

Alma Mater Studiorum Università di Bologna

DIPARTIMENTO DI INTERPRETAZIONE E TRADUZIONE

Corso di Laurea magistrale Specialized Translation (classe LM - 94)

TESI DI LAUREA

in Computer-Assisted Translation and Web Localization

***Tradurre per le piccole e medie imprese:
localizzazione del sito web di Cora Seeds S.r.l.***

CANDIDATA:

Martina Stabile

RELATRICE:

Claudia Lecci

CORRELATRICI:

Ksenia Balakina

Svetlana Slavkova

*Anno Accademico 2017/2018
Secondo Appello*

“If you talk to a man in a language he understands, that goes to his head.

If you talk to him in his language, that goes to his heart.”

Nelson Mandela

RINGRAZIAMENTI

Per il presente lavoro desidero ringraziare innanzitutto la mia cara relatrice, Claudia Lecci, per il suo costante sostegno non solo durante la stesura della tesi, ma anche nel corso dell'anno accademico; e le mie correlatrici, Ksenia Balakina, che con grande pazienza si è occupata di revisionare la correttezza e la qualità della traduzione in russo, e Svetlana Slavkova per il suo prezioso aiuto e la sua disponibilità.

Colgo, inoltre, l'occasione per ringraziare tutti i professori che ho avuto il piacere di incontrare durante l'intero biennio magistrale. I vostri preziosi insegnamenti hanno fatto del mio semplice interesse alla traduzione una vera e propria passione. Vorrei ringraziare, inoltre, la mia famiglia per non aver mai smesso di credere in me e per il sostegno incondizionato dimostratomi in questi anni nonostante tutti i "viaggi all'avventura" (mi dispiace, ma continueranno ancora per un po'!).

Agli amici di Forlì che in questi due anni insieme sono diventati molto più di semplici compagni universitari: non potrò mai dimenticare tutti i momenti trascorsi insieme, dentro e fuori l'università. Grazie per avermi fatta sentire sempre a casa, anche nelle grigie giornate forlivesi.

Un grazie di cuore anche a tutti gli amici "di giù", sempre pronti ad accogliermi a braccia aperte ad ogni mio ritorno. Anche se lontana vi porto sempre con me.

Infine, non posso non ringraziare Lilija per avermi iniziata alla lingua russa nel lontano 2008, e Il'ja che, nonostante i quattromila chilometri di distanza, trova sempre del tempo per me, alimentando ad ogni videochiamata il mio amore per la lingua e la cultura russa.

Огромное спасибо за всё.

АННОТАЦИЯ

Эта работа является частью проекта «Language Toolkit», родившегося в результате сотрудничества между Торговой палатой Романьи и Факультетом устного и письменного перевода Форли. Этот проект позволяет студентам применять на практике то, чему они научились в течение курса, посредством стажировок в местных компаниях.

Благодаря сотрудничеству с Cora Seeds ООО, сайт www.coraseeds.com был локализован с итальянского на русский.

Работа состоит из четырех глав. В первой главе дается краткая контекстуализация проекта и описывается сотрудничество между Cora Seeds и кандидатом. Кроме того, анализируются основные моменты, связанные с интернационализацией компании, уделяя особое внимание лингвистическим и культурным навыкам, необходимым для этого процесса.

Вторая глава является теоретическим исследованием по теме локализации. Она включает краткий исторический обзор эволюции этой области, анализ модели GILT, представление различных типов локализации с уделением особого внимания веб-сайтам. Затем, представляются фазы и профессиональные фигуры веб-локализации и электронные инструменты, имеющиеся в их распоряжении.

Третья глава посвящена понятиям специальных языков и терминологии. В этой части также описывается терминологическая работа, выполняемая как подготовка к переводу.

Наконец, четвертая и последняя глава посвящена фактической работе перевода. Первая часть является анализом всего сайта с уделением особого внимания тексту. Затем следует комментарий к переводу, вместе с конкретными примерами, экстраполированными из оригинального текста и текста перевода.

ABSTRACT

This thesis falls within the framework of the *Language Toolkit* project, born from the collaboration between the Romagna Chamber of Commerce and the Department of Interpretation and Translation of Forlì. This project allows students to put into practice what they have learned over the course of their studies by carrying out internships in local companies.

Thanks to the collaboration with Cora Seeds Srl, the candidate localized part of the website www.coraseeds.com from Italian into Russian.

The work is composed of four chapters. The first chapter briefly contextualizes the thesis project, introducing the company and describing the work to be carried out by the candidate. Furthermore, it analyzes the main points relating to the internationalization of companies, with particular focus to the linguistic and cultural skills necessary for this process.

The second chapter is a theoretical study on the topic of localization. It includes a brief historical overview of its evolution, an analysis of the GILT model, and a presentation of the various types of localization with particular attention to that of websites. It then proceeds to illustrate the phases and the professional figures usually involved in the localization process and the software available to them.

The third chapter is dedicated to the concepts of specialized languages and terminology. Moreover, the terminological work carried out in preparation for the translation work is presented in this section.

The fourth and final chapter focuses on the actual translation work. The first part is dedicated to the analysis of the entire site, with particular attention to the text to be localized. Thereafter follows a commentary on the translation, where the types of intervention adopted during the translation phase are explained through concrete examples extrapolated directly from the source and the target texts.

INDICE

Аннотация	viii
Abstract	x
Introduzione	1
Capitolo I – Contestualizzazione e background.....	3
1.1 Il progetto Language Toolkit: le lingue straniere al servizio dell'internazionalizzazione d'impresa	3
1.2 L'azienda: Cora Seeds S.r.l.	4
1.2.1 Il progetto di collaborazione	5
1.3 L'internazionalizzazione delle imprese	6
1.3.1 Il mercato emergente russo: una breve panoramica	9
1.3.2 Competenze linguistiche e culturali per l'internazionalizzazione	16
Capitolo II – La localizzazione	21
2.1 Storia ed evoluzione della localizzazione	21
2.1.1 I primi approcci alla localizzazione: dalla traduzione <i>in-house</i> all' <i>outsourcing</i>	23
2.1.2 Il World Wide Web e la sua evoluzione	24
2.2 Il modello GILT	26
2.2.1 Globalizzazione	27
2.2.2 Internazionalizzazione	28
2.2.3 Localizzazione e traduzione	29
2.3 Tipi di localizzazione	33

