

**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

**Les noms des produits laitiers dans les entreprises
agroalimentaires Soummam, Danone et Ramdy**

Approche morphologique et sémantique

Présenté par :

M^{lle} Merad Cherifa
M^{lle} Meklat Lynda

Le jury :

Mme. Redjal Nouara, présidente
Mme. Mounsi Lynda, directrice
Mme. Benamsili Sonia, examinatrice

2016-2017

REMERCIEMENTS

Nos sincères remerciements s'adressent à notre promotrice :

Mme MOUNSI LYNDIA

Vous avez bien voulu nous confier ce travail riche d'intérêt et nous guider à chaque étape de sa réalisation. Vous nous avez toujours réservé le meilleur accueil, malgré vos obligations professionnelles, vos encouragements infatigables, votre amabilité, votre gentillesse méritent toute admiration.

Nous saisissons cette occasion pour vous exprimer notre profonde gratitude tout en vous témoignant notre respect.

Nous remercions également les membres du jury pour avoir bien voulu évaluer et examiner notre travail.

Cherifa & Lynda

DÉDICACES

Je dédie ce modeste travail avec un grand honneur à :

- *Mon regretté cher père qui nous a quitté trop tôt, sans jamais savoir vu mon visage, tu resteras dans mon cœur à jamais. Que Dieu t'accueille dans son vaste paradis.*
- *Ma très chère maman, la source de mon bonheur, aucune dédicace ne saurait exprimer mon respect, mon amour éternel et ma considération pour les sacrifices que tu as consentis pour mon instruction et mon bien-être. Je te remercie pour tout le soutien et l'amour que tu me portes depuis mon enfance et j'espère que ta bénédiction m'accompagne toujours. Puisse Dieu le très Haut t'accorder santé, bonheur et longue vie et faire en sorte que jamais je ne te déçoive.*
- *Mon cher frère Rachid et sa femme Naima pour leur aide et encouragements.*
- *Mes trois petits anges, mes nièces que j'adore Ines, Anais et Alice.*
- *Mon regretté cher frère Tahar, que j'ai tant aimé le voir assister à ma soutenance. Qu'il repose en paix.*
 - *Mes frères Mourad et Nassim pour leur soutien.*
- *Mes adorables sœurs Samia et Hamama pour leurs conseils judicieux.*
 - *Tous mes amies et proches.*

Cherifa

DÉDICACES

Je dédie ce modeste travail avec un grand honneur à :

- *Mes très chers parents «Hocine et Hamida », plus particulièrement à ma mère, source de mon bonheur qui a été toujours là pour moi tout au long de mon parcours, son amour et ses encouragements m'ont permis d'aller de l'avant. Que Dieu t'accorde, santé, bonheur et une longue vie. Je vous aime tant, papa et toi.*
- *Mon très cher et unique frère Dris à qui je souhaite un bon courage pour ses études.*
- *Mon très cher fiancé, Yanis Kεbba ainsi que pour toute sa famille, je te remercie beaucoup pour ton soutien et tes encouragements depuis le début de cette recherche jusqu'à la fin, que Dieu te garde pour moi.*
- *Mes grands- mères « Ouanissa et Zohra » qui représentent un symbole d'amour et de tendresse.*
- *Mon oncle Samir Toumi et sa femme Souhila que j'ai trouvés à mes côtés dans des moments difficiles, sans oublier mes chères cousines : Melissa, Yasmine et Farah à qui je souhaite du bonheur et de la réussite.*
- *Mes petits cousins : Chabane, Adam, Rayane et Fouade.*
- *Toutes mes copines à la résidence universitaire.*

Lynda

Sommaire

Introduction générale.....	7
Chapitre I : Approche morphologique.....	14
1- Classement morphologique des noms de produits.....	16
2-Classement des noms selon le genre et le nombre.....	31
3-Classement des noms de produits selon le domaine linguistique.....	36
Chapitre II : Approche sémantique.....	43
1- Interprétation sémantique et classement thématique des noms de produits.....	45
2- Classement en valeur des thèmes auxquels renvoient les noms de produits.....	61
Conclusion générale	64
Bibliographie.....	67
Annexe.....	70
Index.	77
Table des matières	80

1- Présentation du sujet

Depuis toujours l'homme a eu besoin d'attribuer des noms à tout ce qui constitue son univers : les êtres, les objets, les choses, les lieux, etc.

Selon Attali : « *nommer est le plus manifeste et le plus futile des pouvoirs, celui qui fascine le plus, qui attise le plus de convoitises, qui occupe le plus les conversations et mobilise le plus les esprits de tous ceux qui sont associés aux affaires publiques... Comme au temps des plus anciens, nommer c'est connaître, c'est faire exister, c'est rendre éternel* » (1988, p.1991).

L'onomastique vient du grec *onoma*, qui veut dire *nom*, est une science assez récente, apparue à partir du 19^e siècle par le père fondateur Albert D'Auzat. C'est une branche de la lexicologie qui a pour objectif l'étude des noms propres : leur étymologie, leur formation et leur usage à travers les langues et les sociétés. (<https://fr.wikipedia.org/wiki/onomastique>). Cette discipline entretient des relations avec différents domaines, tel que : l'histoire, la géographie et la sociologie. Mais cela ne fait pas d'elle une discipline historique, géographique et sociologique.

D'après Dubois, l'onomastique : « *est une branche de la lexicologie étudiant l'origine du nom propre. On divise parfois cette étude en anthroponymie (concernant les noms propres des personnes) et toponymie (concernant les noms de lieux)* ». (1999, p.334).

L'onomastique est une science assez large. Elle ne s'intéresse pas uniquement à l'étude des noms de personnes ou de lieux, mais elle s'occupe également d'étudier les autres noms : noms de livres, de magasins ou encore les noms de produits, etc. A ce propos Camroux affirme que : « *l'onomastique est la science du nom propre, qu'il s'agisse d'un nom d'avion, d'une pile électrique, d'une robe, d'un mets quelconque, etc.* ». (1982, p. 5).

Introduction générale

Le nom propre, objet d'étude de l'onomastique, est un signe linguistique, il relève en ce sens de la linguistique. C'est un mot par lequel on peut désigner une personne, un pays un animal, une chose, etc. Il occupe une place importante dans le langage et dans la linguistique. Selon Molino : « *le nom propre est partout dans le langage et son importance apparaît partout (...), mais cette importance se manifeste dans tous les domaines, dans la vie courante* ». (1986, p. 5).

L'onomastique regroupe deux branches principales : L'anthroponymie et la toponymie que Camproux définit comme suit : « *l'anthroponymie (du grec anthropos homme et onoma nom) s'occupe des prénoms, noms de familles et pseudonymes. La toponymie (du grec topos lieu et onoma nom)* ». (1989, p.6).

Notre travail consiste en l'étude linguistique des noms de produits laitiers des entreprises agroalimentaires Soummam, Danone et Ramdy. Il s'inscrit dans le domaine de l'onomastique et de l'ergonymie en particulier. Cette dernière s'occupe de l'étude des noms propres de réalisations ou de découvertes humaines, ayant une réalité matérielle, ça peut être une réalisation d'un album musicale, films, titre de peinture, parfum, bouquin, shampoing, nom de marque, de produit, d'entreprises, d'établissements ou d'institutions, etc. Dans ce qui suit, nous essayerons de justifier notre choix pour ce sujet, de l'exposer dans sa problématique et de présenter notre corpus ainsi les entreprises.

2- Motivation du choix du sujet

Dans ce travail, notre choix s'est porté sur l'étude des noms de produits laitiers dans les entreprises agroalimentaires Soummam, Danone et Ramdy, pour diverses raisons, les principales sont les suivantes :

❖ L'observation de notre réalité nous a, en effet, incitées à prendre en considération le phénomène de dénomination des produits agroalimentaires, plus particulièrement des produits laitiers.

- ❖ Nous avons choisi un thème qui nous a tant motivées, étant amatrices des produits laitiers, nous étions curieuses de découvrir ce qui se cachait derrière les noms de yaourts, de fromages, etc., que nous consommons au quotidien.
- ❖ Ces entreprises sont riches en noms de produits, on remarque leur introduction chaque jour dans les foyers algériens. L'étude de ces derniers nous mène droit vers une recherche approfondie sur le choix des noms qui découlent des producteurs.
- ❖ Aussi le manque des études onomastiques, exactement en ergonomie nous a poussées à travailler sur ce sujet.
- ❖ À travers cette étude on tentera de comprendre certains choix dénominatifs opérés par les producteurs pour attirer de plus en plus les clientèles, pour valoriser leur marque et la faire connaître au plus grand nombre.

3-Présentation de la zone d'activité « Taharacht » et les entreprises agroalimentaires « Soummam », « Danone » et

« Ramdy »

Le développement de l'industrie est certainement un facteur majeur du développement économique et social du pays, les zones industrielles et les zones d'activités implantées à travers le territoire national participent pleinement à la croissance économique par la création de la richesse.

Les zones d'activités telles que Taharacht (Akbou), Ouzellaguen, EL Kseur, le port de Bejaia sont les véritables poumons de l'industrie de la wilaya de Bejaia.

La zone d'activité Taharacht (Akbou) est un véritable carrefour économique de Bejaia, elle a permis la création d'une dynamique nouvelle par une assise industrielle plus développée. Elle occupe le devant de la scène économique nationale grâce à la renommée des entreprises qui y sont implantées.

Introduction générale

Les entreprises agroalimentaires Soummam, Danone et Ramdy sont des entreprises laitières implantées à la zone industrielle Taharacht située à Akbou. Elles sont toutes spécialisées dans les produits laitiers tels que : les yaourts, les laits, les fromages, les desserts lactés, etc.

L'entreprise algérienne « Soummam » est créée par l'entrepreneur Lounis Hamitouche en 1913. En 2011, l'entreprise était classée premier producteur national de yaourt avec 42% de parts de marché. Quant à l'entreprise franco-algérienne « Danone », ses origines remontent à 1966 lors de la fusion de deux sociétés verrières françaises. En août 2002, la marque Danone a été lancée, car avant l'entreprise était dénommée « Laiterie Djurdjura ». Enfin, la « S.A.R.L Ramdy », qui est l'ex laiterie Djurdjura, a été créée le 01 janvier 1983. Toutefois, la dénomination Ramdy a été lancée en 2004.

En effet, les entreprises laitières Soummam, Danone et Ramdy ont réussi à occuper une place importante sur le marché national, voire international, par le biais de l'exportation.

Les produits laitiers en Algérie sont au cœur de notre alimentation sous des formes variées et riches en goût : lait, fromage, yaourt, etc. Ce dernier, par exemple, a une action positive sur la flore intestinale de l'individu et favorise une meilleure digestion. Ces aliments sont importants pour notre santé car ils sont riches en calcium notamment mais aussi en vitamines. Ils sont indispensables pendant l'enfance pour favoriser la croissance, à l'âge adulte pour renforcer le capital osseux et à un âge plus avancé pour protéger les os devenus plus fragiles.

4-Problématique

Le marché algérien est riche, notamment depuis son ouverture sur le monde, grâce à des entreprises qui ont marqué leur existence par leurs produits. Dans ce travail, notre choix s'est porté sur l'étude des noms de produits laitiers, une étude à travers laquelle nous essayerons de faire une

Introduction générale

analyse morphologique et sémantique des noms de produits laitiers des entreprises agroalimentaires : Soummam, Danone et Ramdy et d'apporter des éléments de réponse à ces questions :

- ❖ Est-ce que les noms de produits laitiers se présentent sous une forme simple ou une forme composée ? Pourquoi ?
- ❖ Est-ce que les noms de produits des trois entreprises Soummam, Danone et Ramdy se ressemblent-ils sur le plan formel ?
- ❖ Quels sont les procédés de formation de ces noms ?
- ❖ Quelle est la langue qui a servi le plus à les créer ? Pourquoi ?
- ❖ Est-ce que ces noms ont un sens ? Pourquoi ?
- ❖ Le nom est un signe possédant un signifiant (forme) et un signifié (sens), alors est-ce qu'on retrouve le lien entre le signifié et son référent ?
- ❖ Quels sont les thèmes auxquels renvoient les noms de produits laitiers ?

