

LA VARIATION LINGUISTIQUE DANS LE DISCOURS DU E-COMMERCE AU MAROC

CARACTERÍSTICAS LINGÜÍSTICAS DEL DISCURSO DE LOS VENDEDORES EN LÍNEA EN MARRUECOS

LINGUISTIC VARIATION IN E-COMMERCE DISCOURSE IN MOROCCO

الخصائص اللغوية لخطاب الباعة عبر الإنترنت في المغرب

Mohamed Lotfi*

Université Chouaïb Doukkali, El Jadida

Recibido: 23/05/2025

Aceptado: 14/11/2025

BIBLID [1133-8571] 32 (2025) 97-115

Résumé : Cette recherche vise l'examen des caractéristiques linguistiques du discours des vendeurs en ligne au Maroc. Elle s'interroge sur l'uniformisation ou la diversification linguistique dans ce contexte commercial numérique en pleine expansion, particulièrement depuis la pandémie de COVID-19. Plusieurs interrogations ont émergé dès le commencement de cette étude, notamment : le discours des vendeurs en ligne au Maroc reflète-t-il une uniformisation linguistique ou préserve-t-il les traits caractéristiques de leurs parlers d'origine ? Et comment ces vendeurs gèrent-ils les différences linguistiques et culturelles pour assurer une communication avec une large cible d'éventuels clients partout dans le Maroc ? Pour apporter des éléments de réponse à cette problématique, un corpus a été constitué de plusieurs vidéos provenant de plateformes comme Facebook et Instagram, etc. L'analyse des pratiques linguistiques des e-commerçants marocains s'articule autour de plusieurs niveaux linguistiques : phonétique, morphologique, morphosyntaxique et suprasegmental. Sur le plan phonétique, l'étude relève l'absence totale des interdentaires et des affriquées, avec une prononciation du phonème /q/ généralement comme vélaire occlusive sourde [q]. Au niveau morphologique, l'analyse identifie diverses variations, notamment l'utilisation quasi-systématique de la particule *dya* pour l'annexion nominale, avec de rares exceptions. L'étude observe également des régularisations dans les paradigmes nominaux et des variations morphosyntaxiques tant dans les phrases simples que complexes. L'analyse suprasegmentale met en évidence l'importance du débit, des intonations, des accentuations et des pauses dans le discours commercial. Par ailleurs, la recherche identifie un technolècte spécifique chez les vendeurs de matériel informatique, avec des termes comme [ʔi saʔsæk], [ʒenɛʔasyð] ou [ɾram]. Les résultats révèlent une réalité nuancée où coexistent des éléments d'uniformisation linguistique et la préservation des traits caractéristiques des variétés régionales de l'arabe marocain.

Mots-clés : variation linguistique, e-commerce, discours, contact de langues, sociolinguistique.

Abstract: This research aims to examine the linguistic characteristics of online sellers' discourse in Morocco. It questions whether linguistic standardization or diversification exists in this expanding digital commercial context, particularly since the COVID-19 pandemic. Several questions emerged at the beginning of this study, notably: does the discourse of online sellers in Morocco reflect linguistic standardization or does it preserve the

* Email: lotfi.mohamed@ucd.ac.ma ORCID: [0009-0009-2814-945X](https://orcid.org/0009-0009-2814-945X)

characteristic features of their original dialects? And how do these sellers manage linguistic and cultural differences to ensure communication with a broad target of potential customers throughout Morocco? To provide answers to these questions, a corpus was compiled from several videos from platforms such as Facebook and Instagram, etc. The analysis of Moroccan e-commerce linguistic practices revolves around several linguistic levels: phonetic, morphological, morphosyntactic, and suprasegmental. At the phonetic level, the study notes the complete absence of interdental and affricates, with pronunciation of the phoneme /q/ generally as a voiceless velar stop [q]. At the morphological level, the analysis identifies various variations, notably the almost systematic use of the particle *dya* for nominal annexation, with rare exceptions. The study also observes regularizations in nominal paradigms and morphosyntactic variations in both simple and complex sentences. Suprasegmental analysis highlights the importance of speech rate, intonations, accentuations, and pauses in commercial discourse. Furthermore, the research identifies a specific technolect among computer hardware sellers, with terms such as [ʔi sat/sæk], [ʒenerasyð] or [ram]. The results reveal a nuanced reality where elements of linguistic standardization coexist with the preservation of characteristic features of regional varieties of Moroccan Arabic.

Keywords: linguistic variation, e-commerce, discourse, language contact, sociolinguistics.

Resumen: Esta investigación tiene como objetivo examinar las características lingüísticas del discurso de los vendedores en línea en Marruecos. Se cuestiona la uniformización o diversificación lingüística en este contexto comercial digital en plena expansión, particularmente desde la pandemia de COVID-19. Varios interrogantes surgieron desde el comienzo de este estudio, especialmente: ¿refleja el discurso de los vendedores en línea en Marruecos una uniformización lingüística o preserva los rasgos característicos de sus hablas de origen? ¿Y cómo gestionan estos vendedores las diferencias lingüísticas y culturales para asegurar una comunicación con un amplio objetivo de posibles clientes en todo Marruecos? Para dar respuesta a estos interrogantes, se ha constituido un corpus de varios videos provenientes de plataformas como Facebook y Instagram, etc. El análisis de las prácticas lingüísticas de los comerciantes electrónicos marroquíes se articula en torno a varios niveles lingüísticos: fonético, morfológico, morfosintáctico y suprasegmental. En el plano fonético, el estudio señala la ausencia total de interdental y africadas, con una pronunciación del fonema /q/ generalmente como velar oclusiva sorda [q]. A nivel morfológico, el análisis identifica diversas variaciones, especialmente el uso casi sistemático de la partícula *dya* para la anexión nominal, con raras excepciones. El estudio observa también regularizaciones en los paradigmas nominales y variaciones morfosintácticas tanto en las frases simples como complejas. El análisis suprasegmental pone en evidencia la importancia del ritmo, las entonaciones, las acentuaciones y las pausas en el discurso comercial. Por otra parte, la investigación identifica tecnolectos específicos entre los vendedores de material informático, como [ʔi sat/sæk], [ʒenerasyð] o [ram]. Los resultados revelan una realidad matizada donde coexisten elementos de uniformización lingüística y la preservación de rasgos característicos de las variedades regionales del árabe marroquí. Esta dualidad refleja las complejas dinámicas lingüísticas que operan en el espacio comercial digital marroquí, donde los vendedores deben equilibrar la eficacia comunicativa con la autenticidad cultural y lingüística.

Palabras clave: Variación lingüística, comercio electrónico, discurso, contacto de lenguas, sociolingüística.

ملخص: يهدف هذا البحث إلى دراسة الخصائص اللغوية لخطاب الباعة عبر الإنترنت في المغرب. ويتساءل عن توحيد أو تنوع اللغة في هذا السياق التجاري الرقمي المتنامي، خاصة منذ جائحة كوفيد-19. ظهرت عدة تساؤلات في بداية هذه الدراسة، من بينها: هل يعكس خطاب الباعة عبر الإنترنت في المغرب توحيداً لغوياً أم يحافظ على السمات المميزة للهجات الأصلية؟ وكيف يدير هؤلاء الباعة الاختلافات اللغوية والثقافية لضمان التواصل مع قاعدة واسعة من العملاء المحتملين في جميع أنحاء المغرب؟ لتقديم عناصر إجابة لهذه الإشكالية، تم تجميع مدونة من عدة مقاطع فيديو من منصات مثل فيسبوك وآنستغرام وغيرها. يتمحور تحليل الممارسات اللغوية لتجار التجارة الإلكترونية المغربية حول عدة مستويات لغوية: صوتية، صرفية، نحوية-صرفية، وفوق مقطعية. على المستوى الصوتي، تلاحظ الدراسة الغياب التام للأصوات ما بين الأسنان والأصوات الاحتكاكية الانفجارية، مع نطق الصوت /ق/ عموماً كصوت حنكي خلفي انفجاري مهموس [ق]. على المستوى الصرفي، يحدد التحليل تنوعات مختلفة، وخاصة الاستخدام شبه المنهجي لأداة «ديال» للإضافة الاسمية، مع استثناءات نادرة. تلاحظ الدراسة أيضاً انتظامات في النماذج الاسمية وتغيرات نحوية-صرفية في كل من الجمل البسيطة والمركبة. يسلط التحليل فوق المقطعي الضوء على أهمية السرعة، والتنغيم، والنبر، والوقفات في الخطاب التجاري. علاوة على ذلك، يحدد البحث مصطلحات تقنية محددة لدى باعة المعدات الإلكترونية، مع مصطلحات مثل