2.3.1 Software	31
2.3.2 Applicazioni per dispositivi mobili	32
2.3.3 Videogiochi	33
2.3.4 Siti web	35
2.4 La localizzazione di siti web	35
2.4.1 Caratteristiche generali dei siti web	36
2.4.1.1 Particolarità linguistiche e stilistiche dei siti web	36
2.4.1.2 Usabilità dei siti web	39
2.4.2 Peculiarità della localizzazione di siti web	40
2.4.2.1 Adattamento tecnico	40
2.4.2.2 Adattamento culturale	42
2.4.3 Figure professionali nell'ambito della localizzazione	44
2.4.3.1 Il traduttore-localizzatore	45
2.4.4 Fasi del progetto di localizzazione	46
2.4.5 Strumenti elettronici per la localizzazione di siti web	48
Capitolo III – Lingue speciali e terminologia	51
3.1 Le lingue speciali	51
3.1.1 Caratteristiche delle lingue speciali	53
3.1.2 Dimensione orizzontale e dimensione verticale	56
3.1.3 La lingua speciale del sito www.coraseeds.com	59
3.2 La terminologia	61
3.2.1 I concetti di <i>parola</i> e <i>termine</i>	62
3.2.2 Evoluzione della terminologia	63
3.3 La terminologia applicata alla traduzione	66
3.4 Metodologia di lavoro	69

3.4.1 Le fasi della ricerca terminologica	70
3.4.2 La delimitazione del dominio	71
3.4.3 Preparazione alla traduzione: i corpora e il glossario	73
3.4.3.1 Reperimento del materiale e costruzione dei corpora specializzati	76
3.4.3.2 Vantaggi e svantaggi dei corpora costruiti	79
3.4.3.3 Estrazione terminologica e glossario bilingue	84
Capitolo IV – Analisi e traduzione del sito web aziendale Cora Seeds	89
4.1 Analisi generale del sito web www.coraseeds.com	89
4.1.1 Struttura del sito web	91
4.2 Analisi del testo di partenza	94
4.3 Commento alla traduzione	101
4.3.1 Interventi sul lessico	101
4.3.2 Interventi sulla sintassi	107
4.3.3 Interventi sullo stile e sul registro	110
4.3.4 Interventi sulle componenti culturali	111
4.3.5 Interventi sul testo di partenza	112
4.3.6 Riassumendo	114
4.4 Il <i>CAT tool</i> utilizzato per la traduzione: MemoQ	114
4.5 Possibili estensioni del lavoro	115

Conclusioni	117
Bibliografia	121
Sitografia	127
Appendici	
A. Testo di partenza e testo di arrivo	132
B. Glossario terminologico bilingue	195

INTRODUZIONE

Il presente lavoro di tesi si inserisce nel quadro del progetto *Language Toolkit*, nato dalla collaborazione tra la Camera di Commercio della Romagna e il Dipartimento di Interpretazione e Traduzione di Forlì, al fine di avvicinare la realtà universitaria al mondo del lavoro. Tale progetto propone, infatti, ai laureandi del corso di laurea magistrale in *Specialized Translation* tirocini avanzati presso aziende del territorio, le quali mettono a disposizione materiale aziendale da tradurre in vista della loro espansione verso i mercati esteri. Gli studenti hanno, così, la possibilità di mettere in pratica quanto appreso durante il corso di laurea e di relazionarsi con un ambiente professionale reale, diverso da quello universitario.

Il progetto portato avanti dalla candidata si è reso possibile grazie alla collaborazione con Cora Seeds S.r.l., azienda cesenate attiva nella produzione, ricerca e vendita delle sementi orticole, settore profondamente consolidato nel territorio romagnolo. L'azienda ha richiesto alla candidata la localizzazione del proprio sito web (www.coraseeds.com) dall'italiano verso il russo in vista di un'espansione verso il mercato russofono.

Il lavoro è stato articolato in diverse fasi. In primo luogo è stato necessario fornire una breve contestualizzazione del progetto di tesi, introducendo l'azienda committente e descrivendo il progetto di collaborazione con la candidata. Inoltre, sono stati analizzati i punti principali relativi all'internazionalizzazione delle imprese, in particolare verso il mercato russo, prestando attenzione alle competenze linguistiche e culturali necessarie per tale processo.

Segue, nel secondo capitolo, un approfondimento teorico sul tema della localizzazione che comprende un breve excursus storico sulla sua evoluzione, un'analisi del modello GILT (acronimo di Globalizzazione, Internazionalizzazione, Localizzazione e Traduzione) che permette di rendere qualsiasi prodotto adatto a un determinato mercato estero, una presentazione dei vari tipi di localizzazione con particolare attenzione a quella dei siti web di cui

sono state illustrate poi le fasi, le figure professionali solitamente coinvolte e gli strumenti elettronici a loro disposizione.

Il terzo capitolo è dedicato ai concetti di lingue speciali e terminologia. In questa sezione viene, inoltre, esposto il lavoro terminologico effettuato come preparazione al lavoro di traduzione. Inizialmente, sono state fornite alcune nozioni prettamente teoriche sul linguaggio tecnico-scientifico; sono state poi illustrate le loro caratteristiche linguistiche (stilistiche, sintattiche, morfologiche, grammaticali). Tali premesse teoriche si sono rivelate utili al fine di individuare la terminologia relativa al dominio dell'agricoltura e, più nello specifico, delle sementi orticole. Segue, quindi, una presentazione della metodologia di lavoro adottata per individuare tale terminologia: dopo aver raccolto un'adeguata documentazione terminologica appartenente al dominio delle sementi orticole, sono stati costruiti due corpora, uno monolingue e uno parallelo, sulla base dei quali è stato creato un glossario terminologico. Queste risorse, insieme alla memoria di traduzione e alla consultazione di siti paralleli, si sono rivelate di grande aiuto durante la fase di traduzione.

Infine, il quarto e ultimo capitolo costituisce il nucleo centrale del progetto di tesi in quanto incentrato sul lavoro effettivo di traduzione del sito web www.coraseeds.com. La prima parte è dedicata all'analisi dell'intero sito con particolare attenzione al testo oggetto della localizzazione, che viene analizzato sulla base del modello funzionalista proposto da Nord (1991). Dopodiché, segue il commento alla traduzione, dove sono state spiegate le tipologie di intervento adottate in fase di traduzione insieme ad esempi concreti estrapolati direttamente dal testo di partenza e dal testo di arrivo. Il capitolo si chiude con una sezione dedicata allo strumento di traduzione assistita utilizzato per la traduzione e alle possibili estensioni del lavoro presentato.

