

Étiquetage multilingue et spécificités culturelles

Benjamin HEYDEN
Traducteur assermenté
Membre de la CBTIP
(Chambre belge des traducteurs, interprètes et philologues)
benjamin.heyden@lycos.com

De plus en plus souvent, les étiquettes et emballages de nos produits de consommation courante (denrées alimentaires, médicaments, cosmétiques, etc.) sont multilingues. Cet état de fait est plus ou moins important selon les pays et les produits, mais tend à se généraliser. Il s'explique par différentes raisons :

- des raisons légales : dans les pays comptant plusieurs langues officielles, les produits doivent être étiquetés dans ces différentes langues ;
- des raisons juridiques : pour éviter un risque de procès en cas d'accident, un fabricant de marteaux pneumatiques américain peut par exemple décider de faire traduire un manuel d'utilisation en espagnol, compte tenu de l'importante main-d'œuvre hispanique sur les chantiers aux États-Unis ;
- des raisons économiques : dans notre économie mondialisée, un produit est très souvent étiqueté dans un pays avant d'être commercialisé dans des pays de langue différente ;
- des raisons "affectives" : un Danois appréciera davantage des pâtes alimentaires fabriquées en France s'il aperçoit de l'italien sur l'étiquette, un parfum fabriqué en Rhénanie se vendra probablement mieux en Turquie s'il porte la mention française "Eau de Toilette pour Femme", une carte téléphonique italienne séduira davantage les jeunes grâce à un slogan en anglais, etc.

Qui dit étiquette multilingue, suppose évidemment traduction d'une étiquette originale. Or, la traduction de ces emballages et étiquettes n'est pas toujours chose aisée et relève davantage de l'usage que de la terminologie au sens strict. Souvent, le traducteur ne pourra pas compter sur l'aide de ses lexiques et dictionnaires, mais devra plutôt partir à la recherche de produits équivalents, dans son garde-manger personnel ou dans les rayons d'un supermarché, afin de savoir "ce qui se dit (ou s'écrit) dans ce cas-là", c'est-à-dire de trouver une forme idiomatique dans la langue cible.

D'avantage encore que la liste de ses ingrédients ou de ses composants (qui répondent bien souvent à des normes internationales), le nom générique du produit s'avère particulièrement difficile à traduire, puisqu'il doit non seulement permettre une identification immédiate du produit, mais également fréquemment répondre à des impératifs euphoniques ou esthétiques.

Examinons le cas concret d'une boîte de sardines produite par une société hollandaise, dont il s'agissait de traduire l'étiquette "**fijne sardines**". La compréhension est aisée (même pour celles et ceux qui ne connaissent pas le néerlandais) : il s'agit de sardines "haut de gamme". Mais justement, comment rendre cette nuance de manière juste, en adoptant le niveau de langage adéquat et en évitant toute faute de goût et tout ridicule ? Faut-il traduire littéralement et parler de "sardines fines" (sur le modèle de "charcuterie fine", "épicerie fine" ou encore "fromages fins" ou "vins fins") ? De "sardines de qualité supérieure" ? De "sardines de première qualité" ? Après consultation de différentes boîtes de sardines de marques différentes (oserais-je parler de précédents ou de jurisprudence ?), j'ai pu opter pour "sardines fines", certain d'avoir trouvé une bonne formule.

Ce petit défi de traduction m'a incité à accorder davantage d'attention au phénomène de l'étiquetage multilingue, à ses richesses et à ses écueils. J'aurais pu, par exemple, procéder facilement à un relevé de perles résultant de mauvaises traductions, réalisées par des humains maladroits ou des machines mal maîtrisées¹. Mais il m'a semblé plus intéressant d'analyser quelques cas concrets de traductions (relativement) correctes et de les commenter.

¹ Voir notamment HAJDENBERG, M., "Ce produit sera chaud une fois réchauffé", *Libération*, 05/07/2004, reproduit sur le site consacré à la rédaction technique <http://christophe.kerhousse.free.fr>.

Les étiquettes sous la loupe

Je me suis ainsi livré à de simples constats de différences et de spécificités linguistiques et culturelles, en proposant des pistes d'explications, le plus souvent sous la forme de questions ouvertes, en essayant d'éviter de tirer des conclusions trop affirmatives ou des généralisations abusives².

Mon premier exemple concerne un tube de gel pour les cheveux, sur lequel on peut lire, sous la marque, un message en trois langues :

EN Extra Setting
DE Extra stark
FR Spécial cheveux raides

Le français "sonne" plutôt bien, mais on peut malgré tout s'interroger sur sa pertinence, puisque cette mention est suivie du commentaire... "pour tous types de cheveux" ! D'autres marques ont recours, dans le même cas, à "fixation (extra) forte", qui ressemble davantage aux autres langues et est sans doute plus heureux.

