

Traduire pour accueillir l'étranger en voyage.

Qu'en est-il des sites web touristiques institutionnels sur Trieste, "la plus 'mitteleuropéenne' des villes italiennes"¹

NADINE CELOTTI

Università di Trieste

ABSTRACT

This paper deals with tourism communication and Institutional Tourism Web Translation through the observation of discourses for tourist use on the Italian town of Trieste. First of all, it focuses on French guides and Italian institutional Web sites to indicate how a French tourist-traveller can build his images of Trieste before his departure. The second part aims at analysing Italian Institutional Web Translation into French. Particular attention is paid to translation strategies mainly involving three terms: translation, adaptation and localisation.

Voyageur et touriste, une opposition révélant un certain mépris² pour ce dernier qui se voit souvent accuser de ne pas flâner, ou voyageur-touriste et touriste-voyageur, lexies récentes qui rassemblent ceux qui quittent leur chez eux au-delà des différences de désirs et d'attentes, tous se mettent en route pour aller vers un ailleurs – et peut-être rencontrer l'autre. Pour entreprendre leur *départ, séjour, retour*, les trois phases qui cadencent les rites du voyage ou du tourisme (Michel 2004: 1), ils s'imaginent les lieux, ils se préparent à pré-connaître l'ailleurs. Cet avant-départ se construit souvent à partir de guides de voyage, de

1 Du portail de la région FVG www.fvg.it

2 « Entendons-nous bien : voyager, oui, il faut voyager, il faudrait voyager. Mais surtout ne pas faire de tourisme » (Augé 1997: 14) .

revues spécialisées, de documentaires, de romans et, depuis qu'Internet existe, en surfant sur les sites officiels, commerciaux et/ou personnels. Des discours pluriels qui se plaisent le plus souvent à construire de belles images – fictives ou réelles – et aident à modeler les imaginaires pour encourager le départ. Les instances institutionnelles chargées du tourisme se doivent de dessiner leur portrait pour le présenter non seulement aux touristes-voyageurs de leur pays mais également à ceux d'une langue-culture autre. Les sites web touristiques institutionnels, en effet, incontournables vitrines promotionnelles visitées par le monde entier, sont devenus aujourd'hui des outils intrinsèques de la communication institutionnelle, potentiellement multilingue. Ils ont un « air de famille » qui permet de les rassembler et d'en identifier un prototype textuel. Ils se présentent comme des discours plurisémiotiques de par la coexistence du verbal, de l'image et parfois du son ; comme un cumul de discours qui embrassent une pluralité de genres : promotionnel, informationnel, procédural, narratif... Ils recourent à une terminologie plurielle empruntée à de nombreux domaines comme l'histoire, l'histoire de l'art, l'architecture, la géographie, la gastronomie... loin d'une unique langue du tourisme (Gotti 2006). Ils se ramifient en liens hypertextuels qui invitent le touriste-voyageur à suivre des parcours par un cliquage continu lui ouvrant des espaces imprévus. Ils offrent le plus souvent une version bilingue (la langue du pays du site avec l'anglais, reconnu comme langue de communication multilingue pour tout étranger) et quelquefois une version multilingue.

Celui qui est amené à traduire ces sites se trouve face à des discours hybrides emboîtés par le web qui ne sauraient ne pas avoir d'impact sur son acte traduisant, comme l'illustre le débat sur la localisation (Gambier & Gottlieb 2001, Gouadec 2006, Pierini 2007) et sur la communication touristique (Guidère 2008, Navarro Errasti et al. 2004) au sein de la traductologie. De nouveaux horizons s'ouvrent à lui, il se trouvera face au choix d'une traduction littérale ou d'une communication localisée, c'est-à-dire « l'adaptation de la communication à un locus [...] afin de les [produits et services] rendre conformes à l'attente du public d'accueil, du point de vue à la fois linguistique et culturel » (Guidère 2008: 28) en se demandant par exemple s'il devra recourir à l'adaptation conventionnelle linguistique (comme le tutoiement ou le vouvoiement selon les traditions culturelles) ou l'adaptation textuelle en suivant les conventions propres à chaque pays ; il se demandera également si, à côté d'une traduction limitée aux principaux discours verbaux, il devra s'élargir aux menus, aux barres de navigation, aux onglets, aux légendes des images ou encore s'étendre aux multiples liens hypertextuels ; il se demandera enfin s'il devra adapter les discours non verbaux (comme les choix différents des images). Un vaste axe sur lequel le traducteur pourra se déplacer d'un bout à l'autre au risque de perdre l'équilibre et de produire un site bilingue ou multilingue « bancal ».

