ALTRALANG Journal
e-ISSN: 2710-8619 p-ISSN: 2710-7922
Volume 7 Issue 2 / December 2025 pp. 27-36

Analyse du comportement sociolinguistique de la situation des analphabètes dans les entreprises commerciales en Côte d'Ivoire

Ahou Andrée-Laure LOKA[*1]
École Doctorale Polytechnique, Côte d'Ivoire
ahouloka19@gmail.com
Djoa Johnson MANDA[2]
INP-HB de Yamoussoukro, Côte d'Ivoire
djoa.manda@inphb.ci

Reçu: 29/10/2024, **Accepté:** 30/05/2025, **Publié:** 10/12/2025

Analysis of The Sociolinguistic Behavior of Illiterates in Commercial Companies in Côte d'Ivoire

ABSTRACT: *After sixty years of independence, Côte d'Ivoire still has a high illiteracy rate, despite the government's literacy campaigns. According to UNESCO, these illiterates do not always have access to information, which is generally transmitted in French. They are confronted with language difficulties; sometimes unable to express their needs during exchanges with the agents of certain companies. As part of the field of interactional sociolinguistics and business communication, this article looks at the situation of illiterate people in relation to the language practices in force in commercial enterprises in Côte d'Ivoire. This article analyzes and interprets the opinions of 8 managers or employees and 25 illiterates from 8 different commercial enterprises in the town of Korhogo on languages in business. The survey reveals that illiterate people are interested in using local languages in commercial enterprises, as this will make communication and understanding easier.*

KEYWORDS: Language, Communication, Development, Business Enterprises, Economics.

RÉSUMÉ : *Après soixante ans d'indépendance, la Côte d'Ivoire présente toujours un taux élevé d'analphabètes malgré les actions d'alphabétisation menées par l'État. Selon l'UNESCO, ces analphabètes n'ont pas toujours accès à l'information qui généralement est transmise en français. Ils sont confrontés à des difficultés langagières ; parfois incapables d'exprimer leurs besoins pendant les échanges avec les agents de certaines entreprises. Inscrit dans le domaine de la sociolinguistique interactionnelle et la communication d'entreprise, cet article propose d'appréhender la situation des analphabètes face aux pratiques langagières en vigueur dans les entreprises commerciales en Côte d'Ivoire. L'étude fait l'analyse et l'interprétation des avis de 8 responsables ou employés et 25 analphabètes des entreprises commerciales des villes de Man et Korhogo sur les langues en entreprise. Les résultats révèlent que les analphabètes accordent un intérêt à l'usage des langues locales dans les entreprises commerciales car cela leur rendra la communication et la compréhension aisée.*

MOTS-CLÉS : langue, communication, développement, entreprise commerciale, économie

* Auteur correspondant
ALTRALANG Journal / © 2025 The Authors. Published by the University of Oran 2 Mohamed Ben Ahmed, Algeria.
This is an open access article under the CC BY license (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Introduction

La Côte d'Ivoire, située en Afrique de l'ouest, compte environ 29 389 150 habitants selon le dernier recensement général de la population de 2021[1]. Avec une population jeune dominée par les scolarisés, le nombre de personnes en situation d'analphabétisme demeure tout de même élevé. Et ce malgré les actions menées par l'État ivoirien telles que les programmes d'alphabétisation. Touré Krouélé (2023, p. 82) tente d'expliquer le phénomène à travers ces propos : « Mais après plus de 60 ans d'indépendance et d'efforts constants en matière d'éducation, le pays reste encore confronté à la persistance de l'analphabétisme. Un phénomène qui freine l'élan de la croissance et maintient les populations dans le sous-développement économique et social. »

En effet, le taux d'analphabétisme général, estimé à 51% en 2002, est passé à 43,8 % en 2015 pour se situer à 43,70 % en 2019 selon le portail officiel du gouvernement de Côte d'Ivoire (2022). Pour renchérir, le Ministère de l'Éducation Nationale et de l'Alphabétisation (MENA) relève que la Côte d'Ivoire présente un taux d'analphabétisme qui s'élève à 47% en 2021. Les enquêtes de l'ILA[2] dévoilent aussi que près de la moitié des populations vivant dans le pays sont incapables de lire et d'écrire en français (Kakou, 2021, p. 15).

