



Peut-on bien accueillir sans bien traduire ? Étude de la traduction assistée dans l'hôtellerie tunisienne

Can We Truly Welcome Without Truly Translating ? A Study of Machine-Assisted Translation in Tunisian Hospitality

Sofiane ZOUTENE¹

National Higher School of Technology and Engineering of Annaba | Algeria

Laboratoire PEDDEN | Tarf | Algeria

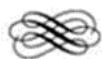
s.zouitene@ensti-annaba.dz

Résumé : Cette étude s'intéresse à l'impact de la traduction assistée par intelligence artificielle dans le secteur hôtelier tunisien, en particulier à Hammamet, où six établissements ont été explorés durant trois semaines à l'été 2025. L'objectif est de déterminer si l'on peut réellement « bien accueillir » sans « bien traduire » dans un contexte marqué par la diversité linguistique des clientèles. La méthodologie combine observations *in situ*, entretiens semi-directifs et analyse qualitative de témoignages recueillis auprès du personnel hôtelier. Les résultats révèlent que la traduction automatique constitue un outil de médiation utile, mais insuffisant pour assurer une communication fluide et culturellement adaptée. Des malentendus fréquents, touchant à des domaines sensibles comme la santé, l'alimentation ou la politesse, mettent en lumière les limites techniques et culturelles de ces dispositifs. L'étude confirme ainsi que la compétence interculturelle demeure un levier indispensable pour renforcer l'efficacité de l'accueil touristique.

Mots-clés : traduction assistée, compétence interculturelle, hôtellerie tunisienne, accueil multilingue, intelligence artificielle

Abstract : This study examines the impact of machine-assisted translation in the Tunisian hospitality sector, focusing on six hotels in Hammamet where fieldwork was conducted over a three-week period in the summer of 2025. The aim is to determine whether effective hospitality is possible without accurate translation in a context shaped by the linguistic diversity of international clients. The methodology combines on-site observations, semi-structured interviews, and a qualitative analysis of testimonies collected from hotel staff. Findings reveal that while machine translation serves as a useful mediation tool, it remains insufficient to ensure smooth and culturally appropriate communication. Frequent misunderstandings, particularly in sensitive areas such as health, food requirements, or politeness, highlight the technical and cultural limitations of these tools. The study confirms that intercultural competence remains an indispensable factor in enhancing the quality and effectiveness of multilingual hospitality services.

Keywords: Machine-assisted translation, intercultural competence, Tunisian hospitality, multilingual reception, artificial intelligence



¹ Auteur correspondant : SOFIANE ZOUTENE | s.zouitene@ensti-annaba.dz

ans un monde de plus en plus interconnecté, le secteur du tourisme, et plus particulièrement celui de l'hôtellerie, se retrouve au carrefour des échanges linguistiques, culturels et technologiques. L'acte d'accueil, au-delà de sa dimension logistique, constitue un moment clé d'interaction humaine où la qualité de la communication peut profondément influencer l'expérience du client. Dans les hôtels tunisiens, situés dans une région hautement touristique et fréquentée par une clientèle plurilingue, le personnel hôtelier se trouve régulièrement confronté à des situations de communication complexes, nécessitant une médiation linguistique rapide, précise et culturellement appropriée.

Or, dans un contexte où la maîtrise de plusieurs langues étrangères ne peut être généralisée à l'ensemble des agents d'accueil, les outils de traduction assistée — tels que Google Translate, DeepL ou les applications intégrées aux logiciels de gestion hôtelière — deviennent des alliés incontournables. Ces dispositifs permettent d'assurer une forme d'intercompréhension fonctionnelle. Toutefois, cette dépendance à l'intelligence artificielle soulève de nombreuses interrogations : peut-on réellement bien accueillir sans bien traduire ? À quel point la qualité de la traduction influence-t-elle la perception de l'accueil ? Les outils de traduction automatique sont-ils capables de restituer les nuances langagières, les références culturelles implicites et les attentes communicationnelles inhérentes à l'acte d'hospitalité ?