C'est sur ces discours touristiques institutionnels plurilingues transmis par l'Internet que nous entendons arrêter notre regard pour nous interroger sur les stratégies de traduction déployées afin d'accueillir l'étranger qui voyage – notamment le francophone. Nous nous limiterons à un espace, la ville de

Trieste, à un temps, aujourd'hui, et aux principales institutions chargées de sa promotion touristique : l'Enit (l'Agence Nationale Italienne pour le Tourisme. www.enit.it), le site officiel du tourisme en Italie du Ministère du Tourisme (www.italia.it) et la Région Frioul Vénétie Julienne (www.turismofvg.it). Avant d'entrer dans le vif du sujet, nous nous attarderons sur les images qu'un touriste-voyageur francophone peut se construire sur Trieste à travers des discours construits en langue française pour aboutir aux images qui lui sont offertes par les sites institutionnels du pays et de la région qui l'accueillent.

1. LES IMAGES DE L'AVANT-DÉPART POUR TRIESTE

TRIESTE

Ville de passage, peu touristique.

Le guide du Routard Italie 1986/87

1.1 LES GUIDES DE LANGUE FRANÇAISE

Dans ses lectures – revues, guides, web ou autres – le touriste-voyageur francophone se construit une image de Trieste comme d'une ville de l'Italie autre. De par son histoire et sa géopolitique, à la marge des villes principales comme Venise, Milan, Turin, Florence, Rome, Naples ou Palerme, il réalise que dans les principaux guides sur l'Italie,³ elle est non seulement hors du circuit classique mais également du circuit ouvert à des villes moins ancrées dans l'imaginaire sur l'Italie comme Trévise ou Vicence. Dans les introductions générales sur l'histoire, l'art, la culture, la nature ou la gastronomie, il s'aperçoit que Trieste est tue ou rarement nommée. Elle reste en dehors des « à ne pas manquer », les « incontournables » qui sont là non seulement pour baliser les possibles itinéraires mais également en tant que marqueurs laudatifs. Leur absence pourrait, par contraste, être interprétée comme une évaluation négative. Dans ses « Idées de séjour en un mois », le PF propose un « giro » qui part de la Val d'Aoste pour arriver à Naples en passant deux jours à Udine, ville à proximité de Trieste, en ne faisant aucune mention de Trieste. Le premier imaginaire du touriste-voyageur se forge donc sur une absence, un silence qu'il ne réussit à remplir que tout doucement en s'immergeant directement dans les pages qui géographiquement se rapprochent de Trieste. Le Nord-Est où Trieste, en peu de lignes, est présentée comme :

3 Nous avons consulté : *Italie Encyclopédie du Voyage* Gallimard 2007 (désormais EVG), *Lonely Planet* 2009 (désormais LP), *National Geographic Les guides de voyage Italie* 2009 (désormais NG), *Petit Futé* (désormais PF), *Le guide du Routard Italie du Nord* 2009 (désormais Rt), *Geoguide Italie du Nord* 2009 (désormais Geo).

Port sur l'Adriatique à deux pas de la frontière slovène, une ville fascinante et cosmopolite, lieu de naissance de nombreux écrivains de renom, mais trop éloignée pour mériter le détour lors d'un bref séjour. (NG: 169)

Après un premier manque de référence à Trieste, ce « mais trop » n'invite guère à partir à sa découverte, même si « fascinant », un mot laudatif classique du discours touristique, l'avait anticipé. Un balancement axiologique (Kerbrat-Orecchioni 2004: 140, 144) renversé : du positif au négatif.

Dans la partie consacrée à Venise et à la Vénétie, mais qui n'accorde aucun espace autonome à sa région d'appartenance, il apparaît qu'à Trieste

règne encore cette atmosphère Mitteleuropa qui inspira peut-être, à James Joyce son célèbre Ulysse et à Italo Svevo La Conscience de Zeno, et qui la rend si différente de toutes les autres grandes villes italiennes. (EVG: 244)

