



Documents pour l'histoire du français langue étrangère ou seconde

42 | 2009

Approches contrastives et multilinguisme dans l'enseignement des langues en Europe (XVI^e-XX^e siècles)

Giuseppe Sessa et sa *Dottrina popolare in quattro lingue* (1891) ou... réussirai-je à écrire une lettre commerciale avec cet ouvrage ?

Marie-France Merger



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/dhfles/775>

ISSN : 2221-4038

Éditeur

Société Internationale pour l'Histoire du Français Langue Étrangère ou Seconde

Édition imprimée

Date de publication : 1 juin 2009

Pagination : 215-230

ISSN : 0992-7654

Référence électronique

Marie-France Merger, « Giuseppe Sessa et sa *Dottrina popolare in quattro lingue* (1891) ou... réussirai-je à écrire une lettre commerciale avec cet ouvrage ? », *Documents pour l'histoire du français langue étrangère ou seconde* [En ligne], 42 | 2009, mis en ligne le 16 janvier 2011, consulté le 24 avril 2019.

URL : <http://journals.openedition.org/dhfles/775>

Ce document a été généré automatiquement le 24 avril 2019.

© SIHFLES

Giuseppe Sessa et sa *Dottrina popolare in quattro lingue* (1891) ou... réussirai-je à écrire une lettre commerciale avec cet ouvrage ?

Marie-France Merger

- ¹ En 1891, Giuseppe Sessa publie un manuel intitulé *Dottrina popolare in quattro lingue (italiana, francese, inglese, tedesca)* chez le célèbre éditeur-libraire milanais Ulrico Hoepli. Cet ouvrage est divisé en trois parties, *Espressioni famigliari e Motti popolari*, *Frase commerciali* et *Proverbi*. Notre intention est d'analyser la section consacrée aux phrases commerciales afin de voir les rapports entre les trois langues étrangères et se demander si un usager peut utiliser ce petit volume de 211 pages pour rédiger une lettre commerciale ou soutenir une conversation ayant trait au commerce puisque l'auteur affirme dans sa Préface que pour les phrases commerciales, il a choisi « quelle che più occorrono nella giornaliera corrispondenza ». Il veut ainsi éviter à l'usager « lunghe e noiose ricerche sui testi di lingua e sui voluminosi dizionari » (Sessa 1891 : 4). Ces indications peuvent nous renseigner indirectement sur l'usager de ce manuel : la « correspondance journalière » nous fait penser aux cadres moyens du monde du commerce qui travaillent déjà et qui doivent trouver bien vite des expressions sans consulter les dictionnaires ou les grammaires. Ce sont des utilisateurs qui ont un diplôme de « scuola tecnica » – niveau collège – mais qui n'ont pas poursuivi leurs études dans les Instituts techniques – niveau lycée – dans les filières prévues pour eux où l'on étudie les langues de spécialité (Minerva 2003 : 20).

Les trois éditions de cet ouvrage

- ² En 1888, Giuseppe Sessa avait publié une première version de cet ouvrage sous le titre suivant : *Modi di dire Espressioni famigliari e frasi commerciali nelle quattro lingue Italiana –*

Francese - Inglese - Tedesca auprès de la typographie Cogliati à Milan. Dans cette première édition, la partie consacrée aux proverbes n'existait pas ; les phrases commerciales étaient présentées d'une manière assez rudimentaire, dirions-nous, car il n'y avait pas de mot-vedette et elles étaient classées par ordre alphabétique à partir de la première lettre du premier mot italien. Ainsi à la lettre A, à la suite des segments de phrases utilisant la préposition *a* (*A condizione che, A lunga scadenza, A mio sgravio, A nome del, A otto giorni vista, A posta corrente...*), nous pouvons lire :

Abbiamo già fatto i passi necessari (Sessa 1888: 118),
des phrases dans lesquelles 'abbiamo' correspond à 'nous avons'. De même à la lettre I, nous trouvons ces expressions :