5-Hypothèses

Les hypothèses proposées dans notre travail sont au nombre de sept. Nous tenterons de les vérifier tout au long de notre recherche :

- ❖ La majorité des noms recueillis sont à forme composée, le but étant d'attirer l'attention des consommateurs car la composition d'un nom sert à marquer la précision.
- ❖ Il y a une ressemblance entre la dénomination des produits des trois entreprises sur le plan formel car leur but est le même.
- ❖ Les noms de produits sont formés à partir de quelques procédés, à titre d'exemple : la troncation, la dérivation, etc.

- ❖ Les producteurs font appel à plusieurs langues pour la dénomination de leurs produits, pour qu'ils puissent rivaliser et s'imposer sur le marché national et pourquoi pas au niveau international.
- ❖ Tous les noms ont un sens car les producteurs n'ont pas dénommé les produits au hasard, mais cette dénomination a bien un sens.
- ❖ Il y a un lien entre le signifié et son référent, car le produit dépend de la marque et vice-versa.
- ❖ Les noms de produits réfèrent à plusieurs thèmes tel que : la texture, le goût, l'anthroponymie, etc.

6-Corpus

Notre travail concerne les noms de produits laitiers, nous allons définir ce concept clé dans ce qui suit.

Les produits laitiers ou les laitages sont les produits dérivés exclusivement du lait comme les yaourts, les fromages, les desserts lactés, etc.

Notre corpus contient quatre-vingt et un nom (81) de produits laitiers, yaourts, crèmes-desserts et fromages que nous avons recueillis auprès du service marketing des entreprises agroalimentaires : Soummam, Danone et Ramdy. Ces dernières, il faut le souligner, ont mis à notre disposition les listes de leurs produits dont nous avons besoin.

Nous sommes parvenues aux résultats suivants :

- ❖ Soummam quarante-neuf noms (49)
- ❖ Danone dix-neuf noms (19),
- ❖ Ramdy treize noms (13).

7-Méthodologie de travail

Notre travail sera principalement basé sur deux chapitres essentiels qui seront précédés d'une introduction où nous présenterons notre sujet avec la problématique, les hypothèses ainsi que le corpus et la méthode de travail à suivre durant notre recherche.

Nous allons faire appel à plusieurs disciplines de la linguistique, à savoir la lexicologie, la sémantique et la morphologie pour étudier la liste de noms que nous avons pu collecter.

Le premier chapitre sera réservé à l'approche morphologique où nous ferons la distinction entre les ergonymes simples et les ergonymes composés que nous classerons selon le genre et le nombre. Par ailleurs, nous étudierons les différents procédés de formation qu'ils ont subis avant de les classer selon leur domaine linguistique.

Le deuxième chapitre sera consacré à l'approche sémantique dans laquelle nous allons interpréter et analyser tous les noms de produits que contient notre corpus pour les classer enfin, selon leur sens et leur référent.

Le nom propre est une unité de langue qui a toutes les spécificités comme les autres mots de la langue. Il se compose d'un ou plusieurs phonèmes et sa représentation graphique se fait entre deux blancs. Il possède un genre et un nombre comme il appartient aussi à une catégorie grammaticale.

La morphologie est une branche de la linguistique, elle est primordiale pour toute étude onomastique dans la mesure où elle permet aux chercheurs de trouver la forme originale du nom propre de personne ou de lieu.

Selon Dubois : « *en grammaire traditionnelle, la morphologie est l'étude des formes des mots (flexion et dérivation), par opposition à l'étude des fonctions ou syntaxe. En linguistique moderne, le terme de morphologie a deux principales :*

a) Ou bien la morphologie est la description des règles qui régissent la structure interne des mots, c'est-à-dire les règles de combinaison entre les morphèmes racines pour constituer des « mots » (règle de formation des mots, préfixation et suffixation) et la description des formes diverses que prennent ces mots selon la catégorie de nombre, de genre, de temps, de personne et selon le cas (flexion nominale ou verbale). Par opposition à la syntaxe qui décrit les règles de combinaison entre les morphèmes lexicaux (morphèmes, racines et mots) pour constituer des phrases.

b) Ou bien la morphologie est la description à la fois des règles de la structure interne de mots et des règles de combinaison des syntagmes en phrase. Là se confond alors avec la formation des mots, la flexion et la syntaxe et s'oppose au lexique et à la phonologie. Dans ce cas on dit plutôt morphosyntaxe ».(1994, p. 311).

Selon Cheriguen : « 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, p. 16).

Notre corpus est constitué de quatre-vingt et un (81) noms de produits, notre analyse débutera par une approche morphologique. Dans cette partie nous procéderons à la classification des ergonymes simples et des ergonymes composés en nous appuyant sur les procédés de formation qui ont permis de les obtenir. Il s'agit de la composition, la dérivation, l'emprunt et la troncation. Ensuite, nous les classerons selon leur catégorie grammaticale enfin selon leur domaine linguistique.

Après l'analyse morphologique de notre corpus, nous avons distingué deux catégories d'ergonymes : des ergonymes simples et des ergonymes composés. Ces derniers se répartissent en ergonymes à deux termes, à trois termes et à plus de trois termes.

1- Classement morphologique des noms de produits

Dans cette partie, nous allons essayer de faire une description morphologique des ergonymes qui constituent notre corpus. Nous aborderons d'abord les noms simples, ensuite nous passerons aux noms composés, en nous appuyant sur l'analyse de *Lanceur* qui s'intitule *les noms de médicaments produits par Saïdal*.

1-1-Les ergonymes à forme simple

Avant d'entamer cette présente partie, nous devons définir le mot simple. Nous comptons dans notre corpus un nombre de vingt et un noms (21).

Le mot simple est constitué d'un seul morphème lexical, il ne peut pas se décomposer en d'autres mots. Pour Dubois, le mot simple est « un morphème racine par opposition au mot dérivé ou composé ». (1994, p. 434).

1-1-1-Les noms propres et les noms communs

Avant d'analyser ce titre, nous allons faire un petit rappel sur le nom propre et le nom commun. Le nom commun désigne des êtres, des choses ou des idées de la même espèce par contre le nom propre désigne toujours la même chose, les même êtres en les distinguant par leur appellation, il prend toujours une majuscule.

Nous allons regrouper les noms communs et les noms propres de notre corpus dans le tableau suivant :

Noms communs	Noms propres
<i>Cappuccino</i>	<i>Aladin</i>
<i>Dialna</i>	<i>Danao</i>
<i>J'nina</i>	
<i>Lait</i>	
<i>Raib</i>	
<i>Tartin</i>	
<i>Yago</i>	
<i>Yog</i>	
<i>Yorty</i>	

Tableau n°01 : les noms propres et les noms communs.

Nous avons remarqué que la plupart des noms regroupés dans ce tableau sont des noms communs.

- ✓ On a soulevé un seul nom qui appartient à la catégorie adjectif *mamzoudj*.

1-1-2-Les noms dérivés

Les ergonymes de notre corpus sont formés à partir de différents procédés de formation, nous allons commencer par la dérivation car la majorité des noms simples de notre corpus sont des dérivés.

La dérivation est un procédé permettant de construire de nouveaux mots en ajoutant des affixes à un radical. Gaudin et Guespin définissent le procédé ainsi : « à la différence des mots simples, les mots construits possèdent l'avantage d'être motivés ; c'est là que s'illustre le mieux la motivation relative de Saussure ». (2000, p. 252).

Nous allons illustrer ce procédé dans le tableau suivant :

Noms de produits	Radical	Suffixe
<i>Céréalo</i>	Céréale	<i>O</i> forme masculine en italien
<i>Crémeux</i>	Crème	<i>Eux</i> marque le masculin pluriel
<i>Dannette</i>	Danone	« <i>ette</i> » un diminutif
<i>Le liegeois</i>	Liège	<i>Ois</i>

<i>Perly</i>	Perle	<i>Y pourrait être une marque des adverbess en anglais</i>
<i>Soumy</i>	Soummam	<i>Y pourrait être une marque des adverbess en anglais</i>
<i>Yaoumi</i>	Yaoum	<i>I pourrait être une marque d'appartenance en arabe</i>

Tableau n°02 : les noms dérivés.

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

En deuxième lieu nous avons les noms empruntés d'autres langues.

1-1-3-Les noms empruntés

L'emprunt est un procédé linguistique par lequel une langue incorpore un élément d'une autre langue. C'est donc un phénomène de langue en contact. Selon Mortureux : « *en général l'énonciateur qui empreinte un mot qu'aucun mot de sa propre langue ne peut désigner le référent dont il veut parler* ». (2001, p. 107).

Dans notre corpus nous avons opéré deux (02) noms qui sont représentés ainsi :

- ❖ *Cappuccino* : emprunt à l'italien.
- ❖ *Cookies* : emprunt à l'anglais.

- ✓ On a soulevé un nom qui n'appartient à aucune catégorie.

Olé : pourrait être une altération de la transcription du nom *au lait*, du coup il n'appartient à aucune catégorie.

1-2-Les ergonymes à forme composés

Nous procéderons dans cette partie par quelques définitions concernant le nom composé.

Le mot composé est un mot formé de plusieurs éléments, Dubois dit : « *le mot composé est un mot contenant deux ou plus de deux morphèmes lexicaux et correspondant à une unité significative* ». (1999, p. 105).

Choi-Jonin et Delhay, pour leur part, signalent le caractère complexe du mot composé et donnent la définition suivante : « *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 lexèmes, ou de bases non autonomes* ». (1998, p. 85). Ainsi les noms composés se forment par la combinaison de mots simples.

Maintenant que nous avons précisé cette notion de composition, les noms composés de notre corpus forment un total de soixante noms, un nombre important à étudier, ils représentent la moitié du corpus. Nous distinguons plusieurs sortes de noms composés : les noms composés formés de deux termes, les noms composés formés de trois termes enfin les noms composés à plus de trois termes.

Le tableau suivant regroupera les ergonymes composés et cela en tenant compte des critères cités dans les définitions susmentionnées.

1-2-1-La typologie des noms composés

Type de noms	Noms de produits
Noms à 2 termes	<p><i>Activia, Acti+ aux fruits, acti+ nature, aladin duo, café au lait, crème dessert, Danino, dan'up, fort en calcium, flan caramel, fromage frais, fromage gyzmo, fromage régime, J'nina bicouche, j'ninadziria, lait chocolaté, lait fraise, lait minceur, Le liégeois tricouche, les pâtisseries à boire, minceur aux fruits, à mini prix, mini yaourt, mousse au chocolat, panna cotta, Petit gervais, Petit suisse, p'tit olé, Ramdy aromatisé, Ramdy nature, Riz au lait, Soummam aromatisé, Soummam light, Vita milk.</i></p>
Noms à 3 termes	<p><i>Acti+ au bifidus actif, Activia drink, Activia light, Activia s'bah, activia brassé aux fruits, Bnina double saveur, crème dessert gélifié, danone aux fruits tarte, danone brassé aux fruits, fromage à l'huile d'olive, Fromage fondu à tartiner, j'nina à boire aux fruits, l'ben au bifidus actif, mamzoudj brassé</i></p>

	<i>aromatisé, Mixy lait fraise, pot de crème chocolat, Ramdy brassé à boire, Ramdy yaourt aux fruits, Soummam façon tarte, Soummam nature sucré, Soummam brassé aux fruits.</i>
Noms à 4 termes	<i>Bioactivia aux fruits, Danone brassé nature sucré, dialna brassé à prix mini, Lait pasteurisé partiellement écrémé.</i>
Noms à 5 termes	<i>Activia nature bifidus actiregularis.</i>

Tableau n° 03 : la typologie des noms composés.