Le touriste-voyageur commence à dessiner un imaginaire d'une ville « autre ». Et puis, dans les guides qui réservent un propre chapitre au Frioul Vénétie Julienne, il consolide ce sentiment d'autre, d'une façon explicite « si peu italienne dans sa forme » (Rt) ou par contraste « élégance autrichienne », « ambiance autrichienne », et surtout implicite car il rencontre peu de mots évaluatifs positifs classiques des discours touristiques (Kerbrat-Orecchioni 2004: 136) comme « superbe », « agréable », « exceptionnel », « merveilleux », « grandiose » à part « charme », « Charme slave » (PF: 298). Cependant il trouve « cosmopolite », « melting-pot », « rencontres d'ethnies diverses », « ville aux mille esprits » ou « plusieurs cultures », expressions insolites dans les guides sur l'Italie, qui semblent acquérir un sème laudatif, absent de leur définition lexicographique. Il commence à entrevoir une ville d'écrivains, Svevo, Saba, Joyce, Freud.

Un sentiment d'absence enrichi de celui « d'autre » qui se consolide quand le touriste-voyageur se concentre sur les discours des guides spécialisés sur l'Italie du Nord. Dans les premières pages introductives, on rencontre de nouveau un silence ou une présence réduite au minimum. Les « coups de cœur » du *Routard du Nord* n'invitent aucunement à se déplacer vers Trieste, ni d'ailleurs vers le Frioul Vénétie Julienne, région qui « semble presque isolée du reste de l'Italie » (Rt: 467). Absente des rubriques histoire, géographie, littérature... Au milieu d'une riche cuisine italienne du Nord avec toutes ses spécialités régionales, on apprend qu'à Trieste « l'influence de l'Europe centrale se fait fortement sentir » (Rt: 73) ou que le « raifort remplace la moutarde, le strudel le tiramisù » (Geo: 141). Une gastronomie autre.

Dans les pages consacrées à la région, Trieste se confirme comme une ville autre : « Trieste n'a pas grand-chose à voir avec les autres villes du Nord-Est de l'Italie » (Rt: 474), avec des éléments évaluatifs contrastants, cette fois inversés : le négatif en premier « froide, surtout quand souffle le bora, le vent du nord, et peu accueillante au premier abord » corrigé par le positif « il faut y rester un peu pour en prendre le pouls et apprécier son charme façon 'Mitteleuropa'. »

(Rt: 474). Et Trieste est ratifiée comme une ville d'écrivains, donnée ultérieure qui acquiert dans l'imaginaire du touriste-voyageur une valence positive :

Umberto Saba, Italo Svevo et aujourd'hui Claudio Magris. La ville a accueilli l'Irlandais James Joyce (Rt: 475).

... grands romanciers du nord Italo Calvino... remarqué par James Joyce et Valéry Larbaud (Geo: 41).

Le potentiel touriste-voyageur de Trieste pourrait être surpris de découvrir que le *Nouvel Observateur*, dans un récent hors-série sur « Le génie de l'Italie », réserve à Trieste des pages entières à côté des autres grandes villes qui habitent déjà l'imaginaire français sur l'Italie. « Trieste, la mélancolique » racontée par Pino Roveredo, écrivain de Trieste. Il pourrait même être rassuré, s'il lisait un témoignage direct dans un forum GR, qui peut participer de la construction des imaginaires sans objectif promotionnel lucratif : « je conseille Trieste méconnue des guides touristiques papier francophones (comme le GDR), mais bien décrite par les anglophones et germanophones : C'est une ville cosmopolite et culturelle. »

Bref, le touriste-voyageur, qui a commencé à préparer son avant-départ pour Trieste sur les discours des guides ou des revues de langue française, se représente Trieste comme une ville loin de l'« Italian style » (présentation de l'ENIT) et en dehors de ces nombreuses « villes italiennes [qui] auront toujours, pour ceux qui les visitent, quelque chose de stendhalien » (Augé 1997: 139).