I prezzi si rialzeranno (Sessa 1888 : 144),

- 3 où *i* est le pluriel de l'article défini italien *il*, correspondant à l'article *les*.
- 4 Comme dans les éditions suivantes, les expressions commerciales sont réparties sur quatre colonnes (italien, français, anglais et allemand), l'italien étant la langue de départ.
- 5 Dans l'édition de 1891, nous retrouverons les mêmes phrases, mais elles sont présentées respectivement sous le mot-vedette RELAZIONE, ERRORE, PASSO, CORSO et PREZZO en gras dans la première colonne, ce qui donne un aspect plus organisé à l'ensemble. Signalons que l'auteur ne donne pas l'équivalent ou les équivalents du mot-vedette mais qu'il présente une phrase ou un segment de phrase où apparaît l'entrée. Nous constaterons la même disposition dans la troisième édition, celle de 1923, qui retrouve pratiquement le titre original de 1888 : *Modi di dire Italiani - Francesi - Inglese - Tedeschi Frasi ed espressioni idiomatiche della lingua familiare e commerciale Motti popolari - Proverbi* auquel vient s'ajouter cette indication : 'Supplemento a tutti i dizionari e manuali di conversazione : italiani - francesi - inglesi - tedeschi'.
- 6 Comme celle de 1891, l'édition de 1923 est publiée chez l'éditeur-libraire Ulrico Hoepli. Ce dernier est un Suisse venu en Italie, à Milan, en 1870 pour reprendre une librairie qui était tenue par Theodor Laengner. Bien vite il se fait connaître comme éditeur-libraire (et non plus comme libraire-éditeur) : en effet dès sa première année d'activité, Hoepli publie ses premiers ouvrages. Il se rend compte qu'en Italie il n'existe pas d'ouvrages techniques, c'est pourquoi, s'inspirant des *handbooks* de l'éditeur londonien Macmillan, il publie en 1875 le *Manuale del Tintore* de R. Lepetit. C'est le premier titre de la célèbre collection de 'Manuali'. Nous pourrions citer également l'édition en 1877 du célèbre *Manuale dell'Ingegnere civile e industriale* (268 pages) qui est arrivé en 2001 à sa 83^e édition en quatre volumes pour un total de 6072 pages. En 1894, la « liste complète des 'Manuali' [Hoepli] comprenait plus de trois cents titres » (Decleva 2001 : 37). Le nom de Hoepli est en effet associé à ces Manuali qui compteront environ 2000 titres entre 1875 et 1935. Ces petits ouvrages s'adressaient à un public varié, spécialisé ou non, mais ils se sont occupés entièrement ou presque du savoir. Insérés dans l'actualité, ils étaient conçus pour être vendus rapidement. La période de plein épanouissement va des années 1890 jusqu'en 1914 : en moyenne, Hoepli qui publia également de nombreux livres scolaires, notamment dans le secteur des langues vivantes, éditait chaque année 132 ouvrages¹.

Un titre très singulier

- 7 Il est intéressant de s'arrêter sur le titre de cet ouvrage : *Dottrina popolare in quattro lingue*. C'est le seul de ce genre dans le panorama des ouvrages consacrés à l'enseignement des

langues, aux guides de conversation, à la correspondance commerciale ou même aux recueils de proverbes² (cf. Minerva 2003 : *passim*). N'oublions pas que la première partie de cette *Dottrina popolare* est consacrée aux locutions familières comme 'essere al verde', 'être à sec, sur le pavé', 'fare l'indiano', 'faire semblant de rien', des locutions utiles à ceux qui étudient les langues étrangères et qui veulent les connaître « in tutte le loro forme più usate », comme l'indique l'auteur dans la Préface de la première édition (Sessa 1888 : VI). Il faut souligner, comme le fait d'ailleurs Giuseppe Sessa, que vu leur forme particulière, certaines expressions ont leur raison d'être dans une des quatre langues mais qu'elles peuvent n'être qu'une simple traduction dans les autres langues. À ce propos nous pourrions évoquer l'expression familière italienne : 'salvare capra e cavoli' qui, en français, devient 'ménager la chèvre et le chou' mais qui, en anglais, reste une simple traduction avec 'to serve two parties at once' (Sessa 1891 : 18).