L'examen d'une précaution d'utilisation (en neuf langues !) sur un autre produit cosmétique (un flacon de déodorant/antitranspirant) laisse apparaître des spécificités plus marquantes. Si toutes les traductions sont parallèles, elles se voient toutefois complétées de précautions ou d'instructions supplémentaires dans deux langues :

IT Non applicare su pelle lesa o irritata.
PT Não aplicar sobre pele irritada ou ferida.
ES No aplicar sobre piel dañada o iritada.
EN Do not apply to irritated or damaged skin.
FR Ne pas appliquer sur une peau abîmée ou irritée.
NL Niet op geïrriteerde of beschadigde huid aanbrengen.
DE Nicht auf gereizter oder verletzter Haut anwenden.
DA Må ikke anvendes på irriteret eller beskadiget hud.
SV Använd inte på irriterad eller skadad/sprucken hud.

Après cette énumération figure en effet, uniquement en anglais : **Stop use if irritation develops. Directions: always wind down stick and replace cap after use.** La première instruction témoigne-t-elle de la juridiciarisation du monde anglo-saxon et vise-t-elle à prévenir d'éventuelles poursuites en cas d'irritation intempestive ? La deuxième instruction témoigne-t-elle d'un plus grand souci du service aux clients, de ce que l'on désigne fréquemment comme une meilleure "orientation clients" ? En français, une telle précaution ne serait-elle pas jugée superflue, voire infantilisante ?

Les néerlandophones pourront quant à eux lire en exclusivité : **Reguleert transpiratie. Huidvriendelijk.** La première phrase précise simplement que le produit régule la transpiration, tandis que la deuxième correspond plus ou moins aux notions françaises "testé dermatologiquement" ou "hypoallergénique". Faut-il y voir un signe de la préoccupation importante des Néerlandais pour l'environnement et la santé ?

Par ailleurs, la législation applicable aux produits et à leurs emballages n'est pas la même dans tous les pays. Ainsi, en Italie, tous les produits de consommation courante doivent porter la mention :

IT Non disperdere (il contenitore) nell'ambiente

dont l'équivalent anglo-saxon est :

EN Don't litter

² Notons tout de suite que je n'ai pas cherché à déterminer la langue de départ. Je me contente de considérer le "produit fini", le résultat multilingue, sans connaître le cheminement suivi pour en arriver là, sans savoir si toutes les langues ont été traduites à partir d'une seule ou en passant par des langues-relais, etc.

Une telle obligation légale n'existe pas en France, par exemple, où l'association Consodurable définit l'expression **Ne pas jeter dans la nature** comme "un marquage non obligatoire, une des phrases générales sur le respect de l'environnement et les incitations à avoir un comportement citoyen, [...] une simple incitation à la propreté"³. Cette mention italienne ou anglaise n'est donc généralement pas traduite en français, même si j'ai pu lire, sur l'emballage d'un gel douche français commercialisé dans différents pays européens :

IT Non disperdere il contenitore nell'ambiente
FR Ne pas jeter le contenant dans la nature

Même si l'idée est louable, cette tentative est un peu bancal, car elle n'est tout simplement pas idiomatique en français. Au fond, la meilleure "traduction" française ne serait-elle pas le pictogramme suivant ?



Il faudra parfois se garder de rechercher une autre explication que celle de l'usage. Ainsi, l'exemple suivant montre une série de traductions non littérales, mais qui s'expliquent toutes par leur appartenance à leur langue respective. Pas question ici de faire preuve d'originalité ou d'y projeter une quelconque signification, toute autre traduction aurait en effet été malvenue :

IT Da consumarsi preferibilmente entro:
ES Consumir preferentemente antes de:
EN Best before:
DE Mindestens haltbar bis:
FR À consommer de préférence avant le :

Les cinq mêmes langues figurent sur l'emballage d'un petit pot de lait à verser dans le café. Une nouvelle fois, les traductions ne sont pas littérales :

ES Creme de natas
IT Panna di caffeteria
DE Kaffeessahne
FR Crème légère
EN Half cream

Les Espagnols, Italiens et Allemands ne veulent-ils pas savoir qu'ils consomment un produit allégé ? Seraient-ils moins sensibles à cet argument diététique ? Par contre, il semble incongru de préciser aux Anglais et aux Français que cette crème est destinée au café...

Poursuivons la pause-café en examinant un sachet de sucre d'une marque italienne, qui accompagne un café éponyme :

FR Sucre cristallisé
NL Extra fijne kristalsuiker
IT Zucchero semolato setacciato extrafine a solubilità immediata e totale

Par rapport au français, le néerlandais précise que le sucre est extrafin, tandis que l'italien se fait beaucoup plus volubile et même lyrique. Mais au fond, n'est-ce pas justement l'effet recherché pour ce produit transalpin commercialisé en Belgique ? N'est-il pas censé concentrer tout le charme italien (fût-il stéréotypique) dans un petit sachet de sucre ? C'est en effet le texte que le client aura sous les yeux lorsqu'il dégustera son espresso...