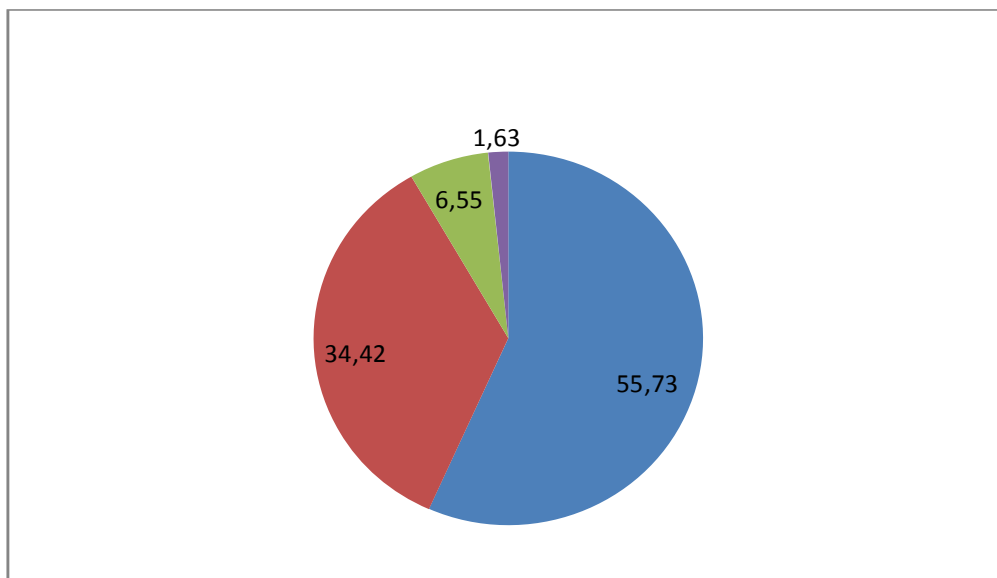


Figure n° 01 : La typologie des ergonymes composés.

Le tableau et la figure ci-dessus nous représente les types de noms composés, nous avons trente-quatre (34 sur 60) noms composés à deux termes soit 55,73%, suivis des noms composés à trois termes avec un nombre de vingt est un (21) soit 34,42%, puis les noms composés à quatre termes avec un chiffre de quatre (4) soit 6,55%, enfin les noms composés à cinq termes apparaissent avec un seul nom (1) soit 1,63%.

1-3- Analyse morphosyntaxique des noms composés

1-3-1-Les noms composés à deux termes

Dans notre corpus nous avons pu compter trente-quatre (34) noms composés à deux termes

1-3-1-1-La composition syntagmatique des noms composés à deux termes

Le syntagme est défini par Saussure comme suit : « *toute combinaison dans la chaîne parlée* ». (1961, p.467), du coup la composition syntagmatique est défini par Lanceur comme suit : « *un procédé qui utilise deux ou plusieurs mots, qui ne sont pas collés ou unis par un trait d'union sa forme est celle d'un syntagme libre* ». (2017, p.185).

Le tableau ci-dessous donne un aperçu sur ce procédé

Noms de produits	Catégorie grammaticale
<i>Crème dessert, Flan caramel, fromage régime, panna cotta, j'nina bicouche, djninadziria,</i>	Nom commun + nom commun
<i>Fromage frais, Lait chocolaté, Lait</i>	Nom commun +

<i>fraise</i>	adjectif
<i>Aladin duo, le liégeoise tricouche, Ramdy nature</i>	Nom propre + nom commun
<i>Ramdyaromatisé, Soummam aromatisé, Soummam light</i>	Nom propre + adjectif
<i>Petit Gervais, petit suisse</i>	Adjectif + nom propre
<i>Mini yaourt, P'tit olé</i>	Adjectif + nom commun
<i>Fromage gyzmo</i>	Nom commun + nom propre

Tableau n° 04 : La composition syntagmatique des noms composés à deux termes.

- ✓ Nous avons opéré un seul nom qui n'appartient pas à la catégorie des noms classés dans le tableau ci-dessus.

Lait minceur : nom composé à deux termes liés par un blanc, le premier composant est un nom commun, le deuxième composant est un nom dérivé de l'adjectif mince avec l'ajout de suffixe *eur*.

1-3-1-2-Les noms tronqués

La troncation est l'abrègement d'un mot par la suppression de phonème.

- ❖ *Acti+ nature* : *Actif* est un adjectif formé à partir de la troncation du mot *actif*, (+) est une locution et *nature* est un nom commun
- ❖ *Vita milk* : nom commun formé à partir de la troncation du mot *vital* + nom commun.

Vita pourrait être une troncation du mot vitamine.

1-3-1-3-Les noms composés à deux termes liés par un article

Ce qui suit est une illustration détaillée pour ce point

Noms de produits	Catégorie grammaticale
<i>Café au lait,</i> <i>mousse au chocolat,</i> <i>riz au lait</i>	Nom commun + article + nom commun
<i>Acti+ aux fruits,</i> <i>minceur aux fruits</i>	Adjectif + article + nom commun

Tableau n°05 : Les noms composés à deux termes liés par un article

1-3-1-4-Les noms composés à deux termes liés par une préposition

On a trois noms composés ainsi

❖ ***A mini prix***

A : préposition

Mini : adjectif

Prix : Nom commun

❖ ***Fort en calcium*** : se compose de deux parties

Fort : adjectif

En : préposition

Calcium : nom commun.

❖ Les pâtisseries à boire

Les : article

Pâtisseries : nom commun

A : préposition

Boire : verbe

1-3-1-5-Les noms composés à deux termes liés par une apostrophe

❖ *Dan'up* : le nom se compose de deux parties.

Dan : nom propre formé à partir de la troncation du mot *Danone*

(*'*) : Apostrophe

Up : est un adverbe en anglais

1-3-1-6-Les noms composés à deux termes unifiés

Un composé lexical unifié est un mot composé dont les constituants sont attachés ou soudés ; séparés par aucun signe. On a deux exemples :

❖ *Activia*: ce nom se compose de deux parties

Acti: adjectif formé à partir de la troncation du mot actif

Via : nom commun

❖ *Danino*

Da : une abréviation du nom *Danone*

Nino : nom commun

1-3-2- Les noms composés à trois termes

Notre corpus contient vingt et un (21) noms composés à trois termes.

1-3-2-1-La composition syntagmatique des noms composés à trois termes

Le tableau suivant illustre la composition des noms à trois termes

Noms de produits	Catégorie grammaticale
<i>Activia drink</i>	Adjectif + nom commun + verbe
<i>Activia light</i>	Adjectif + nom commun + adjectif
<i>Activia s'bah</i>	Adjectif + nom commun + nom commun
<i>Bnina double saveur</i>	Nom commun + adjectif + nom commun
<i>Crème dessert gélifié</i>	Nom commun + nom commun + adjectif
<i>Mamzoudj brassé aromatisé</i>	Adjectif + adjectif + adjectif
<i>Soummam façon tarte</i>	Nom propre + nom commun + nom commun
<i>Soummam nature sucré</i>	Nom propre + nom commun + adjectif
<i>Mixy lait fraise</i>	Verbe en langue française conjugué en arabe + Nom commun + adjectif.

Tableau n°06 : La composition syntagmatique des noms composés à trois termes.

1-3-2-2-Les noms composés à trois termes liés par un article

Le tableau suivant illustre ce mode de composition

Noms de produits	Catégorie grammaticale
<p><i>Danone brassé aux fruits,</i></p> <p><i>Soummam brassé aux fruits</i></p>	<p>Nom propre + adjectif + article + nom commun</p>
<p><i>Danone aux fruits tarte</i></p>	<p>Nom propre+ article+ nom commun+ nom commun</p>
<p><i>Acti + au bifidus actif</i></p>	<p>adjectif + article +<i>bifidus</i> est un nom commun formé à partir de la troncation du mot <i>bifidobacterium</i> + adjectif</p>
<p><i>L'ben au bifidus actif</i></p>	<p>Nom commun + article + nom commun + adjectif</p>
<p><i>Ramdy yaourt aux fruits</i></p>	<p>Nom propre + nom commun +article+ nom commun</p>

Tableau n°07 : Les noms composés à trois termes liés par des articles.

1-3-2-3-Les noms composés à trois termes liés par une préposition

Le tableau ci-après est une illustration :

Noms de produits	Catégorie grammaticale
<i>Fromage à l'huile d'olive, pot de crème chocolat</i>	Nom commun + préposition + nom commun + nom commun
<i>J'nina à boire aux fruits</i>	Nom commun + préposition + verbe + article + nom commun
<i>Les pâtisseries à boire</i>	Article défini + Nom commun +préposition + verbe
<i>Ramdy brassé à boire</i>	Nom propre + adjectif + préposition + verbe
<i>Fromage fondu à tartiner</i>	Nom commun + adjectif + préposition + verbe

Tableau n° 08 : Les noms composés à trois termes liés par une préposition.

1-3-3-Les noms composés à plus de trois termes

On compte cinq noms composés plus de trois termes qui sont les suivants :

- ❖ *Activia brassé aux fruits* : ce nom de produit contient quatre composants

Acti : est un adjectif formé de la troncation du mot *actif*

Via : est un nom commun

Brassé : adjectif

Aux : article

Fruits : nom commun

❖ ***Bioactivia aux fruits***

Bio : adjectif formé de la troncation du mot biologie

Activia: déjà cité

Aux : article

Fruits : nom commun

❖ ***Danone brassé nature sucré***

Danone : nom propre

Brassé : adjectif

Nature : nom commun

Sucré : adjectif

❖ ***Dialna brassé à prix mini*** : ce nom se compose de quatre termes

Dialna : nom commun

Brassé : adjectif

A prix : préposition + nom commun

Mini : adjectif.

❖ ***Lait pasteurisé partiellement écrémé*** : ce nom se compose de quatre parties

Lait : nom commun

Pasteurisé : adjectif

Partiellement : adverbe

Écrémé : adjectif

❖ *Activia nature bifidus actiregularis* : ce nom se compose de cinq termes

Activia : déjà cité

Nature : nom commun

Bifidus : déjà cité

Régularis : nom commun

Une autre signification est possible pour le nom (*actiregularis*) en admettant qu'il puisse se composer de deux termes :

Acti : un adjectif formé de la troncation du mot *actif*

Régularis: est un nom formé à partir du verbe *régulariser*

2- Classement des noms de produits selon le genre et le nombre

Pour montrer le genre et le nombre des ergonymes de notre corpus nous proposons les tableaux et les schémas suivant

2-1- Le genre des noms de produits

Genre	Noms de produits
	<p><i>Aladin, cappuccino, Céréalo, Cookies, Crémeux, Danao, Lait, Le liégeois, Mamzoudj, Olé, Perly, Raib, Soumy, Tartin, Yago, Yaoumi, Yog, Yorty. Acti+ au bifidus actif, Acti+ aux fruits, Acti+ nature, Activia, Activia</i></p>

<p>Masculin</p>	<p><i>brassé aux fruits, Activia drink, Activia light, Activia nature bifidus actiregularis, Activia s'bah, Aladin duo, Café au lait, Crème dessert, Crème dessert gélifié, Danino, Dan'up, Danone aux fruits tartes, Danone brassé aux fruits, Danone brassé nature sucré, Fort en calcium, Flan caramel, Fromage à l'huile d'olive, Fromage frais, Fromage fondu à tartiner, Fromage gyzmo, Fromage régime, lait chocolaté, Lait minceur, Lait fraise, Lait pasteurisé partiellement écrémé, L'ben au bifidus actif, Le liégeois tricouche, Les pâtisseries à boire, Mamzoudj brassé aromatisé, Minceur aux fruits, Mini prix, Mini yaourt, Mixy lait fraise, petit suisse, petit gervais, Pot de crème chocolat, p'tit olé, Ramdy aromatisé, Ramdy brassé à boire, Ramdy nature, Ramdy yaourt aux fruits, Riz au lait, Soummam aromatisé, Soummam brassé aux fruits, Soummam façon tarte, Soummam light, Soummam nature sucré.</i></p>
------------------------	---

Femini n	<i>dannette, dialna, j'nina. Bioactivia aux fruits, Bnina double saveur, Dialna brassé à prix mini, J'nina à boire aux fruits, J'nina bicouche, J'ninadziria, Mousse au chocolat, panna cotta, vitamilk.</i>
---------------------	--

Tableau n° 9 : Le genre des noms de produits.