La présente étude s'inscrit dans cette problématique en explorant le rôle des outils de traduction assistée dans les pratiques communicatives du personnel hôtelier tunisien. Elle vise à répondre à la question suivante : dans quelle mesure le recours à la traduction assistée affecte-t-il la qualité de l'interaction entre les employés d'hôtels et une clientèle internationale ? Notre hypothèse est que si la traduction assistée permet de lever certains obstacles linguistiques, elle reste insuffisante lorsqu'elle n'est pas accompagnée d'une compétence interculturelle minimale de la part des agents. En d'autres termes, la performance technologique ne peut se substituer à la sensibilité humaine nécessaire à une communication hospitalière réussie.

Afin de vérifier cette hypothèse, nous avons mené une enquête qualitative et exploratoire dans plusieurs établissements hôteliers de moyenne et haute catégorie situés dans des zones touristiques tunisiennes, en combinant observation directe, entretiens semi-directifs avec le personnel, et analyse de situations traductives réelles. Dans un premier temps, nous dresserons un état des lieux des enjeux de la traduction spécialisée dans le secteur hôtelier à l'ère de l'intelligence artificielle. Ensuite, nous présenterons le protocole méthodologique de notre expérimentation. Enfin, nous discuterons les résultats obtenus à la lumière des apports théoriques sur la traduction automatique, la médiation interculturelle et l'hospitalité linguistique.

1. Cadre théorique

Dans le secteur de l'hôtellerie, la communication entre le personnel et la clientèle constitue un levier stratégique de qualité de service, d'image et de fidélisation. À ce titre, l'accueil multilingue représente bien plus qu'un simple échange d'informations : il engage des dynamiques relationnelles, culturelles et émotionnelles. Dans un contexte touristique fortement internationalisé, comme celui de la Tunisie, le recours à la traduction assistée devient une réponse technique à la complexité linguistique du terrain. Cependant, cette

réponse, bien qu'efficace sur le plan opérationnel, ne suffit pas à elle seule à garantir une communication hospitalière de qualité. Pour en cerner les enjeux, notre cadre théorique s'articule autour de trois axes : la traduction assistée, la médiation linguistique et interculturelle dans l'hôtellerie, et la place des technologies linguistiques dans la relation de service.

1.1. Traduction assistée

La traduction assistée désigne l'usage de dispositifs numériques permettant la reformulation d'un message d'une langue vers une autre, qu'il s'agisse d'outils automatiques (Google Translate, DeepL) ou semi-automatisés intégrés à des plateformes professionnelles. Selon Besacier (2014), la traduction automatique repose essentiellement sur des modèles statistiques ou neuronaux, capables de produire des énoncés syntaxiquement corrects, mais encore limités sur le plan sémantique et contextuel, notamment dans les domaines à forte connotation pragmatique comme l'hôtellerie.

De son côté, Kübler (2023) rappelle que l'automatisation de la traduction ne remplace pas l'intelligence humaine : l'outil ne comprend ni l'intention du locuteur, ni les subtilités socioculturelles du discours. Ainsi, une traduction peut être lexiquement correcte, mais inadaptée, voire inappropriée, dans une situation d'interaction réelle. Cela interroge directement la fiabilité de ces dispositifs lorsqu'ils sont utilisés sans contrôle ni post-édition par un personnel non formé.

1.2. La médiation linguistique et interculturelle

Traduire ne se réduit pas à transposer des mots : cela implique un acte de médiation. Lederer (2006), à travers le modèle interprétatif, insiste sur la nécessité de saisir le sens global du message, en intégrant les paramètres culturels, les implicites et les inférences contextuelles. Dans l'hôtellerie, cela suppose une double compétence : linguistique et interculturelle. En effet, un bon accueil nécessite non seulement de comprendre ce que dit le client, mais aussi de comprendre comment il le dit, dans quelle logique interactionnelle et avec quelles attentes implicites.

Roura (2014) souligne que la compétence interculturelle est une condition de l'efficacité communicationnelle dans les métiers du service. Elle permet d'ajuster les discours traduits, de moduler les expressions selon les normes d'interaction propres à chaque culture, et d'éviter les malentendus culturels ou les maladresses relationnelles. Dans ce sens, la technologie ne peut suppléer un manque de sensibilité interculturelle ; elle peut seulement en amplifier ou en masquer les effets.