- 8 De toute façon, avec ce titre, l'auteur semble vouloir attirer l'attention de l'usager sur le fait que son manuel fournit un enseignement mais aussi un savoir, c'est-à-dire un ensemble de connaissances concernant une discipline particulière ; des notions qu'il a classées et organisées afin que la consultation de son ouvrage soit facilitée. En outre, ce manuel est doublement populaire : d'un côté par ses destinataires – les phrases familières et commerciales s'adressent à des personnes non lettrées – de l'autre par son contenu, les proverbes étant la sagesse du peuple.
- 9 Comme nous l'avons signalé, la troisième édition en 1923 reprendra le titre de la première. La macrostructure sera plus vaste car l'auteur ajoutera de nombreux mots-vedette, notamment dans la partie concernant les phrases commerciales, mais la disposition sur quatre colonnes restera la même. Il est évident que s'il a été réédité et augmenté, c'est qu'il a eu du succès et un public, sinon un éditeur averti comme Hoepli ne l'aurait jamais republié ; cela nous fait donc penser à un monde souterrain de lecteurs, d'utilisateurs s'intéressant à plusieurs langues.

La correspondance commerciale

- 10 Une première constatation s'impose lorsqu'on parcourt la partie consacrée aux phrases commerciales (Sessa 1891 : 112-179) : l'auteur suppose qu'il s'adresse à des usagers sachant rédiger une lettre commerciale, c'est-à-dire des personnes qui placent bien l'en-tête, la date et le lieu d'expédition, la vedette, les références car nous n'avons trouvé aucun d'exemple d'en-tête, ni de vedette. En revanche il existe toute une série de formules figées, de syntagmes qui demandent à être complétés comme dans le premier exemple de 'Appoggio', avec une erreur en français : en italien commercial, il est fréquent de ne pas faire suivre l'adjectif possessif du nom et de le remplacer par un pronom possessif.
- 11 En français, cette forme est impossible.

Appoggio. In appoggio alla mia.	À l'appui de ma.	According to my letter of.	Zur Unterstützung meiner.
---------------------------------	------------------	----------------------------	---------------------------

- 12 Nous pouvons citer encore les exemples suivants :

Caso. Posto il caso che ciò sia.	Admettez que cela soit ainsi.	Suppose it to be so.	Angenommen es sei dem so.
Cosa. Ci fareste cosa assai grata.	Il nous serait agréable que.	We should be obliged if.	Es wird uns angenehm sein wenn.
Importare. Importa molto.	Il nous tient à cœur.	It is of moment to me.	Es liegt mir daran.
Notificare. Ci rechiamo a dovere di notificarvi.	Nous avons l'honneur de vous annoncer.	We beg to acquaint you.	Hiermit beehren wir uns Ihnen anzuzeigen.
Partire. Parto da questo punto di vista.	Nous partons de ce point de vue.	We start on this basis.	Wir gehen von dieser Ansicht aus.
Relativamente. Relativamente alle vostre lane.	Pour ce qui concerne vos laines.	Respecting your wools.	Was Ihre Wolle betrifft.
Riscontro. Senza riscontro alla nostra del 28.	N'ayant pas obtenu de réponse à notre lettre du 28.	As we have received no answer to our letter of the 28 th.	Noch ohne Antwort auf unsern Brief vom 28. erhalten zu haben.
Saldo. A saldo di.	Pour solde de.	In full payment.	Zur Ausgleichung.

- 13 Nous savons que la transaction commerciale se compose de quatre opérations : l'offre, la commande, l'exécution de la commande et le paiement.
- 14 – L'offre
- 15 Avant d'effectuer une transaction commerciale : achat de marchandises, exécution de travaux, le futur client ou acheteur veut obtenir des renseignements sur ce qui l'intéresse et savoir combien cela lui coûtera. Le fournisseur répond en adressant la documentation requise, en établissant un devis. Examinons les phrases que G. Sessa propose dans son manuel. Nous trouvons des demandes d'éclaircissements et les propositions du vendeur qui se met à la disposition du client et lui offre ses services :

Informazione. Vi prego di darmi più dettagliate informazioni.	Je vous prie de me donner de plus amples éclaircissements là-dessus	I request you more ample explanations.	Ich bitte mir eine nähere Auskunft darüber aus.
Accludere. Accludiamo i prezzi di alcuni articoli per vostra norma.	Vous trouverez (sic) ci-jointe la note de quelques articles pour votre gouverne.	We annex some quotations for your guidance.	Wir fügen die Preise einiger Artikel zu Ihrer Richtschnur bei.