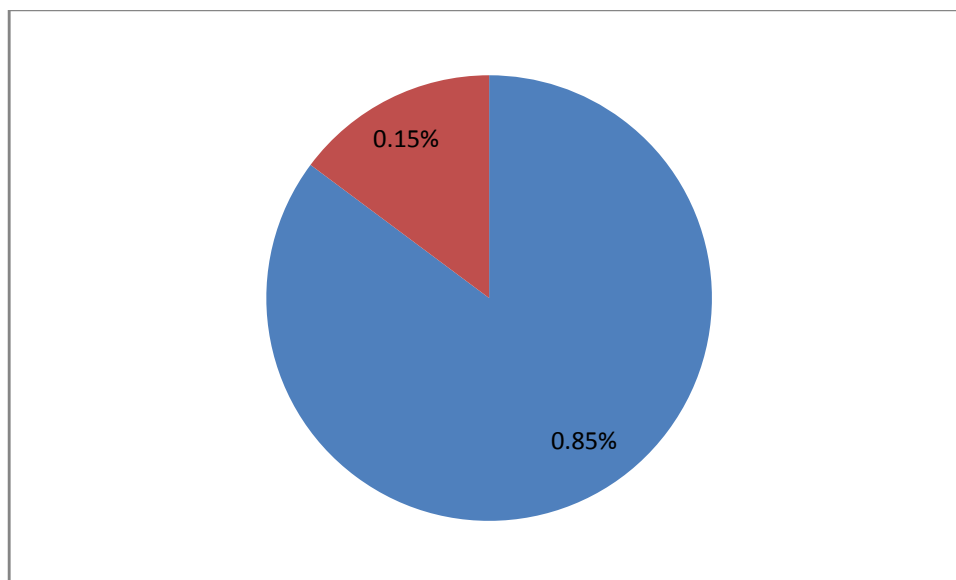


Figure n°02 : le genre des noms de produits.

On interprétant cette figure qui représente le classement des noms selon leur genre, nous remarquons la prédominance des noms masculins (69 noms/81) par rapport aux noms féminins qui représente seulement (12 noms).

2-2-Classement des noms de produits selon le nombre

Nombre	Noms de produits
Singulier	<p><i>Aladin, Cappuccino, Céréalo, Crémeux, Danao, Dannette, Dialna, J'nina, Lait, Le liegeois, Mamzoudj, Olé, Perly, Raib, Soumy, Tartin, Yago, Yaoumi, Yog, Yorty. Acti+ au bifidus actif, Acti+ nature, Activia drink, Activia light, Activia nature bifidus actif, Activia, Activia s'bah, Aladin duo, Café au lait, Crème dessert, Crème dessert gélifié, Danino, Dan'up, Danone brassé nature sucré, Dialna brassé à prix mini, Flan caramel, Fort en calcium, Fromage à l'huile d'olive, Fromage frais, Fromage fondu à tartiner, Fromage gyzmo, Fromage régime, J'ninadziria, Lait fraise, lait chocolaté, Lait minceur, Lait pasteurisé partiellement écrémé, L'ben au bifidus actif, Mamzoudj brassé aromatisé, Mini prix, Mini yaourt, Mixy lait fraise, Mousse au chocolat, panna cotta, petit suisse, petit gervais, Pot de crème chocolat, p'tit Soummam, Ramdy aromatisé, Ramdy brassé à boire, Ramdy nature, Riz au lait, Soummam aromatisé, Soummam façon tarte, Soummam light, Soummam nature sucré, Vita milk</i></p>

Pluriel	<p><i>Cookies, Acti+ aux fruits, Activia brassé aux fruits, Bioactivia aux fruits, Bnina double saveur, Danone aux fruits tartes, Danone brassé aux fruits, J'nina à boire aux fruits, J'nina bicouche, Le liégeoistricouche, Les pâtisseries à boire, Minceur aux fruits, Ramdy yaourt aux fruits, Soummam brassé aux fruits.</i></p>
----------------	--

Tableau n° 10 : Le nombre des noms de produits.

Pour montrer le nombre des ergonymes de notre corpus, nous allons l'illustrer dans le schéma suivant

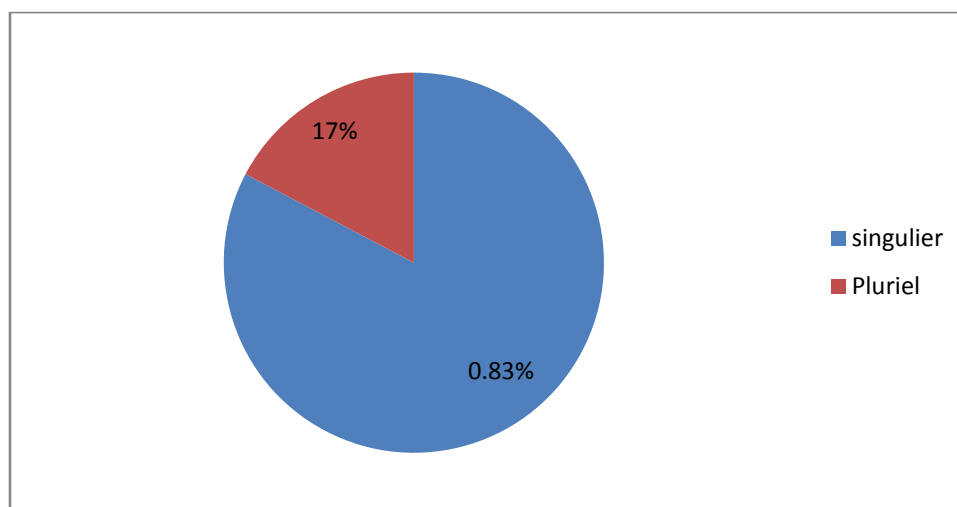


Figure n°3 : Le nombre des noms de produits.

L'observation de cette figure nous donne un aperçu du nombre des noms de produits laitiers, nous constatons que le singulier prédomine dans notre corpus (67 noms/81) tandis que le pluriel apparaît avec une faible fréquence (14 noms).

3- Classement des noms selon leurs domaines linguistique

D'abord, il s'agit pour nous de mettre en évidence l'importance que prend une langue chez les utilisateurs en raison de sa fonction sociale, de ses divers domaines d'usage et surtout de l'image qu'elle renvoie malgré la volonté des pouvoirs publics de la valoriser ou de la dévaloriser. Nul ne peut ignorer l'amour que portent les Algériens à leurs langues maternelles que sont le tamazight et l'arabe algérien. Cet attachement se traduit, bien sûr, par une pratique quotidienne de ces langues. Autre exemple : la langue française. Elle est pratiquée par de nombreux algériens, elle est dans la rue, dans les foyers, les enseignes commerciales, les frontons de nos institutions, la signalisation routière, programmes télévisés et radiophoniques, les panneaux publicitaires et les étiquètes des produits. Aussi elle est enseignée comme première langue étrangère ; l'essentiel des livres qui constituent nos bibliothèques sont rédigés en français. Le médecin, l'architecte, le comptable, l'Internaute ont pour langue de travail le français.

Citons aussi l'anglais qui commence à progresser et à prendre du terrain, car on la trouve dans des différents domaines : administratif, économique, touristique, à cause de l'ouverture sur le monde extérieur. Elle est la première langue mondiale, mais elle est considérée comme la deuxième langue étrangère. Elle reste moins employée que le français.

Les producteurs de produits laitiers des entreprises agroalimentaires Soummam, Danone et Ramdy ont dénommé leurs produits avec différentes langues telles que l'arabe, le français, l'anglais car leurs produits sont destinés au large public qui pratique plusieurs langues.

Dans cette partie, nous allons classer les ergonymes 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 laitiers et ainsi essayer de voir quelle est la langue la plus dominante.

De ce fait, nous allons tracer un tableau pour les classés selon la langue qu'ils apparaissent.

3-1-L'origine linguistique des noms de produits

L'origine linguistique	Noms de produits
Française	<p><i>Acti+ au bifidus actif, Acti+ aux fruits, Acti+ nature, Activia,</i></p> <p><i>Activia brassé aux fruits, Activia nature bifidus actiregularis</i></p> <p><i>Bioactivia aux fruits, Café au lait, Crème dessert, Crème dessert gelifié, Crémeux, dannette, Danone au fruit tarte, Danone brassé aux fruits, Danone brassé nature sucré, Flan caramel, Fort en calcium, Fromage à l'huile d'olive, Fromage frais, Fromage régime, fromage fondu à tartiner, Lait, Lait chocolaté, Lait pasteurisé partiellement écrémé, Le liegeois, le liegeoistricouche, Lait minceur, lait fraise, Les pâtisseries à boire, Minceur aux fruits, Mixy lait fraise, A mini prix, Mini yaourt, Mousse au chocolat, Olé, P'tit olé, Petit suisse, Petit Gervais, Pot de crème chocolat, Perly, Riz au lait, Tartin.</i></p>

Hybride	<p><i>Activia drink, Activia light, Activia s'bah , Aladin duo, Bnina double saveur, céréalo, Dan'up, danao, danino , Dialna brassé à prix mini, Fromage gyzmo, J'nina à boire aux fruits, J'nina bicouche, L'ben au bifidus actif, Mamzoudj brassé aromatisé, Ramdy aromatisé, Ramdy brassé à boire, Ramdy nature, Ramdy yaourt aux fruits, Soummam aromatisé, Soummam brassé aux fruits, Soummam light, Soummam façon tarte, Soummam nature sucré, Soumy, Vita milk.</i></p>
Arabe	<p><i>Aladin, Dialna, J'nina, J'ninadziria, Mamzoudj, Raib, Yaoumi</i></p>
Anglaise	<p><i>Cookies</i></p>
Italienne	<p><i>Cappuccino, panna cotta</i></p>
Espagnol	<p><i>yago, yog, yorty</i></p>

Tableau n°11 : L'origine linguistique des noms de produits.

