

## Noms propres dans la traduction française des textes touristiques sur Cracovie

**Anna Anielska**

Université Jagellonne de Cracovie, Pologne

[anna.anielska@gmail.com](mailto:anna.anielska@gmail.com)

*Synergies Pologne* n° 10 - 2013 pp. 7-14

**Résumé :** On prétend que la traduction des noms propres n'est pas difficile car... les noms propres ne se traduisent pas. Pourtant, l'analyse des textes touristiques, d'après le corpus restreint de guides touristiques consacrés à Cracovie que nous avons examiné, prouve que la traduction des noms propres pose un certain nombre de problèmes. Cette étude vise à répondre aux questions concernant les techniques utilisées et les problèmes rencontrés par les traducteurs dans le processus de transfert des noms propres du français vers le polonais dans les textes touristiques sur Cracovie.

**Mots-clés :** texte touristique, traduction des noms propres, Cracovie, guides touristiques

### Proper names in French translation of tourist texts concerning Krakow

**Abstract :** It is claimed that the translation of proper names is not difficult because proper names are not supposed to be translated. However, a corpus of travel guides devoted to Krakow that I have analyzed shows that the translation of proper names in tourist texts poses a number of problems. This study aims to address the problems encountered by translators in the process of transferring names from French to Polish in tourist texts concerning Krakow, as well as the methods used to solve those problems.

**Key words :** tourist text, translations of proper names, Krakow, travel guides

### Introduction

D'après une étude de l'Organisation du Tourisme de Małopolska<sup>1</sup>, en 2010, la ville de Cracovie a attiré 8 150 000 visiteurs dont 2 100 000 étrangers. En 2009, les Français ont constitué 8,09% des touristes étrangers, soit 169 900 personnes. Pourtant, il ne faut pas oublier les autres francophones !

Etant donné qu'une telle population importante vient à Cracovie, il est intéressant de regarder de près les guides de voyages dont les touristes francophones peuvent s'approvisionner et se servir lors de leur séjour à Cracovie. Or, nous avons décidé de faire une analyse des équivalents français des noms propres polonais concernant la ville de Cracovie, utilisés dans les publications du domaine de tourisme sur Cracovie: traductions de textes polonais traduits

en français, petits albums, une adaptation (un texte anglais adapté en français) et quelques textes originaux écrits en français<sup>2</sup>.

Cet article a pour but de présenter des exemples des moyens utilisés par les traducteurs dans la traduction des noms propres dans les textes touristiques sur Cracovie. Cette étude pourrait ensuite permettre de sensibiliser les auteurs à un défi d'une basse qualité des traductions des textes touristiques et de donner un signal aux éditeurs pour qu'ils veillent au perfectionnement de leurs publications. Dans cette étude, nous allons, tout d'abord, définir le texte touristique et le nom propre. Ensuite, nous allons présenter des exemples de traductions des noms propres concernant Cracovie pour terminer par une conclusion.

## 1. Texte touristique

D'après la définition de Kelly, un texte touristique est un texte publié par une organisation publique ou privée pour fournir les renseignements à un touriste et promouvoir une destination (une ville, un hôtel, un restaurant, etc.) (Kelly, 1997). L'objectif des textes touristiques est d'aider un touriste à préparer le voyage, faciliter le séjour (consultation des panneaux, lecture des cartes, plans, conversation avec des autochtones, orientation pendant la visite etc.) ainsi que de servir de souvenir (albums, photographies etc.). Ainsi, l'utilité pratique prévaut parmi les besoins et les attentes d'un touriste (Bochnakowa, 2001). Ce sont aussi des textes publicitaires dont le but est d'encourager les lecteurs à venir, visiter un endroit et y laisser de l'argent.

Parmi les textes touristiques, on trouve : guides touristiques, brochures, dépliants, menus, programmes de conférence etc. Les textes en question peuvent contenir des informations venant de plusieurs disciplines spécialisées : architecture, histoire d'art, géographie, histoire, météorologie, gastronomie, économie, sports, coutumes, musique, danse etc. Les publications les plus vastes se composent de plusieurs parties : une partie présentant la destination, une autre sur : culture, histoire, cuisine, traditions, les informations pratiques (transport, hébergement, restauration, achats, adresses) et souvent un glossaire des mots indispensables pendant le voyage (Gajewska, 2009).