Servire. Se posso servirvi in qualche cosa, vi prego disporre di me.	Si je puis vous être de quelque utilité, je vous prie de compter sur moi.	If I can be of any service to you here, command me freely.	Wenn ich Ihnen dienen kann, so bitte ich über mich zu verfügen.
Occasione. Approfitiamo di questa occasione per offrirvi i nostri servigi.	Nous saisissons cette occasion pour vous faire l'offre de nos services.	We avail ourselves of this opportunity to tender you our best services.	Wir bedienen uns dieser Veranlassung um Ihnen unsere Dienste anzubieten.

- 16 Le fournisseur ou l'entreprise peut donner également quelques informations complémentaires :

Tariffa. La nuova tariffa entrerà in vigore il 5.	Notre tarif entrera en vigueur à dater du 5.	Our new tariff comes into force on the 5 th.	Unser neuer Tarif tritt am 5ten in Kraft.
Aumento. Non prevediamo per ora nè un grande aumento nè un forte ribasso.	Nous n'attendons ni une grande augmentation ni une baisse considérable.	We do not anticipate any great deterioration or amelioration.	Ein bedeutendes Sinken oder Steigen ist in der nächsten Zeit nicht zu erwarten.

- 17 Normalement on annonce l'envoi de la documentation, mais l'ouvrage ne présente aucune allusion à cette opération. Le fournisseur n'oublie pas de rappeler qu'il compte sur une commande prochaine et s'exprime en ces termes :

Fiducia. Nella fiducia di vedermi onorato dei vostri ordini.	Dans l'attente d'être honoré de vos ordres.	I shall be happy to receive your orders.	In der Hoffnung mit Aufträgen von Ihnen beehrt zu werden.
Comando. Confido vedermi presto favorito di vostri comandi.	J'espère que vous daignerez me favoriser bientôt de vos ordres.	I hope to be honoured by an early order.	Ich hoffe bald von Ihnen mit neuen Aufträgen beehrt zu werden.

- 18 – La commande ou l'affaire à traiter
- 19 Généralement le client sollicite du fournisseur une bonne exécution et une livraison rapide. Giuseppe Sessa nous présente donc les phrases suivantes :

Attenzione. Preghiamo dedicare a questo affare la vostra attenzione e le vostre cure.	Nous vous prions de vouer à cette affaire votre attention et vos soins particuliers.	We request your particular attention to this business and your best exertions.	Wir bitten diesem Gesckäfte Ihre beson-dere Aufmerksamkeit und Ihre besten Bemühungen zu widmen.
Procurare. Preghiamo di procurarci ciò senza ritardo.	Nous vous prions de prendre soin de cela sans délai.	We desire you to expedite this matter.	Wir bitten dies ohne Aufenthalt zu besorgen.
Accettare. Prego accettare i miei ringraziamenti per la vostra premura.	Je vous prie d'agréer mes sincères remer-ciments (sic) pour vos efforts.	I return you my sincere thanks for the trouble you have taken.	Ich bitte meinen aufrichtigen Dank für Ihre Bemühungen anzunehmen.

- 20 Si le client a une grande confiance dans l'entreprise, il peut même aller jusqu'à lui donner carte blanche :

Carta. Vi dò carta bianca.	Je vous donne carte blanche.	You are free to do as you please.	Ich lasse Ihnen freie Hand.
-----------------------------------	------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------

- 21 – L'exécution de la commande

22

Nota. Prender nota di un ordine.	Nous avons pris bonne note de l'ordre.	We have duly taken note of the order.	Wir haben gute Vormerkung vom dem Auftrage genommen.
Attento. Star attenti a tutto.	Nous aurons l'œil à tout.	We shall have an eye upon all.	Wir werden ein Auge auf Alles haben.
Possibile. Fare tutto il possibile	Nous avons fait tous nos efforts.	We did our utmost.	Wir haben das Äusserste gethan.

Le fournisseur a bien reçu la commande, il en prend note et, comme il se doit, il rassure son client.

- 23 Dans ces exemples, nous pouvons remarquer que la phrase italienne est moins contextualisée que les phrases en langue étrangère, l'italien se limitant à donner le verbe à l'infinitif.
- 24 Les phrases par lesquelles le fournisseur rassure le client et garantit la bonne exécution de la commande sont très nombreuses ; en voici quelques exemples :

Fondo. Conosciamo a fondo questi affari.	Nous avons une parfaite connaissance de ces affaires.	We are sufficiently conversant with this business.	Wir sind mit diesen Geschäften hinlänglich vertraut
Cura. Consacreremo particolar cura ai vostri interessi. Darsi cura di conformarsi agli ordini.	Nous donnerons des soins particuliers à vos intérêts. Nous aurons soin de nous confirmer à vos ordres.	We shall particularly attend to your interest. We shall take care to conform to your orders.	Wir werden uns Ihr Interesse besonders angelegen sein lassen. Wir werden bemüht sein uns nach Ihrer Ordre zu richten.
Contentare. Ho fatto quanto ho potuto per contentarvi.	J'ai fait tout ce qui était en mon pouvoir pour vous contenter.	I did all I could to satisfy you.	Ich habe alles mögliche gethan um Sie zufrieden zu stellen.