3-2-Classement en valeurs des noms de produits

Les domaines linguistiques	Nombre	Pourcentage
Français	42	51.85
Arabe	07	8.64
Anglais	01	1.23
Hybride	26	32.09
Italien	02	2.46
Espagnole	03	3.70

Tableau n° 12 : Classement en valeurs des domaines linguistiques

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

- ❖ Les noms d'origine française représentent 51,85%
- ❖ Les noms d'origine arabe représentent 8,64 %
- ❖ Les noms d'origine anglaise représentent 1,23 %
- ❖ Les noms qui relèvent de l'hybridation représentent 32,09%
- ❖ Les noms appartenant à l'italien représentent 2.46%
- ❖ Les noms appartenant à l'espagnol représentent 3,70%

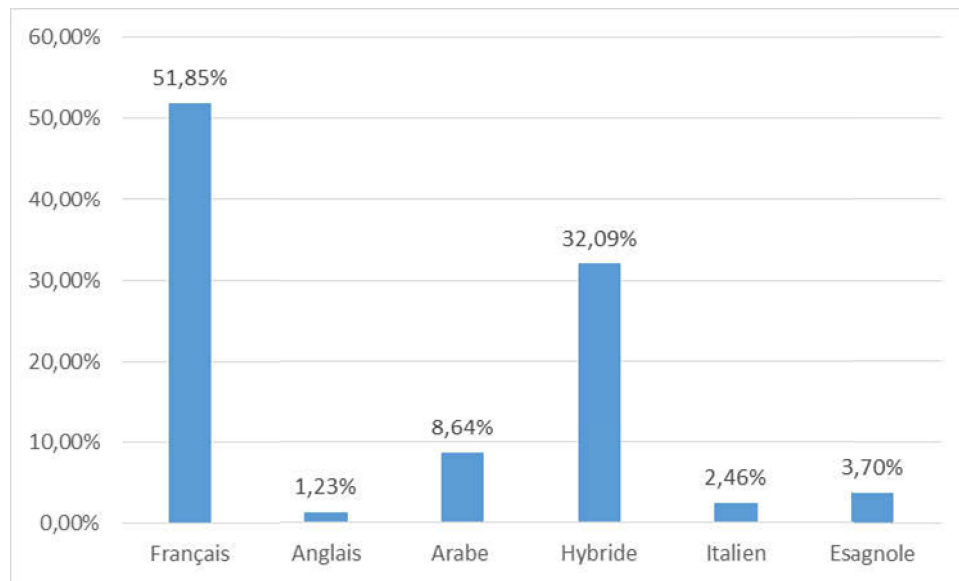


Figure n° 04 : L'origine linguistique des noms de produits.

Comme résumé pour le tableau et la figure, nous déduisons que les ergonymes d'origine française sont en première position, les plus fréquents dans notre corpus apparaissent avec quarante-deux noms (42 sur un total de 81) ce qui représente un pourcentage de 51.85% en raison du fort enracinement de la langue française dans la culture algérienne. Il est vrai que pour la plupart des algériens le français est considéré comme un outil d'ouverture et de modernisation.

Nous avons recensé les noms hybrides en deuxième position avec vingt-six noms (26 soit 32.09%). En troisième position nous retrouvons les noms arabes avec un nombre de sept (7 soit 8,64%). Cette langue pourtant langue vernaculaire de la population algérienne véhicule une image négative et de ce fait, elle est moins prestigieuse.

Nous constatons que les noms d'origine espagnole se trouvent en quatrième position représentés avec trois noms (3 avec un taux de 3.70%). Enfin, les noms issus de l'anglais et de l'italien sont représentés avec un faible pourcentage par rapport aux autres langues.

Pour conclure l'analyse morphologique de notre corpus, nous avons déduit que les noms de produits laitiers sont répartis en deux catégories ; les noms simples et les noms composés.

Les noms simples sont représentés avec un nombre de vingt et un nom sur quatre-vingt et un (21/81), un nombre inférieur à celui des noms composés soixante noms (60), qui représentent un peu plus de la moitié de notre corpus. Ce qui montre une volonté de précision et de singularisation comme le confirme Cheriguen : « *le nom s'apparente à la définition lexicographique qui, plus elle est longue elle est précise...de même plus un nom comporte de composant, plus il est précis et se singularise* ». (1993, p. 27). De ce fait, un nom simple est moins explicatif.

Les noms composés se subdivisent en plusieurs sous-catégories : les noms composés à deux termes sont en nombre de trente-quatre (34), les noms composés à trois termes comptent un nombre de vingt-et-un (21) et les noms composés à plus de trois termes cinq (5) noms.

Concernant la structure grammaticale des noms composés, nous avons constaté que la majeure partie de ces noms est formée des noms communs, masculins singuliers accompagnés parfois d'articles et de prépositions.

Quant à celle des noms simples nous retenons qu'ils sont formés de noms communs y compris les noms dérivés.

L'étude portée sur le genre et le nombre des ergonymes simples et composés, nous a montré que les noms masculins singuliers sont les plus fréquents sur l'ensemble des noms composés et des noms simples.

Enfin, concernant l'origine linguistique nous avons soulevé que notre corpus est formé d'un mélange de langues donnant naissance à une langue hybride (français, arabe, anglais, espagnole, italien). Comme nous l'avons déjà mentionné les noms de produits laitiers formés en langue française sont les plus dominants.

Après avoir effectué une analyse morphologique des ergonymes de notre corpus, nous allons dans ce deuxième chapitre, nous intéresser à l'interprétation sémantique.

La sémantique est une branche de la linguistique, qui a pour but l'étude du sens des mots, elle est primordiale dans les études en onomastique en général et en ergonymie en particulier. A ce propos, Mounin affirme : *«la sémantique est la partie de la linguistique qui étudie le sens ou le signifié des unités lexicales »* (1974, p. 293).

Selon Adam et Bonhomme : *«l'appellation d'un produit découle toujours d'une nomination volontaire de la part de ses promoteurs, celle-ci peut s'effectuer selon la place qu'il occupe dans une série manufacturière (...) Mais ordinairement le nom du produit forme un condensé de dénomination et de semi-description orienté positivement, ce qui lui confère d'emblée une portée argumentative.»*, (1997, p. 57).

Le nom de produit est un signe servant à distinguer les produits ou les services d'une entreprise de ceux des autres entreprises. Il n'est pas seulement un signe passif, il joue un rôle actif il crée de la valeur auprès des consommateurs. Ce dernier est un concentré de sens, il regroupe les promesses marchandes, l'identité et les valeurs de l'univers de l'entreprise et du produit.

Dans ce présent chapitre, nous allons effectuer une étude sémantique dans laquelle nous allons essayer d'interpréter tous les noms de produits de notre corpus et les classer selon leur sens et leur référent. Cela se fera à l'aide des différents dictionnaires (français, arabe, anglais, espagnol et Italien, Larousse 2014, le petit robert, Harrap's Sunabridged, Assabil Alwassit), et des réponses obtenues auprès des services marketing des trois entreprises (Soummam, Danone et Ramdy).

A partir de cette analyse on tente de comprendre certains choix qui découlent des services marketings des trois entreprises citées.

1-Interprétation sémantique

Nous allons classer dans ce qui suit les noms de notre corpus selon leur sens et leur référent.

1-1-Les noms qui renvoient aux goûts et à la texture du produit laitier

On a soulevé vingt-six (26) noms renvoient aux goûts et la texture

Cappuccino : ce nom renvoie « à un dessert, préparé avec de la mousse de lait ».

Ce nom détecte le goût du produit.

Céréalo : ce nom dérive de « céréale qui est une plante dont les grains sont la base de l'alimentation de l'homme et des animaux omnivores, il renvoie à un yaourt fruité à base de grains de maïs et de miel ».

Cookies : un nom anglais renvoie « à un biscuit rond relativement gros, contenant des pépites aux chocolat ».

Il renvoie à un dessert préparé avec des petits morceaux de gâteaux chocolaté

Crèmeux : « qui contient beaucoup de crème ».

Ce nom désigne le goût du produit.

Café au lait : ce nom se compose de deux parties

Café : « graines de fruit du caféier, contenant un alcaloïde aux propriétés stimulantes ».

Lait : « liquide gêner, blanc, sécrété par les glandes mammaires de la femme et des femelles des mammifères, très riche en grasses émulsionnées, en protides, en lactose, en vitamines, en sel minéraux et qui assure la nutrition des jeunes au début de leur vie.

Ce nom représente un lait mélangé avec du café noir légèrement sucré, .il reflète bien l'idée du produit.

Crème dessert : constitué de deux parties

Crème : « entremet plus ou moins liquide à base de lait, de sucre et d'œufs et qu'on peut parfumer ».

Dessert : « mets de fin de repas (pâtisseries, fruits) ».

Ce nom renvoie systématiquement au type du produit.

Crème dessert gélifié : ce syntagme se compose de trois termes

Crème dessert : déjà cité

Gélifié : « transformer en gel par l'addition d'une substance appropriée ».

Ce nom dénote un dessert sucré à base de laitage épais transformé en gelée

Il révèle la texture du produit.

Dialna brassé à prix mini : ce syntagme se compose de quatre termes

Dialna : un nom arabe (arabe populaire) qui veut dire en français « le nôtre ».

Brassé : « c'est se mélanger en un tout ».

Prix : « valeur d'un bien d'un service ».

Mini : signifie « petit ».

Le choix de ce dernier a pour but d'attirer le consommateur.

Flan caramel : se compose de deux parties

Flan : « crème renversée ou moulée ».

Caramel : « produit obtenu en chauffant du sucre humecté d'eau ».

Ce dernier montre le goût du produit.

Lait chocolaté : se compose de deux parties

Lait : déjà cité

Chocolaté : « additionné de chocolat ».

Ce nom renvoie à une boisson obtenue en mélangeant du lait et le chocolat en poudre. L'emploi de l'adjectif indique bien le goût et la texture du produit.

Lait fraise : se compose de deux unités

Lait : déjà cité

Fraise : « fruits comestible du fraisier réceptacle de la fleur devenant charnu et auquel sont fixé de nombreux akènes ».

Ce nom détecte le type et le goût du produit.

Le liégeoistricouche : ce syntagme se compose de deux parties

Liégeois : « liège est une ville de Belgique ».

Ce nom représente un dessert fait avec du chocolat et de la crème chantilly.
(Un Gentilé)

Tricouche : veut dire « trois couches »

Ce nom indique la texture du produit pour séduire le consommateur.

Les pâtisseries à boire : syntagme composé de deux termes

Pâtisseries : « sont des gâteaux ».

Boire : « absorber un liquide ».

Ce nom renvoie à un yaourt à boire préparé à base de lait et des morceaux de gâteaux. Il dénote le composant du produit.

J'nina : un non arabe qui veut dire « jardin » en français.

Ce nom renvoie à un yaourt aux fruits. Le choix de ce dernier est en rapport à la composition du produit car il contient des fruits.

J'nina bicouche : se compose de deux parties

J'nina : déjà cité

Bicouche : veut dire « deux couches ».

Ce nom indique la texture du produit qui est un yaourt en deux couches.

J'nina à boire aux fruits : ce nom renvoie à un yaourt aux fruits à boire, il indique bien la texture et même le goût (goût de différents fruits).

Mamzoudj : est un nom arabe qui veut dire en français « mélangé, mixé ».

Ce nom dénote une marque de yaourt sucré, aromatisé.

Mamzoudj brassé aromatisé : ce syntagme est constitué de trois parties

Mamzoudj brassé : déjà cité

Aromatisé : « dont le goût est dû à un arôme ».

Ce nom renvoie à un yaourt avec des arômes différents tel que la vanille, la noix de coco. Le choix de ce nom est d'influencer le consommateur.

Mix lait fraise : se compose de trois termes

Mixy : « mélanger ».

Lait fraise : déjà cité.

Cette transcription pourrait être une troncation (apocope) du verbe *mixer*.

Ce nom renvoie à un yaourt au goût fraise, il est indicateur.

Mousse au chocolat : se compose de deux termes

Mousse : « préparation culinaire dont les ingrédients ont été battus et présentant une consistance onctueuse ».

Chocolat : « mélange de pâte de cacao et de sucre, additionné ou non de beurre de cacao et d'autre produit (lait, noisettes) ».

Ce nom détecte le goût et la composition du produit.