« إي ساط/سينك », « جينيراسيون » أو « رام ». تكشف النتائج عن واقع متعدد الجوانب حيث تتعايش عناصر التوحيد اللغوي مع الحفاظ على السمات المميزة للتنوعات الإقليمية للعربية العامية المغربية. الكلمات المفتاحية: التنوع اللغوي، التجارة الإلكترونية، الخطاب، تلامس اللغات، علم اللغة الاجتماعي.

1. Introduction

Le e-commerce marocain, porté par une transformation numérique accélérée et une jeunesse fortement connectée, s'inscrit dans une trajectoire de croissance remarquable, avec une valorisation du marché projetée à 9,6 milliards de dirhams à l'horizon 2024⁽¹⁾. Cette croissance a engendré des changements dans les stratégies de vente et les discours publicitaires adoptés. Ce développement ne s'inscrit pas uniquement dans une dynamique économique, mais constitue également un terrain d'observation privilégié pour les mutations linguistiques et identitaires du pays. De ce fait, l'étude de la variation linguistique dans le discours des commerçants en ligne est devenue un sujet incontournable méritant une attention particulière, surtout qu'il est implanté dans un contexte plurilingue où plusieurs langues et dialectes coexistent et s'influencent.

Dans le contexte actuel de transformation du commerce électronique, plusieurs interrogations majeures émergent : le langage employé par les vendeurs en ligne marocains tend-il vers une standardisation, ou bien conserve-t-il les spécificités linguistiques propres à leurs régions d'origine ? Par ailleurs, quelles stratégies ces acteurs adoptent-ils pour gérer la diversité linguistique et culturelle du pays, et ainsi garantir une communication efficace avec une clientèle potentielle répartie sur l'ensemble du territoire marocain ?

À partir de ces questionnements, nous posons l'hypothèse suivante : les vendeurs en ligne privilégieraient une forme de discours unifiée, cherchant ainsi à maximiser leur audience et à s'adresser au plus grand nombre de clients possible, indépendamment de leur arrière-plan linguistique ou régional.

Dans le contexte du commerce électronique, cette variation linguistique s'exprime à travers plusieurs dimensions : des différences de prononciation (phonétique), des constructions grammaticales spécifiques (morphosyntaxe), l'emploi d'un lexique mêlant termes techniques et expressions locales, ainsi que des choix prosodiques marqués (intonation, rythme, accentuation). Ces variations témoignent de l'adaptation des vendeurs à la diversité de leur clientèle et aux exigences de la communication numérique.

Au niveau phonétique, on observe des modifications dans la prononciation de certains mots, influencées par les différentes langues en contact. Les changements morphosyntaxiques se manifestent par des structures grammaticales hybrides, mêlant des éléments de différentes langues. Le lexique du e-commerce marocain est particulièrement riche, intégrant des emprunts et des néologismes issus de diverses sources linguistiques.

Les aspects prosodiques, tels que l'intonation et le rythme, jouent également un rôle crucial dans cette variation linguistique vu leur importance. « Les phénomènes variables les plus saillants relèvent du phonique » (Gadet, 2007 : 63). Ils peuvent refléter des influences

(1) Information parue dans un rapport rendu public fin mars 2024 par le Centre Monétique Interbancaire (CMI).

culturelles et régionales, contribuant ainsi à la création d'un discours commercial unique et dynamique.

L'étude de ces variations linguistiques dans le contexte du e-commerce marocain offre un aperçu fascinant de l'évolution de la langue dans un environnement numérique et multiculturel. Elle met en lumière la façon dont les locuteurs adaptent et transforment leur langage pour répondre aux besoins spécifiques de ce secteur en constante évolution et toucher un grand nombre de potentiels clients.

2. Bref aperçu de la situation linguistique au Maroc

La situation linguistique au Maroc est d'une richesse impressionnante, façonnée par une histoire mouvementée et des influences culturelles variées. Comme l'explique Boukous (2021), le pays est marqué par une diversité linguistique où plusieurs langues et dialectes coexistent selon les contextes sociaux et les situations de communication.

Officiellement, le Maroc reconnaît deux langues : l'arabe standard et l'amazighe. Mais dans la réalité du quotidien, cette reconnaissance ne suffit pas à refléter la complexité linguistique du pays. L'arabe dialectal marocain, ou darija, joue un rôle central dans la communication de tous les jours, même s'il ne bénéficie ni d'un statut officiel ni d'une standardisation. Sa force vient de sa large adoption par la population, de son vocabulaire riche et varié, ainsi que de la culture dynamique qu'elle véhicule (Boukous, 2021 :120).

Plusieurs études marocaines soulignent que la darija est la langue véhiculaire par excellence dans les espaces urbains et ruraux, servant de pont entre les différentes communautés linguistiques du pays (El Aissati, 2002 ; Ennaji, 2005). Cette langue évolue constamment, intégrant des emprunts aux langues étrangères et adaptant son lexique aux innovations sociales et technologiques (Messaoudi, 2004).

La darija elle-même n'est pas homogène : elle varie selon les régions, avec des différences notables entre le parler jebli du Nord-Ouest, celui de l'Haouz, de Tadla-Ouerdigha, du Maroc central, des Zaër, de l'Oriental ou encore le hassani du Sud (Messaoudi, 2019 :59). Cette diversité dialectale témoigne de la richesse culturelle du pays, mais soulève aussi des questions sur les dynamiques sociolinguistiques en jeu. Des recherches menées par Ziamari et De Ruiter (2015) montrent que ces variétés dialectales sont porteuses d'identités régionales fortes et influencent les représentations sociales et les pratiques langagières, notamment chez les jeunes et dans les médias numériques.

A l'arabe marocain dialectal s'ajoute une langue vitale qu'est l'amazighe, langue autochtone du Maroc, qui connaît depuis la création de l'Institut Royal de la Culture Amazighe (IRCAM) en 2001 un processus de revitalisation et de standardisation. Selon Boukous (2012), l'amazighe est parlé sous plusieurs formes régionales (tachelhit, tamazight, tarifit), chacune ayant ses propres particularités phonétiques et lexicales. Des études de terrain (El Aissati : 2002 ; El Kirat El Allame : 2020) montrent que l'amazighe reste très vivant dans les régions rurales et montagneuses, et qu'il s'impose progressivement dans l'espace public, l'éducation et les médias, malgré les défis liés à la cohabitation avec l'arabe et le français.

À cette diversité interne s'ajoutent les langues héritées de l'époque coloniale, principalement le français et, dans une moindre mesure, l'espagnol. Ces langues conservent une place importante, notamment dans l'administration, l'enseignement supérieur et le commerce

international. Le français, selon Ennaji (2005), est considéré comme une langue de prestige et d'ascension sociale, bien qu'il soit de plus en plus concurrencé par l'anglais dans certains secteurs professionnels et universitaires (Zouhir : 2013). L'espagnol, quant à lui, reste surtout présent dans le nord du pays, notamment à Tanger et dans la région du Rif (Bentahila : 1983).

L'anglais commence à gagner de la place, malgré que sa position soit encore faible.