- 25 Le fournisseur confirme également sa discrétion, tout en espérant une prochaine commande :

Discrezione. Potete contare sulla massima discrezione.	Vous pouvez compter sur la plus complète discrétion.	You may reckon on my discretion.	Sie können auf meine unbedingte Verschwiegenheit zählen.
Attesa. In attesa di vostri ulteriori comandi.	J'attends vos ordres ultérieurs.	I expect your further orders.	Ich sehe Ihren ferneren Aufträgen entgegen.
Prospettiva. È una prospettiva seducente per la nostra impresa.	C'est une belle perspective pour notre entreprise.	These are indeed fair prospects for our undertaking.	Dies sind verlockende Aussichten für unsere Unternehmung.

- 26 Le fournisseur peut préciser ou confirmer les conditions de vente et de paiement :

Massima. Stabilire la massima di non vendere che a contanti.	J'ai posé le principe de ne vendre qu'au comptant.	I have laid down the principle to sell only for ready money.	Ich habe den Grundsatz aufgestellt nur gegen bar zu verkaufen.
Osservare. Dobbiamo farvi osservare.	Nous appelons votre attention là-dessus.	We beg to draw your attention to it.	Wir müssen Sie darauf aufmerksam machen.

- 27 Dans cet exemple, nous pouvons remarquer qu'en anglais, l'auteur utilise une forme figée qui est plus proche de l'expression française que de l'italien.

- 28 Le client peut très bien ne pas être satisfait de la marchandise qui lui a été livrée et fait des réclamations :

Qualità. La qualità lascia molto a desiderare.	La qualité laisse beaucoup à désirer.	The quality is anything but desirable.	Die Qualität lässt viel zu wünschen übrig.
Relativamente. Relativamente alle vostre lane.	Pour ce qui concerne vos laines.	Respecting your wools	Was Ihre Wolle betrifft.

- 29 De même le prix facturé est peut-être trop élevé, d'où les protestations du client :

Prezzo. I prezzi che mi fate sono alti.	Les prix que vous me cotez sont exorbitants.	The prices you charge me I find very exorbitant.	Ich finde die Preise, die Sie mir ansetzen ausserordentlich hoch.
--	--	--	---

- 30 L'entreprise peut présenter ses excuses comme dans l'exemple suivant :

Scusare. Vogliate scusare questa inavvertenza.	Je réclame votre indulgence sur cette omission.	Which omission please to excuse.	Ich bitte wegen dieses Versehens um Entschuldigung.
---	---	----------------------------------	---

- 31 Elle peut également répondre par une fin de non-recevoir avec la phrase suivante :

Compera. Non è in poter nostro di annullare la compera.	Il n'est pas en notre pouvoir de revenir sur ce marché.	We are unable to rescind this purchase.	Es stehet nicht in unserer Macht diesen Kauf rückgängig zu machen.
--	---	---	--

- 32 – Le paiement

- 33 Après livraison de la marchandise, le fournisseur ou l'entreprise envoie sa facture au client. Le règlement est effectué selon le mode fixé au moment de la commande.

Piego. Troverete sotto questo piego fattura.	Vous trouverez sous ce pli la facture	You will find under this cover the bill.	Beigeschlossen finden Sie Factura.
Addebitare. Vi ab-biamo addebitato l'importo della fattura.	Nous vous avons débité du montant de la facture.	The amount of the invoice is placed to your debit.	Wir haben Sie für den Betrag der Factura belastet.