Riz au lait : se compose de deux unités

Riz : « céréale des régions chaudes, cultivée sur un sol humide ou submergé (rizière) et dont le grain est très utilisé dans l'alimentation humaine ».

Lait : déjà cité

Ce nom désigne un dessert lacté préparé avec du riz, il détecte la texture du produit.

Tartin : renvoie à un fromage à tartiner.

Olé : Ce nom renvoie à une boisson lactée pasteurisée, au jus de fruits à base de jus concentré, riche en vitamine et en calcium, cette transcription pourrait être une abréviation du mot *au lait*.

Ce nom indique la texture du produit.

P'tit olé : ce nom se compose de deux parties

P'tit : signifie « minime »

Olé : déjà cité

Ce nom cible une tranche d'âge qui est celle des enfants, il renvoie à une boisson lactée pasteurisé, au jus de fruits à base de jus concentré.

Panna cotta : un nom Italien qui se compose de deux termes

Panna : veut dire en français « crème fraîche ou crème fouettée ».

Cotta : signifie en français « cuite »

Alors *panna cotta* est une « crème cuite », un dessert lacté contenant de la gélatine, souvent accompagné de coulé de fruits.

Pot de crème chocolat : ce syntagme se compose de trois unités

Pot : « contenant ».

Crème chocolat : déjà cité

Ce nom désigne un dessert préparé avec seulement du chocolat au lait. Il dénote la texture et le goût du produit

1- 2- Les noms qui renvoient à la marque du produit

Nous comptons seize (16) noms qui renvoient à la marque du produit. ***Danone aux fruits tarte*** : ce syntagme se compose de trois parties

Danone : un surnom de Daniel fils d'Isaac Carasso le créateur de l'entreprise Danone. Ce surnom renvoie au nom de l'entreprise et aux produits de cette dernière.

Fruit : déjà cité

Tarte : « préparation faite d'une pâte amincie au rouleau, garnie de crème, de fruits, de légumes, etc., et cuite au four ».

Danone aux fruits tarte renvoie à un yaourt avec des fruits et des petits morceaux de biscuits.

Danone brassé aux fruits :

Ce nom renvoie à un yaourt mélangé aux fruits.

Danone brassé nature sucré : ce composé de quatre termes déjà cité.

Ce nom renvoie à un yaourt sans additifs sucré.

Danao : ce nom renvoie à un jus au lait.

Danino : se compose de deux unités

Da : pourrait être une abréviation du nom *danone*.

Nino : est un mot espagnol qui veut dire en français « enfant »

Ce nom renvoie à un jus, il cible une tranche d'âge bien précise celle des enfants.

Dan'up : ce syntagme se compose de deux termes

Dan : une troncation du mot *Danone*.

Up : un nom anglais qui signifie en français « debout »

Ce nom reflète l'idée du produit, un jus à boire debout.

Danette : ce nom dénote une marque d'un dessert au chocolat.

Ramdy aromatisé : ce syntagme se compose de

Ramdy : Ce nom renvoie à l'entreprise et aux produits de cette dernière, représente un yaourt au lait dont le goût est dû à un arôme.

Aromatisé : déjà cité

Ramdy nature : renvoie à un yaourt naturel sans additifs.

Ramdy brassé à boire : ce syntagme se compose de trois termes déjà cité

Il renvoie à un yaourt à boire.

Ramdy yaourt aux fruits : déjà cité.

(Soummam aromatisé, Soummam brassé aux fruits, Soummam façon tarte, Soummam light, Soummam nature sucré).

1-3-Les noms qui renvoient à la qualité intrinsèque du produit laitier

On a quatorze (14) noms qui renvoient à la qualité du produit.

Activia : ce nom est composé de deux parties

Acti : ce nom est une troncation de l'adjectif *actif* qui veut dire : « qui agit qui donne des résultats ».

Via : signifie « par l'intermédiaire de ».

Activia désigne la qualité du produit car il renvoie au seul yaourt contenant du bifidus *actiregularis*. Il améliore le confort digestif.

Activia brassé aux fruits : ce syntagme se compose de quatre unités

Activia brassé : déjà cité

Fruits : « est un produit végétal sucré utilisé essentiellement comme dessert ou utilisé en cuisine pour préparer des desserts ou des préparations alimentaires sucrées ».

Activia brassé aux fruits désigne un yaourt de bonne qualité qui contient des bifidus et des morceaux de fruits, qui aide à la bonne digestion.

Activia nature bifidus actiregularis : ce syntagme se compose de six unités

Activia : déjà cité

Nature : « sans additif ni mélange »

Bifidus : « sont des bactéries utilisées comme ferment dans certains produits laitiers »

Acti : déjà cité

Régularis : pourrait être le verbe régulariser qui signifie *rendre régulier*.

Le choix de ce nom qui se compose de six unités est d'attirer le consommateur on lui donnant plus de détail sur le produit.

Bioactivia aux fruits : Ce syntagme se compose de quatre parties

Bio : est la troncation du mot *biologie* qui est « une science qui étudie la forme, le fonctionnement, la reproduction, la diversité des êtres vivants, actuels ou fossiles, ainsi que les relations qu'ils établissent entre eux et avec l'environnement »

Activia : déjà cité

Fruits : déjà cité

Bioctivia est l'ancienne appellation d'activia.

Ce dernier est réservé uniquement aux produits issus de l'agriculture biologique.

Ce produit est préparé à base de lait, il contient des bifidus *actiregularis* et des morceaux de fruits.

Activia drink : ce syntagme se compose de trois unités

Activia : déjà cité

Drink : est un mot anglais qui signifie en français « boire ».

Ce nom renvoie à un yaourt à boire, le choix du nom anglais prouve son statut face à la langue française.

Activia light : ce nom se compose de trois parties

Activia : déjà cité

Light : un mot emprunté à l'anglais qui veut dire en français « léger ».

Ce nom renvoie à un yaourt partiellement écrémé à base de lait de vache sans sucres ajoutés est généralement destiné aux gens diabétiques.

Activia s'bah : est constitué de trois parties

Activia : déjà cité

S'bah : est un nom arabe qui veut dire en français « matin ou matinée ».

Activia s'bah révèle bien l'idée du produit consommable notamment le matin lors de petit déjeuner.

Acti+au bifidus actif : ce nom est révélateur, il indique bien la qualité du produit.

Acti+ aux fruits : ce compose de deux syntagmes

Le premier indique la qualité du produit et le deuxième indique le composant du produit. Le choix de ce nom est de donner plus de précision pour le consommateur.

Acti+ nature : ce nom est constitué de deux parties déjà cité.

Ce nom est significatif il renvoie à un yaourt sans supplément.

Bnina double saveur : ce syntagme se compose de trois termes

Bnina : un nom arabe qui veut dire en français « bon et délicieux ».

Double : « qui est multiplié par deux ».

Saveur : « sensation produite par certains corps sur l'organe du goût ».

Le choix de ce nom renvoie à la bonne qualité du produit. IL exploite la sensation du consommateur notamment gustatif pour l'influencer.

Fort en calcium : est constitué de deux unités

Fort : veut dire « beaucoup de puissance, d'intensité ».

Calcium : « élément chimique (ca), de numéro atomique 20, de masse atomique 40,078 ».

Le choix de ce nom est de montrer aux consommateurs la qualité de produit, le plus riche en calcium (vitalité, solidité des os et croissance).

Minceur aux fruits : ce nom se compose de

Minceur : veut dire « onctueux ».

Aux fruits : déjà cité

Ce nom dénote une marque de yaourt de bon qualité avec un goût fruité (fraise, orange, ananas, pêche et abricot) léger, bon et doux, 0% matière grasse et sucre ajouté. Ce nom est significatif.

Perly

Ce nom dérive de *perle* qui signifie « symbole de la perfection » et le *y* est une marque des adverbes en anglais, il renvoie à une marque du yaourt ; il est un gage de la bonne qualité pour influencer les consommateurs.

1-4-Les noms qui renvoient aux types de produit laitier

Labase fromage

Le terme fromage signifie « aliment produit par coagulation du lait, égouttage du caillé aussi obtenu, et éventuellement affinage, masse de cet élément moulé de façon diverses ».

- ❖ *l'huile* : « est une substance grasse, liquide, à la température ordinaire et insoluble dans l'eau, d'origine végétale, animale ou minérale, employée à des usages alimentaires, domestique, industriels, etc. »
- ❖ *Olive* : « fruit de l'olivier, drupe globuleuse et oblongue, de couleur verdâtre puis noirâtre à maturité, à peu lisse, dont on extrait de l'huile ».

Ce nom renvoie systématiquement au type de produit.

- ❖ *Frais* : « est présenté à la consommation sans avoir subi de préparation de longue conservation »

Ce nom renvoie au type de produit et à sa qualité.

- ❖ *Régime* : « ensemble de règles ou de prescriptions médicales concernant l'alimentation et destinés à maintenir et rétablir la santé ».

Ce nom renvoie au type de produit, destiné aux gens qui suivent un régime alimentaire.

Fondu : « amené à l'état liquide ».

Tartinier : « étaler sur une tranche de pain pour faire une tartine ».

Le choix de ce nom est pour donner plus de détail sur le type et la qualité de produit afin d'attirer le consommateur.

La base lait :

Le terme lait signifie « liquide gêner, blanc, sécrété par les glandes mammaires de la femme et des femelles des mammifères, très riche en grasses émulsionnées, en protides, en lactose, en vitamines, en sel minéraux et qui assure la nutrition des jeunes au début de leur vie ».

Ce nom renvoie systématiquement au type de produit.

- ❖ *Minceur* : déjà cité

Ce nom reflète l'idée du produit.

- ❖ *Pasteurisé* : « qui a subi l'opération de pasteurisation par chauffage à une température de 72 à 85 °c pendant 15 à 20 secondes ».
- ❖ *Partiellement* : « par parties, en partie ».
- ❖ *Ecrémé* : « retirer la crème du lait ».

Ce nom indique et précise bien le type du produit et sa qualité et cela attire le consommateur.

L'ben au bifidus actif : ce syntagme se compose de trois termes

- ❖ *L'ben* : un nom arabe qui veut dire en français « lait caillé ».
- ❖ *Bifidus actif* : déjà cité

Raib : Un nom arabe signifie en français « lait fermenté ».

Vita milk : se compose de

- ❖ *Vita* : est une troncation du mot *vital* qui signifie « ce qui est *essentiel à la vie* ».
- ❖ *Milk* : est un mot anglais qui signifie en français « lait ».

Le choix de ce nom semble logique d'un point de vue nutritionnel, car le lait est un élément essentiel dans la nutrition.

Le choix d'un nom qui renvoie au type de produit, est de mettre en évidence le produit mis en vente.

1-5-Les noms qui renvoient aux toponymes

La toponymie du grec *topo* lieu et *onoma* nom, est la science qui étudie les noms des lieux. Cette discipline se définit selon Dubois : « *la partie de la linguistique qui s'occupe de l'origine des noms des lieux, de leurs rapports avec la langue du pays, les langues d'autres pays ou des langue disparues, est la toponymie* ». (2001, p. 490).

Les noms des lieux nous dévoilent l'histoire des peuples et leurs cultures.

Les toponymes qu'on a pu soulever sont :

Petit suisse

Petit : déjà cité

Suisse : « un pays d'Europe bordé par l'Allemagne, la France, l'Italie, l'Autriche et le Liechtenstein ».

Ce nom représente un fromage destiné aux enfants.

J'nina dziria : Ce nom est typiquement arabe

J'nina : déjà cité

Dziria : est un toponyme relatif à l'Algérie, cela signifie que ce yaourt est produit en Algérie, avec les fruits des jardins du pays. Yaourt qui contient des noix, amandes, grains de sésames et cacahuètes.