1.2 SITES WEB TOURISTIQUES INSTITUTIONNELS ITALIENS⁴

S'il désire découvrir le portrait de Trieste dessiné par l'Italie elle-même ou son autoportrait peint par la région, il peut tout d'abord s'aventurer dans le principal site touristique institutionnel italien, www.enit.it, conseillé dans les guides comme un : « site très complet à consulter absolument avant le départ » (Rt). Le touriste-voyageur francophone se sent rassuré au premier cliquage d'entrée sur le portail de l'ENIT quand il s'aperçoit, au moyen du drapeau français, qu'il peut s'informer dans sa langue. Sur sa page d'accueil riche de menus à « ouvrir », l'ENIT qui s'engage officiellement à « promouvoir l'image touristique » de son pays, fait dérouler un calendrier d'événements et d'initiatives promotionnelles de régions ou de villes italiennes, où Trieste est absente. Des six rubriques à ouvrir : art, nature, histoire, temps libre, saveur, thermes – de cliquage en cliquage, on ne peut aboutir à Trieste qu'à travers la rubrique « nature » qui nomme Miramare dans la liste des aires protégées mais ne dévoile sa localisation à Trieste qu'après un cliquage supplémentaire. Par sa fenêtre « fototeca », placée à la fin du déroulement de la page d'accueil, l'ENIT propose une vingtaine de photographies de Trieste où apparaissent des panoramas de la mer bleue, la place principale, le château de San Giusto, deux églises, d'autres édifices à l'ar-

4 Les sites ont été consultés en septembre 2009.

chitecture peu italienne, trois photographies qui révèlent une présence originaire romaine et le château de Miramare. Toutes rigoureusement avec un ciel bien bleu comme le veut le discours iconique touristique. Pour en savoir plus, le touriste-voyageur devra « ouvrir » la carte de l'Italie muette et colorée de différentes nuances de vert pour distinguer les régions ou/et cliquer sur le menu « régions, provinces, communes », cliquer sur Frioul Vénétie Julienne et sur Trieste pour découvrir enfin le portrait de Trieste présenté par l'ENIT.

Des treize photographies qui défilent une à une au premier plan sur la page d'accueil pour illustrer la région, trois représentent Trieste sans que soit précisée leur provenance. Le touriste-voyageur se sentira réconforté par le bref discours écrit sur la région car il y trouvera les classiques laudatifs du tourisme : « fascinant, important, intéressant, haut, grand », et les mots pour susciter l'émotion : « sensation de grandeur passée, une suggestion rare, une jouissance esthétique plus intime et intense ». Cependant il s'étonnera que parmi les musées « particulièrement importants et intéressants » de la région, Trieste ne soit pas nommée. Un silence lourd envers des lieux souvent incontournables pour un touriste-voyageur. Seuls les aspects « autres », son histoire mitteleuropéenne et la présence de grands hommes de lettres (James Joyce, Rainer Marie Rilke, Italien⁵ Svevo, Umberto Saba et tant d'autres), font de Trieste une raison pour la région d'être visitée. En ouvrant le menu « Province de Trieste », il trouvera un discours iconique et un bref discours informatif qui renvoie par des liens hypertextuels à d'autres sites indiqués pour répondre à une des questions classiques du discours touristique « Comment se déplacer ? ». Et il en sera de même pour le dernier cliquage sur « Trieste ».

S'il parcourt le site officiel du Ministère du Tourisme italien, il revivra la même absence non seulement dans toutes les différentes rubriques comme nature, sport, art, culture..., mais également dans les pages consacrées à sa région. Dans les « descriptions », « choses à faire », « choses à voir », « choses à manger » du Frioul Vénétie Julienne, Trieste n'est nullement nommée. Ce n'est que par un ultime cliquage spécifique visant à la recherche de Trieste, qu'il découvrira que « le charme du territoire dépasse les aspects naturalistes: l'élégante ville de Trieste, où les influences de la culture des Habsbourg sont évidentes, les petits villages de l'arrière-pays avec leurs traditions et les petites localités touristiques de la côte sont des grands trésors abrités dans cette petite bande de terre. »

Si l'ENIT et le Ministère du Tourisme dévoilent avarement Trieste, le touriste-voyageur pourra cependant accepter l'indication du lien hypertextuel qui le conduira au site officiel du tourisme de la région FVG. Il sera accueilli par un « Benvenuto sul sito ufficiale del turismo del Friuli Venezia Giulia », mais il devra interrompre sa navigation s'il ne connaît ni l'italien, ni l'anglais, ni l'allemand. D'autres « liens utiles » qui lui sont suggérés le conduiront aux sites officiels de la province de Trieste et de la commune de Trieste, tous deux monolingues, où il pourra apprécier les nombreuses photographies en cliquant sur

5 A remarquer l'erreur *Italien* au lieu d'*Italo*.

« immagini ». Il retrouvera les images de la ville culturelle annoncées dans ses lectures précédentes en s’arrêtant sur les photos des statues de James Joyce, d’Umberto Saba et d’Italo Svevo parsemées dans une ville peu italienne avec ses nombreux palais à l’architecture autrichienne. Il découvrira surtout une ville habitée par la mer bleue, ses quais, ses bateaux, ses voiliers, son phare, une ville comme la vivent ses habitants.