Etant perçues comme des personnes qui n'ont jamais appris à lire et à écrire, les personnes en situation d'analphabétisme sont parfois confrontées à certaines difficultés dans la vie active, les empêchent de jouir pleinement de leur vie dans le social ivoirien. C'est le cas de certains individus se trouvant dans l'incapacité de fréquenter les administrations, et même les entreprises. Des structures commerciales qui, bien qu'ayant des stratégies commerciales bien définies, ne mettent totalement pas un point d'honneur sur la prise en compte de la situation de ces analphabètes. Contrairement aux personnes lettrées, peu sont les personnes en situation d'analphabétisme qui fréquentent les entreprises commerciales en Côte d'Ivoire. La raison est sans doute liée au niveau de langue et aux pratiques langagières en usage dans ces entreprises commerciales. De ce constat découlent les questions suivantes : quelles sont les langues en usage dans les entreprises commerciales ? Quels impacts ont-elles sur les personnes en situation d'analphabétisme ?

Deux hypothèses sont avancées pour répondre à ces interrogations. La première stipule que les langues en usage dans les entreprises commerciales en Côte d'Ivoire sont le français, les langues locales ivoiriennes et les langues étrangères. La deuxième hypothèse dit que les personnes non-scolarisées portent un intérêt à l'usage des langues locales au sein des entreprises commerciales en Côte d'Ivoire.

L'étude donne la liberté de mettre en lumière l'analyse de la situation sociolinguistique des analphabètes face aux pratiques langagières en usage dans les entreprises commerciales en Côte d'Ivoire. Elle repose sur deux théories : la sociolinguistique interactionnelle et la communication d'entreprise. La première est justifiée par le fait qu'il est question des interactions verbales des individus. Cette théorie développée par Gumperz consiste à étudier et à analyser les échanges oraux ou verbaux dans la pratique quotidienne de communication des différentes composantes sociales, des participants. M. De Fornel et J. Léon (2008, p.140) affirment que « Cette sociolinguistique s'intéresse à des séquences d'interactions verbales situées, à l'aide de deux outils méthodologiques principaux : l'observation participante et la méthode interprétative ». La sociolinguistique interactionnelle a pour objet les relations entre la diversité des langues dans les situations de contacts, l'hétérogénéité/variation langagière ainsi que les activités d'interprétation des sujets et leurs stratégies discursives. La théorie de la communication d'entreprise est aussi mise en avant puisqu'on a affaire à un domaine de communication qui englobe plusieurs récepteurs de différentes catégories (clients, employés, sponsors, etc.). Ce domaine est souvent rattaché au service du marketing et du commerce (Cf. HALOUANE Tanina et ROUICHEM Samira : 2022). Le travail s'articule autour de trois grands points : la méthodologie l'enquête, les résultats et la discussion.

[1] www.gouv.ci/_actualite-article.php?recordID=13769
[2] Institut de Langue Appliquée.

1. Méthodologie de l'enquête

La méthodologie s'intéresse à l'outil de collecte des données et à leur traitement.

1.1. L'outil de collecte des données

Dans le cadre de ce travail, nous nous sommes intéressés aux entreprises commerciales telles que les microfinances, les opérateurs de télécommunication, les assurances et les coopératives agricoles des villes de Man et Korhogo. Les structures retenues dans la ville de Man sont : la microfinance ADVANS, l'opérateur de télécommunication MOOV, GNA Assurance et la Société de Produits Agricoles de Daloa (SPAD), succursale Man. À Korhogo, nous avons opté pour la microfinance COOPEC, l'opérateur de télécommunication Orange, Atlantique Assurance et la Coopérative Agricole Binkadi. Pour le recueil des données, deux interviews ont été réalisées. La première s'est tenue avec 8 responsables ou employés desdites entreprises et s'est articulée autour de 15 questions regroupées en deux sections : (i) l'identité des interviewés et (ii) le choix des langues (français, langues locales ivoiriennes, langues étrangères) usitées dans la communication au sein de l'entreprise avec les clients.

La seconde interview a convoqué 25 clients en situation d'analphabétisme. L'entretien, composé de 16 questions, porte sur trois axes : (e) le profil des enquêtés, (ee) les avis des enquêtés sur les prestations des différentes entreprises fréquentées et (eee) le point de vue des clients analphabètes sur l'utilisation et l'utilité des langues en entreprise.