Etant donné que la fonction du texte touristique est un socle de sa définition, nous nous référons à la théorie fonctionnelle de la traduction (*skopos*). Katherina Reiss, Hans Vermeer et Christiane Nord affirment que l'objectif de la traduction, à savoir le besoin présumé du lecteur, impose le choix et l'adoption des stratégies de traduction (Albin, 2009 ; Hejwowski, 2009 : 43). Le traducteur oriente la traduction vers les attentes du lecteur. Il se pose ici la question de savoir comment reconnaître les attentes du lecteur d'un texte touristique.

En effet, le choix du contenu dans le texte touristique est essentiel : le contenu des traductions proprement dites, par exemple les publications de la Mairie de la ville de Cracovie, est homogène quelle que soit leur langue. Ces textes visent à être universels, indépendamment du savoir des touristes. Ainsi, les informations intéressantes pour les Polonais qui sont immergés dans l'histoire et la culture polonaise, ne le sont pas pour les étrangers. D'ailleurs, les textes

sont beaucoup trop détaillés ; le nombre des noms de personnages, d'endroits et de dates inutiles pour des étrangers est excessif. Par conséquent, Kelly (1997) et Albin (2009) proposent une solution idéale (certes -impossible - faute de moyens financiers) de produire des textes spécifiques pour chaque groupe langagier. Ces idées s'éloignent de la traduction littérale et visent à la réécriture - *creative writing* (Snell-Hornby, 1999) - basée sur les informations données.

## 2. Noms propres en traduction

Comme ce travail est, en premier lieu, une description traductologique, nous admettrons alors qu'un nom propre est une catégorie grammaticale de mots désignant des éléments - concrets ou abstraits - du réel (Leroy, 2004) qui ne renvoie pas à un concept comme un nom commun, mais désigne un référent unique (Ballard, 2001 : 17).

L'un des critères traditionnels de définition du nom propre est sa non-traduction. Il est pourtant impossible de ne pas remarquer que les noms propres font souvent l'objet d'une traduction, comme p.ex. les prénoms des rois et des papes. Même le principe de non-traduction des noms de lieux à l'intérieur des villes proposé par Newmark (1981 : 73), est négligé ce que nous pouvons parfaitement voir avec les exemples venant du corpus.

## 3. Cracovie en traduction

Nous allons commencer la partie pratique de cet article par la citation du *Petit Robert des noms propres* (2002).

« CRACOVIE en pol. Kraków, ville du S. de la Pologne, chef-lieu de voïévodie sur la rive gauche de la Vistule 748 000 habitants. Centre universitaire, culturel et artistique, Cathédrale XIV<sup>e</sup> siècle, chapelle funéraire des rois et château royal de Wawel transformé à la Renaissance par Sigismond Ier. Forteresse du XV<sup>e</sup> siècle (La Barbacane), remparts porte de Saint-Florian, vaste place quadrangulaire (Rynek Główny) entourée d'édifices historiques (église Notre-Dame XIII<sup>e</sup> siècle célèbre pour son retable de Wit Stwosz ; beffroi de l'ancien hôtel de ville (XVI<sup>e</sup> siècle), halle aux draps (Renaissance) (...) le complexe sidérurgique de Nowa Huta (...) » (PR2 : 527)

Cette entrée dans le *Petit Robert* répond à la plupart des doutes concernant la traduction des noms propres les plus importants de Cracovie. Pourtant, dans le corpus, il s'avère que la réalité est loin de l'idéal proposé par les dictionnaires. Dans le corpus, nous retrouvons des preuves de multiples problèmes rencontrés par les traducteurs. Les différences morphologiques, syntaxiques et phonographiques entre le polonais et le français engendrent plusieurs enjeux dans la traduction. La flexion casuelle, la détermination, les règles d'orthographe et de ponctuation varient selon la langue. Néanmoins, les interférences éprouvées par les auteurs laissent des traces de leur présence.

Par exemple, la variété de formes de présenter l'adresse est impressionnante : p.ex. le foisonnement des possibilités de traduction de « *ulica św. Jana* » soit « *ul. św. Jana* » :

2, rue St Jan (2j)  
ul. św. Jana 2 (3j)  
rue Św. Jana 19 (St Jean) (Tessa)  
Rue św. Jana 2 (jeune)  
Ul. św. Jana 19 (we)  
Ulica Świętego Jana 19 (autre)

#### 4. Exemples de traduction

##### 4.1 Wit Stwosz - Veit Stoss

Comment un touriste peut savoir que *Veit Stoss* et *Wit Stwosz* désignent la même personne ?