L'anglophonie constitue la face linguistique et culturelle de la domination impériale américaine à l'ère de la globalisation. Cet état de fait s'impose à l'échelle planétaire même si les autres phonies internationales comme l'hispanophonie, la francophonie, l'arabophonie et la lusophonie tentent de préserver leurs positions sur l'échiquier international des langues. La position de l'anglais sur le marché linguistique maghrébin reste encore faible, sans pour autant être négligeable (Boukous, 2012 : 35).

Cependant, des enquêtes récentes (El Kirat El Allame : 2020 ; Zouhir : 2013) montrent que l'anglais gagne du terrain dans l'enseignement supérieur, les médias, le secteur des nouvelles technologies et auprès de la jeunesse urbaine, qui le perçoit comme une langue d'ouverture et d'opportunités professionnelles.

En somme, la situation linguistique marocaine est caractérisée par une coexistence dynamique et parfois conflictuelle de plusieurs langues et variétés, chaque langue occupant des fonctions spécifiques selon les domaines d'usage, les régions et les groupes sociaux (Ennaji : 2005 ; Ziamari & De Ruiter : 2015). Cette pluralité constitue à la fois une richesse patrimoniale et un défi pour les politiques linguistiques, l'éducation et la cohésion nationale.

3. Considérations théoriques et méthodologiques

3.1. Cadre théorique

Cette étude s'inscrit dans un cadre théorique articulé autour de deux axes complémentaires. Premièrement, elle mobilise les concepts de la sociolinguistique, une discipline qui s'attache à analyser la manière dont les usages linguistiques sont façonnés par les structures et dynamiques sociales, ainsi que par les contextes culturels et identitaires dans lesquels ils s'inscrivent. Deuxièmement, elle s'appuie sur l'analyse du discours numérique, définie par Marie-Anne Paveau (2017 : 8) comme « l'ensemble des productions verbales élaborées en ligne ». Cette approche permet d'appréhender les spécificités des échanges linguistiques qui émergent dans les environnements numériques, caractérisés par leur multimodalité, leur instantanéité et leur interactivité.

Dans cette perspective, la recherche se propose d'explorer les particularités du discours numérique tel qu'il est produit par les vendeurs en ligne, en s'appuyant sur un corpus constitué principalement de vidéos collectées sur Internet, en accordant une attention spécifique aux aspects phonétiques, morphologiques, morphosyntaxiques et prosodiques.

L'objectif central est ainsi de mettre en lumière les pratiques linguistiques et discursives propres à ces acteurs du commerce électronique, à l'intersection des enjeux sociaux et des particularités des espaces numériques.

3.2. Aspects méthodologiques

La méthodologie retenue pour ce travail vise une analyse qualitative des données linguistiques recueillies. Le corpus est constitué d'une trentaine de vidéos téléchargées (vendeurs de PC : 08, Chaussures : 07, IPTV : 05, Détecteurs de métaux : 05, Autres : 05)

depuis différentes plateformes sur internet comme Facebook et Instagram. Cette approche permet d'observer les traits linguistiques spécifiques relatifs à l'arabe dialectal marocain dans ces contextes numériques, ainsi que les influences des paramètres extralinguistiques et technologiques sur ces pratiques langagières.

Cette méthodologie nous permettra d'explorer en profondeur la nature du discours du e-commerce au Maroc, en analysant les pratiques linguistiques des vendeurs en ligne, leurs choix lexicaux, syntaxiques et pragmatiques, ainsi que les stratégies discursives qu'ils adoptent pour atteindre leurs objectifs commerciaux.

Il est à noter que le choix des vidéos n'est pas aléatoire ; il repose sur une logique de diversité. En effet, nous avons sélectionné des vendeurs de différentes régions du Maroc, comme Fès, Casablanca, Marrakech et Nador, afin de comparer les variantes de l'arabe marocain utilisées dans leur discours. Cela permet à la fois d'analyser les différences dialectales et de mieux comprendre la richesse linguistique du pays. Cette approche garantit une représentation équilibrée des diverses formes de l'arabe marocain, ce qui nous permettra de consolider ou nier l'hypothèse formulée ci-après.

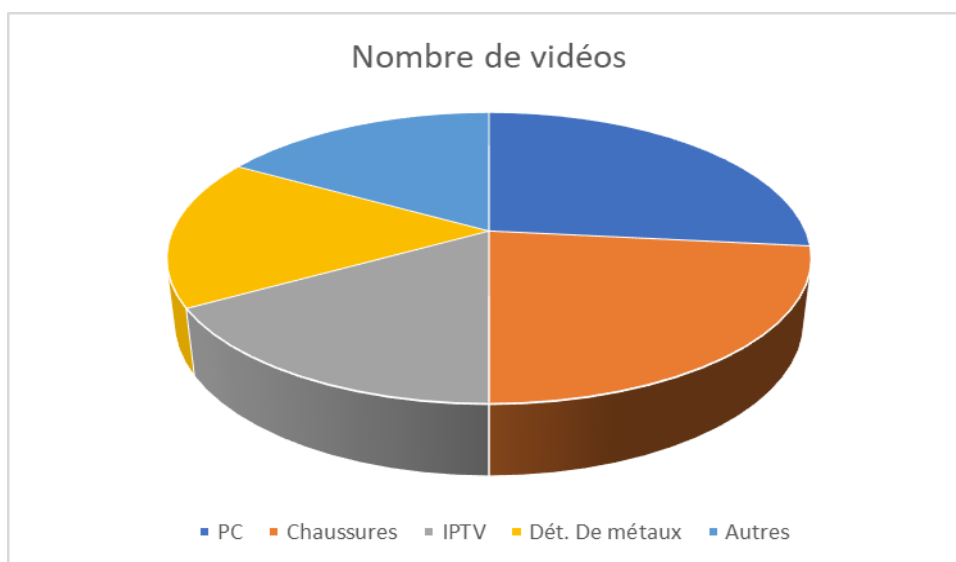


Figure 1 : diagramme en secteurs montrant la répartition des vidéos traitées

4. Étude de la variation linguistique dans le discours des e-commerçants au Maroc

Cette section propose une analyse approfondie des aspects phonétiques, morphologiques, morphosyntaxiques et prosodiques du discours des vendeurs en ligne. Elle met en lumière les particularités sonores, les constructions lexicales, les variations syntaxiques ainsi que les intonations et rythmes qui façonnent la perception du message. Cette étude révèle ainsi les stratégies linguistiques déployées pour s'adapter aux exigences spécifiques du contexte numérique et commercial marocain, illustrant la richesse et la complexité de cette communication.

4.1. Aspects phonétiques

Observations générales

L'analyse de la langue employée par l'ensemble des vendeurs en ligne sélectionnés pour cette recherche révèle que l'arabe marocain (darija) qu'ils utilisent se caractérise par des particularités phonétiques spécifiques. Ces particularités phonétiques ne sont pas le fruit du hasard : elles traduisent une volonté d'adapter la communication aux habitudes linguistiques de la clientèle locale, afin de créer une proximité et de renforcer la confiance :

- Absence totale des interdentaires *t* et *d* dans certaines variantes, notamment le parler jebli.
- Le phonème /q/ est généralement réalisé comme une vélaire occlusive sourde [q]. (Caubet : 2017)

- [mərʃuʃ məl qəddam b nwar⁽²⁾]
مرشوش مل قدام بنوار
Parsemé de noir du devant

Cependant, (Boukous : 2012) note une exception rare où /q/ est réalisé comme une vélaire occlusive sonore [g] :

- [ka ygulli]
كا يگول لي
Il me dit

- Absence d'affrication

Au cours de notre analyse, nous n'avons relevé aucun exemple d'affrication (production des affriquées palato-alvéolaire voisée [ǧ] et sourde [č]), un phénomène phonétique pourtant bien documenté dans les parlers jebli du nord du Maroc. Ce constat est particulièrement intéressant, car l'affrication constitue une caractéristique phonologique distinctive de ces parlers, où des phonèmes comme /k/ et /g/ subissent des transformations dans certains contextes linguistiques.