L'investigation a duré deux mois, de Juin à Août 2023. L'approche qualitative a permis de recueillir des données qui ont permis d' appréhender la situation sociolinguistique des analphabètes face aux pratiques langagières en usage dans les entreprises commerciales en Côte d'Ivoire tout en décelant les langues en usage. Ci-dessous les tableaux synoptiques de la méthodologie d'enquête de terrain

Tableau 1 : Profil des responsables ou personnels des entreprises enquêtées

Codes Enquêtés	Nom de l''entreprise	Genre	Nationalité	Tranche d'âge	Niveau d'instruction	Fonction	Année d'expérience
R 1	ADVANS Man	M	Ivoirienne	36-45 ans	Supérieur	Chef d'agence	6 ans
E 2	MOOV Man	F	Ivoirienne	26-35 ans	Master 2	Responsable administration des ventes	2 ans
E 3	GNA Man	M	Ivoirienne	36-45 ans	Maitrise en gestion science économique	Chef de délégation	11 ans
E 4	SPAD Man	M	Ivoirienne	36-45 ans	BAC+2	Administrateur de groupe	6 ans
E 5	COOPEC Korhogo	M	Ivoirienne	26-35 ans	Supérieur	Chef de guichet	9 ans
E 6	Orange Korhogo	F	Ivoirienne	36-45 ans	Master 2	Chargée de la force de vente	8 ans
R 7	Atlantique Korhogo	F	Ivoirienne	36-45 ans	Secondaire	Chef d'agence	7 ans
R8	Binkadi Korhogo	M	Ivoirienne	36-45 ans	CM2 Franco arabe	PCA	8 ans

Au total, nous avons interviewé 8 personnes de nationalité ivoirienne composées de 5 hommes et 3 femmes. Parmi ces enquêtés, on compte 3 responsables et 5 personnes constituant le personnel des différentes entreprises avec des années d'expérience allant de 2 ans à 11 ans. Ces interviewés sont majoritairement adultes avec une totalité de 6 personnes dont l'âge varie de 36 à 45 ans. Toutes ces informations figurent dans le tableau 1. Afin de différencier chaque enquêté dans le tableau, nous leur avons attribué la lettre « R » (pour responsable) et « E » (pour employé) suivie d'un chiffre. Ainsi nous avons R1, E2, E3, E4, E5, E6, R7, R8.

Tableau 2 : Entreprises et pourcentages des enquêtés

Entreprises	**Nombre d'enquêtés**	**Fréquence**
ADVANS Man	4	16 %
MOOV Man	1	1 %
GNA Man	3	12 %
SPAD Man	4	16 %
COOPEC Korhogo	4	16 %
Orange Kothogo	3	12 %
Atlantique Korhogo	2	8 %
Binkadi Kothogo	4	16 %
TOTAL	**25**	**100 %**

Le tableau 2 présente 25 enquêtés analphabètes. À Man, nous comptons 12 enquêtés, soit 45 % de la population enquêtée. Tandis qu'à Korhogo, nous comptabilisons 13 enquêtés, soit 52% de la cible. Les données recueillies dévoilent que les enquêtés sont composés de 19 hommes, soit 76% et 7 femmes, 28% de la totalité de la population. Ils sont de nationalité ivoirienne, malienne, beninoise, burkinabé et guinéenne.

1.2. Méthode de dépouillement et de traitement des données

Afin de distinguer les enquêtés non-scolarisés des deux villes, nous leur attribuons un même code qui commence toujours par la lettre A (pour Analphabète), suivi de l'indicatif de chaque ville : M (pour Man) et K (pour Korhogo). Ensuite, nous joignons aux séquences obtenues l'indicatif de chaque entreprise enquêtée au niveau de chaque ville. Nous avons par exemple A (pour ADVANS), M (pour MOOV), G (pour GNA) et S (pour SPAD), pour les entreprises de la ville de Man. Ainsi pour les analphabètes de chaque entreprise de cette ville, nous obtenons les séquences suivantes AMA (pour Analphabète de Man ADVANS), AMM (pour Analphabète de Man MOOV), AMG (pour Analphabète de Man GNA) et AMS (pour Analphabète de Man SPAD). À ces codifications, nous ajoutons un chiffre afin de distinguer chaque client (Exemple : AMA 1, AMM 2, AMG 3, AMS 4, etc.).

Les données recueillies ont été traitées à l'ordinateur à l'aide du logiciel Sphinx. Un logiciel d'analyse statistique d'une grande utilité dans la réalisation des questions de l'interview et dans la saisie des réponses de type quantitatif et qualitatif. Les réponses données par les enquêtés ont été regroupées dans différents tableaux. Aussi, l'analyse de ces données recueillies s'est faite en fonction de la problématique définie. Afin de distinguer chacune des villes où se sont déroulées les investigations, un code leur a été attribué. Ainsi, nous avons la lettre « M » pour la ville de Man et « K » pour la ville de Korhogo.