Conto. Vi preghiamo di pareggiare il nostro conto.	Nous vous prions de solder notre compte.	We request you to balance our account.	Wir bitten unsere Rechnung auszugleichen.
---	--	--	---

- 34 Le client obtempère évidemment même s'il a des difficultés à payer :

Mezzo. Troveremo il mezzo di pagare.	Nous trouverons les moyens de payer.	We shall find the necessary means to pay.	Wir werden Mittel und Wege finden zu bezahlen.
Vaglia. Vi rimetterò l'importo con vaglia postale.	Je vous enverrai le montant par un mandat poste (mandat postal).	I shall remit you the amount by post-office order.	Ich sende Ihnen den Betrag durch Postanweisung.

- 35 La conclusion d'une lettre commerciale recourt à des formules conventionnelles, des formules-clés que Giuseppe Sessa ne manque pas de signaler :

Saluto. Aggradite i miei più distinti saluti.	Agréez mes civilités empressées.	I am, Dear Sir, with much regard.	Ich empfehle mich Ihnen auf das Höflichste.
Rinnovare. Rinnoviamo l'assicurazione del nostro ossequio.	Nous vous réitérons l'assurance de notre parfait dévouement.	We repeat to you the assurances of our respect.	Wir erneuern die Versicherung unserer achtungsvoller Ergebenheit.

Calques sur le français

- 36 Si nous examinons de plus près de nombreuses phrases de cet ouvrage, nous pouvons relever des exemples de calque sur le français. Ainsi à propos de 'Adirarsi', l'expression italienne 'senza motivo' aurait pu être traduite par 'sans raison', l'auteur a préféré 'sans que je sache pourquoi', expression sur laquelle il a calqué la traduction en anglais et en allemand. De même dans l'exemple de 'Cognizione', le verbe italien 'lusingare' (flatter) est traduit par 'espérer' en français que l'on retrouve en anglais avec le verbe 'to hope' et en allemand avec 'hoffen' (hoffer, *sic* chez Sessa).

Adirarsi. Siete adirato contro di me senza motivo.	Vous êtes irrité contre moi sans que je sache pourquoi.	I find you are angry with me, without my knowing why.	Sie sind gegen mich aufgebracht ohne dass ich weiss warum.
---	---	---	--

Cognizione. Profonda cognizione degli affari e sufficienti capitali ci lusingano.	Une connaissance approfondie des affaires et des capitaux suffisants nous font espérer.	A thorough knowledge of business and a considerable capital induce us to hope.	Erprobte Geschäftskennntnisse und hinreichende Mittel lassen uns hoffen (sic).
---	---	--	--

37 Il en est de même dans les phrases suivantes :

Riconoscenza. Non saprei come esprimermi la mia riconoscenza.	Je ne saurais vous exprimer assez ma reconnaissance.	I cannot but express you my gratitude.	Ich kann Ihnen meinen Dank nicht genug aussprechen.
Ricordare. Vogliate ricordarvi di noi pei vostri ulteriori bisogni.	Nous vous prions de vous souvenir de nous le cas échéant.	We request you to bear us in mind, when you want a fresh supply.	Wir bitten Sie bei weiterem Bedarf unser eingedenk zu sein.
Rinnovare. Rinnoviamo l'assicurazione del nostro ossequio.	Nous vous réitérons l'assurance de notre parfait dévouement.	We repeat to you the assurances of our respect.	Wir erneuern die Versicherung unserer achtungsvoller Ergebenheit.
Prezzo. I prezzi che mi fate sono alti.	Les prix que vous me côtez sont exorbitants.	The prices you charge me I find very exorbitant.	Ich finde die Preise, die Sie mir ansetzen ausserordentlich hoch.
Premura. Fidatevi sulla nostra premura.	Vous pouvez vous abandonner à nos soins.	You may depend on our best cares.	Verlassen Sie sich vollständig auf uns.

- 38 Dans tous ces exemples, nous pouvons constater que les phrases en anglais et en allemand sont calquées sur le français : les prix élevés (*alti*) de l'italien deviennent 'exorbitants' en français et en anglais avec l'utilisation d'un gallicisme qui est même renforcé par l'adverbe 'very'... tandis que l'allemand présente le mot 'ausserordentlich'. En ce qui concerne 'riconoscenza', G. Sessa a ajouté l'adverbe 'assez' en français que l'on retrouve également en allemand avec 'genug'. À propos de 'rinnovare', l'auteur ajoute en français 'parfait' que l'on retrouve en allemand avec 'achtungsvoller'. En ce qui concerne 'premura', la phrase en italien présente le verbe 'fidarsi' à l'impératif, ayez confiance, qui devient en français 'vous pouvez vous abandonner' que l'on retrouve en allemand avec 'verlassen' qui correspond à 'abandonnez-vous'
- 39 Même si très souvent les expressions ou les phrases commerciales sont juxtaposées et semblent n'avoir aucun rapport entre elles, il est possible de déceler en filigrane non pas une prépondérance du français mais une meilleure connaissance et une meilleure maîtrise de cette langue de la part de l'auteur. Le français garde donc tout son prestige en Italie et on l'étudie encore de manière privilégiée, ce qui n'empêche pas un effort d'internationalisation et d'ouverture aux autres langues. Rappelons que si l'allemand est