1.3. Technologies linguistiques et qualité de la relation de service

L'intégration des outils numériques dans les services d'accueil modifie en profondeur la relation de service. Comme le rappellent Galibert (2018) et Cronin (2013), ces dispositifs introduisent une médiation technologique dans l'échange humain, qui peut renforcer ou affaiblir la qualité de la relation. D'un côté, ils permettent de gagner en réactivité et d'instaurer un échange minimal dans une langue comprise. De l'autre, ils peuvent générer une standardisation, voire une déshumanisation de l'interaction, en effaçant les nuances émotionnelles ou culturelles.

Dans le domaine de l'hôtellerie, la relation client repose en partie sur la personnalisation et la qualité d'écoute. Un message mal traduit ou perçu comme mécanique peut altérer l'image de l'établissement et réduire la satisfaction du client. C'est pourquoi plusieurs chercheurs (López & Tercedor, 2021 ; Alcina, 2008) insistent sur la nécessité d'une formation hybride, combinant l'apprentissage des technologies de traduction à une pédagogie de la communication interculturelle. Ainsi, le recours à la traduction assistée dans les hôtels ne saurait être évalué uniquement sur sa capacité à restituer des énoncés corrects, mais doit être étudié dans une perspective élargie intégrant les enjeux de compréhension mutuelle, de satisfaction client et de professionnalisation du personnel d'accueil.

2. Méthodologie

Cette étude repose sur une approche qualitative et exploratoire visant à analyser les usages concrets de la traduction assistée par le personnel hôtelier tunisien dans le cadre d'interactions avec une clientèle étrangère. L'objectif principal est de comprendre comment les outils de traduction numérique sont mobilisés en situation réelle, et dans quelle mesure ces pratiques influencent la qualité de l'accueil en contexte multilingue.

L'enquête a été menée au sein de six établissements hôteliers situés dans la ville de Hammamet, une station balnéaire réputée pour son attractivité touristique et la diversité linguistique de sa clientèle. Les hôtels sélectionnés, de catégories trois à cinq étoiles (2 hôtels de catégorie 5 étoiles, deux hôtels de catégorie 4 étoiles et deux hôtels de catégorie 3 étoiles), accueillent quotidiennement un public international varié (francophones, italophones, germanophones, anglophones, arabophones, etc.) et disposent d'une organisation interne qui favorise le recours à des solutions numériques pour surmonter les barrières linguistiques.

Le contact avec les six établissements hôteliers enquêtés a été rendu possible grâce à l'intervention d'un gestionnaire d'un hôtel cinq étoiles situé à Hammamet, ancien ami de la famille, qui a favorablement accueilli notre projet de recherche. Grâce à sa médiation et à son réseau professionnel, nous avons pu entrer en relation avec les responsables des six hôtels. Cette démarche relationnelle a facilité l'obtention des autorisations nécessaires, tout en instaurant un climat de confiance propice à la collecte des données. Les échanges préalables, menés soit en présentiel, soit par voie téléphonique ou électronique, ont permis de clarifier les objectifs de l'étude, les modalités d'enquête, ainsi que les garanties éthiques, notamment l'anonymat et le respect du cadre professionnel.

L'étude s'est déroulée sur une période de trois semaines, réparties entre les mois de juillet et août 2025 (du 12 juillet au 2 août), période correspondant à la haute saison touristique. Ce choix temporel qui a coïncidé avec notre séjour dans le cadre de vacances estivales, a permis d'observer un volume significatif d'interactions multilingues et d'identifier les stratégies de communication adoptées en contexte de forte affluence. L'échantillon enquêté comprend 24 membres du personnel hôtelier, répartis de manière équilibrée entre les six établissements : 12 réceptionnistes (2 par hôtel), 6 agents de relation clientèle, 3 superviseurs front-office et 3 concierges.

Tous les participants exercent des fonctions impliquant une interaction directe et régulière avec des clients étrangers. Leur sélection s'est fondée sur deux critères : une pratique déclarée ou observée de la traduction assistée dans leur activité quotidienne ainsi qu'un contact fréquent avec une clientèle non francophone ou non arabophone.