Intéressons-nous aux résultats de la recherche.

2. Résultats

Dans cette section, nous présentons d'abord les résultats obtenus lors de l'interview avec les responsables ou employés et ensuite ceux qui sont relatifs à l'entretien avec les clients non-scolarisés.

2.1. Les résultats de l'interview avec les responsables ou employés des entreprises enquêtées

Parmi les 15 questions posées aux interviewés, trois retiennent notre attention. Ce sont des questions en rapport avec les langues en usage au sein des structures visitées. La question leur a été posée de savoir *« Quelle est la principale langue de communication avec vos clients ? »*. Les réponses montrent que toutes les entreprises visitées utilisent le « français » comme langue de communication. Le français, langue officielle de la Côte d'Ivoire, est bien évidemment utilisé dans la communication et dans tous les secteurs d'activité et ce depuis la période coloniale comme le soulignent ici Béatrice Akissi Boutin et Jérémie Kouadio N'Guessan (2013, p.123) : « Le français est la langue officielle de l'administration coloniale et la seule. Il est imposé dans toute communication avec le colon ou dans ses institutions. »

Les réponses font également apparaître qu'en plus du français, les enquêtés E6 et R8 utilisent respectivement l'anglais et le malinké comme langues de communication pour les personnes étrangères et locales qui ne comprennent pas le français.

Aux enquêtés, nous avons également posé la question à savoir *« Parmi ces langues étrangères, lesquelles sont utilisées par la structure dans la communication avec la clientèle ? »*. Ils étaient devant quatre réponses à choix multiple : *anglais*, *espagnol*, *allemand* et *aucune*. Ces derniers devraient aussi nous renseigner sur les raisons qui motivent le choix de ces langues étrangères utilisées. Les réponses obtenues indiquent que 75 % de la totalité des interviewés ne font en aucun cas usage des langues étrangères, d'où la réponse « Aucune ». Un fait qu'ils justifient par le fait qu'ils ne reçoivent pas de clients étrangers. Les interviewés ne trouvent donc pas l'utilité de l'usage de ces langues. En revanche, les 25% restant font usage de l'anglais à cause de la présence des clients anglophones. Ce choix pourrait également se justifier par le fait que cette langue est une langue commerciale et internationale.

Les enquêtés ont aussi répondu à cette question : *« Avez-vous recours aux langues locales ivoiriennes lors de vos échanges avec la clientèle ? »*. Dans le but d'étancher notre soif sur cette question, il était primordial de connaitre les raisons qui motivent le choix de ces langues. Parmi les 8 interviewés, 7 ont répondu « oui » en citant les langues locales suivantes : malinké (dioula), yacouba, wobè, sénoufo. Ces derniers justifient leurs réponses par le fait qu'ils reçoivent des clients analphabètes. En effet, les entreprises ne sont pas uniquement fréquentées par des personnes dites scolarisées mais également par les non-scolarisées. Il faut noter que les langues locales sont plus en usage dans les entreprises commerciales pour cette catégorie de personne car elles permettent de faciliter la compréhension, comme les répondants E2 et R7 le signifient à travers les réponses suivantes :

> **E 2 : « Ils viennent souvent des villages. C'est pour une meilleur compréhension pour ne pas qu'il y ait des ambiguïtés après. Parce que souvent, tu leur parles en français ils ne comprennent pas. »**
>
> **R 7 : « Généralement, quand nous commençons à échanger avec le client, on lui parle en français. Mais lorsque nous remarquons qu'il ne comprend pas bien la langue, nous échangeons en dioula ou en sénoufo pour qu'il comprenne mieux. »**

Il en ressort que le Malinké est la langue la plus usitée parmi toutes les autres langues citées ci-dessus. Toutes les 7 entreprises faisant usage des langues locales ivoiriennes utilisent toutes cette langue qui se présente comme la langue commerciale du pays. En effet, le malinké, communement appelé « le dioula », occupe une place importante dans les activités commerciales de la Côte d'Ivoire après le français comme l'attestent Yao Jacques Denos N'ZI et Jean-Claude DODO à travers ces propos : *« Dans les marchés et dans le transport dans les grandes zones urbaines, le dioula concurrence le français »* (2017 :59). Le malinké (dioula) fait en effet partie des langues les plus parlées en Côte d'Ivoire après le français.