Explications possibles de l'absence de l'affrication dans les échantillons étudiés :

Contexte sociolinguistique :

L'absence d'affrication dans notre corpus pourrait être liée à la nature du discours étudié, notamment si celui-ci s'inscrit dans un registre plus formel ou standardisé. Les locuteurs jebli, comme d'autres communautés dialectales, tendent à adapter leur prononciation en fonction de leur interlocuteur ou du contexte, en évitant les traits régionaux marqués lorsqu'ils s'adressent à un public plus large ou urbain.

Influence des médias et de l'arabe marocain urbain : les interactions modernes, notamment dans des contextes numériques ou commerciaux, sont souvent influencées par des variétés urbaines de l'arabe marocain (darija), qui n'intègrent pas systématiquement l'affrication. Cela pourrait expliquer pourquoi cette caractéristique régionale ne se manifeste pas dans le discours analysé.

(2) Il est à noter que tout au long de ce travail nous n'avons pas insisté sur la longueur vocalique vu qu'elle n'a pas de valeur distinctive forte.

5. Aspects morphologiques

5.1.1. Morphologie nominale

- [ka tʃani mən kətrət luqif]

كا تعاني من كثرة لوقيف

Vous souffrez de vous tenir debout pour longtemps.

Généralement, la majorité des locuteurs marocains recourent à l'emploi du nom [wquf] au lieu de [wqif] qui a subi un changement au niveau de sa morphologie en substituant le phonème /u/ par /i/.

- [wa mnadəm ʔana rah servur dyali]

وا منادم أنا راه السيرفور دياالي

Ô fils d'Adam, moi, le serveur m'appartient.

Il s'agit ici d'un exemple unique où le phonème /b/ du nom [bnadəm] est prononcé [m]. Cette variation résulte de la nasalisation du son [b] causée par sa proximité avec le son [n]. (Heath, 2002 : 177)

L'annexion nominale est assurée par l'emploi, dans la majorité des cas relevés, de la particule *dyal* (l'expression du complément du nom)

Ce constat est affirmé par Benhallam (2011) qui affirme que la particule [dyal] est fréquemment utilisée pour l'annexion nominale :

- [fih myat-alf dyal l-qanawat]

فيه مية ألف ديال القنوات

Il contient cent mille chaînes de television

La forme réduite [d] n'est attestée dans ce corpus qu'une seule fois⁽³⁾ par le même énonciateur du dernier exemple :

- [ʃəʃrin-alf d l-qanawat]

عشرين ألف د القنوات

Vingt mille chaînes de télévision.

Cette diversité d'usages linguistiques varie en fonction du contexte et des interlocuteurs, comme le souligne Gadet.

Dans toutes les langues à ce qu'il semble, les productions s'avèrent en effet sensibles au type d'activité qui se déroule (enjeux de l'échange, situation matérielle, sujet traité, médium), et aux protagonistes (interlocuteurs, présence ou non d'un public, relations entre les locuteurs, degré de formalité). Toutes les langues connaissent ainsi un usages linguistiques diversifiés, reflétés dans l'usage d'un locuteur unique. (Gadet, 2007 : 137)

(3) L'utilisation de cette particule requiert une étude approfondie pour en comprendre la motivation. Elle est observée ici chez un même locuteur, mais elle apparaît également chez d'autres vendeurs dans notre corpus.

5.1.2. Morphologie verbale

Il convient de préciser que cette partie de l'étude vise à analyser de manière systématique les phénomènes morphologiques exceptionnels qui apparaissent dans le discours des professionnels marocains de l'e-commerce. Plus précisément, il s'agit d'identifier, de décrire et de catégoriser les formes linguistiques atypiques ou innovantes qui émergent dans leur manière de structurer les mots et les phrases en arabe marocain. L'objectif visé à travers cette partie est double :

✓ Identifier les écarts par rapport aux normes linguistiques attendues⁽⁴⁾.

✓ Évaluer leur rôle comme marqueurs de variation linguistique, révélateurs de dynamiques sociolinguistiques propres à ce contexte professionnel numérique.

- [ʔana myad-dərħəm barakat ʕliyya]

أنا ميا درهم بركات عليا

Moi, 100 dirhams me suffisent

Dans cet exemple, la forme verbale *baraka-t* illustre un phénomène morphologique exceptionnel par l'ajout du morphème *-t*, absent dans l'usage standard de l'arabe marocain. Alors que la majorité des locuteurs emploient la forme canonique *baraka* (باركا, « assez ! »), cette variante *baraka-t* témoigne d'une adaptation stratégique dont l'analyse révèle des mécanismes linguistiques et pragmatiques complexes.

Cet ajustement pourrait répondre à une influence de l'arabe standard : En arabe classique, les verbes à la 2^e pers. féminin ou 1^{re} pers. prennent un *-t* final (ex. *katab-t*, « j'ai écrit »), ce qui pourrait inspirer une hybridation inconsciente.

5.1.3. Morphologie adverbiale

Nous avons identifié un exemple où un vendeur originaire de la région de Casablanca utilise l'adverbe [hukk] dans son discours. Cet usage met en évidence un phénomène linguistique remarquable lié à la variation dialectale en arabe marocain. Contrairement aux formes plus répandues telles que [hakda] et [hakka], cette variante, moins courante, reflète une adaptation linguistique spécifique. Elle illustre comment les vendeurs en ligne mobilisent des expressions régionales pour s'adapter aux besoins de leur audience tout en affirmant leur identité locale.

Ce choix linguistique, constituant un choix pragmatique ayant des conséquences sur la capacité de convaincre les clients, met en lumière l'importance cruciale d'étudier les variations langagières observées dans le cadre des interactions commerciales modernes, notamment celles qui se déploient sur les plateformes numériques. En effet, ces variations ne sont pas de simples écarts ou anomalies, mais constituent des manifestations stratégiques de la langue, soigneusement adaptées aux exigences spécifiques du contexte digital. Elles reflètent ainsi des méthodes de communication pensées pour capter l'attention, faciliter la compréhension rapide et instaurer une relation de confiance avec une clientèle souvent jeune, connectée et diversifiée.

Par ailleurs, ces variations linguistiques traduisent également des dynamiques identitaires fortes, propres au marché régional marocain.

(4) Ici il s'agit de l'arabe dialectal plus ou moins conventionnel.

- [yəmkən dirlu hukku u yəmkən dirlu hukku]
يمكن ديلو هك ويمكن ديلو هك
Vous pouvez l'utiliser ainsi comme vous pouvez l'utiliser à l'inverse.

5.2. Aspects morphosyntaxiques

5.2.1. Variation au niveau de la phrase simple :

Ce chapitre porte sur les modifications structurelles observées dans les phrases simples utilisées par les vendeurs dans leurs échanges commerciaux. Nous étudierons comment ces locuteurs adaptent et transgressent les règles syntaxiques traditionnelles de l'arabe pour créer un discours plus fluide, dynamique et adapté à leur contexte communicationnel.

- [rah kayəxdəm ʕla təlfaza smart l-ʔandrwid ʔevəbokʃ risiptur fih likstɾim...]
راه كايجدم على تلفازا سمارت لاندرويد تيفيبوكس رسيپتور فيه ليكستريم
Il fonctionne sur la smart tv l'android tv box récepteur contenant l'xtream.
- [ka θərəsslu s-sumila ka tqəššər]
كا تهرسلو السميلة كا تقشر
Sa semelle se casse, s'écaille.

Dans ces deux exemples, les vendeurs modifient audacieusement la structure phrastique arabe en omettant la conjonction de coordination [w] ('et'). Cette suppression volontaire génère un flux informationnel continu, typique des échanges commerciaux dynamiques. Par exemple, la première phrase aurait dû être [rah ka-yəxdəm ʕla təlfaza smart w l-ʔandrwid w ʔevəbokʃ w risiptur fih likstɾim], et la deuxième [ka θərəss-lu s-sumila w ka tqəššər]. Cette technique permet d'éviter la lourdeur des répétitions grammaticales.