Dans le *Petit Robert des noms propres* (2002), dans une entrée sur Cracovie, il apparaît une forme *Wit Stwosz*. Néanmoins, dans le moteur de recherche Google, c'est *Veit Stoss* qui reçoit 256 000 attestations contre 58 700 de *Wit Stwosz*. Il paraît que les traductrices d'une œuvre de Gallimard ainsi qu'un auteur d'un dépliant *Guide de Cracovie*, s'en sont sorties le mieux en mettant : *[Le retable] réalisé entre 1477 et 1486 par Veit Stoss, un maître sculpteur de Nuremberg (connu en Pologne sous le nom de Wit Stwosz)* (Gallimard : 205), *le rétable [sic] de Wit Stwosz (Veit Stoss)* (guide).

4.2 *Hejnat*<sup>3</sup>, air de trompette joué toutes les heures de la tour de l'église Notre-Dame, est rendu : *Le Hejnal, cette courte mélodie* (routard) ou soit plus souvent par un changement de concentration de l'information - les traducteurs expliquent ce qu'est cette « célèbre trompette » (weekend : 39), notamment : *ce signal rompu est joué à la trompette toutes les heures* (Tessa : 8), *une mélodie est jouée à la trompette* (109 : 62), *une fanfare dite de Marie retentit toutes les heures* (guide), *la Tour de la Fanfare* (Tessa : 8), *la trompette de l'église Notre-Dame* (weekend : 31), *Hejnal, un air de trompette qui retentit à chaque heure de la journée du haut du beffroi de l'église Notre-Dame* (2j), *un air de trompette* (weekend : 10)

4.3 *Sukiennice*. Ce bâtiment au milieu du *Rynek* reçoit un grand nombre de traductions. En effet, à Bruxelles, sur la Grand-Place, il existe un bâtiment équivalent de *Sukiennice* que l'on appelle les *Halles commerciales*. Celui de Cracovie est traduit par : *la Halle aux Draps, la Halle* (109 : 62), *la halle aux Draps* (autrement : 11, weekend : 11, Gallimard : 204), *Sukiennice (Hall aux draps)* (Gallimard : 200), *la Sukiennice (Halles aux Draps)* (mnk), *la Sukiennice (halle aux draps)* (Gallimard : 204), *Les Sukiennice* (la Halle aux Draps) (2j), *les Sukiennice (halle aux Draps)* (autrement : 53), *Marché aux Draps* (Tessa). On voit bien que *la Halle aux draps* ainsi que *les Sukiennice* varient en nombre.

4.4 *Rynek Główny*, l'une des plus grandes places de l'Europe médiévale, vieux haut-allemand *rinc* ou *ring* (Boryś, 2005 : 530), témoin de plusieurs événements importants au niveau national, cet endroit reste connu de tous les Polonais sous le nom du *Rynek Główny*.

Par analogie, à Bruxelles, il y a la place principale qui s'appelle *Grand-Place de Bruxelles*, en flamand *Grote Markt van Brussel*, en polonais *Wielki Plac*<sup>4</sup>. Cela peut prouver que le nom de *Rynek Główny*, même si la place de Bruxelles joue le même rôle dans la vie de la ville, est réservé à celle de Cracovie. Ce nom est donc déictique et propre.

Les auteurs et les traducteurs des guides touristiques sur Cracovie ont de grandes difficultés à concevoir une traduction unique et pratique. Dans le corpus, nous avons trouvé une vingtaine de traductions qui varient d'orthographe et de forme. Il paraît intéressant d'analyser les techniques utilisées par les traducteurs dans ce cas.