Les données dévoilent aussi à travers les propos de l'enquêté E6 que les langues locales ivoiriennes ne sont aucunement utilisées au sein de leur entreprise en raison d'une interdiction. Le répondant affirme que les

personnes analphabètes devraient se faire accompagner par un traducteur. Les langues locales ne sont en effet pas prises en compte au sein de cette entreprise. Ce qui peut éventuellement être un frein à la transmission et à la réception du message aux analphabètes qui n'ont aucune compétence à l'oral en français.

Les enquêtes menées auprès des responsables ou employés des entreprises commerciales nous ont permis de vérifier qu'il est susceptible de rencontrer une diversité linguistique dans les pratiques langagières en usage dans les entreprises commerciales dans un pays hétérogène comme la Côte d'Ivoire. Ces entreprises font en effet usage du français, des langues locales ivoiriennes et les langues étrangères. C'est un atout crucial qui pourrait contribuer au développement des entreprises commerciales en Côte d'Ivoire. Comme peut l'affirmer Grin : « Un employé qui maîtrise plusieurs langues pourra mieux gérer toutes sortes de tâches, qu'il s'agisse de vente à une clientèle ou de contacts avec des fournisseurs de langue étrangère ; il créera alors plus de valeur pour son entreprise » (2005 : 6).

2.2. Les résultats de l'interview avec clients non-scolarisés

À la question de savoir *« Comprenez-vous la façon de parler/ le langage des agents de cette entreprise ? »*, les réponses font apparaître ceci : 20 enquêtés analphabètes ont la capacité de comprendre le langage des agents de l'entreprise qu'ils fréquentent ; et 5 enquêtés analphabètes ont des difficultés pour comprendre le langage des agents des entreprises qu'ils fréquentent. Certains répondants tentent de nous faire comprendre cette situation en ces termes traduits en français par un interprète :

> **AMA 2 : « Pas vraiment, souvent je ne comprends pas bien parce que français là, ce n'est pas trop ça. C'est difficile mais on fait avec. Moi je ne comprends pas dioula sinon on allait parler en dioula. Eux aussi ils ne comprennent pas bien mon ethnie pour dire on va parler dans mon ethnie. C'est Koulango que je suis. »**
>
> **AKO 3 : « Pas très bien, je me fais accompagner parce que je ne peux pas partir seul. Je ne parle pas bien français. »**

À travers les réponses obtenues, nous comprenons qu'en Côte d'Ivoire, nous rencontrons deux catégories d'analphabètes. D'une part, les analphabètes qui ont des compétences en français qu'ils manifestent à l'oral. Une situation justifiée par le fait que cette catégorie de personne a soit grandi dans un environnement où elle avait la possibilité de côtoyer des personnes qui s'expriment en français, d'où l'apprentissage extrascolaire (Jean-Martial KOUAME 2008) ou a tout simplement suivi des cours d'alphabétisation. D'autre part, nous avons des analphabètes qui n'ont aucune compétence en français ; ils qui ne s'expriment qu'au travers des langues locales ivoiriennes. Ces personnes continuent de fréquenter les entreprises malgré le handicap linguistique. Il est important de signifier que cette catégorie de personne a parfois besoin d'un interprète pouvant assurer la traduction.

Les enquêtés ont aussi répondu à la question suivante : *« Les agents s'adaptent-ils à votre niveau de langue lors de vos échanges ? »*. La majorité des enquêtés a répondu « oui » mais les données dévoilent à travers les réponses collectées que ces enquêtés sont pour la plupart confrontés à des problèmes d'incompréhension comme nous pouvons le noter dans ces déclarations :

> **AMM 1 : « C'est dur, mais on arrive à se comprendre, on parle en dioula. »**
> **AKC 1 : « Oui, mais souvent je ne comprends pas bien. Eux aussi, ils ne comprennent pas toujours bien ce que je dis mais on finit par s'entendre. »**
>
> **AKO 3 : « C'est le sénoufo que je parle. Mais ils ne me parlent pas en Sénoufo à l'intérieur. C'est avec les gardiens qui sont dehors que j'échange quand je ne viens pas avec mon fils. Je leur explique mon problème en Sénoufo puis ils m'aident à l'intérieur. Quand je viens avec mon fils, ils échangent en français avec lui puis il m'explique en sénoufo pour que je puisse comprendre aussi. »**

