htm#:~:text=20)%20que%20les%20linguistes%20ont,ou%20plusieurs%20morphèmes%20ou%20mots)
- <https://dictionnaire.lerobert.com/guide/noms-propres#:~:text=Un%20nom%20propre%20désigne%20un,de%20choses%20ou%20d%27abstractions>
- <https://www.lalanguefrancaise.com/dictionnaire/definition/troncation>
- https://univ.ency-education.com/uploads/1/3/1/0/13102001/ens_fr_lexicosemantique.pdf
- <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/186/1/10/66819>
- http://archives.univ-biskra.dz/bitstream/123456789/20676/1/LAAOUAD_MARIEM_AYA.pdf
- <https://sedomicilier.fr/articles/nom-commercial-entreprise#:~:text=Le%20nom%20commercial%20d%27une%20entreprise%20renvoie%20au%20nom%20d,raison%20sociale%20de%201%27entreprise>
- <https://www.innfrad.com/News/41/414667/بحكى-ان-البسبوسة-أسمها-الحقيقي-بس>
- <https://dictionnaire.lerobert.com>
- <https://www.larousse.fr>
- <https://dictionnaire.reverso.net>
- <https://www.axl.cefan.ulaval.ca/asia/macao.htm>
- <http://univbejaia.dz/xmlui/bitstream/handle/123456789/690/L'onomastique%20commerciale.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- <https://fr.wikipedia.org/wiki/Suisse>
- <https://www.radiofrance.fr/francemusique/le-tango-histoire-d-une-danse-et-d-une-musique-1605970>
- <https://g.co/kgs/JncwWT>

Table des matières

Remerciement

Dédicaces

Sommaire

Introduction générale	8
1. Présentation du sujet	9
2. Motivations et choix du sujet	12
3. Problématique	12
4. Hypothèses.....	12
5. Corpus.....	13
6. Méthodologie.....	14
7. Plan commenté	15
Chapitre I : Approche morphologique.....	16
I. Classement des noms selon leurs formes.....	17
I.1. Les noms simples.....	17
I.1.1. Classement des noms simples selon leurs catégories grammaticales..	18
I.1.2. Procédés d'altérations graphiques des noms simples	19
I.1.2.1. La substitution	19
I.1.2.2. La troncation.....	19
I.1.2.3. L'emprunt.....	19
I.2. Les noms dérivés	20
I.3. Les noms dérivés hybrides.....	21
I.4. Les noms composés	24
I.4.1. Les noms composés à deux termes.....	24

I.4.1.1. Les noms composés à deux termes unifiés	25
I.4.1.2. Les noms composés de deux termes liés par une préposition	26
I.4.1.3. Les noms composés de deux termes liés par une apostrophe.....	26
I.4.1.4. Les noms tronqués	26
I.4.1.5. Les noms composés d'un N ou un Adj et d'un chiffre arabe	26
I.4.1.6. La siglaison.....	27
I.4.2. Les noms composés à trois termes	28
II. Classement des noms selon le genre	29
III. Classement des noms selon le nombre	31
IV. Classement des noms selon leurs domaines linguistiques	34
IV.1. Origine linguistique des noms non hybrides	34
IV.2. Classement des noms hybrides selon leur origine linguistique	36
IV.3. Pourcentage des noms de produits selon leurs domaines linguistiques ..	37
Chapitre II: Approche sémantique	40
I. Interprétation sémantique	42
I. 1. Noms qui renvoient aux gâteaux.....	42
I.2. Noms qui renvoient à la quantité.....	46
I.3. Noms qui renvoient à la qualité du produit.....	49
I.4. Noms qui renvoient à des noms de métaux et des noms de pièces métalliques	51
I.5. Noms qui renvoient à une action.....	52
I.6. Noms qui renvoient aux chocolats et aux crèmes.....	52
I.7. Noms qui renvoient à la joie.....	53

I.8. Noms qui renvoient à la flore et la faune.....	54
I.9. Noms qui renvoient aux toponymes.....	54
I.10. Noms qui renvoient à la danse.....	55
I.11. Noms qui renvoient à la nourriture.....	56
I.12. Noms qui renvoient à une figure géométrique.....	57
I.13. Noms qui renvoient à la marque.....	57
I.14. Noms qui renvoient à un résultat.....	57
I.15. Noms qui renvoient à un phénomène naturel.....	58
I.16. Noms qui renvoient à un objet céleste.....	58
I.17. Autres.....	58
II. Approche statistique	59
Conclusion générale	63
Références bibliographiques	66
Table des matières.....	70
Annexes	
Index	
Résumés	