Rynek est rendu par :

a) *le Rynek Główny* (autrement : 88), *Rynek Główny* (109 : 62), *au coin de la rue Szewska et du Rynek* (weekend : 16), *l'une des plus grandes places du marché de l'Europe du Moyen Age*, *le Rynek* (weekend : 2). Nous voyons bien que l'emprunt de *Rynek* enchaîne l'ajout d'un article défini, il reçoit aussi un genre : masculin comme en polonais. Le report du nom polonais, par conséquent l'exotisation du texte en français, servirait à rapprocher ce référent culturel. Cela peut aussi signifier que, dans l'esprit du traducteur, *Rynek* est un nom propre comme *Paris* ou *la Pologne*.

b) le double choix : report et traduction

Soit c'est une faute de traduction (Hejwowski, 2009 : 145), soit une sorte d'incrémentalisation où *Rynek Główny* est traité en tant que nom trop exotique. Néanmoins, l'introduction des deux techniques peut enrichir le texte du guide et améliorer le style ; les deux expressions peuvent devenir des synonymes : *sur le Rynek Główny*, *la Grand-Place du marché* (weekend : 10), *le Rynek Główny*, *la place du Marché* (autrement : 106), *Rynek Główny (Grand-Place du Marché)* (Gallimard : 203)

c) l'équivalent fonctionnel (Hejwowski, 2009 : 81) : *La Grande Place* (3jFR1 : 3), *La Grande Place du Marché* (3jFR1 : 4), *la Grand-Place du Marché* (Gallimard : 202), *la Grande Place de Cracovie* (mnk ulotka).

*La Grand-Place de Cracovie* (*grand* dans sa forme ancienne et tiret) paraît un équivalent pragmatique en faisant allusion à la *Grand-Place de Bruxelles*. Il semble très naturel d'utiliser cette traduction. Malheureusement, cette forme n'apparaît nulle part dans le corpus.

Par contre, les traducteurs ont conçu plusieurs autres possibilités : *la Place* (2j : 4), *la place du Marché* (autrement : 13), *la Place du Marché* (I 09 : 11), *la Place du Marché de Cracovie* (3jFR1 : 3), *la plus grande Place du Marché d'Europe* (3jFR1 : 13), *la place de marché* (3jFR1 : 3). *Place du marché* renvoie à une ancienne fonction commerciale du *Rynek*. Aujourd'hui, il y a sûrement des fleuristes et les *Sukiennice* où on vend des souvenirs, mais la fonction purement commerciale n'est plus là.

La graphie varie entre la majuscule et la minuscule : *la place Principale* (3jFR1 : 3), *la Place Principale* (3jFR1 : 3), *la place de marché principale* (3jFR1 : 1), *la Place du Marché principale* (3jFR1 : 3). Il est intéressant d'apercevoir que la

plupart de ces traductions sont faites par les traducteurs des guides publiés grâce au financement public. D'ailleurs, il vaut aussi remarquer que les exemples apparaissent dans la même publication sur trois pages consécutives. Le nombre important de différentes traductions, le manque de cohérence, les majuscules flottantes dans le texte peuvent être dérangeants pour un touriste. La qualité de la correction des traductions laisse sûrement à désirer.

Il arrive aussi des traductions indéniablement fautives, par exemple une traduction de *Rynek* en tant qu'adresse : *Place du Marché 1/3* (2j : 24) ou bien une traduction certes attestée dans le moteur de recherche Google, mais plutôt en tant qu'une chaîne de supermarchés aux Antilles néerlandaises : *le Grand Marché* (autrement : 9).

## 5. Conclusions et perspectives

Les traductions des noms propres sont loin de faire l'objet d'un traitement homogène.

Les observations que nous avons faites à partir de l'analyse des exemples des noms propres concernant Cracovie, traduits en français, montrent que les traducteurs ne suivent pas une seule stratégie : ils sont apparemment peu systématiques, mais ils utilisent bien des techniques qui, en effet, contredisent la règle de la non-traduction des noms propres, conseillée par Newmark et d'autres traductologues.

Nous voyons bien que les textes touristiques demandent un traitement spécial par les traducteurs professionnels qui sont compétents dans le domaine de la traduction des noms propres car il s'avère que ce type de traduction a ses conséquences importantes. Les touristes s'attendent à une traduction fonctionnelle qui soit pratique pendant un voyage et qui ne les fait pas se sentir intrus et étouffés par la multiplicité des informations, le foisonnement des formes inconnues et étranges et les fautes dues aux négligences et manque de conséquence. La qualité du texte-source visé vers un étranger qui veut découvrir la ville doit être irréprochable. En réalité, surtout les textes publiés grâce au financement public sauraient engendrer la méfiance et le pressentiment que Cracovie n'est pas une ville sérieuse et bienveillante où il vaudrait passer des vacances, habiter, travailler.