Toujours dans le domaine alimentaire, examinons à présent une boîte de tagliatelles d'une grande marque italienne commercialisée dans de nombreux pays. On y lit :

IT Pasta di Semola di Grano Duro
DE Teigwaren aus Hartweizengriess
EN Italian Macaroni Products
FR Pâtes alimentaires de qualité supérieure

Le gastronome anglais peut être rassuré : il s'agit bien d'un produit italien. Les autres sont-ils censés le savoir ? Ou sont-ils moins sensibles à cet argument de vente ? Notons au passage la

³ www.consodurable.org/logos_sigles.php.

différence de registre importante entre "pâtes alimentaires" et "macaroni products", qui semble un peu "plat" à l'oreille francophone. Les traducteurs anglais-français sont coutumiers de cette recherche quasi permanente d'un registre supérieur en français. Enfin, la notion de "blé dur" n'est pas rendue en anglais et en français, où le client semble devoir être alléché par des arguments différents : en un sens, on pourrait presque dire qu'en matière de séduction du consommateur, "grano duro" = "Hartweizengriess" = "Italian" = "de qualité supérieure"...

L'emballage d'une barre chocolatée d'une marque elle aussi très connue montre également des spécificités intéressantes avec, notamment, une version allemande et une version suisse-allemande :

DE Knusperkeks (CH: Knusperbiskuit), zartes Karamel, Milkschokolade
FR Biscuit, nappage au caramel enrobé de chocolat au lait
NL Krokante biscuit en karamel in melkchocolade
EN Milk chocolate covered caramel and biscuit

La version suisse témoigne d'une volonté de localisation, d'adaptation à un marché et de prise en compte d'une clientèle spécifique. Quant au français, il a ici encore recours à une formulation un peu plus recherchée ("nappage", "enrobé"), alors que les autres langues optent plutôt pour une simple énumération des ingrédients éventuellement articulés entre eux par des prépositions. Par ailleurs, le biscuit ne semble croustillant ou croquant que dans les langues germaniques. Ces consommateurs y seraient-ils plus sensibles que les autres ?

L'exemple suivant, qui concerne un sachet de thé, montre moins de différences entre les langues, mais alors que le français, l'allemand et l'italien suivent le même modèle grammatical, on note l'activation (forme verbale) et la personnalisation en anglais. Le sens est évidemment le même (et le temps d'infusion aussi), mais l'optique diffère :

FR Temps d'infusion
DE Ziehdauer
IT Tempo di infusione
EN Allow to infuse 3-5 minutes

Ce renversement de point de vue, voire de logique, pour exprimer la même chose est un phénomène relativement fréquent entre les langues. Ainsi, on peut lire, sur un emballage de compresses médicales, les instructions suivantes :

EN Use only if package is unopened and undamaged.
FR Ne pas utiliser si l'emballage est ouvert ou endommagé.

Il s'agit en réalité d'un simple déplacement de la négation et force est de constater que les deux instructions ont les mêmes implications. Il serait sans doute possible d'y voir une emphase différente, comme dans la transformation d'une voix active en voix passive, mais ce n'est pas toujours le cas. Simplement, il peut arriver que chaque langue ait une manière plus spontanée d'exprimer la même recommandation ou interdiction.

Une telle démarche de transformation pourra s'avérer utile dans une traduction juridique, par exemple, afin de fournir une traduction plus idiomatique ou plus lisible, d'uniformiser une énumération, etc. Ainsi, on pourra parfois se permettre de traduire **The Customer cannot sell the Product, except when...** par **Le Client peut uniquement vendre le Produit en cas de...** ou encore **Copy authorized only if...** par **Copie interdite sauf en cas de...** sans pour autant nécessairement être accusé de trahison.

Conclusion (provisoire)

Ce rapide tour d'horizon de l'étiquetage multilingue laisse entrevoir la richesse de ce corpus virtuel de langage publicitaire et commercial qui, lorsqu'il s'en donne les moyens, se montre très imaginaire et jamais à court de ressources pour transposer un message dans une autre langue et une autre culture.

Pour s'adonner à des recherches plus rigoureuses et pouvoir tirer des conclusions plus affirmatives, il serait sans doute nécessaire de connaître, pour chaque message multilingue (outre les contraintes de traduction), la langue de départ et les langues d'arrivée. Or, cette

collecte d'informations impliquerait non seulement de nombreuses démarches, mais pourrait également confiner à l'impossibilité. En effet, au fil des remaniements, modifications, corrections et autres mises à jour, la langue source finit souvent par "disparaître" dans ce genre de document. Il ne reste alors plus que des langues cibles qui mènent des existences parallèles et largement interdépendantes⁴.

À défaut de conclusions réellement scientifiques, constatons donc provisoirement que l'observation des étiquettes multilingues constitue pour le traducteur une source d'inspiration, d'idées, de références à suivre ou non, de synonymes et de trouvailles plus ou moins astucieuses. En outre, le traducteur pourra éprouver un certain plaisir à faire déjà travailler son cerveau en lisant l'étiquette du shampoing sous la douche ou l'emballage des céréales au petit déjeuner !

⁴ Les gestionnaires de projets ou de documents multilingues connaissent bien ce phénomène où un texte dans une langue A est traduit dans des langues B, C et D, puis modifié dans la langue B, par exemple, qui sert alors de référence pour la mise à jour des langues A, C et D, etc. (à l'infini).