Il progetto di tesi si conclude con un'appendice contenente la traduzione per intero insieme al testo di partenza e il glossario terminologico bilingue che, congiuntamente ai due corpora, è stato uno degli strumenti di supporto al lavoro di traduzione.

CAPITOLO I

Contestualizzazione e background

1.1 Il progetto Language Toolkit: le lingue straniere al servizio dell'internazionalizzazione d'impresa

Il presente lavoro di tesi magistrale si inserisce nell'ambito del progetto *Language Toolkit: le lingue straniere al servizio dell'internazionalizzazione d'impresa*, frutto della collaborazione tra la Camera di Commercio della Romagna e il Dipartimento di Interpretazione e Traduzione dell'Università di Bologna, sede di Forlì. Giunto alla sua quinta edizione, il progetto è volto a favorire l'internazionalizzazione delle piccole e medie aziende del territorio attraverso il coinvolgimento dei laureandi del Corso di Studi in Specialized Translation e delle loro competenze in ambito linguistico, tecnologico e interculturale.

Language Toolkit si propone dunque di creare un ponte tra università e mondo del lavoro: grazie a tirocini avanzati della durata di 300 ore gli studenti entrano in contatto con le aziende che hanno aderito al progetto, si affacciano al mondo del lavoro e mettono in pratica le competenze acquisite durante il proprio percorso di studi.

I lavori intrapresi in seno al progetto Language Toolkit sono di varia natura e si accordano alle richieste delle aziende, che possono toccare vari ambiti, tra cui la traduzione e/o revisione di testi tecnici, brochure promozionali, cataloghi, documentazione aziendale, la sistematizzazione terminologica con conseguente creazione di glossari e schede terminologiche, la localizzazione di siti web o software ecc. La traduzione verso la lingua straniera (a scelta tra inglese, francese, spagnolo, tedesco, cinese e russo) è fornita con il supporto di un docente madrelingua, che revisiona il materiale tradotto dallo studente per assicurarne la qualità.

Il presente elaborato è frutto della collaborazione con l'azienda Cora Seeds S.r.l. per la quale l'autrice ha svolto un lavoro di localizzazione del sito web aziendale dall'italiano verso il russo in vista dell'espansione verso il mercato russofono.

1.2 L'azienda: Cora Seeds S.r.l.

Cora Seeds è una giovane azienda italiana fondata nel 2006 da Maurizio Bacchi, l'attuale direttore generale. Con sede a Cesena, patria della produzione di semi di specie orticole, Cora Seeds si dedica alla ricerca, produzione e commercializzazione di sementi orticole professionali. Nelle proprie strutture, che comprendono serre, vivai, terreni e laboratori, l'azienda svolge anche importanti attività di *breeding*, ossia di miglioramento genetico, per costituire nuovi ibridi che andranno sul mercato italiano e anche su vari mercati esteri.

L'azienda, infatti, opera non soltanto a livello nazionale, ma vanta anche numerose collaborazioni con distributori e partner internazionali come ad esempio le aziende olandesi *Pop Vriend Seeds* e *Agrisemen*. Cora Seeds è inoltre presente in diversi paesi europei quali Francia, Inghilterra, Olanda, Germania, Ungheria, Serbia, Ucraina e Turchia e ha in cantiere altri progetti di espansione.



Fig. 1: Il logo dell'azienda

Attraverso collaborazioni con laboratori esterni, l'azienda esegue test di patogenicità e di purezza sui semi, con l'obiettivo di garantire l'assenza di agenti patogeni e monitorare costantemente la qualità dei propri prodotti. La ricerca e la sperimentazione sono rivolte ad una gamma completa di prodotti ibridi di angurie,

baby leaf, basilico, brassiche, cipolla, melone, lattughe, fagiolino, fagiolo piatto rampicante, finocchio, pomodoro da mensa e da industria, mais dolce, peperone, prezzemolo, sedano e spinacio.

Partendo da specie orticole della tradizione italiana, oggi Cora Seeds ha sviluppato una serie di ibridi di successo che conciliano le migliori caratteristiche organolettiche dei prodotti tipici italiani, con le migliori capacità produttive e resistenze genetiche di ultima generazione. Tutto ciò per garantire alla filiera orticola e ai consumatori i prodotti più innovativi del mercato nazionale.

1.2.1 Il progetto di collaborazione

Il primo incontro ufficiale tra le aziende e gli studenti aderenti al progetto si è svolto nel maggio 2018 presso la Camera di Commercio di Forlì. In occasione dell'incontro sono state messe sul tavolo le richieste e le aspettative dell'azienda che, nella fattispecie, si sono concretizzate nella commissione di una localizzazione dei contenuti del sito web aziendale <http://www.coraseeds.com> dall'italiano verso il russo.

La collaborazione instaurata durante il primo incontro è continuata poi da remoto. Tuttavia è stato possibile incontrare diverse volte la tutor aziendale Pamela Bellini e il suo collega Luca Bacchi, che sono stati un punto di riferimento per chiarire i miei dubbi sulle modalità di svolgimento del tirocinio e su alcuni concetti relativi al dominio dell'orticoltura. Inoltre, la visita dello stabilimento centrale e dei laboratori aziendali all'inizio della collaborazione ha contribuito a chiarirmi le idee e a darmi la carica giusta per intraprendere questo percorso.

Considerati i limiti spazio-temporali relativi al lavoro di tesi e al progetto Language Toolkit, che prevede la traduzione di un massimo di 20 cartelle (nell'ambito della localizzazione una cartella equivale a 250 parole), è stato necessario concordare un incarico traduttivo che prevedesse soltanto alcune sezioni specifiche del sito. La scelta è ricaduta sulle sezioni principali che sono anche le più corpose: *Azienda*, contenente la presentazione e descrizione della ditta; *Prodotti*, contenente le schede tecniche delle diverse varietà di sementi in vendita;

Ricerca, contenente una descrizione del notevole lavoro di ricerca svolto da Cora Seeds. Va inoltre specificato che della sezione *Prodotti* sono state tradotte solo le schede tecniche delle sementi che l'azienda ha intenzione di esportare in Russia, nello specifico: anguria, cipolla, cetriolo, peperone e pomodoro.

Il lavoro non ha previsto un intervento diretto sull'architettura del sito web. I contenuti del sito sono, infatti, gestiti interamente da una web agency, cui sono stati inviati i materiali tradotti affinché fossero caricati sulla nuova versione tradotta del sito.