Les participants présentent des profils diversifiés en termes d'ancienneté (de 1 à 15 ans d'expérience), de niveau linguistique, et de familiarité avec les technologies numériques. La collecte des données s'est articulée autour de trois techniques complémentaires, mises en œuvre durant la période d'enquête. D'abord, une observation de terrain non participante qui s'est réalisée à travers des sessions d'observation discrète dans les zones de réception, de conciergerie et de service clientèle. Cette méthode a permis de documenter les pratiques traductives spontanées, les outils utilisés (Google Translate, DeepL, traducteurs vocaux intégrés aux logiciels hôteliers), ainsi que les comportements d'ajustement ou de contournement mis en place face aux difficultés linguistiques. Ensuite, nous avons opté pour des entretiens semi-directifs où chaque participant a été interviewé pendant une durée de 20 à 30 minutes. Les entretiens, menés dans un cadre confidentiel, ont porté sur leur expérience quotidienne de la traduction assistée, les types de situations problématiques rencontrées, leur perception de l'efficacité des outils, et leur rapport à la compétence interculturelle. Les entretiens ont été enregistrés, anonymisés, transcrits et codés.

Cinq situations réelles impliquant la traduction assistée ont été recueillies (captures d'écran de messages traduits, retranscriptions de dialogues avec clients, séquences de traduction vocale), avec l'accord des établissements et des employés. Ces cas ont été analysés pour identifier les types d'erreurs linguistiques, les écarts culturels, et les réactions observées de la part des clients. Les données ont été soumises à une analyse thématique inductive, selon les principes de l'analyse qualitative de contenu (Paillé & Mucchielli, 2016). Trois axes principaux ont structuré l'analyse :

Les modalités d'usage des outils de traduction (automatique, assistée, corrigée, hybride) ;
La qualité perçue de la communication (fluidité, clarté, satisfaction client) ;
Le rôle de la compétence interculturelle dans l'interprétation, l'ajustement et la correction des traductions automatiques.

Cette méthodologie vise à cerner les forces et les limites des pratiques traductives assistées dans un secteur où l'instantanéité et la précision de l'échange sont déterminantes. Elle permet également d'interroger la capacité du personnel hôtelier à compenser les faiblesses de l'IA par des compétences relationnelles, culturelles et adaptatives.

3. Résultats et discussion

L'analyse des données issues des observations, des entretiens semi-directifs et des études de cas a permis de dégager plusieurs tendances majeures. Ces résultats confirment l'idée que la traduction assistée joue un rôle central mais ambivalent dans la qualité de l'accueil hôtelier en contexte multilingue. En effet, l'ensemble des réceptionnistes interrogés (12/12) déclarent recourir régulièrement à des outils de traduction numérique, principalement Google Translate, suivi par DeepL (dans 3 hôtels) et des traducteurs vocaux intégrés aux systèmes de gestion hôtelière. Ce recours se fait principalement dans des situations d'urgence : demandes particulières, réclamations ou malentendus. « Dès que je ne comprends pas un mot en allemand ou en russe, j'ouvre Google Translate. Mais parfois, il me donne des phrases que le client ne comprend pas du tout... alors je mime. »

(Réceptionniste, hôtel 4 étoiles)

Ce témoignage révèle une utilisation pragmatique mais non critique de la traduction assistée, rejoignant les constats de Besacier (2014) sur la dépendance croissante aux outils automatisés malgré leur manque de précision contextuelle. Le recours à la gestuelle comme

solution palliative démontre aussi les limites de la traduction non interprétative, comme le souligne Lederer (2006). Il y a donc une tension entre efficacité immédiate et finesse communicationnelle. Par ailleurs, des situations d'incompréhension ou de confusion subtile ont été observées dans 4 cas sur les 5 étudiés. L'une des interactions, traduite automatiquement de l'italien vers le français, a généré un contresens problématique : Le client italien avait écrit « aria condizionata rotta » (climatisation cassée), traduit par « air conditionné cassé ». Le réceptionniste a compris qu'il fallait désactiver la climatisation, pensant que le client se plaignait de froid.

(Observation, hôtel 3 étoiles)

Ce cas illustre ce que Galibert (2018) appelle l'illusion de transparence dans la traduction automatique. Le lexique semble exact, mais la pragmatique est faussée, entraînant une réponse inadéquate. La réceptionniste, dans l'interview, avoue ne pas relire les traductions avant de répondre. Cette absence de vérification confirme l'analyse de López et Tercedor (2021) sur le besoin de post-édition humaine pour garantir la cohérence interculturelle et situationnelle.