- [š-šənnəqa žəbt lihum ma yəbqaš]
الشناقة جبت ليهم ميبقاش
Les intermédiaires, je leur ai apporté ne reste pas.

Dans cet exemple, le défi rencontré est la place occupée par le verbe « ma yəbqaš ». Quel est son rôle dans la phrase ? Qu'est ce qui ne restera pas ? Ou qui est-ce qui ne restera pas ?

L'examen rationnel de cet exemple permet d'écarter l'hypothèse selon laquelle les intermédiaires disparaîtraient, puisqu'ils ont toujours existé et continueront d'exister. L'explication attendue et la réponse aux interrogations soulevées résident dans la partie du discours qui suit le verbe, dans l'énonciation du vendeur. En réalité, ce n'est pas la présence des intermédiaires qui est remise en cause, mais bien la permanence de la promotion : [š-šənnəqa žəbt lih-um ma yəbqaš l pɾomo l ʔawwal fi l-ʔalam xəmsin dərhəm] (« Les intermédiaires, je vous ai apporté la première promotion au monde. Cinquante dirhams. »). Autrement dit, le vendeur insiste sur le caractère exceptionnel et limité de l'offre promotionnelle, tout en maintenant le rôle des intermédiaires dans le processus commercial.

Nous pouvons dire ici que le locuteur a perturbé l'ordre des constituants dans sa phrase tout en séparant le verbe « j'ai apporté » de son complément « la première promotion dans le monde entier » par le verbe « ma yəbqaš » qui aurait dû être placé après le complément sous forme d'une relative, comme « lli ma ɣəyəbqaš ».

5.2.2. Variation au niveau de la phrase complexe

Ce chapitre explore les transformations syntaxiques opérées dans les phrases complexes par les vendeurs au cours de leurs interactions commerciales. Il met en lumière leur aptitude à restructurer subtilement ces phrases afin de rendre leur discours plus clair, concis et adapté à la rapidité des échanges.

- [wila bgiti mʃah l-ʔaflam u l-musəlsalat rah myad-dərħəm l-lʃam]
ويلا بغيّتي معاه الأفلام والمسلسلات راه ميادهم العام
Et si vous voulez les films et les séries en plus 100 dirhams l'année.
Au lieu de : et si vous voulez... vous payerez 100 dh l'an.
- [ʔila ma žaš qəddək flusək f žibək]
إلا ما جاش قَدْكَ فلوسك ف جيبيك
S'il ne vous va pas votre argent dans votre poche.
Au lieu de : s'il ne vous va pas, vous garderez votre argent dans votre poche.

En analysant attentivement la manière dont les vendeurs s'expriment dans les exemples précédemment évoqués, un aspect intéressant se dégage : leur capacité à jouer avec la structure des phrases complexes. En effet, ils utilisent des variations syntaxiques habiles qui leur permettent de simplifier et de clarifier leur discours. Cette stratégie n'est pas anodine : elle répond à un besoin essentiel dans le cadre d'une communication commerciale, où chaque mot compte et où le temps est souvent limité.

En optant pour des constructions syntaxiques plus fluides ou en fragmentant des phrases longues en segments plus digestes, les vendeurs parviennent à rendre leur message non seulement plus accessible, mais aussi plus percutant. Cela leur permet de transmettre leurs idées de manière concise, sans perdre en clarté ni en impact. Cette approche est particulièrement efficace lorsqu'ils s'adressent à une audience qui peut être pressée ou distraite, comme c'est souvent le cas dans un contexte d'échange commercial.

La simplification syntaxique adoptée ne signifie pas une perte de richesse dans le contenu, mais plutôt une adaptation intelligente au besoin de capter rapidement l'attention et de maintenir l'intérêt de leur interlocuteur. En somme, cette maîtrise des variations syntaxiques devient un véritable outil stratégique pour établir une communication fluide et engageante.

Ainsi, cette démarche n'est pas qu'un simple choix stylistique : elle reflète une compréhension fine des mécanismes de communication humaine. Elle montre que les vendeurs savent s'adapter à leur public et à la situation pour maximiser l'efficacité de leurs échanges.

5.3. Variation et suprasegmental

Il convient de signaler que l'analyse approfondie de ce type de variation ne constitue pas l'objectif principal de la présente étude. Nous avons ainsi choisi de limiter notre propos à la présentation de quelques exemples jugés particulièrement significatifs et représentatifs. Ces illustrations, sélectionnées pour leur capacité à mettre en lumière les phénomènes observés, permettront néanmoins d'esquisser les grandes lignes de la variation en question, sans pour autant prétendre à l'exhaustivité. Cette démarche vise avant tout à fournir au lecteur des repères concrets et à étayer notre réflexion, tout en reconnaissant les limites inhérentes à notre approche.

Dans cette partie, nous nous concentrons sur tout ce qui relève de l'au-delà du segmental, la prosodie. « Le rôle linguistique de l'intonation et plus largement de toute la prosodie

(accentuation, pauses, mélodie), est primordiale dans les processus de perception » (Îlhami Sigirci, 2004 : 182). Il faut préciser que l'étude de ce type de discours ne peut être réalisé en niant le rôle du suprasegmental. Dans ce sens, Îlhami note que « dans la parole continue, que ce soit sur le plan de la production ou de la perception, les différents phénomènes segmentaux et prosodiques sont intimement liés »⁽⁵⁾.

5.3.1. Énoncés à débit rapide :

- [fih l-āprāṭ diẓīṭal fih l-fays ʔay di lekrā dyal-u ʔaktīl rezolisyō ful ʔeč di klavyi rēṭro ʔekleṛe]
فيه لومبرانت ديجيڤال فيه الفيس أي دي ليكرون ديالو طاكتيل ريزوليسيون ديالو فول اش دي كلافيي ريطرو ايكليري
Il contient les fonctionnalités de la reconnaissance par empreinte digitale, reconnaissance faciale, écran tactile, résolution full-hd, clavier rétroéclairé.
L'exemple analysé, qui s'inscrit dans une dynamique récurrente au sein du corpus examiné, se distingue par une cadence d'élocution particulièrement soutenue. Ce trait prosodique, loin d'être anodin, revêt une importance notable dans la mesure où il s'inscrit au cœur des stratégies discursives mobilisées par les vendeurs en ligne. En effet, la rapidité du débit de parole apparaît comme un choix communicationnel délibéré, visant à optimiser la transmission d'informations dans un laps de temps restreint, ce qui s'avère particulièrement pertinent dans le contexte du commerce numérique, où l'attention des clients est constamment sollicitée et souvent éphémère.

Justification du débit rapide

Le choix d'un débit accéléré dans la communication orale des vendeurs en ligne s'explique avant tout par la nature même du contenu à transmettre, à savoir l'énumération des spécificités techniques du produit proposé à la vente. Ce mode d'énonciation, loin d'être anodin, répond à des impératifs stratégiques propres au contexte du commerce électronique et présente plusieurs avantages notables.

La rapidité d'énonciation dans le discours commercial sert à mettre en valeur le produit en suggérant une abondance de caractéristiques positives, tout en créant une impression de dynamisme et de modernité. Ce débit rapide stimule également l'attention de l'auditeur, pouvant provoquer un effet de surprise ou d'urgence qui incite à une écoute plus active. Ainsi, cette technique joue un double rôle stratégique : elle valorise le produit en soulignant sa richesse fonctionnelle et maintient l'attention du client potentiel focalisée sur le message commercial.

Cette approche reflète une adaptation du discours aux contraintes du format publicitaire, où l'efficacité de la communication est primordiale dans un temps souvent limité.