En outre, le procédé de choisir un traducteur que l'on engage pour la traduction d'un texte touristique devrait être mieux surveillé, car il paraît que le système dans le secteur des guides financés par la ville entraîne la basse qualité. On pourrait supposer que l'on choisisse l'offre la moins chère contre la qualité. Les erreurs de rédaction, de ponctuation, d'orthographe sont dues probablement plutôt à la négligence qu'à l'incompétence, et elles restent inacceptables tout de même.

Pour améliorer la situation sur le marché des traductions des textes touristiques, on peut proposer plusieurs solutions :

Tout d'abord, il se pourrait produire des textes spécifiques pour chaque groupe langagier ou nation, car il existe des différences marquées selon le pays (Vaxelaire, 2006). Toutes les nations francophones du monde qui puissent se servir des guides en français n'ont pas les mêmes connaissances en histoire ou en art.

Enfin, il serait conseillé, comme l'a fait le gouvernement norvégien à propos des traductions des noms de ministères, d'établir une liste officielle des traductions acceptables des noms propres dans le domaine du tourisme, publiée par l'office de tourisme, la mairie ou une autre institution publique<sup>5</sup>. D'ailleurs, il serait aussi intéressant d'analyser les comportements traductologiques des personnes qui travaillent en tant que guides et font découvrir la ville aux touristes en leur servant d'explications sur place. Leurs stratégies d'interprétation concernant les noms propres sont-elles les mêmes que celles des traducteurs des publications ? C'est sûrement un sujet qui vaut sa propre étude.

## Bibliographie

- Agafonov, C. et al. 2006. « La traduction multilingue des noms propres dans PROLEX ». *Meta*, 51- 4, pp. 622-636, Montréal : Les Presses de l'Université de Montréal
- Albin, J. 2009. « Metody zmniejszenia przepaści kulturowej w przekładzie tekstów turystycznych ». In: *Między Oryginałem a Przekładem XV Obcość kulturowa jako wyzwanie dla tłumacza* J. Brzozowski, M. Filipowicz-Rudek (éds). Kraków : Wydawnictwo Księgarnia Akademicka
- Ballard, M. 2001. *Le nom propre en traduction*. Paris : Ophrys.
- Bochnakowa, A. 2001. « Traces du traducteur sur les chemins de vacances ». In : *Ślady obecności : Księga pamiątkowa ofiarowana Urszuli Dąbskiej-Prokop przez kolegów, uczniów i przyjaciół. Traces d'une présence : mélanges offerts à Urszula Dąbska-Prokop par ses collègues, élèves et amis*, I. Piechnik et M. Świątkowska (éds). Kraków : Wyd. Uniwersytetu Jagiellońskiego
- Boryś, W. 2005. *Słownik etymologiczny języka polskiego*. Kraków : WL
- Gajewska, E. 2009. « Obcość w przewodnikach: między praktycznością a egzotyką ». In : *Między Oryginałem a Przekładem XV Obcość kulturowa jako wyzwanie dla tłumacza* J. Brzozowski, M. Filipowicz-Rudek (éds). Kraków : Wydawnictwo Księgarnia Akademicka
- Gary-Prieur, M-N. 1994. *Grammaire du nom propre*. Paris : PUF
- Grass, T. 2006. « La traduction comme appropriation: le cas des toponymes étrangers », *Meta*, 51- 4, pp. 660-670. Montréal : Les Presses de l'Université de Montréal
- Hejwowski, K. 2009. *Kognitywno-komunikacyjna teoria przekładu*. Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN
- Jonasson, K. 1994. *Le nom propre : constructions et interprétations*. Louvain-la-Neuve : Duculot
- Kelly, D. 1997. « The translation of texts from the tourist sector: textual conventions, cultural distance and other constraints », *Trans*, n° 2, pp. 33-42
- Lederer, M. 1994. *La traduction aujourd'hui. Le modèle interprétatif*. Paris : Hachette
- Leroy, S. 2004. *Le nom propre en français*. Paris : Ophrys