Certains employés, plus expérimentés, affinent eux-mêmes les traductions fournies par l'outil grâce à leur intuition culturelle ou leur expérience client : « Je ne fais pas confiance au mot à mot. Je lis la traduction, puis j'imagine ce que veut dire le client dans sa langue. Parfois, je corrige le ton ou je reformule pour ne pas paraître sec ».

(Superviseur front-office, hôtel 5 étoiles)

Ce comportement rejette les travaux de Roura (2014) sur la compétence interculturelle comme filtre herméneutique dans les processus de traduction. Il s'agit ici d'un acte interprétatif, qui dépasse le simple usage mécanique. Ces profils démontrent que la qualité de l'accueil dépend moins de la technologie utilisée que de la capacité humaine à adapter, ajuster et humaniser les traductions proposées. En effet, une différence nette a été constatée entre les réceptionnistes jeunes (moins de 5 ans d'expérience) et les agents plus expérimentés ou les superviseurs. Les premiers déclarent se reposer totalement sur les outils numériques, tandis que les seconds les utilisent comme des aides ponctuelles, les intégrant à un savoir-faire langagier plus riche. « Quand j'étais nouveau, je copiais-collais tout dans Google Translate. Maintenant, je préfère deviner avec quelques mots-clés. Parfois l'outil m'induit en erreur ».

(Réceptionniste, hôtel 4 étoiles)

Cela confirme l'hypothèse selon laquelle la traduction assistée ne garantit pas la compétence communicative, si elle n'est pas accompagnée de formation linguistique ou interculturelle, comme le rappellent Alcina (2008) et Cronin (2013). L'enjeu ne réside pas seulement dans l'outil, mais dans l'intelligence située de l'usager. Dans les hôtels trois étoiles, où la pression est forte et le personnel moins formé, la traduction assistée donne parfois une illusion de communication fluide, masquant des malentendus non perçus, voire des moments d'inconfort chez les clients. À l'inverse, dans les hôtels cinq étoiles, l'accueil passe par une stratégie plurilingue plus souple : recours à l'anglais simplifié, appui sur les collègues, ou sur des brochures multilingues prétraduites. Cela rejette la distinction établie par Kübler (2023) entre traduction fonctionnelle et traduction relationnelle : l'enjeu n'est pas seulement de transmettre un contenu, mais de co-construire une relation de confiance

à travers la langue. Un bon accueil suppose ainsi un équilibre entre la technologie et l'humain, entre automatisation et intuition. D'autres témoignages ont été enregistrés afin de les analyser à l'aune du cadrage théorique de cette présente recherche. En voici quelques exemples :

Témoignage 1 : Hôte d'accueil, hôtel 4 étoiles

« Marra jâtli cliente m3a zoujha w keltli “we need gluten-free food”. Ma fhemtch barcha, 5alt Google Translate, w fassartli li yelzemhom makla bla glutan. B3ad klamtha m3a chef, bch yfassarli s7i7. »

Traduction française : « Une fois, une cliente est venue avec son mari et m'a dit : we need gluten-free food. Je ne comprenais pas bien, alors j'ai utilisé Google Translate, et j'ai compris qu'ils avaient besoin de nourriture sans gluten. Ensuite, j'en ai parlé avec le chef pour qu'il me confirme ce que cela impliquait. »

Ce témoignage illustre l'utilité immédiate de la traduction assistée comme outil de décodage lexical, notamment dans les cas de demandes spécifiques (ici, des régimes alimentaires particuliers). Toutefois, la réceptionniste ne s'appuie pas uniquement sur la machine, elle active un relais humain, en l'occurrence, le chef cuisinier, ce qui rejoint la thèse défendue par López et Tercedor (2021) sur la nécessité d'un dispositif collaboratif dans la traduction spécialisée. Cela confirme également les propos de Cronin (2013) : la traduction assistée est utile, mais doit être ancrée dans un réseau de compétences humaines pour garantir la précision et l'acceptabilité culturelle.

Témoignage 2 : Réceptionniste de nuit, hôtel 3 étoiles

« Sâat kif yjini touriste yheb room service bel anglais, ana ma n3rafch barcha kalimèt spéciales. Najem nfasarha mouch ghâlat bel app DeepL. Par contre, fama kalimèt ykounou bssif ytarjémhom bel sens. »

Traduction française : « Parfois, quand un touriste me demande le room service en anglais, je ne connais pas bien tous les mots techniques. Je peux les expliquer correctement grâce à l'application DeepL. Mais il y a certains mots qu'il faut absolument traduire en fonction du sens ». Ce témoignage révèle un niveau de conscience traductive élevé chez l'agent, qui sait que la fidélité littérale ne suffit pas. Il distingue les traductions "mot à mot" de celles requérant une interprétation sémantique. Cela rejoint les travaux de Marianne Lederer (2006) sur le modèle interprétatif, où le sens prime sur les mots.