Le ragioni che hanno spinto l'azienda a estendere la visibilità del proprio sito al pubblico russofono sono riconducibili alla volontà di portare avanti il progetto di internazionalizzazione iniziato dall'azienda stessa e di migliorare la comunicazione con gli attuali partner russi che, sfortunatamente, non possiedono competenze né in lingua italiana né tantomeno in lingua inglese (da notare che il sito web è già disponibile nella sua versione inglese).

Come verrà spiegato nel dettaglio all'interno del capitolo seguente, la traduzione è soltanto una delle numerose parti che compongono il processo di localizzazione di un sito web (Yunker, 2002: 17). Essa consiste in un processo complesso che richiede al traduttore non solo competenze linguistiche ma anche culturali poiché deve tenere in considerazione le convenzioni, gli usi e i costumi del target locale e adattare i contenuti non testuali alla cultura dello stesso (Dunne, 2006: 4). Come vedremo in seguito, questo nuovo tipo di traduzione è diventato, negli ultimi tempi, uno strumento fondamentale per tutte quelle aziende che intendono raggiungere un pubblico oltre i confini nazionali.

1.3 L'internazionalizzazione delle imprese

Con il termine *internazionalizzazione* si intende un “complesso di scelte e di operazioni da attivare affinché si instaurino e successivamente sviluppino rapporti complessi e duraturi, con partner di uno o più paesi nel mondo, al fine di favorire una presenza stabile ed efficace dell'impresa sui mercati esteri” (Pittureri e Storelli, 2011:8). L'internazionalizzazione è dunque un fenomeno di natura

composita che riguarda tutti quei percorsi di crescita che le aziende intraprendono per raggiungere mercati esteri ritenuti proficui.

Con percorsi di crescita non si intende soltanto l'esportazione verso un paese straniero, ma anche altre modalità di penetrazione dei mercati esteri come ad esempio: l'importazione, la creazione di reti, filiali e showroom, gli investimenti diretti, la produzione e così via. Tuttavia, in questa sede ci concentreremo perlopiù sull'esportazione in quanto modalità di internazionalizzazione principale scelta dall'azienda committente.

In Italia il tema dell'internazionalizzazione delle imprese di piccole e medie dimensioni assume notevole interesse se si considera che queste rappresentano il tessuto portante del nostro sistema economico (Depperu, 1993:8). Secondo il Rapporto Cerved PMI 2017¹, che analizza le piccole e medie imprese italiane, sono 140.362 le PMI che soddisfano i requisiti definiti dalla Commissione europea per dipendenti, fatturato e attivo di bilancio. Di queste, 115.773 sono piccole imprese e 24.859 sono medie. Le PMI rappresentano quindi ben il 23% delle imprese che hanno depositato un bilancio valido nel 2017. Inoltre, secondo il Rapporto Export 2017² di SACE, il 29% delle micro e piccole imprese compete su territori stranieri mentre per le medie imprese la percentuale cresce al 49%.

Come già affermato in precedenza, l'attività di internazionalizzazione è estremamente complessa, una vera e propria sfida, pertanto è necessario affrontarla con metodo e preparazione. Senza un'adeguata pianificazione, qualsiasi progetto di internazionalizzazione è destinato a fallire. Nonostante ciò, numerose sono le imprese che intraprendono questo tortuoso percorso semplicemente perché poste davanti ad un'opportunità fortuita e assolutamente episodica, senza che vi sia stata a monte alcuna attività di pianificazione (Depperu, 1993:86). Tali opportunità vanno sicuramente colte, tuttavia un approccio di questo genere non garantisce affatto il successo dell'internazionalizzazione. Prima di lanciarsi in questa nuova avventura è assolutamente necessario raccogliere informazioni, instaurare rapporti con altre aziende che operano nel territorio di interesse, fare

¹http://www.educational.rai.it/materiali/pdf_articoli/39231.pdf [ultima consultazione: 15/09/18]

²https://www.sace.it/docs/default-source/ufficio-studi/sace_rapportoexport2017.pdf?sfvrsn=2
[ultima consultazione 15/09/18]

un'analisi delle risorse interne e prevedere le spese, identificare i concorrenti, la clientela, i prodotti di cui ha bisogno, ecc. in poche parole bisogna avere un *piano export*.

Un altro elemento di fondamentale importanza nel processo di internazionalizzazione di un'impresa è la scelta del mercato estero nel quale operare. La scelta del paese target (anche detto bersaglio) non è mai casuale ma deve essere ben ponderata individuando i punti di forza e di debolezza dell'azienda nei diversi mercati esteri. Per scegliere tra un paese o l'altro è necessario dunque prendere in considerazione diversi fattori, Depperu (1993:155-163) ne identifica cinque: la distanza psichica, la distanza geografica, il grado di rischio, le caratteristiche dei sistemi competitivi, e le interrelazioni con altre attività aziendali.

La *distanza psichica* è definita come “la somma dei fattori che impediscono il flusso di informazioni da e verso il mercato” (Czinkota, Tesar, 1982: 179). Essa è composta da vari elementi: lingua e cultura del posto, struttura del sistema scolastico, comportamenti economici ed extraeconomici. Tanto più la distanza psichica tra il paese target e l'azienda è elevata, tanto più è rischioso o comunque difficile operare in quel territorio.

Anche la *distanza geografica* può giocare un ruolo fondamentale nella scelta del paese target: l'azienda potrebbe non essere preparata alle eventuali differenze di natura ambientale e di configurazione geografica; l'elevata distanza o la mancanza di infrastrutture adatte potrebbero inoltre comportare un aumento non indifferente dei costi e dei tempi di trasporto.

Il *grado di rischio* di un paese è riconducibile al contesto politico, monetario ed economico. Tuttavia, spesso un alto grado di rischio si traduce in materie prime a basso costo, un mercato non troppo esigente e poca concorrenza. Tali fattori positivi portano così ad un contro bilanciamento del grado di rischio.

Anche le *caratteristiche dei sistemi competitivi* di un paese straniero sono fondamentali: le aziende tendono a preferire infatti quei paesi nei quali la concorrenza è debole se non del tutto assente. Tuttavia, questa tecnica non aiuta le

imprese ad apprendere e sviluppare strategie volte a superare un'eventuale futura concorrenza.