à l'époque la langue des études savantes (il suffit de penser au prestige de la philosophie et de la philologie allemandes), le français semble plutôt destiné à garantir la communication internationale dans le domaine du pratique comme les activités commerciales.

40 Traits insolites

41 À cette prédominance des calques sur le français viennent s'ajouter quelques exemples insolites, quelque peu saugrenus si l'on considère l'entité de l'ouvrage. En effet, les phrases citées ci-dessous n'ont pratiquement aucun lien avec le besoin d'écrire une lettre commerciale : le premier exemple concerne le mot 'bagatelle', le deuxième se rapporte aux chemins de fer. Le tireur du troisième exemple (la personne qui tire une lettre de change, une traite) qui s'est enfui, 'è scappato' comme le dit l'italien, avec une traduction assez fantaisiste en français, ne peut que s'être évadé de prison ... ce qui nous laisse quelque peu perplexes. Seul le quatrième exemple est lié à l'économie car nous pouvons imaginer qu'il s'agit des cours de la Bourse, mais l'auteur évoque ensuite la guerre qui a fini par éclater sans lier les deux événements.

Bagatella. Non voglio occuparmi di bagatelle.	Je ne veux pas m'arrêter à des bagatelles.	I will not stand upon trifles.	Ich will mich nicht bei Kleinigkeiten auf halten.
Costruzione. La ferrovia è in costruzione.	Le chemin de fer est en construction.	The railway is in course of construction.	Die Bahn ist im Bau begriffen.
Traente. Il traente è scappato.	Le tireur s'est évadé.	The drawer has absconded.	Der Aussteller des Wechsels ist entwichen.
Corso. I corsi sono calati - la guerra si è dichiarata.	Les cours ont baissé - la guerre a fini par éclater.	The exchanges have fallen - the war has broken out.	Die Kurse sind gefallen - der Krieg ist ausgebrochen.

Conclusion

42 Même si certains mots classiques comme 'consegna' (livraison) et les conditions de livraison, n'apparaissent pas dans cet ouvrage, je peux écrire une lettre commerciale même en voyage puisqu'il est 'tascabile', c'est-à-dire de poche. Rappelons que les 'Manuali' étaient si populaires qu'à une époque ils ont conditionné la façon de faire des tailleurs : en effet, les poches externes des vestes pour homme mesuraient onze centimètres sur seize centimètres de telle sorte qu'elles pouvaient contenir un 'Manuale Hoepli'.

43 En ce qui concerne l'ordre de présentation des trois langues étrangères, il convient de se demander si l'on peut établir une hiérarchie. Celle-ci est peut-être fonctionnelle au secteur d'intervention, les échanges commerciaux pouvaient être plus importants avec la France. D'autres explications de l'ordre de présentation sont possibles : le français était la première langue à l'école, la seconde langue étant l'anglais ou l'allemand dans les

Instituts techniques, les Instituts navals, les seuls à avoir deux langues modernes ; ou bien l'auteur a tout simplement respecté l'ordre alphabétique italien, Francese, Inglese, Tedesco. Il n'en reste pas moins que cet ouvrage qui constitue à la fois un vademecum multilingue et un recueil d'expressions et de proverbes très fréquemment utilisés, a été republié en 1923, toujours chez cet éditeur éclairé qu'était Hoepli, ce qui prouve bien le succès qu'il a rencontré auprès du public.