La présence de DeepL montre aussi une évolution technologique des pratiques (par rapport à Google Translate), avec des agents capables de comparer, juger, choisir entre différents outils, un aspect que Alcina (2008) qualifie de compétence numérique traductrice.

Témoignage 3 : Assistante manager, hôtel 5 étoiles

« Fî blassetna, fama clients yihkiw bel russe w bel polonais. Ma andich aucune idée chnowa y9olou. Nadrob screenshot ta3 chay yikbboh fi WhatsApp, w n7awel ntarjém m3a Google ou DeepL. Ama parfois fama malentendus, khater l'app tji b tarjama méchanique. »

Traduction française : « Chez nous, il y a des clients qui parlent russe ou polonais. Je n'ai aucune idée de ce qu'ils disent. Je prends une capture d'écran de ce qu'ils écrivent sur WhatsApp, puis je tente de traduire avec Google ou DeepL. Mais parfois il y a des malentendus, car l'application donne une traduction mécanique ». Ce récit expose les limites techniques et linguistiques de la traduction automatique, notamment lorsqu'il s'agit de langues moins maîtrisées par les agents ou de scripts non latins (russe, polonais). L'usage des captures d'écran et la tentative de décodage illustrent une adaptabilité technologique, mais également une vulnérabilité communicationnelle, soulignée par Galibert (2018) : la traduction automatique ne prend pas en charge les implicites culturels ni les formes indirectes. Cela soulève la question de l'éthique de la communication : peut-on garantir un service de qualité si les outils traduisent mal des requêtes urgentes ou sensibles ? Cela rejoint l'enjeu de responsabilité humaine dans un processus technologique, développé par Kübler (2023).

Témoignage 4 : Responsable d'accueil, hôtel 5 étoiles

« Mara jâ client italien, y7ki bl'italiano bark. Ma 3andich llangu. Jib l'iPad, 7allet Google Translate, 5alleytou yihki, w ana nisma3 traduction vocale. Sâ3a kalam ybân bizarre, fama kalimèt ma fhemthomch. 9allitli "non è questo che voglio dire!" »

Traduction française : « Une fois, un client italien est arrivé, il parlait seulement italien. Je ne comprenais pas sa langue. J'ai pris ma tablette, ouvert Google Translate, et je l'ai laissé parler pour entendre la traduction vocale. Mais parfois ce qu'il disait paraissait étrange, et certains mots étaient incompréhensibles. Il m'a dit : "Ce n'est pas ce que je veux dire !" ». Ce témoignage souligne la fréquence des erreurs sémantiques dans les traductions orales automatiques, surtout dans des langues moins maîtrisées par le personnel. L'irritation du client italien montre les limites de la médiation linguistique automatisée, un phénomène bien documenté par Galibert (2018), qui parle d'un fossé de confiance entre l'humain et la machine. La réceptionniste, bien qu'outillée, se trouve dans une position vulnérable, exposée à l'ambiguïté du rendu machine, ce qui rejoint les préoccupations de Cronin (2013) sur le risque d'aliénation interactionnelle dans les environnements technologiques.

Témoignage 5 : Concierge, hôtel 4 étoiles

« Client m3a ommou, hab ychouf médecin spécial, 7kâli bel allemand. Ana ma n3rafch kalima. Fassartli m3a tarjamet Google, bch yheb neurologue. Ba3d 9ayessna wahed, lékn bédhlama chwaya. Matkounch tranjama 100% sahha. »

Traduction française : « Un client avec sa mère voulait voir un médecin spécialiste, il me parlait en allemand. Je ne comprenais rien. Grâce à Google Translate, j'ai compris qu'il cherchait un neurologue. On lui en a recommandé un, mais il y a eu un léger malentendu. La traduction n'était pas totalement correcte ». Dans ce cas, une information critique et délicate (santé) dépend entièrement de la qualité de la traduction automatique. Cela révèle un enjeu éthique fort, que Kübler (2023) aborde : certaines situations (urgentes ou sensibles) nécessitent un encadrement humain, car les outils peuvent induire des erreurs lourdes de conséquences. Ici, le concierge utilise la machine comme outil de premier secours linguistique, mais la solution finale (orientation vers un neurologue) reste approximative, ce qui montre que la traduction assistée ne remplace ni l'expertise médicale ni une interprétation humaine professionnelle.