Bien qu'ils fréquentent les entreprises commerciales, les analphabètes n'ont pas la même capacité à parler et à comprendre ce que les personnels d'entreprises leur expliquent en français. En effet, beaucoup sont confrontés à des problèmes de compréhension. La situation sous-entend que les entreprises ne s'adaptent toujours pas au niveau de langue des personnes analphabètes. Ceci constitue un véritable dilemme pour l'entreprise. La conséquence est le départ de certains clients. Nous voyons là l'importance de communiquer dans la langue du client pour une meilleure compréhension. Comme **Danjiel** Živković (2018, p.10) pouvait le dire « les entreprises qui ont mis en œuvre des stratégies linguistiques ont connu des résultats significatifs sur les marchés étrangers et une croissance de la productivité ». Pour l'auteur, une entreprise pourrait se développer sur le marché étranger si elle prend connaissance de la langue et de la culture de ses clients. Pour renchérir, on peut avancer qu'une entreprise qui tient compte des langues des clients dans un pays multilingue comme la Côte d'Ivoire peut connaitre aussi le développement.

À la question de savoir si les clients parviennent à communiquer convenablement avec le personnel des entreprises, ils pouvaient répondre par *oui, non* ou *plus ou moins*. Sur les 25 répondants, 15 ont répondu « oui », 9 ont répondu « Plus ou moins » et un enquêté a répondu « Non ». Ces réponses dévoilent que les clients ayant répondu « oui » ont pour certains le français comme langue principale de communication et pour d'autres, les langues locales ivoiriennes.

Quant aux enquêtés qui ont répondu « non » et « plus ou moins », il est important de souligner qu'ils sont pour la majorité, des personnes qui, bien qu'elles n'aient pas de compétence en français, elles sont reçues par des agents qui leur parlent en français ; ce qui rend la compréhension difficile.

« Que pensez-vous de la prise en compte des langues locales ivoiriennes (Abbey, Baoulé, Bété, Malinké…au seins de l'entreprise ? » À cette question, les enquêtés avaient le choix entre deux types de réponses : *Nécessaire* et *pas nécessaire.* À l'unanimité, les enquêtés en répondu « nécessaire ». À la question qui a suivi *« Que pensez-vous de la prise en compte des langues étrangères (Anglais, Allemand, Espagnol…) au sein de l'entreprise ? »*, deux réponses ont été enregistrées : *nécessaire et pas nécessaire*. Sur les 25 enquêtés, 13 ont trouvé cela « nécessaire » tandis que 9 ont trouvé la stratégie « pas nécessaire ». Trois enquêtés n'ont pas répondu à la question.

Quant à la question *« Quelle langue utilisez-vous lors de vos échanges avec les agents de l'entreprise ? »*, les enquêtés étaient devant trois réponses à choix multiple : français, langues locales (à préciser), langues étrangères (à préciser).

À Man, 8 enquêtés ont pour langue de communication le français et 4 ont pour langues de communication les langues locales ivoiriennes (malinké et baoulé). À Korhogo, on dénombre 6 enquêtés non-scolarisés qui utilisent le français ; 5 qui utilisent les langues locales ivoiriennes (malinké et sénoufo) et 2 autres recourent aux langues locales ivoiriennes en plus du français. Au regard des différentes réponses, il ressort que le français et les langues locales ivoiriennes sont utilisés. En somme, la langue la plus utilisée lors des échanges entre les clients analphabètes et les agents des différentes entreprises enquêtées reste le français.

Devant cette question *« Que pensez-vous de l'utilisation de langues locales ivoiriennes dans les entreprises commerciales ivoiriennes ? »* plusieurs avis ont été enregistrés. On peut entre autres donner ces exemples :

> **AMS 1 : « Si toutes les entreprises peuvent faire ça, c'est bon. On pourra tous bien se comprendre. Tout le monde veut se faire comprendre et se faire accepter. Malheureusement, ce n'est pas partout, ce n'est pas dans toutes les entreprises qu'on utilise les langues locales. »**
>
> **AKO 3 : « C'est important et c'est quelque chose qui nous arrangera, nous qui ne sommes pas allés à l'école et qui ne comprenons pas français. Souvent, on se sent gêné. On n'aura plus honte de venir dans les entreprises, on n'aura plus besoin de toujours se faire accompagner par nos enfants aussi. On pourra partir seul un jour. »**