Pour conclure, les images de l’avant-départ que le touriste-voyageur de langue française a pu se construire sur Trieste, sont celles d’une ville autre et un peu oubliée non seulement par les guides de langue française mais également par les sites web officiels italiens du tourisme. Mais au-delà de ces images, comment ces sites accueillent-ils officiellement à travers leur traduction ce touriste-voyageur qui vient d’ailleurs?

2. TRADUCTION DES SITES WEB TOURISTIQUES INSTITUTIONNELS

2.1 LE SITE WEB DE L’ENIT

Le portail de l’ENIT est prêt à accueillir les touristes-voyageurs de langue française, anglaise, allemande, espagnole, portugaise et chinoise. En cliquant sur le drapeau français (qui englobe implicitement tous les francophones), quasiment toutes les composantes de l’interface graphique apparaissent en français : le texte principal, les barres, les menus, les onglets. Il s’agit principalement d’une traduction littérale⁶ exception l’adaptation pour l’aspect pragmatique qui a conduit à traduire le tutoiement « consulta i tuoi appunti » et l’impératif « registrati » et « cancella il tuo account » par le vouvoiement « consultez vos notes » et l’adresse moins impérative comme « Vous n’êtes pas enregistré ? cliquez ici. » et « cliquez ici, si vous annulez votre enregistrement ». Une touche d’italianité, au contraire, est présente à la rubrique « Saveurs », espace où vient se loger ce que chaque pays a de plus typique, où sont parsemés de nombreux xénismes accompagnés par leurs inséparables guillemets :

“caponata” sicilienne, du risotto à la milanaise à la mozzarella campanienne, des “risi e bisi” de la Vénétie à la “porchetta” romaine, des “trenette al pesto” de la Ligurie à la côte de bœuf florentine, en passant par les lasagnes émiliennes ou les spaghettis à la “chitarra” des Abruzzes.

mais ils sont privés d’ajouts encyclopédiques qui pourraient aider le lecteur francophone à mieux les comprendre, sauf pour un cas : « “muffati” (qui ont pris un parfum caractéristique de moisi ou autre) ».

6 Nous indiquerons en note les erreurs de langue, lexicales ou morphosyntaxiques, pour saisir le degré d’attention sur la traduction de ce site web. La forte présence d’erreurs dans les textes touristiques, comme les brochures, est reconnue. Ici, à la page d’accueil, pour la traduction de « Bandi, gare e concorsi » nous trouvons « avis, compétitions et concours ».

Si les textes des différentes rubriques sont traduits en français, leurs nombreux liens hypertextuels ne le sont pas et s'ouvrent sur des discours en italien, le plus souvent traduits en anglais, parfois en espagnol. Seul le lien hypertextuel à la rubrique « Nature » sur les réserves marines Miramare offre une version française,⁷ mais il faut un autre cliquage au site web d'origine qui ne présente que des versions en italien et en anglais.

En cliquant sur le lien spécifique qui conduit à la région FVG, on arrive à une page d'accueil, dont toutes les composantes sont traduites, qui offre des photographies et invite principalement à cliquer sur des « liens utiles » comme le « Site de la Commune ». Une première question de traduction apparaît, celle des toponymes. En général, leur traduction conventionnelle, héritière de l'histoire, est recommandée, néanmoins pour ce qui est des discours touristiques en particulier la question reste ouverte, voire « hautement controversée » (Navarro Errasti *et al.* 2004: 218). Laisser les toponymes en langue originale a pour fonction de permettre au touriste étranger de repérer immédiatement le nom (sur un panneau par exemple) et/ou de teinter le discours d'une touche d'exotisme. Ici, le choix pour Friuli Venezia Giulia se base sur une traduction conventionnelle ou plutôt quasi conventionnelle Frioul-Vénétie Julienne, à cause de la présence du tiret. Un tiret non innocent de par ses enjeux politiques,⁸ souvent utilisé erronément y compris par les mass media italiens. Pour les autres toponymes qui défilent sous les photographies de Trieste, les choix suivent une mixité de stratégies : de l'emprunt « Santa Maria Maggiore » à la traduction « Palace de la Vieille Bourse » en passant par la séparation de la dénomination, c'est-à-dire que le nom commun est traduit et la référence historique empruntée « Place dell'Unità d'Italia ».

