

IN ENGLISH

## Ce qui est «sale» fait vendre!

La période des soldes bat son plein et bon nombre d'enseignes utilisent l'anglais pour leur promotion. Une bonne idée?



par  
**Yseult Théraulaz**



Ce mot ne désigne pas la propreté du magasin, mais les rabais pratiqués.  
IMAGO/Photo News

L'histoire est vraie. Un petit garçon d'environ 7-8 ans demande à sa mère: «C'est parce que tout est sale dans le magasin que ça coûte moins cher?». L'anecdote a de quoi faire rire jaune, car les mots anglais sont omniprésents dans les vitrines et sur les sites de vente en ligne en période de soldes (mais pas uniquement). Est-ce si compliqué de produire des affiches en français lorsque l'on s'adresse à des clients de Suisse romande?

Manor, qui placarde sur ses vitrines et dans ses succursales des grands «SALE» blancs sur fond rouge, explique: «De manière générale, nous privilégions l'usage de la langue propre à chaque région. Cependant, certains mots connus du grand public et largement employés dans le commerce comme «SALE» sont utilisés pour une communication uniforme et impactante dans toute la Suisse. Un aspect pratique entre en compte également: les mots anglais étant souvent plus courts que dans d'autres langues, ils sont plus lisibles sur les affiches, par exemple.»

## Deux lettres de trop

Le mot «soldes» a vraisemblablement deux lettres de trop comparé à son homologue anglais. Pourtant, dans le même centre commercial, H&M ose les affichettes «soldes». Cristina Dina, du service de communication du géant suédois explique : «H&M vise à communiquer dans la langue du pays ou de la région qui est la plus pertinente pour ses clients. En Suisse romande, nous utilisons principalement le français. Tout en reconnaissant les avantages de l'utilisation de mots courts en anglais, nous nous efforçons de garantir la clarté et la résonance auprès de nos clients en utilisant la langue avec laquelle ils se sentent le plus à l'aise.»

D'autres magasins n'ont pas cet égard. Chicorée, marque suisse de vêtements, promettait des «happy new deals» en fin d'année. Elle n'a pas souhaité s'exprimer sur ce choix. Quant à Decathlon, son site suisse vantait, fin décembre, des «SALE up to 40%». Jérémy Nieckowski, chargé de relations presse de Decathlon Suisse affirme : «La marque adresse son mea culpa. Les mises à jour ont été faites du côté informatique. Sale aurait dû être une exception. Decathlon Suisse s'efforce d'avoir une pratique trilingue adressée aux Suissesses et Suisses.»

Quant au géant orange Coop, il utilise autant le français que l'anglais. Sina Gebel, chargée des relations médias explique : «Pour les campagnes nationales, des termes anglais peuvent être utilisés. Les raisons en sont, entre autres, un espace limité pour les textes ou le fait qu'une traduction dans toutes les langues officielles n'est pas pratique. Les termes anglais sont utilisés à condition que les formulations soient clairement compréhensibles et d'usage courant.»

## Le bain anglo-américain des jeunes

Il faut donc croire que la clientèle comprend les slogans dans la langue de Shakespeare. C'est l'avis de Jean-Michel Dubois, directeur de l'école Sawi Suisse romande : «À qui s'adressent ces campagnes? Souvent, elles sont destinées à une partie de la clientèle qui est jeune, qui parle relativement bien anglais et qui est exposée à cette langue via la musique, les films, les réseaux sociaux. Ces personnes baignent dans la culture anglo-américaine. Ce type de campagne fonctionne donc très bien auprès d'elles, mais n'atteint toutefois pas 100% de la cible qui est plus large.»

Sans oublier qu'il semblerait plus simple pour une grande chaîne de communiquer en une seule langue, l'anglais, qu'en français, allemand et italien...Jean-Michel Dubois relève également un autre point : «En Suisse romande, il y a beaucoup d'expatriés qui ont un fort pouvoir d'achat. Communiquer en anglais permet de les atteindre. Il ne faut pas oublier que les grandes entreprises internationales installées en Suisse utilisent, comme langue officielle de communication, l'anglais!» Et de conclure: «La génération actuelle n'est pas très impliquée dans la défense du français.»

## TON OPINION

Le sujet est important.

L'article est informatif.

L'article est objectif.

Trouvé des erreurs? [Dites-nous où!](#)

384 44 27

## 44 commentaires

L'espace commentaires a été désactivé