AKA 2 : C'est important. L'entreprise doit comprendre ce que je dis. Si l'entreprise ne me comprend pas, ce n'est pas bon. Je peux partir voir ailleurs. Donc, c'est vraiment nécessaire surtout pour les personnes qui ne parlent pas bien français, qui ne comprennent pas bien français. »

AKB 4 : « C'est bon pour nous. Nous ne sommes pas allés à l'école donc si on nous parle dans nos langues locales dans toutes les entreprises où nous allons, on se sentira à l'aise et en sécurité parce qu'on comprendra facilement tout ce qu'on nous dira. »

Les données recueillies montrent le consentement de tous les enquêtés sur l'utilisation des langues locales dans les entreprises commerciales. Pour eux, il serait judicieux que les entreprises commerciales qu'ils fréquentent de manière générale les reçoivent dans leur langue locale pour la simple raison qu'ils rencontrent d'énormes difficultés dans l'usage du français. Les clients justifient le choix des langues locales ivoiriennes au sein des entreprises commerciales pour non seulement leur fidélisation mais également pour une question de sécurité.

Grâce à l'usage des langues locales, les entreprises commerciales sont susceptibles de fidéliser nombre de clients analphabètes. C'est à juste titre que Kakou Foba avance ceci : « Les langues locales agissent comme les langues complémentaires du français qui permettent d'atteindre les masses analphabètes » (2021, p.15). Au-delà de la nécessité de l'usage des langues locales dans les structures commerciales, un autre phénomène est signalé par les clients. Ils s'agit des émotions comme la peur et la honte. C'est le signe que cette catégorie de personne n'est pas totalement acquise et prise en considération au sein de certaines entreprises commerciales en Côte d'Ivoire lors des planifications de stratégies commerciales.

3. Discussion

L'objectif de cette réflexion est de rendre compte du comportement sociolinguistique des analphabètes face aux pratiques langagières en usage dans les entreprises commerciales en Côte d'Ivoire. Cet but appelle de montrer d'une part les langues en usage dans les entreprises commerciales et d'une autre part, l'impact que ces langues ont sur les personnes en situation d'analphabétisme. Les interviews avec les responsables et personnels des entreprises commerciales visitées ont révélé que la communication se fait en français dans toutes les structures commerciales. En plus du français, certaines « boîtes » utilisent l'anglais et d'autres les langues locales ivoiriennes.

Les résultats dévoilent que certains enquêtés non-scolarisés ont la capacité de s'exprimer en français. Toutefois, ces derniers éprouvent des difficultés lors des échanges avec les personnels d'entreprise tout comme ceux qui n'ont aucune compétence en français. On en déduit que le français ne rend pas toujours compte de ce potentiel expressif malgré son statut de langue officielle. Le français est donc un frein à la transmission et à la réception du message aux analphabètes.

Le recours effectif des langues locales au sein des entreprises commerciales serait pour ces clients d'une grande nécessité dans la mesure où ces langues leur permettront de mieux expliquer leurs besoins, de mieux communiquer avec les agents des entreprises qu'ils fréquentent. Si cette option est mise en pratique au sein des structures, elle pourrait emmener plus d'analphabètes à s'intéresser à ces « boites » en les fréquentant régulièrement. Ce qui serait bien évidemment bénéfique non seulement aux clients analphabètes mais aussi aux entreprises commerciales car cette catégorie de personnes représente un fort taux de clients à fidéliser.

Les études antérieures à la nôtre montrent toujours que les langues locales sont minorées dans les institutions comparativement au français qui jouit d'un statut assez prestigieux. Cette langue est en effet utilisée dans tous les domaines de la société ivoirienne grâce à sa supériorité et à son dynamisme. Les langues locales, quant à elles, ne sont pas véritablement valorisées dans le social ivoirien bien qu'elles

soient un puissant vecteur de communication dans le milieu familial et dans les zones rurales. Ces langues restent minoritairement inexploitées et marginalisées. À ce propos, Kouamé (2013, p.168) trouve que les langues locales « sont tenues à l'écart de la vie des institutions de l'État. Aucune place ne leur est accordée, ni dans l'administration ni vraiment dans l'enseignement ». L'État et les linguistes devraient à cet effet mettre davantage des moyens en place en vue de la promotion et de l'intégration effective de ces langues dans le social ivoirien et en particulier dans les entreprises commerciales en Côte d'Ivoire car ce sont des langues qui, si elles sont véritablement utilisées, permettraient aux entreprises commerciales de rentabiliser davantage en réalisant de gros chiffres d'affaires. Raison pour laquelle Grin (2005, p.6) affirme qu' « Un employé qui maîtrise plusieurs langues pourra mieux gérer toutes sortes de tâches, qu'il s'agisse de vente à une clientèle ou de contacts avec des fournisseurs de langue étrangère ; il créera alors plus de valeurs pour son entreprise ». L'utilisation des langues locales en entreprise est un véritable facteur d'inclusion de toutes les couches sociales et en particulier chez les analphabètes. Aussi, « la promotion des langues locales jugée souvent insuffisante en Côte d'Ivoire trouverait là une occasion pour s'affranchir et s'affirmer », fait remarquer Kouadio (2019, p. 168).