5.3.2. Accentuation et pauses

- [ʔaḥsan ʕarḍ f l-məğrib /// ʕammər ši waḥəd ʕtak /// ʔi sək /// wityam ʒenerasyō /// səṭṭaš f r-ram ... b ʔalf-ayn /// u təsʕmya /// u təsʕud u təsʕin dərḥəm]

Dans cet exemple, nous avons mis en évidence les segments accentués en les marquant en gras, afin d'illustrer de manière claire et visuelle les schémas d'accentuation employés par le locuteur. Ce procédé méthodologique facilite l'identification des temps forts du discours, c'est-à-dire des moments où l'intonation, l'intensité ou la durée des sons sont modifiées pour attirer l'attention de l'auditeur sur certains éléments. En procédant ainsi, nous pouvons non seulement

(5) Ibid.

observer la répartition des accents au sein de l'énoncé, mais aussi analyser leur fonction communicative. Cette approche analytique nous permet de dégager deux stratégies principales d'accentuation :

Le locuteur structure son discours en mettant l'accent sur le segment initial de chaque énoncé. Pour faciliter la compréhension, nous avons délimité ces énoncés par des barres obliques. Cette technique d'accentuation sert à capter l'attention de l'auditeur, structurer clairement le message et renforcer l'impact de chaque nouvelle information.

Une accentuation particulière est appliquée au prix du produit, visant à attirer l'attention des clients potentiels. Le vendeur met l'accent sur les premières syllabes des chiffres composant le prix (**ʔa-**, **təs-**). Cette stratégie a pour objectifs de mettre en valeur l'aspect financier de l'offre, faciliter la mémorisation du prix et créer un effet d'attraction auditive sur cet élément clé.

Cette double approche d'accentuation reflète une stratégie de communication orale élaborée, adaptée au contexte commercial et visant à maximiser l'impact du message sur les auditeurs.

En ce qui concerne les pauses, nous avons analysé le même exemple étudié dans l'accentuation puisqu'il est pertinent et très illustrant. Les pauses prosodiques dans cet énoncé⁽⁶⁾ commercial, indiquées par des barres obliques (///), jouent un rôle essentiel dans la structuration et l'efficacité communicative du message. En effet, elles assurent la structuration du discours en marquant les différentes sections du message. Par exemple, après [ʔaḥsan ʕarḍ f l-məgrib ///], la pause met en avant l'idée principale (la meilleure offre au Maroc) avant de passer aux détails. En outre, ces pauses sont utilisées pour souligner les éléments essentiels, comme le prix ou les caractéristiques du produit, comme dans : [b ʔalf-ayn /// u təsʕmya /// u təsʕud u təsʕin dərhəm] qui met en relief le coût précis pour attirer l'attention.

Bref, les pauses prosodiques observées dans ce discours ne relèvent pas du hasard : elles sont délibérément insérées à des moments précis afin d'optimiser la portée du message. Ces pauses jouent un rôle fondamental dans l'organisation du propos, puisqu'elles permettent de segmenter le discours, de mettre en valeur les informations essentielles et de guider l'attention de l'auditoire vers les points clés. En marquant des temps d'arrêt stratégiques, le locuteur facilite la compréhension et la mémorisation des arguments présentés, tout en rendant son discours plus rythmé et plus percutant. Cette gestion maîtrisée des silences contribue également à renforcer l'efficacité persuasive du message, car elle laisse à l'auditeur le temps d'assimiler les informations importantes et d'être davantage réceptif à l'argumentation. Ainsi, l'utilisation réfléchie des pauses prosodiques s'inscrit pleinement dans une stratégie de communication visant à capter, structurer et influencer l'auditoire de manière optimale.

5.4. Quelques précisions sur l'usage des technolectes

Le technolecte employé par les vendeurs en ligne spécialisés dans le matériel informatique désigne l'ensemble des usages lexicaux et discursifs propres à ce domaine d'activité. Selon la définition de Claude Hagège, reprise par plusieurs travaux sur le sujet⁽⁷⁾, le technolecte ne se limite pas à un simple jargon ou à une terminologie spécialisée : il englobe à la fois le vocabulaire savant, les lexies complexes, les expressions idiomatiques et les structures

(6) Il est à noter que le discours n'a subi aucun montage et que les pauses sont naturelles.

(7) Exemple de Messaoudi Leila (2004)

discursives caractéristiques du secteur. Il s'agit d'un « savoir-dire » qui permet de verbaliser, par tout procédé linguistique adéquat, le savoir et le savoir-faire technique liés à l'informatique, aussi bien à l'oral qu'à l'écrit.

Exemples de technolèctes communs entre tous les vendeurs de PC portables :

[ʔi saɾ / sæk]	إي ساط سانك	I7, I5
[ženerasyõ]	جينيراسيون	Génération
[r-ram]	الرام	RAM
[disk dur]	ديسك دير	Disque dur
[prosesur]	بروسيسور	Processeur
[ʔekrã / ʔaktıl]	إيكرن طاكثيل	Écran tactile

6. Conclusion

Cette étude sur les caractéristiques linguistiques du discours des vendeurs en ligne au Maroc nous plonge dans un univers fascinant où la dynamique linguistique joue un rôle central dans le contexte du commerce électronique. Elle met en lumière une coexistence complexe entre des éléments d'uniformisation linguistique et de préservation des traits caractéristiques des variétés régionales de l'arabe marocain.

Le discours des vendeurs en ligne au Maroc reflète une réalité nuancée où les variations phonétiques, morphologiques, morphosyntaxiques et suprasegmentales sont cruciales. Au niveau phonétique, l'absence totale des interdentaires et des affriquées, ainsi que la prononciation du phonème /q/ comme une vélaire occlusive sourde [q], sont des caractéristiques distinctes qui donnent une identité unique à chaque région. Morphologiquement, l'utilisation quasi-systématique de la particule *dyal* pour l'annexion nominale est notable, avec des variations régionales observées dans les paradigmes nominaux. Ces variations ne sont pas seulement des particularités linguistiques, mais elles reflètent également la richesse culturelle du pays.

Les vendeurs en ligne recourent à des procédés discursifs particulièrement performants pour attirer l'attention de leur clientèle et mettre en valeur leurs offres. Parmi ces procédés, on observe fréquemment l'utilisation d'un débit de parole soutenu ainsi que d'une accentuation ciblée de certains segments du discours. Le débit rapide permet de transmettre efficacement une grande quantité d'informations en peu de temps, ce qui correspond aux attentes d'un public habitué à la consommation rapide de contenus numériques (Boula de Mareuil & Adda-Decker : 2002). Cette dynamique crée également une impression de maîtrise et de professionnalisme, éléments essentiels dans la construction de la confiance avec le client. Ces stratégies discursives ne relèvent pas uniquement de techniques de vente : elles témoignent d'une véritable compétence communicationnelle, adaptée à la diversité culturelle et linguistique du marché.

La présence d'un technolècte spécifique chez les vendeurs de matériel informatique, avec des termes comme [ʔi saɾ/sæk], [ženerasyõ] ou [r-ram], reflète l'adaptation du langage aux besoins du commerce numérique. Les vendeurs gèrent les différences linguistiques et culturelles en adoptant des stratégies discursives qui équilibrent l'efficacité communicative avec l'authenticité culturelle et linguistique. Cela montre comment la technologie peut être un vecteur de créativité linguistique tout en respectant les particularités régionales.

Cette étude souligne l'importance de considérer le contexte sociolinguistique du Maroc, où plusieurs langues et dialectes coexistent. La diversité linguistique est à la fois un défi et une opportunité pour les vendeurs en ligne, qui doivent naviguer entre uniformisation et préservation des traits régionaux pour atteindre un large public. En somme, cette recherche offre une vision complète de la complexité linguistique du discours commercial en ligne au Maroc, mettant en évidence les stratégies linguistiques et culturelles utilisées par les vendeurs pour réussir dans un environnement numérique multiculturel en constante évolution.