BIBLIOGRAPHIE

- ASSIRELLI, Alessandro. 1992. *Un secolo di manuali Hoepli 1875-1971*. Milano : Ulrico Hoepli.
- DECLEVA, Enrico. 2001. *Ulrico Hoepli 1847-1935 editore e libraio*. Milano : Ulrico Hoepli.
- MINERVA, Nadia ; PELLANDRA, Carla dir. 1997. *Insegnare il francese in Italia. Repertorio analitico di manuali pubblicati dal 1625 al 1860*. Bologna : CLUEB.
- MINERVA, Nadia. 2003. *Insegnare il francese in Italia. Repertorio di manuali pubblicati dal 1861 al 1922*. Bologna : CLUEB.
- SESSA, Giuseppe. 1888. *Modi di dire Espressioni famigliari e frasi commerciali nelle quattro lingue Italiana - Francese - Inglese - Tedesca*. Milano :Cogliati.
- SESSA, Giuseppe. 1891. *Dottrina popolare in quattro lingue (italiana, francese, inglese, tedesco) I. Espressioni famigliari e Motti Popolari II. Frasi commerciali III. Proverbi*. Milano :Hoepli.
- SESSA, Giuseppe. 1923. *Modi di dire italiani - francesi - inglesi - tedeschi Frasi ed espressioni idiomatiche della lingua familiare e commerciale Motti popolari - Proverbi*. Milano :Hoepli.

NOTES

1. En 1897, Hoepli publiera 157 ouvrages. Les 'Manuali' fournirent à la maison d'édition les moyens financiers pour entreprendre la publication d'ouvrages plus importants (Decleva 2001 : 158).
2. Citons quelques titres relevés dans le volume *Insegnare il francese in Italia. Repertorio di manuali pubblicati dal 1861 al 1922*, sous la dir. de N. Minerva (cf. Bibliographie) : *Manuale pratico di corrispondenza commerciale in italiano, francese, inglese, tedesco* de Nazzareno Romeo (Milano, Società Ed. Milanese, 1906), ou bien *Choix de proverbes et de locutions proverbiales. Petite phraséologie italienne-française* de Podalirio Petrini (Livorno, Giusti 1907) ou encore *Proverbes et maximes proverbiales* de Aleardo Caselli (Messina, Trimarchi, 1912).

RÉSUMÉS

En 1891, Giuseppe Sessa publie un ouvrage intitulé *Dottrina popolare in quattro lingue* chez Hoepli, un éditeur milanais très important, spécialiste de l'édition de livres scolaires et d'ouvrages de divulgation. Il s'agit d'une deuxième édition (la première date de 1888 et avait rencontré les faveurs du public). Notre étude se propose d'analyser la raison de ce titre un peu surprenant aujourd'hui : *Dottrina popolare*. En outre, nous nous attacherons à l'étude des phrases commerciales dans cet ouvrage divisé en trois sections, *Fraasi famigliari*, *Fraasi commerciali*, *Proverbi*. Nous examinerons la façon dont elles sont présentées : un mot-vedette en italien dans la première colonne dont l'auteur ne donne pas la traduction mais qui est suivi d'un ou de plusieurs exemples. Ce sont les exemples qui sont répartis sur quatre colonnes en quatre langues : italien, français, anglais et allemand. Nous étudierons les rapports entre ces langues ; nous verrons que l'anglais et l'allemand deviennent des langues rivales du français qui n'a plus l'exclusivité mais qu'il s'agit peut-être d'une simple juxtaposition de ces trois langues étrangères avec en filigrane une meilleure connaissance du français.

In 1891, Giuseppe Sessa published a work entitled *Dottrina popolare in quattro lingue* at Hoepli, a very important Milan publisher, a specialist in school book editions and popular works. It was a question of a second edition (the first was dated 1888 and had success with the public). Our study proposes analysing the reason for this title that is a little surprising today: *Dottrina popolare*. Furthermore we intend studying commercial sentences in this work divided into three sections, *Fraasi famigliari*, *Fraasi commerciali*, *Proverbi*. We shall examine the way they are presented: an entry in Italian in the first column of which the author gives no translation but which is followed by one or more examples. These examples are divided into four columns in four languages: Italian, French, English and German. We shall study the relationships among these languages: we shall see that English and German become rival languages to French which is no longer the most important but perhaps it is a question of a simple juxtaposition of these three foreign languages with a better knowledge of French.

INDEX

Mots-clés : Hoepli, phrases commerciales, rapports entre langues, Sessa Giuseppe

Keywords : commercial sentences, Hoepli, relationships among languages, Sessa Giuseppe

AUTEUR

MARIE-FRANCE MERGER

Université de Pise