Dziria pourrait être aussi un nom qui désigne des gâteaux traditionnelles algérienne)

Le choix d'un toponyme pour nommer un produit est pour le mettre en valeur.

- ✓ Plus aux toponymes soulevés, on a six noms relatifs à l'hydronymie :

Soummam aromatisé : ce syntagme se compose d'un hydronyme et d'un adjectif

Soummam : ce nom vient de l'appellation kabyle acif assemam qui est un fleuve au nord de l'Algérie. Il est né de la confluence de l'Oued Shal et de l'Oued Bou-sellam à Akbou et se jette à Béjaïa. (Cité par Lamia Chafi. 2009-2010, p.91).

Aromatisé : déjà cité

Soummam renvoie aussi au nom de l'entreprise laitière et aux produits de cette dernière, le choix de l'hydronyme dans ce cas indique le lieu de l'implantation de l'entreprise.

Soummam brassé aux fruits : ce syntagme se compose de trois unités déjà citées

Il renvoie à un yaourt mélangé avec des morceaux de fruits tel que la fraise, la poire, la pêche, etc. Ce nom est révélateur.

Soummam façon tarte : ce syntagme se compose de trois parties

Soummam : déjà cité

Façon : signifie « manière d'être ou d'agir ».

Tarte : déjà cité

Ce nom est descriptif, il renvoie à un yaourt qui contient des morceaux de biscuits.

Soummam light : ce syntagme se compose deux parties déjà cité.

Ce nom renvoie à un yaourt léger sans sucre ajoutées

Soummam nature sucré : se compose de trois unités

Soummam nature : déjà cité

Sucré : « qui contient du sucre ».

Ce nom est indicatif, il indique la nature de produit.

Soumy : ce nom pourrait être l'abréviation du mot *Soummam* et le y est une marque des adverbes en anglais

La prononciation du nom peut aussi donner une sensation d'appropriation du produit en anglais. Soumy est une boisson préparée à base de lait chocolaté.

1-6- les noms qui renvoient aux personnages mythiques

Aladin

Est un nom d'un personnage de, un des contes de mille et une nuit. Ce nom arabe signifie littéralement « noblesse de la foi ». Ce produit renvoie à un fromage sucré riche en vitamine et en calcium.

Aladin duo : ce syntagme se compose de deux unités

Duo : veut dire « deux »

Ce nom renvoie à un fromage sucré riche en vitamine et en calcium.

Fromage gyzmo :

Gyzmo : est un nom arabe qui renvoie à un « personnage mythique ».

Un produit qui se vend en portion riche en vitamine et en calcium destiné aux enfants.

Ces noms font fonctionner l’imaginaire des consommateurs.

1-7 - Autres

À mini prix : Ce nom renvoie à un yaourt destiné aux petites bourses.

Le liégeois : initialement ce nom renvoie à un gentilé « une ville de Belgique ».

Petit gervais :

Petit : déjà cité

Gervais : est le nom d’une commune française située dans le département de Seine-Saint-Denis. (Saint-Denis).à l’Ile-de-France.

Ce nom de produit réfère à un fromage vitaminé destiné aux enfants

Mini yaourt : se compose de

Mini : signifie « petit ».

Yaourt : « lait caillé préparé à partir de ferments lactiques ».

Dialna : déjà cité

Yaoumi : dérive du nom « yaoum » qui veut dire en français « jour » et le *i* indique la possession en arabe.

Ces deux noms issus de l'arabe populaire renvoient à des yaourts.
L'utilisation de l'arabe seul peut limiter le nombre des consommateurs.

.Yago, yog et yorty : dérivent du nom *yaourt* ils sont descriptifs ils dénotent le type de produit.

2-Classement en valeur des thèmes auxquels ils renvoient les noms de produits laitiers

Les thèmes	La valeur	Pourcentage
Goût et texture	26	32.9
Marque du produit	16	19.75
Qualité intrinsèque	14	17.28
Type de produit	11	13.58
Toponyme	8	9.87
Personnage mythique	3	3.70
Autres	9	11.11

Tableau n° 13 : classement en valeur des thèmes auxquels renvoient les noms de produits laitiers

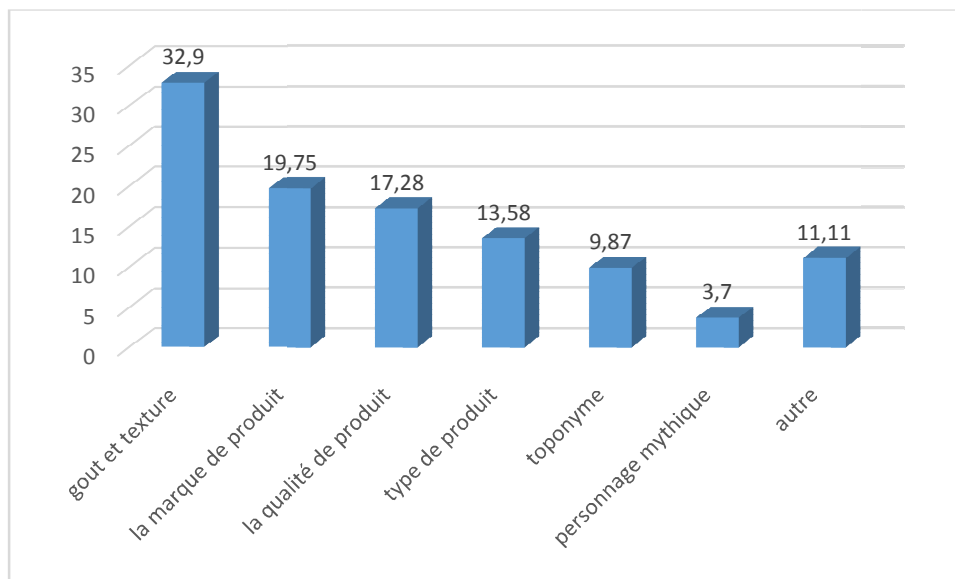


Figure n° 5 : Classement thématique des noms de produits

A la lecture du tableau et de la figure qui représentent les thèmes auxquels ils renvoient les ergonymes de notre corpus, nous avons d'abord constaté que parmi les sept thèmes présents, celui qui compte le plus grand nombre de noms est celui du goût et de la texture avec vingt-six noms sur quatre-vingt et un (26/81) soit 32,09 %. Cela montre qu'il y a un lien entre le nom du produit et sa composition car les producteurs essayent d'attirer un grand nombre de consommateurs en lui donnant plus de détails et de précision sur le produit.

Ensuite nous avons enregistré en deuxième position les noms qui renvoient à la marque du produit avec un nombre de seize (16) soit 19,75%. Suivis des noms qui renvoient à la qualité intrinsèque du produit qui apparaissent avec quatorze(14) noms

Notons aussi les noms qui renvoient au type de produit sont en nombre de onze (11) soit 13,58 %, suivis des noms qui renvoient aux toponymes avec un nombre de huit (8) noms représentant un taux de 9,87%.

Enfin, nous avons les noms qui renvoient aux personnages mythiques apparaissent avec un nombre de trois (3) noms soit 3,70% et neuf (9) noms qui n'appartiennent à aucune des catégories citées.

Après avoir interprété les ergonymes de notre corpus, nous avons remarqué que les noms qui constituent notre corpus renvoient aux différents thèmes (le goût, la texture, la toponymie, etc.). Ainsi, nous avons déduit qu'il n'y a pas de noms opaques, c'est-à-dire des noms n'ayant pas de sens ou qui sont difficiles à comprendre ou à lire. Tous les noms de produits laitiers qu'on a pu collecter sont faciles à lire et à comprendre, ce qui prouve que les patrons de ces entreprises laitières attribuent à leurs produits des noms chargés de sens et de valeur. Cela est conçu dans le but de convaincre le consommateur à acheter leurs produits. Il est évident de souligner que le nom d'un produit est l'un des actifs clés pour une entreprise. On dit qu'un bon nom fait bien vendre. Rostaing souligne à ce propos que : « *les dénominations sont avant tout utilitaires* ». Donc, à partir de cette citation, nous pouvons dire que les ergonymes étudiés portent des significations utilitaires. En tout état de cause, les entreprises qui sont l'objet de notre étude ont dénommé leurs produits judicieusement dans le but de se différencier des autres. En définitive, le choix d'un nom est d'un réel enjeu stratégique qui peut être payant ou s'avérer catastrophique pour une entreprise.

Dans ce mémoire de master, nous avons effectué une étude morphologique et sémantique des noms de produits laitiers des entreprises agroalimentaires Soummam, Danone et Ramdy qui forment un corpus de quatre-vingt et un (81) ergonymes. Cette étude a pour objectif de relever les caractéristiques des ergonymes étudiés pour répondre aux questions posées dans la problématique.

D'abord, sur le plan morphologique nous avons distingué deux catégories d'ergonymes : les ergonymes simples qui comptent un nombre inférieur (vingt et un noms) par rapport aux ergonymes composés qui représentent un peu plus de la moitié (soixante noms). Nous avons déduit dans cette étape que la majorité des noms attribués par les producteurs des trois entreprises sont des noms composés. A partir de là, nous confirmons la première et la deuxième hypothèse.

Les noms simples sont subdivisés à leur tour en noms communs et noms propres, noms empruntés, les noms construits par la flexion avec l'ajout du *S* pluriel dans le cas du nom *cookies* et les noms construits par la troncation qui consiste en la suppression de plusieurs phonèmes en fin de mot. Nous avons aussi étudié leur catégorie grammaticale.

Quant aux noms composés, ils sont subdivisés en noms composés à deux termes qui prédominent dans notre corpus, les noms composés à trois termes et les noms composés à plus de trois termes.

La majorité des noms sont formés de deux unités attachées ou détachées de la composition unifiée, de la composition syntagmatique, par des articles, des prépositions, enfin par l'apostrophe dans le cas de *dan'up*,

Les procédés utilisés pour le choix des noms de produits sont variés tel que : la dérivation, la troncation, la flexion et l'emprunt qui témoigne de l'ouverture du producteur sur le monde extérieur. Nous avons déduit que telle entreprise ou tel produit n'exploitent pas un procédé bien déterminé. Cela confirme la troisième hypothèse.

Pour répondre à la quatrième question nous avons classé les noms qui contiennent notre corpus selon leur origine linguistique, nous avons constaté que la langue française est la plus dominante avec un nombre de quarante-deux noms (42 sur 81), malgré l'implantation des entreprises dans une région kabylophone et le statut officiel de la langue arabe en Algérie. Cette dernière est omniprésente mais rarement exploitée seule. Nous avons remarqué à travers ce classement que les producteurs des trois entreprises ont eu recours aux langues étrangères qui ont une place importante dans la dénomination des produits dans le but de faire connaître leurs produits mondialement.

Ensuite, sur le plan sémantique, nous avons interprété tous les noms de produits et dégagé la signification de chacun, cela nous a permis d'effectuer un classement des ergonymes selon leur sens et selon les référents auxquels ils renvoient.

Nous avons remarqué que tous les noms ont un sens et ils renvoient à plusieurs thèmes, dont ceux qui renvoient au goût et à la texture sont les plus dominants dans notre corpus, suivis des noms relatifs à la bonne qualité et au type de produit. En troisième et quatrième position, il y a les noms qui renvoient à des hydronymes et ceux relatifs à des anthroponymes. Viennent enfin, les noms qui renvoient à des personnages mythiques et aux autres thèmes. Grâce à cette étude sémantique on a pu répondre aux questions posées sur la sémantique.