Témoignage 6 : Serveur de restaurant, hôtel 3 étoiles

« Mara ja client japonais yebda yifham chwaya français. Kétbl f portable 3al menu “je veux nourriture halal pas poisson cru”. Tarjamna b Google w b DeepL. Yji différence f tarjama, wa7da 9alet “nourriture conforme” l’okhra “repas religieux”».

Traduction française : « Un jour, un client japonais est venu, il comprenait un peu le français. Il m'a écrit sur son téléphone au sujet du menu : “je veux nourriture halal pas poisson cru”. On a traduit via Google et DeepL. Il y avait une différence dans la traduction : l'un disait “nourriture conforme”, l'autre “repas religieux” ». Ce témoignage met en évidence la divergence lexicale et sémantique entre les moteurs de traduction, ce qui peut induire une interprétation erronée des besoins culturels et religieux. Cette observation confirme les analyses de López & Tercedor (2021) : même les outils avancés peuvent traduire sans prendre en compte les présupposés socioculturels, essentiels en contexte d'hospitalité. Le serveur est confronté à une disjonction terminologique (entre "halal" compris comme standard alimentaire vs. pratique religieuse), ce qui nécessite une médiation humaine consciente, que Lederer (2006) qualifie de traduction-interprétation, allant au-delà des simples équivalences linguistiques.

Pour récapituler, les six témoignages précédemment analysés montrent que les réceptionnistes tunisiens ne rejettent pas la traduction assistée, mais en distinguent les usages appropriés et les limites. En effet, ils développent une agentivité linguistique consistant à choisir l'outil, vérifier le sens et consulter un tiers humain.

La dimension interculturelle reste non traduisible automatiquement et requiert une interprétation humaine (cf. Lederer, Cronin). Dans ce sens, la traduction devient un acte d'hospitalité augmentée, où l'outil assiste sans remplacer.

Ces résultats démontrent que bien accueillir ne peut se résumer à bien traduire, surtout si la traduction est laissée aux seuls outils numériques. L'efficacité linguistique, sans sensibilité interculturelle ni compétence relationnelle, peut engendrer des malentendus subtils, voire détériorer l'expérience du client. La traduction assistée est un levier pertinent, mais non suffisant. Dans ce sens, elle devient performante lorsqu'elle est mobilisée par un personnel formé, conscient de ses limites, capable d'interpréter, reformuler et ajuster en fonction des situations. Les agents hôteliers s'approprient les outils de traduction assistée avec ingéniosité, mais lucidité. Les défauts d'interprétation sémantique et culturelle sont fréquents, surtout dans les domaines sensibles (santé, religion, alimentation). Ces témoignages confirment le besoin d'un cadre de formation spécifique pour les professionnels de l'accueil utilisant la TAO, rejoignant les recommandations de Kübler (2023) sur l'évolution des compétences.

Conclusion

L'étude menée dans six hôtels de Hammamet durant l'été 2025 visait à explorer une problématique centrale : peut-on réellement bien accueillir sans bien traduire dans un contexte touristique marqué par une forte hétérogénéité linguistique et culturelle ? L'enquête qualitative, fondée sur des observations, des entretiens semi-directifs et l'analyse de témoignages du personnel hôtelier, a mis en lumière des résultats particulièrement significatifs.

En premier lieu, il apparaît que les outils de traduction assistée constituent aujourd’hui des ressources incontournables dans la pratique quotidienne de l’hôtellerie tunisienne. Qu’il s’agisse de Google Translate, DeepL ou d’applications intégrées sur smartphones et tablettes, ces dispositifs facilitent une communication de premier niveau et permettent de contourner certaines barrières linguistiques. Ainsi, leur utilisation contribue à éviter des blocages de communication immédiats et participe à l’efficacité opérationnelle des établissements étudiés.