L'ultimo dei fattori individuati dalla Depperu riguarda le *interrelazioni con altre attività aziendali*. La presenza dell'azienda su un certo mercato estero può influenzare la scelta del prossimo paese target con lo scopo di condividere costi e risorse, impiegare conoscenze e competenze già sviluppate e acquisire nuove informazioni che potranno essere utili in futuro. Ad esempio, un'azienda già presente nel mercato russo potrebbe decidere di espandersi in altri paesi russofoni, o paesi in cui il russo è la principale lingua franca, come ad esempio Bielorussia, Ucraina e Kazakistan, per risparmiare i costi di traduzione e localizzazione e per impiegare le conoscenze già acquisite in precedenza.

È opportuno notare che i primi tre fattori elencati riguardano le caratteristiche generali del potenziale paese target e pertanto possono essere considerati generalmente validi per tutte le aziende. Gli ultimi due fattori riguardano, invece, le specificità dell'azienda interessata e pertanto possono variare in base alle sue caratteristiche e al suo livello di internazionalizzazione.

Una volta individuato il paese target, è necessario analizzarne il contesto economico, politico sociale e culturale al fine di comprendere al meglio le peculiarità del paese. Un'approfondita ricerca sul mercato estero di interesse può dunque determinare il successo o il fallimento delle strategie di internazionalizzazione adottate. Tenendo in considerazione quanto appena esposto, segue una breve analisi del mercato emergente russo con uno speciale riguardo alle sue potenzialità in Italia ma anche alle sue problematiche.

1.3.1 Il mercato emergente russo: una breve panoramica

Il termine “mercato emergente” fu utilizzato per la prima volta nel 1981 dall'economista Antoine Van Agtmael per identificare quelle economie in cui la produzione di ricchezza presentava potenzialità di crescita per il futuro. Stando a questa definizione la Federazione russa (da qui in avanti indicata anche con il termine Russia) può essere considerata a tutti gli effetti un paese il cui mercato è

emergente, in quanto caratterizzato da ampie possibilità di sviluppo economico. Una conferma di quanto appena detto è data dal World Economic Outlook (2014)³ del Fondo Monetario Internazionale, che descrive la Russia proprio come un'economia emergente. La Russia rientra in questa categoria anche secondo la Goldman & Sachs (2001), il cui ex capo economista, Jim O'Neill, ha introdotto il celebre acronimo BRICs che si riferisce rispettivamente a Brasile, Russia, India e Cina. All'iniziale sigla BRIC è stata aggiunta poi una "s" finale, che sta per Sud Africa. Secondo quanto affermato dalla banca d'affari statunitense (2005), in meno di quarant'anni i paesi BRIC potrebbero superare i maggiori paesi sviluppati se saranno in grado di adottare le giuste politiche economiche.

I paesi emergenti giocano dunque un ruolo importante nell'andamento dell'economia mondiale, non soltanto perché le loro economie hanno retto meglio alla crisi del 2008 rispetto ai paesi avanzati, ma anche perché dimostrano un'elevata crescita della ricchezza e della domanda e possiedono mercati ancora in espansione (Cassia, 2008:29).

La Federazione russa è membro della World Trade Organisation dal 2012 e partecipa ad alcuni accordi regionali di commercio, fra cui l'accordo di libero scambio con la Comunità degli Stati Indipendenti (CSI) e l'Unione Doganale con Bielorussia e Kazakistan, nella prospettiva della creazione dell'Unione Euroasiatica. Secondo i dati di Info Mercati Esteri, la piattaforma della Farnesina ideata per soddisfare la richiesta di informazioni sui mercati esteri, il PIL nominale della Russia per l'anno 2016 ammonta a 1.033.400 euro. Per quanto riguarda invece l'export e l'import i principali paesi protagonisti nel 2015 sono stati i Paesi Bassi, la Cina, la Germania e l'Italia. Le seguenti tabelle riportano dettagli sugli scambi commerciali tra Italia e Russia nel 2017⁴:

³ <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2016/12/31/World-Economic-Outlook-April-2014-Recovery-Strengthens-Remains-Uneven-41120> [ultima consultazione: 17/09/18]

⁴ http://www.infomercatiesteri.it/scambi_commerciali.php?id_paesi=88 [ultima consultazione: 18/09/18]

Export italiano verso la Russia nel 2017	mln. €
Macchinari e apparecchiature	2.325,85
Articoli di abbigliamento (anche in pelle e in pelliccia)	942,14
Prodotti chimici	601,08
Apparecchiature elettriche e apparecchiature per uso domestico non elettriche	543,74
Prodotti alimentari	330,06
Prodotti dell'agricoltura, pesca e silvicoltura	41,53

Tabella 1: Export italiano verso la Russia 2017⁵

Import italiano dalla Russia nel 2017	mln. €
Prodotti delle miniere e delle cave	8.586,31
Prodotti della metallurgia	1.772,51
Prodotti chimici	1.206,38
Coke e prodotti derivanti dalla raffinazione del petrolio	155,67
Prodotti dell'agricoltura, pesca e silvicoltura	84,3
Prodotti alimentari	37,9

Tabella 2: Import italiano dalla Russia 2017⁶

Da questi dati è evidente che le relazioni economiche e commerciali tra Italia e Russia sono forti e molto articolate. Nonostante il volume degli scambi commerciali tra i due paesi sconti ancora gli effetti delle sanzioni, l'Italia continua ad essere tra i primi posti nella classifica dei principali paesi esportatori e importatori dalla Russia e le prospettive di miglioramento sono alte. Nel 2016 il Bel Paese ha esportato in Russia per 292 milioni di euro, tuttavia, solo il 9,4% delle nostre esportazioni riguarda il settore agroalimentare. Ciò si può ricondurre alle difficoltà di accesso rappresentate dal sistema di certificazione e di

⁵ Elaborazioni Ambasciata d'Italia su dati Agenzia ICE di fonte ISTAT

⁶ Elaborazioni Ambasciata d'Italia su dati Agenzia ICE di fonte ISTAT

registrazione dei prodotti, dal regime delle licenze, dalle frequenti modifiche normative e anche dalla grande distanza culturale tra i due paesi. Diventa dunque necessario per le piccole e medie imprese italiane, che intendono esportare la propria merce in Russia, affidarsi a un partner locale affidabile e competente.