Pour conclure, nous souhaitons que ce travail ouvre une voie à d'autres recherches afin de mettre en lumière le savoir-faire de nos entreprises privées qui excellent non seulement dans le domaine de la production mais aussi dans le marketing commercial. Nous espérons contribuer, grâce notre modeste travail, à susciter des vocations ultérieures dans le domaine de la recherche qui lèveront le tabou sur l'entreprise privée. Notre conviction est que notre économie peut facilement connaître un essor important car les capitaux existent, l'esprit d'initiative aussi pour peu que les pouvoirs publics en fassent une priorité.

Ouvrages

- Adam, J-M. et Bonhomme, M., (1997), *L'argumentation publicitaire, Rhétorique de l'éloge et de la persuasion*, Paris : Armand colin.
- Cheriguen, F., (1993), *Toponymie algérienne des lieux habités*, Alger :Epigraphe.
- Gaudin F et Guespin L., (2000), *Initiation à la lexicologie française : De la néologie aux dictionnaires*, Bruxelles. Duclot.
- Injoo, C-J et Delhay, C., (1998), *Introduction à la méthodologie en linguistique*, Presses universitaire de Strasbourg.
- Mortureux F., (2001), *La lexicologie entre langue et discours*, Paris : Armand colin.
- Saussure F., (1916), *Cours de linguistique générale*, Paris : Payot.

Articles

- Attali J, (1981-1991), Extrait de verbatim tome-I.
- Comproux, C., (1989), Introduction, in *Baylon et Fabre, les noms de lieux et de personnes*, Paris : Nathan-Université.
- Ernest M., cité par Charle R (1961)., *les noms de lieux, que sais-je ?* n°176, Paris.
- Cheriguen, F., (2005), Régularité et variation dans l'anthroponymie algérienne, in Benramdane *Des noms et des noms,...Anthroponymie et état civil en Algérie*, Oran : CRASC.
- Lanseur. S, (2017), Les noms de médicaments produits par SAIDAL. Approche morphosémantique, In *Cahiers de langue et de littérature* N°10-11, Université Ibn Badis Mostaganem.

Dictionnaires

- Dubois J., (1994), *Dictionnaire de linguistique et des sciences du langage*, Paris : Larousse.
- Dubois J., (1999), *Dictionnaire de linguistique et des sciences du langage*, Paris : Larousse.

Références bibliographiques

- Dubois J., (2002), *Dictionnaire de linguistique et des sciences du langage*, Paris : Larousse.
- Mounin G., (1974), *Dictionnaire de la linguistique*, Quadrige : Presses Universitaires de France.

Thèses

- Chafi, L., (2009-2010), Les noms nouveaux des entreprises et des produits dans la réalité Algérienne depuis les années quatre-vingts : identification et description, Mémoire de magistère, Université des Frères Mentouri Constantine.

Sitographique

- <https://fr.wikipedia.org/wiki/onomastique>, consulté décembre 2016.

Table des matières

Introduction

générale	6
1-Présentation du sujet.....	7
2-Motivation du choix du sujet.....	8
3-Présentation de la zone d'activité « Taharacht » et les entreprises agroalimentaires : Soummam, Danone et Ramdy.....	9
4-La problématique.....	10
5- Les hypothèses.....	11
6-Méthodologie de travail.....	12
7-Corpus.....	13
Chapitre I : Approche morphologique	15
1-Classement morphologique des noms de produits.....	16
1-1-Les ergonymes à forme simples.....	16
1-1-1- Les noms propres et les noms communs.....	17
1-1-2- Les noms dérivés.....	18
1-1-3- Les noms empruntés.....	19
1-2-Les ergonymes à formes composés.....	20
1-2-1-La typologie des ergonymes composés.....	21
1-3-Analyse morphosyntaxique des noms composés.....	23
1-3-1- Les noms composés à deux termes.....	23
1-3-1-1- La composition syntagmatique des noms	

composés à deux termes.....	23
1-3-1-2-Les noms tronqués.....	24
1-3-1-3- Les noms composés à deux termes liées par un article.....	25
1-3-1-4- Les noms composés à deux termes liées par une préposition	25
14-3-1-5- Les noms composées à deux termes liées par une apostrophe.....	26
1-3-1-6- les noms composés à deux termes unifiés.....	26
1-3-2-Les noms composés à trois termes.....	26
1-3-2-1-La composition syntagmatique des noms composés à trois termes.....	27
1-3-2-2-Les noms composés à trois termes liées par des articles.....	27
1-3-2-3-Les noms composés à trois termes liées par une préposition.....	28
1-3-3-Les noms composés à plus de trois termes.....	29
2-Classement des noms de produits selon le genre et le nombre.....	31
2-1-Le genre des noms de produits.....	31
2-2-Le nombre des noms de produits.....	34
3-Classement des noms de produits selon	

leur domaines linguistique.....	36
3-1-L'origine linguistique des noms de produits.....	37
Conclusion	42
Chapitre II Approche sémantique	44
1-Interprétation sémantique.....	45
1-1-Les noms qui renvoient aux goûts et à la texture.....	45
1-2-Les noms qui renvoient à la marque du produit laitiers	49
1-3-Les noms qui renvoient à la qualité intrinsèque du produits laitiers.....	51
1-4-Les noms qui renvoient aux types du produits.....	54
1-5-Les noms qui renvoient à des toponymes.....	56
1-6-Les noms qui renvoient à des personnages mythiques.....	58
1-7- Autres.....	59
2-Classement en valeurs des thèmes aux quelle renvoient les noms de produits laitiers.....	61
Conclusion	62
Conclusion générale	64
Bibliographie	67
Annex	70
Indexe	77
Table des matières	80

Corpus

A

Acti+ au bifidus actif (Soummam)

Acti+ aux fruits (Soummam)

Acti+ nature (Soummam)

Activia (Danone)

Activias'bah (Danone)

Activia drink (Danone)

Activia light (Danone)

Activia nature bifidus actirégularis(Danone)

Activia brassé aux fruits (Danone)

Aladin (Soummam)

Aladin duo (Soummam)

B

Bnina double saveur (Soummam)

Bioactivia aux fruits (Danone)

C

Café au lait (Soummam)

Cappuccino (Ramdy)

Céréalo (Soummam)

Cookies (Ramdy)

Crème dessert (Soummam)

Crème dessert gélifié (Soummam)

Crèmeux (Soummam)

D

Danao (Danone)

Danette (Danone)

Danino (Danone)

Danone aux fruits tartes (Danone)

Danone brassé aux fruits (Danone)

Danone brassé nature sucré (Danone)

Dan'up (Danone)

Dialna (Soummam)

Dialna brassé à prix mini (Soummam)

F

Flan caramel (Soummam)

Fort en calcium (Soummam)

Fromage à l'huile d'olive (Ramdy)

Fromage fondu à tartiner (Soummam)

Fromagefrais (Ramdy)

Fromagegyzmo (Ramdy)

Fromage régime (Soummam)

J

J'nina (Soummam),

J'nina à boire aux fruits (Soummam)

J'ninadziria (Soummam)

J'nina bicouche (Soummam)

L

Lait chocolaté (Soummam)

Lait (Soummam)

L'ben (Soummam)

L'ben au bifidus actif (Soummam)

Lait minceur (Soummam)

Lait pasteurisé partiellement écrémé (Ramdy)

Le liégeois (Soummam)

Le liégeoistricouche (Soummam)

Les pâtisseries à boire (Soummam)

M

Mamzoudj (Soummam)

Mamzoudj brassé aromatisé (Soummam)

Minceur aux fruits (Soummam)

Mini prix (Danone)

Mini yaourt (Ramdy)

Mixy lait fraise (Danone)

Mousse au chocolat (Soummam).

O

Olé (Soummam)

P

Panna cotta (Soummam)

Perly (Soummam)

Petit suisse (Soummam)

Petit Gervais (Danone)

P'tit olé (Soummam)

Pot de crème chocolat (Soummam)

R

Raib (Soummam)

Ramdy aromatisé (Ramdy)

Ramdy nature (Ramdy)

Ramdy brassé à boire (Ramdy)

Ramdy yaourt aux fruits (Ramdy)

Riz au lait (Soummam)

S

Soummam aromatisé (Soummam)

Soummam brassé aux fruits (Soummam)

Soummam light (Soummam)

Soummam nature sucré (Soummam)

Soumy (Soummam)

Soummam façon tarte (Soummam)

T

Tartin (Ramdy)

V

Vita milk (Soummam)

Y

Yago (Soummam)

Yaoumi(Danone)

Yog (Danone)

Yorty (Ramdy)

Liste des tableaux

<i>Numéro du tableau</i>	<i>Titre</i>	<i>Page</i>
<i>Tableau N° 1</i>	<i>Les noms propres et les noms communs</i>	<i>17</i>
<i>Tableau N° 2</i>	<i>Les noms dérivés</i>	<i>19</i>
<i>Tableau N° 3</i>	<i>La typologie des noms composés</i>	<i>21</i>
<i>Tableau N° 4</i>	<i>La composition syntagmatique des noms composés à 2 termes</i>	<i>23</i>
<i>Tableau N° 5</i>	<i>Les noms composés à 2 termes liés par un article</i>	<i>25</i>
<i>Tableau N° 6</i>	<i>La composition syntagmatique des noms composés à 3 termes</i>	<i>27</i>
<i>Tableau N° 7</i>	<i>Les noms composés à 3 termes liés par des articles</i>	<i>28</i>
<i>Tableau N° 8</i>	<i>Les noms composés à 3 termes liés par des prépositions</i>	<i>29</i>
<i>Tableau N° 9</i>	<i>Le genre des noms de produits</i>	<i>31</i>
<i>Tableau N° 10</i>	<i>Le nombre des noms de produits</i>	<i>34</i>
<i>Tableau N° 11</i>	<i>L'origine linguistique des noms de produits</i>	<i>37</i>
<i>Tableau N° 12</i>	<i>Classement en valeur des domaines linguistiques</i>	<i>39</i>
<i>Tableau N° 13</i>	<i>Classement en valeur des thèmes auxquels renvoient les noms de produits</i>	<i>61</i>

Liste des figures

<i>Numéro de la figure</i>	<i>Titre</i>	<i>Page</i>
<i>La figure N° 1</i>	<i>La typologie des ergonymes composés</i>	<i>22</i>
<i>La figure N° 2</i>	<i>Le genre et le nombre des noms de produits</i>	<i>33</i>
<i>La figure N3</i>	<i>Le nombre des noms de produits</i>	<i>35</i>
<i>La figure N°4</i>	<i>L'origine linguistique des noms de produits</i>	<i>40</i>
<i>La figure N° 5</i>	<i>Classement thématique des noms de produits laitiers</i>	<i>62</i>

Ce travail de recherche s'inscrit dans le domaine de l'onomastique et de l'ergonymie en particulier, porte le thème : les noms des produits laitiers dans les entreprises agroalimentaires Soummam, Danone et Ramdy. Approche morphologique et sémantique.

Pour dévoiler les particularités morphologiques et sémantiques des noms de produits laitiers, nous avons divisé ce travail en deux chapitres : le premier chapitre qui est l'approche morphologique des noms de produits laitiers et le deuxième chapitre qui est l'étude sémantique.

Concernant l'étude morphologique, nous avons soulevé deux catégories de noms de produits : noms simples et noms composés, nous les avons classés selon les procédés de formations dont ils sont créés ainsi leur catégorie grammaticale, enfin selon leur origine linguistique, dont la majorité sont issus de la langue française.

Quant à l'étude sémantique, nous avons interpréter tous les ergonymes qui constituent notre corpus, puis nous les avons classés selon leur sens et leur référent.

Au terme de ce travail, nous avons déduit que la majorité des noms de produits laitiers des entreprises agroalimentaires : Soummam, Danone et Ramdy sont des noms composés formés à partir de plusieurs procédés et sont descriptifs et relatifs à plusieurs référents.