En somme, cette recherche met en évidence que la communication des vendeurs en ligne marocains oscille entre deux pôles : d'une part, une tendance à l'homogénéisation du langage, dictée par les impératifs du commerce digital et la nécessité de s'adresser à un public large ; d'autre part, la persistance et l'utilisation stratégique des dialectes régionaux. Bien que la standardisation linguistique s'impose comme norme dominante pour garantir l'efficacité et la clarté des échanges sur les plateformes numériques, de nombreux vendeurs continuent d'intégrer des variantes dialectales dans leur discours. Ce choix leur permet non seulement d'affirmer leur authenticité et de se démarquer de la concurrence, mais aussi de maintenir un lien fort avec leur identité culturelle et leurs origines locales.

Cette coexistence entre uniformisation et diversité linguistique illustre la complexité et la richesse du paysage sociolinguistique marocain. Elle rappelle combien il est essentiel, dans toute étude du discours commercial en ligne, de prendre en compte ces dynamiques multiples qui façonnent à la fois la forme et le fond de la communication professionnelle au Maroc.

Annexe I

6.1. Maiza store

[læxxəʃt likum žamiʃ l-ʔiʃarat dyaɪ l-ʃuʔor lli ʔəlʃu likum ʃla qbəl l-ʃid ʃʔeni had l-pak b had l-xəmsa d l-ʃuʔor w b had taman l-li huwa mya w təsʃud w ʃəʃrin w ʃəʃra b myatayən dərhəm nəthəddak nta wəlla nti tʒib liyya had l-ʃard w səwwlu z-zubana? l-li faytin waxdin m ʃəddna wəlla l-mustaʃan]

لخصت ليكوم جميع الإشارات ديال العطور اللي طلعو ليكوم على قبل العيد عطيني هاد الباك بحاد الخمسة د العطور وبحاد التمن اللي هو مية وتسعود وعشرين وعشرة بمياتين درهم نتحداك ننا ولا نتي تجيب ليّا هاد العرض وسولو الزبناء اللي فايئين واخذين معدنا، والله المستعان.

Je vous ai résumé toutes les publicités des parfums qui vous sont apparues concernant l'Aïd (*la Fête de cessation du jeûne*). Donnez-moi ce pack avec ces cinq parfums et à ce prix qui est de cent vingt-neuf dirhams et dix pour deux cents dirhams. Je te défie, toi ou toi (*masculin ou féminin*), de me trouver cette offre. Demandez aux clients qui ont déjà acheté de chez nous. Et Dieu est celui qui aide.

6.2. Bismail Shop

[Bismaʃil li l-ʔaḥdiya ʔ-ʔəbiyya wəffrat lik ḥida? ʔebbi muriḥ ka-ytwəffər ʃla ʃəʃra dyaɪ nuqat dyaɪ tadlik ka-txallik ʔəss b masaʃ dyaɪ r-rəʒlin b ʃəʃra d l-ʔaʃabiʃ wənta ka-tməʃša s-sumila ʃḥiḥa ma ka-tzallaqš u ma ka-tharrəšš u b-ʔabiʃt l-ḥal ʒəld ʔaʃli mya f l-mya u ma ka-ydəxxəʃ l-ma l-ḥida? xʃif bəzzaf baš yxəllik mərtah n-nhar kaməl dəwwəz ʔalabiyya dyaɪək daba w ma txəlləss ta twəʃlək]

بسماعيل (إسم المتجر) للأحذية الطبية وفرت ليك حذاء طبي مريح كي يتوفر على عشر نقاط ديال التدليك كتخليك تحس بمساج ديال الرجلين بعشرا د الأصابع وأنت كتمشا السوملا صحية ما كتزلاقش وما كتهرشش وبطبيعة الحال جلد أصلي ميا في الميا وما كيدخلش الماء خفيف بزاف باش يخليك مرتاح النهار كامل. دوز الطلية ديالك دابا وما تخلص تا توصلك.

Bismail (*Nom de la boutique sur Facebook*) pour les chaussures médicales vous a fourni une paire de chaussures médicale confortable, contenant dix point de massage pour vos pieds, vous

offrant un massage en marchant. Une robuste semelle qui ne ni glisse ni se casse, et bien sûr un cuir authentique cent pour cent, imperméable et trop léger pour que vous soyez à votre aise toute durant la journée. Passez votre commande maintenant et ne payez que lorsque vous serez servi.

6.3. Mr Détecteur

[ʃəndək l-budʒe ma bin ʔəbʃ-alaf ta l-səbʃ-alaf w xəms-mya dərħəm u bğiti žihaz l-li t-ynasbək u ykun fəʃʃal mərħba ʃəndi lik l-ħall hada huwwa l-ħall vākwīš xəms-mya w ʔəbʃin pro pak mən šarikat miniłab təlt snin dyal ɖ-ɖaman u ma-tənsawš ħna huma ʔakbaʔ muwəzzīʃin dyal had l-ʔažhiza f l-məğrib kaməl ttaşlu bina ʃla r-raqm l-li ta yban ʃəl vidyu l tṭalab u l ħažz dyal l žihaz]

عندك البيدجي ما بين رباعلاف وسبعالاف وخمسميا درهم وبغيتي جهاز اللي تايناسبك ويكون فعال عندي ليك الحل. هذا هو الحل لفانكويش خمسميا وربعين برو باك من شركة مينيلاب تلت سنين ديال الضمان وما تنساوش حنا هوما أكبر موزعين ديال هاد الأجهزة فالمغرب كامل تاصلو بينا على الرقم اللي تايبان عل فيديو للطلب والحجز ديال الجهاز.

Vous avez un budget entre quatre mille et sept mille cinqcent dirhams et vous cherchez un appareil (*détecteur de métaux*) qui vous convient et qui soit efficace. Vous êtes le bienvenu. J'ai ce que vous cherchez. Voici la solution : Vanquish 540 Pro Pack de la société Minelab. Trois ans de garantie. Et n'oubliez pas que nous sommes les plus grands distributeurs de cette marque dans tout le Maroc. Appelez-nous sur le numéro figurant dans cette vidéo pour la demande et la réservation de votre appareil.

6.4. Mr Détecteur

[salamu ʃalikum wa ʔaħmatu lłah mʃakum ʔamin mən šarikat musju deʔektur faʔʃ mərəkəš li bayʃ ʔažhizat kašf l maʃadin gaʃ li mark ħaliyyan mətəwəffin swa l miniłab gaʔet nokta l ʔikspi l kwəst le deʔektur d sekurite ta huma mətəwəffin lezaksəwaʔ le kaž du disk le disk le pin pwəʔər l-li xəşşatu ši ħaža yətwəşşəl mʃana ʃəll ħatif wəla ʃəll whatsapp]

سلام عليكم ورحمة الله معاكم أمين من شركة موسيو دتكتور فرع مراكش لبيع أجهزة كشف المعادن كاع ليمارك حاليا متوفرين سوا المنيلاب كاريط نوكطة ليكسي لكويست لديطكتور د سيكوريي تاهوما متوفرين لزاكسيسوار لكاج دو ديسك لديسك ليين بويتر اللي خصاتو شي حاجة يتواصل معنا عل الهاتف أو عل الواتساب.

Salut à vous et que la miséricorde de Dieu soit avec vous. Amine de la société M. Détecteur, succursale de Marrakech, pour la vente d'appareils de détection des métaux. Tous les produits de la marque sont actuellement disponibles que ce soit Minelab, Garrett, Nokta, Xp, Quest. Même les détecteurs de sécurité sont aussi disponibles. Les accessoires, les cages de disques, les disques et les pin pointers. Si vous voulez n'importe quel produit, n'hésitez pas à nous contacter sur notre numéro de téléphone ou sur Whatsapp.