Sans vouloir faire une analyse ponctuelle dans le cadre d'une évaluation de la qualité de la traduction,⁹ il ressort premièrement que le traducteur du site a eu recours à une traduction littérale des principaux discours verbaux (sans adaptation culturelle) sans modification des textes iconiques. Il s'est appliqué à traduire quasiment toutes les composantes des pages d'accueil comme les barres de navigation, onglets, menus etc. mais il a souvent conclu son travail à l'ouverture des liens hypertextuels. Le lecteur francophone zigzague entre les langues française, italienne et anglaise.

7 On remarque la faute morphologique : « Adresse, téléphone, fax de la siège social » et une différence de choix lexicaux « aree marine protette » : « aires marines protégées » et « zones marines protégées » sur la même page.

8 Comitato Regionale per la Comunicazione del FVG (Corecom 24 luglio 2007) précise le non emploi du trait d'union.

9 Cf. par exemple Gouadec (2002) et Scarpa (2008) qui proposent un ensemble de critères objectifs.

La porte d'accueil offre un menu déroulant qui précise les différentes langues de traduction : allemand, anglais, espagnol, français. En ouvrant le site traduit en langue française, ce qui frappe immédiatement c'est une confusion de choix traductifs. Nous trouvons trois langues cote à cote : anglais, français, italien. Une forme anglaise « read more » est utilisée par exemple pour traduire « continua » ; « toutes les nouvelles en cours » sont présentées en anglais ; des légendes des photos sont soit en anglais, soit en italien. Pour l'aspect pragmatique, nous trouvons l'invitation à l'impératif à la deuxième personne en italien qui correspond d'une part à un impératif de tutoiement : « Scopri l'Italia : guarda il video » : « Découvre l'Italie : regarde le vidéo », peu fréquent en français dans les discours touristiques (avec une faute de genre éclatante) et d'autre part un infinitif accompagné d'un vouvoiement « organizza il tuo viaggio » : « organiser votre voyage ». La traduction française des textes qui apparaissent de cliquage en cliquage est littérale, mais souvent « approximative » à cause de nombreuses erreurs de traduction qui vont du morphologique comme « rendre rapidement au quatre coins de la Péninsule » au lexico-culturel comme : « All'inizio dell'autunno si ripristina l'ora solare (detta anche civile o convenzionale) » traduit mot à mot sans se rapporter à l'emploi français de « heure d'hiver » : « Au début de l'automne on rétablit l'heure solaire (dite aussi civile ou conventionnelle) ». Mais sans s'attarder sur le portail national et si l'on va directement sur la région, on trouve la dénomination conventionnelle (sans trait d'union) Frioul Vénétie Julienne ; cependant il en ressort d'emblée un « laxisme » traductif qui se traduit par un cumul d'erreurs morphosyntaxiques et lexicales de base : « C'est la région situé », « l'haut plateau », « des vallé », « Du limite », « il y a nombreuses localités touristiques », « À la grande variété de paysage correspond un patrimoine culturel autant riche et bariolé », « le Frioul se présente comme un petit univers », « l'art Paléochrétienne », « des sommets pleines de neige », « à celle marine de Miramare »... De plus, nous rencontrons un certain nombre de faux-sens liés aux faux-amis : « sia rossi che bianchi » est devenu « soit de vins rouge soit blancs ». Viennent s'ajouter des erreurs culturelles qui pourraient déclencher des revendications identitaires : Le Frioul au lieu du Frioul Vénétie Julienne

Per questo motivo il Friuli Venezia Giulia si presenta come un piccolo universo in cui si fondono tante diverse tradizioni: è la "terra dei contrasti".

Pour cette raison le Frioul se présente comme un petit univers où beaucoup de traditions différentes se mêlent : « c'est le pays des contrastes ».

La cucina Friuli Venezia Giulia risente dell'influenza della cultura slava, mitteleuropea e veneta.

La cuisine du Frioul est influencée par celle slave, mitteleuropéenne et vénitienne.

Et même des faux-sens à risques identitaires :

Ricca e varia è lacucina della provincia in cui si fondono influssi austriaci, veneti e friulani.

La cuisine de la province est très riche et variée, où se fondent les influences autrichiennes et vénitiennes du Friuli.

Il apparaît clairement que le site du Ministère du Tourisme ne respecte pas l'un des premiers critères qui veut qu'un texte soit sans erreurs de langue et sans erreurs de culture.