ANNEXES

Annexe n°1 : Liste des noms de produits

A

Avantage

B

Break

Break wafer

Big family

Biscuit mosaic

Besto

Best of bimo

Bifario

Benitto

Brino

Besboussa

C

Classic

Crox

Cookies

Choco

Choco kids

Crox 'Matin

Choco Brownie

Choco lito

4 chico

Citrona

D

Dream

Double Mix

Dadey

Donuts

Dunaroll

G

Goldy

Golden cacao

Goldy Maxi

Gouter4

Gofretto

Gracio

Gusti

Gaufrettes

Galette

Galette senior

Galette junior

Gaufrettes fourées

I

In'joy

K

Kool

Keko

Kremali

L

Les biscuits cookies de bimo

Les tartelettes de bimo

M

Master choc

Muffin's break

Maxon cookies

Mini cookie

Maxi roll

Mini roll

Mini brino

Macao de bimo

2 mix

4 mix

Mega dream

Mon gouter

Max Crème

Madeleine

Magdelenas

O

Original

Oro Galette

Ovalo

P

Panda joy

Pesos

Piccolo

Petit beure

Petit bimo

Palmary

Palmario

Pocket samba de bimo

Planet Bimo

R

Rio

Rapidos

Rigolo

Rondo cake

Regalo

S

Supreme

Special

Swiss roll

Snow ball

Slice cake

T

Tango

Twist de bimo

Torto

W

Wafer

Wafers

4 Winners

X

XL

Z

Z'animaux

Annexe n°2 : La représentation figurative de chaque nom déposé

✚ Palmary









 **Bimo**











Index

Index des tableaux

Tableau N°1 -Classement des noms simples selon leurs catégories grammaticales.....	18
Tableau N°2 -Les noms dérivés.....	21
Tableau N°3 -Les dérivé hybrides.....	22
Tableau N°4 -Les noms composés à deux termes.....	25
Tableau N°5 -Les noms composés à trois termes.....	28
Tableau N6 -Le genre des noms de produits.....	30
Tableau N7 -Le nombre des noms de produits.....	32
Tableau N°8 -Classement des noms non hybrides de produits selon l'origine linguistique.....	35
Tableau N°9 -Classement des noms hybrides selon leur origine linguistique.....	36
Tableau N°10 -Pourcentage des noms de produits selon leurs domaines linguistiques.....	37
Tableau N°11 -Classement des noms selon leur catégorie thématique.....	60

Index des graphes

Graphique N°1- Pourcentage des ergonymes composés de deux termes selon leur catégorie grammaticale.....27

Graphique N°2- Pourcentage des ergonymes composées selon leurs nombres de composantes.....29

Graphique N°3- Le genre des noms de produits.....31

Graphique N°4- Le nombre des noms de produits.....33

Graphique N°5- l'origine linguistique des noms des produits.....38

Graphique N°6- Pourcentage des catégories thématiques.....61

Résumé

Notre recherche s'inscrit dans le domaine de l'onomastique commerciale, elle s'est intéressée à l'étude des noms de biscuits de trois marques algériennes : Bifa, Palmary et Bimo. Elle comprend deux chapitres : le premier chapitre comprend une étude morphologique et le second chapitre est une étude sémantique. Concernant l'étude morphologique, nous avons identifié deux grandes catégories : les noms simples et les noms composés et nous avons déduit également que ces noms sont issus de plusieurs langues. Quant à l'étude sémantique, nous avons interprété tous les noms puis nous les avons classés selon les thèmes auxquels ils se réfèrent. Nous déduisons que les noms composés sont les plus dominants, la langue anglaise est très présente dans la création de ces noms et la plupart de ces derniers renvoient à des noms de gâteaux.

Mots-clés : Onomastique commerciale, morphologie, sémantique, nom de biscuit, trois marques de biscuit : Bifa , Palmary et Bimo

ملخص

بحثنا في مجال علم الاسماء التجارية، فقد كان مهتمًا بدراسة أسماء البسكويت لثلاث ماركات جزائرية: بيفا، بالماري وبيمو. ويشتمل على فصلين: الفصل الأول يتضمن دراسة صرفية والفصل الثاني دراسة دلالية. فيما يتعلق بالدراسة الصرفية، فقد حددنا فئتين رئيسيتين: الأسماء البسيطة والأسماء المركبة واستنتجنا أيضًا أن هذه الأسماء تأتي من عدة لغات. أما بالنسبة للدراسة الدلالية فقد فسرنا جميع الأسماء ثم صنفناها حسب الموضوعات التي تشير إليها. نستنتج أن الأسماء المركبة هي الأكثر انتشارًا، واللغة الإنجليزية حاضرة جدًا في إنشاء هذه الأسماء ويشير معظمها إلى أسماء الكعك.

الكلمات المفتاحية: علم الاسماء التجارية، مورفولوجيا، دلالات، اسم ملف تعريف الارتباط، ثلاث علامات تجارية لملفات تعريف الارتباط: بيفا و بالماري و بيمو

Agzul

Tayrust-nney tella deg unnar n tmazight n tnezzut, d tamsalt n tnezzut n yismawen n lkuci n kraḍ n yismawen n lmal: Bifa, Palmary d Bimo. Tesea sin n tefyar: taftrat tamezwarut tesa yiwet n temsirt tamarut, taftrat tis snat d yiwet n temsirt tamarut. Deg wayen yerzan leqraya tamarut, nessebna-d snat n tewsat in timeqranin: ismawen isehlen d ismawen imsefraḥen, yerna nessebna-d dayen belli ismawen-a d ismawen i d-yekkan seg waṭas n tutlayin. Ma d tamsirt-nni tameqqrant, d tin yesean anamek, nessegza-tt-id akk ismawen-nni, dya nessegza-tent-id yef leḥsab n yisekkilen i d-ttara. Nettawi-d d akken ismawen i d-yeqqnen d wid i d-yugaren, tutlayt n teglizit tesa azal ameqran deg usnulfu n yismawen-a, yerna tuget seg-sen d ismawen i d-yettawin s umata.

Awalen imenza: Ismawen n tnezzit, tmuyli, tazuri, isem n lkuci, kraḍ n yismawen n lkuci: Bifa, Palmary d Bimo

Abstract

Our research is in the field of commercial onomastics, it was interested in the study of the names of biscuits of three Algerian brands: Bifa, Palmary and Bimo. It includes two chapters: the first chapter includes a morphological study and the second chapter is a semantic study. Regarding the morphological study, we have identified two main categories: simple names and compound names and we have also deduced that these names come from several languages. As for the semantic study, we interpreted all the names then we classified them according to the themes to which they refer. We deduce that compound names are the most dominant, the English language is very present in the creation of these names and most of them refer to cake names.

Keywords : Commercial onomastics, morphology, semantics, cookie name, three cookie brands : Bifa, Palmary and Bimo.