Conclusion

Avant toute énonciation, rappelons que le sujet de notre étude est intitulé « Analyse du comportement sociolinguistique de la situation des analphabètes dans les entreprises commerciales en Côte d'Ivoire». Le but de cette recherche est d'appréhender la situation sociolinguistique des analphabètes face aux pratiques langagières en usage dans les entreprises commerciales en Côte d'Ivoire. Il est important de souligner que les enquêtes ont été menées dans les villes de Man et Korhogo auprès de 8 responsables et employées desdites entreprises et 25 clients non-scolarisés. Ces enquêtes se sont déroulées au niveau de 8 entreprises commerciales.

Il en ressort que les langues en usage dans les entreprises commerciales en Côte d'Ivoire sont le français, les langues locales et les langues étrangères. Aussi l'usage des langues locales en entreprise est plus privilégié par les enquêtés en situation d'analphabétisme. En effet, les analphabètes sont tous unanimes sur la question de l'utilisation des langues locales en entreprise. Un choix qui se justifie par le fait qu'ils éprouvent d'énormes difficultés à s'exprimer en français. Ces derniers attestent que l'utilisation des langues locales leur permettra de faciliter leur compréhension, de se sentir plus en sécurité et par-dessus tout d'être fidélisés. Par ailleurs, le français reste la langue la plus en usage au détriment des langues locales ivoiriennes dans les entreprises commerciales. Un fait qui pourrait se justifier par le fait que c'est la langue officielle du pays et donc celle utilisée à l'école, dans les administrations et dans les entreprises publiques ou privées.

Références bibliographiques

- ABOA Abia Alain Laurent, (2008), « La francophonie Ivoirienne », *document pour l'histoire du français*, pp. 163-178.
- CURRIVAND Thierry et TRUCHOT Claude, (2010), « Du traitement des langues aux politiques linguistiques dans l'entreprise », *Le Journal de l'École de Paris,* n°81 - Janvier / Février 2010, pp. 17-24.
- DESOUTTER Cécile, (2013), « Les langues en entreprise : une réalité plus diversifiée qu'il n'y paraît », *Synergies Italie*, n° 9 -pp. 35-45.
- GRIN François, (2015), « La valeur des langues dans l'activité professionnelle », *Working paper*, n°139, 18 Pages, Université de Genève.
- GRIN François, (2017), « L'économie face aux langues », *Bulletin SAGW*, Université de Genève, pp. 61-62.

- LÜDI Georges, (2010), « Le plurilinguisme au travail entre la philosophie de l'entreprise, les Représentations des acteurs et les pratiques quotidiennes », Université de Bâle, pp.7-27.
- PROSIANYK Oksana et LAMAACHI Mohamed (2020), « Stratégies de communication et de langue dans un environnement multiculturel », Section 22. Sciences philologiques Sous-section 6. Philologie et journalisme, 9 Pages.
- KAKOU Foba Antoine, (2021), « L'apport des langues locales dans la lutte contre la COVID-19 dans les pays africains : L'exemple de la Côte d'Ivoire », *Revue scientifique semestrielle de l'ULSHB* / N°08 -2021, pp.7-18.
- HALOUANE Tanina et ROUICHEM Samira, (2022), *Usage et impact des langues en entreprise de communication et de marketing : cas de l'entreprise ''La Team'' en 2022* , mémoire de Master, option Sciences du langage, Université Mouloud Mammeri Tizi-Ouzou, https://dspace.ummto.dz/handle/ummto/20608, 57 Pages.
- TOURÉ Krouélé, (2023), « Les déterminants de la persistance de l'analphabétisme en Côte d'Ivoire », *Sénégal frantice.net*, numéro 21, École Normale Supérieure d'Abidjan, juillet 2023, pp. 81-88.