Snell-Hornby, M. 1999 « The Ultimate Confort: Word, Text and the Translation of Tourist Brochures ». Gunilla Anderman & Margaret Rogers (éds). In : *Word, Text, Translation. Liber Amicorum for Peter Newmark*, pp. 95-105, Clevedon : Multilingual Matters

Van de Velde, D. 2000. « Existe-t-il des noms propres de temps ? ». In : *Lexique 15 Les noms propres : nature et détermination*, pp. 35-45. Villeneuve-d'Ascq (Nord) : Presses universitaires du Septentrion

Vaxelaire, J.-L. 2006. « Pistes pour une nouvelle approche de la traduction automatique des noms propres », *Meta*, 51- 4, pp. 719-738, Montréal : Les Presses de l'Université de Montréal

## Notes

<sup>1</sup> Małopolska Organizacja Turystyczna, l'étude a été faite pour la Mairie de la ville de Cracovie ([http://www.krakow.pl/odwiedz\\_krakow\\_-\\_aktualnosci/3564,31,komunikat,ruch\\_turystyczny\\_w\\_krakowie\\_w\\_2010\\_roku.html](http://www.krakow.pl/odwiedz_krakow_-_aktualnosci/3564,31,komunikat,ruch_turystyczny_w_krakowie_w_2010_roku.html)) (accès le 12 décembre 2012)

<sup>2</sup> Textes touristiques utilisés dans cette étude :

**2j** : *Deux jours à Cracovie*, (s.d.), trad. Agnieszka Korycińska - Hexagone, Lingua Expert, Kraków : Mairie de Cracovie Direction de la Promotion et du Tourisme

**3jFR1** : Tutak M., Gajewski J. W., Kubisztal P., Sibila L. J., Slacz G., (2009) : *Trois jours à Cracovie*, trad. ATOMINIUM Specialist Translation Agency, Krakow : Mairie de Cracovie Bureau de Tourisme et de Promotion de la Ville

**3jFR2** : *Trois jours à Cracovie*, (s.d) : trad. Busy b translations, Lingua Expert, (s.l.), éd. Mairie de Cracovie Direction de la Promotion et du Tourisme

**autrement** : Kulakowska, E., (1997) : *Cracovie le guide Autrement*, éd. Autrement Paris

**I09** : *Kraków Informateur touristique*, (2009), éd. Mairie de Cracovie, Bureau de Tourisme et de Promotion de la Ville

**Gallimard** : *Pologne Bibliothèque du voyageur Gallimard*, (2006), trad. Sophie Paris, Pascaline Truc adaptation de l'anglais Insight Guides Poland, Paris : Gallimard

**jeune** : Lenczowski, J., (2010) : *Itinéraires des musées de Cracovie 1 : L'art de la priode de la Jeune Pologne, vitraux*, Mairie de la Ville de Cracovie Bureau du Tourisme

**Karpaty** : Podlecki (2001) : *Kraków - Cracow - Cracovie*, trad. Krystyna Jachiec, Kraków, wyd. Karpaty

**mnk ulotka** : (s.d.) : Kraków : Urząd Miasta

**routard** : Le Guide du routard, (2004/2005) : *Pologne, République Tchèque, Slovaquie* dir. Philippe Gloaguen, réd. en chef Pierre Josse éd. Hachette

**Tessa** : Gądek, K., Wilkońska, A., (s.d.) : *Cracovie et Kazimierz Mini-guide* trad. INTERLANG, Gdynia : Tessa

**weekend** : Lisowska, E, Lisowski, A, (2006) : *Un grand weekend à Cracovie*, trad. Laurence Dyèvre, Paris : Hachette

<sup>3</sup> Etymologiquement, *hejnał*, du hongrois *hajnal*, 'matinée' ; puis à Cracovie 'une prière matinale jouée de la trompette de la tour de l'église Notre-Dame' (Boryś 2003).

<sup>4</sup>cf. [http://podroze.gazeta.pl/podroze/1,114158,12187846,Belgia\\_\\_Wielki\\_Plac\\_w\\_Brukseli.html](http://podroze.gazeta.pl/podroze/1,114158,12187846,Belgia__Wielki_Plac_w_Brukseli.html) (accès le 12 décembre 2012)

<sup>5</sup> Les traductions des noms de ministères sont accessibles sur le site internet du gouvernement norvégien : <http://www.regjeringen.no/en/dep.html?id=933> (accès le 12 décembre 2012)