Un partner locale può risultare utile non soltanto per le complicate questioni burocratiche, ma anche per conoscere meglio il paese, le sue caratteristiche culturali e le necessità dei suoi cittadini. Dal punto di vista geografico, la Federazione Russa è il più grande Stato del mondo: essa si estende su due continenti per una superficie totale di ben 17.125.191 km². Nonostante gran parte dei suoi territori, in particolare quelli del nord-est, sia scarsamente popolata a causa delle condizioni ambientali inospitali, essa presenta un'elevata varietà di etnie, culture e lingue che si traducono inevitabilmente in una pluralità di preferenze di consumo e necessità.

Al fine di comprendere meglio le peculiarità della clientela russa può risultare utile applicare il modello delle dimensioni della cultura di Hofstede⁷. Il modello è composto da sei dimensioni che aiutano a tracciare le caratteristiche fondamentali di una data cultura, ad ogni dimensione è stato assegnato un punteggio che va da un minimo di 0 ad un massimo di 100:

- *Distanza dal potere*: ossia la distanza percepita tra chi ha potere e chi è soggetto ad esso. È la misura in cui gli individui meno potenti di un'organizzazione accettano che il potere sia distribuito in misura diseguale al suo interno. La Russia presenta un'elevata distanza dal potere (93). A causa della sua vastità, il paese è estremamente centralizzato e la gran parte degli investimenti esteri e del potere finanziario si concentra nella capitale. L'enorme discrepanza fra le persone più o meno influenti porta ad una grande importanza degli *status symbol* e dei ruoli in tutte le tipologie di interazioni di business, in cui si predilige un approccio *top-down*;

⁷Fonte: <https://www.hofstede-insights.com/models/national-culture/> [ultima consultazione: 18/09/18]

- *Individualismo/Collettivismo*: consiste nel grado di interdipendenza tra i membri di una società. Nelle società individualiste le persone pensano a sé stesse in termini di “Io”, mentre in quelle collettiviste in termini di “Noi”. Il livello di individualismo della cultura russa è abbastanza basso (39). La tendenza collettivista si manifesta nella forte influenza della famiglia, degli amici e persino dei vicini nella vita di tutti i giorni. Di conseguenza, le relazioni personali e di fiducia sono cruciali nell’ottenere informazioni, contatti, prendere decisioni e avere successo nelle negoziazioni;
- *Mascolinità/Femminilità*: una società maschile sarà caratterizzata dalla competizione, dallo status e dal successo, mentre una società femminile avrà maggiori attenzioni per le relazioni umane e la qualità della vita. In Russia il livello di maschilità è molto basso (36), ciò si riflette nella tendenza degli individui a sottostimare le proprie capacità e a parlare modestamente di sé. Non a caso parlare dei propri successi viene visto di cattivo occhio, soprattutto in contesti lavorativi;
- *Avversione all’incertezza*: rappresenta la misura in cui i membri di una cultura si sentono minacciati da situazioni sconosciute. Tale valore è altissimo nella cultura russa (95) e ciò si ripercuote anche nelle negoziazioni: sentendosi a disagio, i russi tendono ad apparire molto formali e distanti nei rapporti con gli estranei e preferiscono avere sempre informazioni di background dettagliate prima di incominciare una negoziazione;
- *Orientamento a lungo/breve termine*: se l’orientamento è a lungo termine si apprezza la persistenza, la perseveranza, il risparmio e la capacità di adattamento. Se invece è a breve termine si dà più importanza al presente, alla tradizione e alla gerarchia sociale. L’orientamento della società russa è prettamente a lungo termine (86): le persone mostrano un’abilità ad adattare le tradizioni alle condizioni mutevoli, nonché una grande propensione al risparmio e alla perseveranza come fattori chiave nel raggiungere i risultati;
- *Indulgenza*: una società con un alto livello di indulgenza permette la gratificazione di desideri e impulsi naturali. Al contrario, una società con

un basso livello di indulgenza cerca di sopprimere tali impulsi e li regola tramite norme sociali. La Russia presenta un basso livello di indulgenza (20) e pertanto tende al cinismo e al pessimismo, dà poca importanza al tempo libero e alla gratificazione di desideri e impulsi.

A titolo comparativo, l'Italia presenta i seguenti valori: media distanza dal potere (50), individualismo elevato (76), mascolinità (70) e opposizione all'ambiguità (75) elevate, livello medio di orientamento a lungo termine (60) e basso livello di indulgenza (30). Se trasferiamo questi dati su un grafico, la distanza culturale tra i due paesi diventa ancora più evidente:

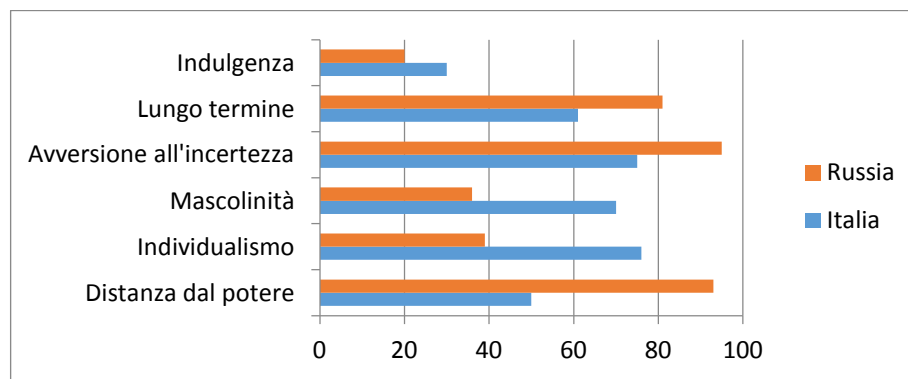


Grafico 1: Valori delle dimensioni culturali in Italia e in Russia⁸

Se sottovalutate durante il processo di internazionalizzazione, le differenze culturali appena riportate possono rappresentare un ostacolo non indifferente per le aziende che intendono fare affari in Russia. Ricordiamo che la distanza psichica e culturale è uno dei principali fattori da tenere in considerazione nella scelta del paese target.

Un altro fattore di rischio del mercato russo da tenere in considerazione è la dipendenza dall'export delle risorse naturali. L'economia russa è soggetta alla volatilità dei prezzi del petrolio: un improvviso crollo del prezzo del greggio risulterebbe in un grande colpo all'economia del paese, così come già successo durante la crisi economica globale del 2008.

⁸ Fonte: Hofstede Insights <https://www.hofstede-insights.com/> [ultima consultazione 16/09/18]

Un ulteriore freno ai rapporti commerciali con la Russia è stato posto dalla crisi ucraina e dalle sanzioni ad essa legate: con il Decreto Presidenziale n.560 del 6 agosto 2014, il Governo russo ha applicato un embargo nei confronti delle importazioni provenienti dall'Unione europea, in risposta alle sanzioni imposte da quest'ultima in seguito all'annessione armata della Crimea al territorio russo.