Toutefois, les limites observées sont notables. Les malentendus sémantiques et culturels documentés, qu’ils concernent la santé, les préférences alimentaires ou encore les registres de politesse, confirment que la traduction automatique ne peut, à elle seule, garantir une interaction satisfaisante. Ces résultats rejoignent les analyses de Lederer (2006) sur la nécessité d’une interprétation du sens au-delà des mots, ainsi que les mises en garde de Kübler (2023) concernant les zones d’opacité et de biais des systèmes d’intelligence artificielle. En contexte hôtelier, ces erreurs de traduction ne se réduisent pas à de simples maladresses linguistiques : elles peuvent affecter directement la qualité de l’accueil, la satisfaction des clients et, *in fine*, l’image de l’établissement.

En second lieu, l’étude confirme le rôle fondamental de la compétence interculturelle. Les réceptionnistes, concierges ou serveurs rencontrés montrent une conscience aiguë des enjeux relationnels liés à la diversité culturelle. Lorsqu’ils complètent la traduction assistée par une interprétation contextualisée, prenant en compte les codes sociaux, les valeurs implicites ou les habitudes alimentaires des clients, la communication gagne en précision et en fluidité. Cette posture rejoint les travaux de Cronin (2013) et de López & Tercedor (2021), qui soulignent que le traducteur, ou en l’occurrence le médiateur hôtelier, ne peut se réduire à un exécutant technique : il est avant tout un acteur de médiation interculturelle.

Par ailleurs, cette recherche met en évidence une attitude ambivalente vis-à-vis des technologies. Le personnel hôtelier reconnaît l’utilité immédiate des outils, tout en exprimant des réserves face à leurs imperfections. Cette tension ouvre une réflexion plus large sur la formation des professionnels de l’hôtellerie, qui gagnerait à inclure non seulement une initiation critique aux technologies de traduction, mais également un renforcement des compétences en communication interculturelle.

En définitive, l’étude montre que l’accueil hôtelier multilingue en Tunisie ne saurait se réduire à l’usage de la traduction automatique. Si celle-ci constitue un appui pratique indéniable, elle doit impérativement être couplée à une médiation humaine consciente, sensible et contextualisée. Notre question initiale trouve ainsi sa réponse : la traduction, qu’elle soit humaine ou assistée par machine, est indissociable d’un accueil de qualité, mais elle ne devient pleinement efficace qu’intégrée dans une démarche interculturelle réfléchie.

Enfin, au-delà du cas tunisien, cette recherche invite à réfléchir à la place de la traduction assistée dans les secteurs de services où l’interaction humaine demeure centrale. Elle appelle à développer des stratégies hybrides où la technologie soutient, mais ne supplée jamais, l’intelligence interculturelle du professionnel.

Références bibliographiques

- ALCINA A. 2008. *Translation technologies: Scope, tools and resources.* Target, 20(1), 79-102. <https://doi.org/10.1075/target.20.1.06alc>, consulté le 10/08/2025
- BESACIER L. 2014. *Traduction automatique et post-édition : entre outils linguistiques et pratique professionnelle.* Revue TAL, 55(2), 121-142. <https://doi.org/10.4000/tal.2612>, consulté le 07/08/2025
- CRONIN M. 2013. *Translation in the Digital Age.* London: Routledge.
- Galibert, J. 2018. *Traduction automatique et communication interculturelle : utopie ou solution fonctionnelle ?* Langue et société, (162), 45-59. <https://doi.org/10.3917/ls.162.0045>, consulté le 31/07/2025
- KÜBLER N. 2023. *Traduire à l'ère de l'intelligence artificielle : enjeux professionnels et éthiques.* Paris : L'Harmattan.
- LEDERER M. 2006. *La traduction aujourd'hui : le modèle interprétatif.* Paris : Hachette.
- LÓPEZ R., & TERCEDOR M. 2021. *Machine translation in specialized communication: Opportunities and challenges.* Journal of Specialised Translation, (36), 14-31.
- PAILLE P, & MUCCHIELLI A. 2016. *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales (4^e éd.).* Paris : Armand Colin.
- ROURA J. 2014. *La compétence interculturelle en traduction spécialisée : une nécessité professionnelle.* Meta, 59(1), 112-125. <https://doi.org/10.7202/1026635ar>, consulté le 10/08 /2025