6.5. Dino 360

[š-šənnəqa žəbt lihum ma yəbqaš l promo l ʔawwal fi l-ʔalam xəmsin dərħəm gənʃtek ʔam tṛwa ʔi u nəʃtek likstrim f laplikasjō l-li bğiti ma fihš l muslsalat u mafihš l ʔaflam fih ġi l qanawat ʃla ħsab l kura w dakšši d-duwal dyal l ʃalam u ma mʃahš laktivasjō xas tkun ʃəndək nta laktivasjō xəmsin dərħəm l ʃam wila bğti ti žuž b myad-dərħəm u tṭərrəʃ liyya mʃa rassək w l muddat sana...servur fih laktivasjō illimit]

الشناقة جيت ليهم مايقاش البرومو الأول فالعالم خمسين درهم غانعطيك أم طروا إي ونعطيك ليكستريم فلايليكاسيون اللي بغيتي ما فيهش المسلسلات وما فيهش الأفلام غي القنوات على حساب الكورة وداكشي د الدول ديال العالم وما معاهاش لاكتيفاسيون تكون عندك نتا لاكتيفاسيون خمسين درهم للعام ويلا بغيتي جوج بميادرهم تبرع ليا مع راسك ولمدة سنة... سيرفور فيه لاكتيفاسيون إيلليميط.

Les intermédiaires, je vous ai apporté la première promotion dans le monde entier. Cinquante dirhams, je vous donnerai une ligne M3U et un code Xstream pour l'application qui vous convient. Ce service ne contient pas les séries et les films. Il ne contient que les chaines de télévision pour que vous suiviez vos matchs de football et les chaines des pays du monde. Vous

devez avoir l'application activée puisqu'il l'activation ne fait pas partie de cette offre. Je rappelle que c'est cinquante dirham l'an et si vous en voulez deux c'est à cent dirhams. Réjouissez-vous pendant un an entier... le serveur contient une activation illimitée de l'application.

7. Annexe II

Tableau des caractères spéciaux adoptés dans ce travail

VOYELLES			
Symbole	Description	Équivalent en API	Observations
ə	Voyelle centrale arrondie, mi-fermée	ə	Schwa
a	Voyelle centrale, mi-basse / mi-ouverte, écartée, orale	a	Voyelle pleine
i	Voyelle antérieure, haute / fermée, écartée, orale	i	Voyelle pleine
u	Voyelle postérieure, haute / fermée, arrondie, orale	u	Voyelle pleine
Système de transcription utilisé	Équivalent en API	Propriétés articulatoires	
y	J	Palatale (semi-consonne).	
w	W	Labiale	
Système de transcription utilisé	API	Propriétés articulatoires	
b	B	Bilabiale, occlusive, sonore. Elle peut être emphatisée.	
d	D	Occlusive apico-alvéolaire sonore.	
ḍ	Ḍ	Constrictive apico-dentale sonore.	
f	F	Constrictive labio-dentale sourde.	
h	H	Constrictive laryngale.	
ḥ	H	Constrictive pharyngale sourde.	
k	K	Post-palatale, occlusive, sourde.	
l	L	Alvéolaire, liquide, orale.	

m	M	Bilabiale, liquide, nasale.
n	N	Dentale, liquide, nasale.
q	Q	Uvulaire, occlusive sourde.
r	R	Alvéolaire, liquide, orale.
s	S	Alvéolaire, fricative, sourde.
ʂ	sʂ	Constrictive alvéolaire sourde pharyngalisée.
ɖ	ɖʂ	Occlusive apico-alvéolaire sonore pharyngalisée.
ʃ	ʃ	Pré-palatale, fricative, sourde.
č	tʃ	Affriquée palato-alvéolaire sourde
ɣ	ɣ	Vélaire, fricative, sonore.
t	t	Occlusive post-alvéolaire sourde.
x	χ	Constrictive uvulaire sourde.
z	z	Constrictive alvéolaire sonore.
ʒ	ʒ	Constrictive palato-alvéolaire sonore.
ǰ	dʒ	Affriquée palato-alvéolaire voisée.
ʕ	ʕ	Constrictive, pharyngale, sonore.
ʔ	ʔ	Laryngale, occlusive.
g	G	Post-palatale, occlusive, sonore.

8. Bibliographie

- BENHALLAM, Mohammed (2011): «Aspects of Moroccan Arabic syllable structure», In M. Ettobi & R. Kailani (Eds.), *Language, Literature and Culture in a Multicultural Society*, Rabat: Faculty of Letters and Human Sciences, pp. 1-16.
- BENTAHILA, Abdelâli (1983): *Language Attitudes among Arabic-French Bilinguals in Morocco*. Clevedon, Avon, England: Multilingual Matters.
- BOUKOUS, Ahmed (2021) : « Langues, utopies et idéologies : le cas du Maroc », *Circula*, (13-14), pp. 119–134. <https://doi.org/10.17118/11143/19255>
- BOUKOUS, Ahmed (2012) : *Revitalisation de la langue amazighe : défis, enjeux et stratégies*, Rabat, IRCAM.
- BOULA DE MAREÛIL, Philippe & ADDA-DECKER, Martine (2002): «Studying pronunciation variants in French by using alignment techniques», In *Proceedings of the Seventh International Conference on Spoken Language Processing (ICSLP 2002)*, Denver, Colorado, pp. 2273-2276.
- CAUBET, Dominique (2017): «Morocco: An Informal Passage to Literacy in Darija (Moroccan Arabic)», In J. Høigilt & G. Mejdell (Eds.), *The Politics of Written Language in the Arab World: Writing Change*, Brill, pp. 116-141.
- EL AISSATI, Abderrahman (2002): «Language Contact and Language Conflict in Arabic: Variations on Sociolinguistic Themes», In S. Mufwene, E. Brenzinger (Eds.), *Language Death and Endangerment*. Oxford University Press, pp. 5-33.
- EL KIRAT EL ALLAME, Yamina (2020) : « Langue amazighe au Maroc : enjeux, défis et perspectives », *Revue marocaine des sciences sociales*, 10, pp. 45-62.
- GADET, FRANÇOISE (2007): *La variation sociale en français*, Paris, Éditions Ophrys.
- HEATH, Jeffrey (2002): *Jewish and Muslim Dialects of Moroccan Arabic*, London, Routledge.
- MESSAOUDI, Leila (2019) : « Quels concepts pour aborder le terrain urbain maghrébin ? », dans Leila Messaoudi, Ali Reguigui, Julie Boissonneault, Hafida El Amrani et Hanane Bendahmane (dir.), *Langue et territoire. Regards croisés = Al-lughah wa al-majāl. Ruʾā mutaḳāʾiʿa*, Sudbury, Ontario, Collections : Human Sciences Monograph Series 24, pp. 59-78.
- MESSAOUDI, Leila (2004), « Les technolèctes au Maroc. Fonctionnement et tendances d'évolution », dans *Trames de langues : usages et métissages au Maghreb*, Paris, Maisonneuve-Larose, 455-468.
- PAVEAU MARIE-ANNE (2017) : *L'analyse du discours numérique. Dictionnaire des formes et des pratiques*, Paris, Hermann Éditeurs, 396 p.
- SIGIRCI, İlhami (2004) : « Les éléments suprasegmentaux en français “standard” : Aspect didactico-fonctionnel », *Hasan Ali Yücel Eğitim Fakültesi Dergisi (Revue de la Faculté d'éducation Hasan Ali Yücel)*, n°1, pp. 181-193.
- ZIAMARI, Karima & DE RUITER Jan-J. (2015) : « Les langues au Maroc : réalités, changements et évolutions linguistiques », dans Baudouin Dupret, Zakaria Rhani, Assia Boutaleb et Jean Noël Ferrié (dir.), *Le Maroc au présent : D'une époque à l'autre, une société en mutation*, Casablanca, Centre Jacques-Berque, pp. 441-462.
- ZOUHIR, Abderrahman (2013): «The Spread of English in Morocco», *World Englishes*, 32(3), 378-394.