Tuttavia, nonostante questi fattori di rischio⁹, la Federazione russa rientra a pieno titolo nei mercati con maggiori opportunità per le imprese italiane per i seguenti motivi (Info Mercati Esteri):

- *Complementarietà dei sistemi economici italiano e russo:* l'economia russa si basa sulla disponibilità di risorse energetiche, ma manca di una base industriale e di un settore primario sviluppato; l'economia italiana, al contrario, si basa su un ampio e diversificato settore manifatturiero ed agro-alimentare ma non dispone di materie prime. Questa complementarietà rende i due paesi partner ideali.
- *Processo di modernizzazione dell'economia russa:* la modernizzazione del sistema economico è una priorità della Federazione ed è volta a creare nuove opportunità di collaborazione per imprese italiane in numerosi settori.
- *Favore con il quale il pubblico russo guarda al prodotto italiano:* in Russia, come d'altronde in tanti altri paesi, il Made in Italy è sinonimo di alta qualità. Va inoltre notato che la simpatia da parte russa non riguarda soltanto i nostri prodotti, ma anche il nostro patrimonio storico, culturale e artistico, un grande vantaggio in termini di cooperazione economica e commerciale.
- *Programmi di sviluppo delle regioni russe:* la vastità del territorio russo si traduce in un elevato numero di enti territoriali (detti *oblast'*) che competono fra di loro per attrarre investimenti esteri. Sono state istituite quindi circa una ventina di Zone Economiche Speciali (ZES) che

⁹ Secondo l'OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development) la Federazione Russa si trova nella categoria di rischio 3/7. L'indicatore identifica il grado di rischiosità del paese (da 0 a 7, dove 0 indica il rischio minore e 7 il rischio massimo), ovvero la probabilità che si verifichi un default.

assicurano incentivi fiscali, doganali e amministrativi alle imprese che decidono di investirvi.

È proprio in quest'ottica che sempre più imprese italiane decidono di espandere i propri orizzonti verso il mercato russo, un mercato complicato e pieno di insidie, ma che allo stesso tempo può dare tante soddisfazioni ai più intraprendenti.

Nel prossimo sottocapitolo vedremo come alla base di ogni relazione commerciale vi è una rete di rapporti tra persone: la mancanza di attenzione alle differenze culturali, alle regole sociali e ai valori del posto può compromettere il buon esito delle trattative. Di conseguenza, un'appropriata conoscenza della lingua straniera rende più adeguata e competitiva la penetrazione e il consolidamento nei mercati esteri: è necessario infatti che la comunicazione tra due partner commerciali avvenga nella maniera più chiara possibile, in modo tale da non generare equivoci e, conseguentemente, intralci nelle attività. In quest'ottica, l'intervento di una o più figure specificamente formate in quest'ambito può aiutare l'azienda ad abbattere le barriere linguistiche e culturali che la separano dal paese target, garantendone così l'accessibilità ai nuovi mercati.

1.3.2 Competenze linguistiche e culturali per l'internazionalizzazione

Il processo di internazionalizzazione delle imprese si configura come un processo lungo, rischioso e dispendioso in termini di energie manageriali e risorse finanziarie. Tali difficoltà sono riconducibili al fatto che ci si trova ad operare su un terreno caratterizzato spesso da rilevanti differenze culturali. La cultura di un paese può infatti influenzare in maniera profonda i diversi sistemi politici e normativi, i bisogni del consumatore, il comportamento della concorrenza. Risulta quindi necessario per un'azienda avere una profonda conoscenza dei valori culturali e della lingua di un paese per poter investire nella giusta direzione e adottare strategie competitive di successo.

È in quest'ottica che si inseriscono le Raccomandazioni del Forum delle Imprese sul Multilinguismo a cura della Commissione europea, *Più lingue più affari. Le*

conoscenze linguistiche migliorano l'efficienza delle imprese (2007)¹⁰. Le raccomandazioni invitano le aziende a:

- fare il punto delle competenze linguistiche esistenti nell'impresa e rapportarle alle esigenze e alle opportunità a tutti i livelli dell'organizzazione e per tutte le funzioni dell'azienda;
- rivedere le politiche di assunzione e le strategie di sviluppo nell'ambito della gestione delle risorse umane, definire obiettivi di competenza linguistica individuali per i dipendenti, che corrispondano ai rispettivi compiti e responsabilità;
- applicare un'ampia gamma di strategie di gestione del settore linguistico, quali investimenti nella formazione linguistica, assunzione di dipendenti madrelingua per le varie lingue (a titolo temporaneo o permanente), ricorso alle tecnologie linguistiche e collaborazione con traduttori e interpreti, comunicatori e mediatori culturali;
- stimolare la mobilità internazionale dei dipendenti.

Una grave carenza linguistica può portare a perdite di contratti e diminuzioni del fatturato delle aziende, così come dimostrato da un'indagine condotta dalla Commissione europea nel 2007 (ELAN)¹¹. Su un campione di circa 2000 piccole e medie imprese esportatrici dell'UE e dei paesi candidati, più di una su dieci ha dichiarato di aver subito delle perdite o di non essersi aggiudicata un contratto a causa della mancanza di competenze linguistiche e interculturali, a dimostrazione del fatto che *language problems are business problems*¹².

Alla luce dei dati appena esposti, una comunicazione fluida e senza incomprensioni risulta di fondamentale importanza per il successo di un'azienda che punta al mercato estero e non può pertanto essere sottovalutata. Una competenza linguistica in due o più lingue straniere attira un maggior numero di clienti, portando così ad un aumento della visibilità e delle vendite:

¹⁰ http://www.programmallp.it/lkmw_file/LLP//in_evidenza/davignon_it.pdf

¹¹ Effects on the European Economy of Shortages of Foreign Languages:
http://ec.europa.eu/assets/eac/languages/policy/strategic-framework/documents/elan_en.pdf

¹² Beninatto Renato , Overview of the translation technology landscape from an industry perspective - SATT 2018, Milano

“Parlare con i clienti nella loro lingua migliora la comunicazione e può prevenire le incomprensioni. Dimostra ai nostri clienti e ai nostri partner che intendiamo assumere un impegno di lungo periodo sul loro mercato. Ogni partner ripone maggiore fiducia nelle riunioni aziendali e *parlando la stessa lingua* si può risparmiare tempo, rendere la riunione più rilassata e concludere affari migliori.”