S'il est louable que les deux sites web institutionnels du tourisme italien s'efforcent de s'ouvrir aux touristes voyageurs qui viennent d'ailleurs en présentant une version multilingue, il est cependant regrettable de constater que le site officiel du tourisme du FVG ne propose pas de traduction (ni slovène, ni croate, ni serbe d'ailleurs). Il est dommage, également, de constater un bas degré d'adaptation culturelle. Et enfin il est particulièrement condamnable que le niveau de qualité du site du Ministère du Tourisme italien soit extrêmement bas, à tel point qu'il n'atteint même pas le seuil de l'acceptabilité.

POUR CONCLURE

Les discours touristiques institutionnels se présentent comme des espaces langagiers révélateurs d'enjeux identitaires : la présentation de soi-même à l'autre – celui qui entend voyager. Et si cet autre vient d'un ailleurs d'une langue autre, les instances institutionnelles chargées du tourisme, ne serait-ce que pour respecter les lois de l'hospitalité (et celles de l'économie), doivent non seulement assumer le choix du traduire mais également du comment traduire pour accueillir l'hôte. Des enjeux de toute nature auxquels les sites web, vitrines promotionnelles, ne peuvent éviter de répondre. Un défi qui interpelle la traductologie et les autres sciences humaines qui s'appliquent à réfléchir aujourd'hui sur l'impact de la mondialisation et de l'Internet. « La traduction devient un maillon essentiel de la communication interculturelle, puisqu'il n'est nullement l'élément neutre qu'on s'y plaisait à y voir » (Oustinoff 2007: 26). Ni les institutions, ni les traducteurs ne peuvent l'ignorer, notamment pour les discours touristiques.

RÉFÉRENCES
BIBLIOGRAPHIQUES

- Antelmi D., Held G. & Santulli F. (2007) *Pragmatica della comunicazione turistica*, Roma, Editori Riuniti.
- Augé M. (1997) *Impossible voyage*, Paris, Rivages.
- Baider F., Burger M. & Goutsos D. (dir.) (2004) *La communication touristique. Approche discursive de l'identité et l'altérité*, Paris, L'Harmattan.
- Boyer M. & Viallon Ph. (1999) *La communication touristique*, 2e éd., Paris, Presses Universitaires de France.
- Gambier Y. & Gottlieb H. (2001) "Multimedia, multilingua: multiple challenges", in *(Multi) Media Translation. Concepts, Practices, and Research*. Ed. by Gambier Y. & Gottlieb H., Amsterdam/Philadelphia, John Benjamins, viii-xx.
- Gotti M. (2006) "The language of tourism as specialized discourse", in *Translating Tourism. Cultural Representations*. Ed. by O. Palusci & S. Francesconi, Trento, Editrice Uni Service, pp.15-34.
- Gouadec D. (2002) *Traduction, Terminologie, Rédaction*, Paris, La Maison du dictionnaire.
- Gouadec D. (2006) *Traduction spécialisée : chemins parcourus et autoroutes à venir. Traduire pour le Web*, Paris, Maison du Dictionnaire, version électronique www.colloque.net/archives/2005/UCR205.htm
- Guidère M. (2008) *La communication multilingue*, Bruxelles, de Boeck.
- Kerbrat-Orecchioni C. (2004) « Suivez le guide ! Les modalités de l'invitation au voyage dans les guides touristiques », in *La communication touristique. Approche discursive de l'identité et l'altérité*. Dir. par F. Baider, M. Burger & D. Goutsos, Paris, L'Harmattan, pp. 133-150.
- Margarito M.G. (dir.) (2000) *L'Italie en stéréotypes : analyse de textes touristiques*, Paris-Montreal, L'Harmattan.
- Michel F. (2004) *Désirs d'ailleurs*, Laval, Les presses de l'université de Laval.
- Navarro Errasti M. P., Sanz R.L. & Murillo Ornat S. (2004) *Pragmatics at Work. The Translation of Tourist Literature*, Bern, Peter Lang.
- Oustinoff M. (2007) « Les 'Translations Studies' et le tournant traductologique », *Hermès* 49, *Traduction et Mondialisation*, Paris, CNRS Ed., pp. 21-28.
- Pierini P. (2007) "Quality in web translation: an investigation into UK and Italian tourism web sites", *The Journal of Specialised Translation* 8, on line.
- Scarpa F. (2008) *La traduzione specializzata*, Milano, Hoepli.