(Nikwax Ltd, Regno Unito, studio PIMLICO)

Ciò è emerso anche da un altro studio più recente della Commissione europea, PIMLICO (Promoting, Implementing, Mapping Language and Intercultural Communication Strategies in Organisations and Companies, 2011)¹³. PIMLICO si inserisce nel quadro dell’iniziativa dell’Unione europea volta a promuovere un maggiore uso delle lingue straniere nelle PMI. Analizzando 40 piccole e medie imprese considerate essere di buon esempio per la propria strategia di gestione linguistica (SGL), lo studio intende dimostrare come l’utilizzo di strategie linguistiche e comunicative efficaci permetta di superare le numerose barriere linguistiche e culturali del commercio internazionale. Sulla base degli esempi riportati vengono poi dati consigli su come operare in modo più efficiente in un contesto commerciale sempre più globale e multilingue.

Gran parte delle aziende esemplari ha investito nella localizzazione del proprio sito web, oggetto del presente elaborato. Ad esempio l’azienda estone *Räpina Paberivabrik* ha tradotto il proprio sito web in sei lingue, tra cui russo e inglese, e ha registrato un aumento delle vendite del 25%. Anche l’azienda bulgara *Evricom* ha incentrato la propria strategia di gestione linguistica sulla localizzazione del sito web risultando in un aumento delle vendite superiore al 25%, e molto simile è l’esperienza dell’azienda greca *Aratos Technologies S.A.* Questi sono solo alcuni dei numerosi case study di cui è composta l’indagine, che dimostrano una stretta correlazione tra localizzazione del sito web, strategie di gestione linguistica e aumento delle vendite.

¹³ http://ec.europa.eu/assets/eac/languages/policy/strategic-framework/documents/pimlico-full-report_en.pdf

Un'altra tendenza interessante emersa da PIMLICO è che l'inglese non basta più. La lingua franca per eccellenza continua ad essere la lingua primaria utilizzata per le comunicazioni commerciali, tuttavia al giorno d'oggi una buona conoscenza dell'inglese viene ormai considerata una competenza generica, al pari delle competenze di base in campo informatico, risultando quindi un aspetto indispensabile, ma non sufficiente a soddisfare qualsiasi caso di internazionalizzazione. Per mantenere le relazioni commerciali ed effettuare investimenti a medio termine è preferibile conoscere la lingua e i costumi locali, anche perché non tutti i clienti sanno o vogliono parlare inglese. Le piccole e medie imprese tendono quindi a preferire l'impiego della lingua del mercato locale laddove possibile. Il seguente grafico mostra le cinque lingue più usate per le esportazioni dalle PMI europee (ELAN 2006):

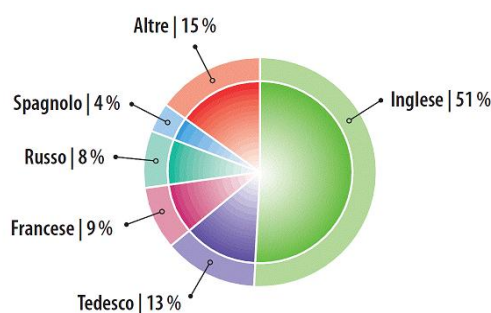


Fig. 2: Lingue usate dalle PMI per le esportazioni

Il motivo di tale tendenza è esposto in modo molto chiaro da Ciola (2009):

“Benché l'inglese al giorno d'oggi sia conosciuto da molte persone e quindi dovrebbe essere sufficiente fornire all'utente di un software o di un sito l'informazione in inglese, è confermato da vari studi e ricerche che le persone sono maggiormente attratte da testi scritti nella propria lingua; li considerano più affidabili e quindi saranno potenzialmente più interessati all'acquisto del prodotto o servizio (ad es. nell'ambito del commercio elettronico) o nella scelta di uno strumento software.”

Tali considerazioni sono alla base di *Can't read, won't buy: why language matters on global websites*, un'indagine del 2006 che ha rivelato che il 72,1% delle persone intervistate passa più tempo sui siti nella loro madrelingua e il 74,5% effettua acquisti online solamente quando le relative informazioni sono fornite nella propria lingua (DePalma A.D. et al. 2006), spiegando così l'incremento delle vendite nelle aziende che localizzano il proprio sito web.

Per riassumere quindi, le PMI che puntano all'internazionalizzazione hanno sempre più bisogno di adottare adeguate strategie linguistiche in base alle proprie necessità comunicative ed ai propri obiettivi a lungo termine. Una delle principali strategie è già stata menzionata più volte e sarà oggetto di approfondimento nel prossimo capitolo: la localizzazione dei siti web. Tuttavia questa non è l'unica opzione, esistono infatti numerose altre strategie come ad esempio la traduzione di brochure e cataloghi, l'assunzione di personale madrelingua dei paesi in cui si opera l'internazionalizzazione o comunque di personale già in possesso delle competenze linguistiche necessarie, l'offerta di corsi di lingua gratuiti per i dipendenti già in carica e, ultimo ma non meno importante, l'impiego di traduttori e interpreti professionisti.

CAPITOLO II

La localizzazione

La localizzazione di un prodotto è un processo molto complesso nel quale entrano in gioco molteplici fasi. Come vedremo più approfonditamente nel corso del capitolo, il termine localizzazione indica “il processo di traduzione e adattamento di un prodotto software o hardware in un’altra lingua affinché soddisfi i requisiti linguistici e risponda ai modelli culturali di un determinato mercato locale” (Scarpa, 2008: 215). Localizzare un prodotto significa quindi adattare i suoi contenuti al mercato di arrivo dal punto di vista linguistico e socioculturale. Si tratta di un’area di lavoro relativamente giovane, nata con l’avvento del World Wide Web e strettamente collegata ai media digitali e alla tecnologia moderna.

La parola localizzazione, traduzione italiana di *localization*, deriva dal concetto di *locale* (IPA /ləv'ka:l/). Il *locale* può essere definito come la combinazione di una regione socioculturale e di una lingua (Jiménez-Crespo 2013:12). Con questo concetto ci si riferisce ad un segmento di mercato definito da criteri che includono la lingua, il sistema di scrittura, la valuta e altre caratteristiche che potrebbero richiedere una nuova versione di un prodotto (Pym 2010: 3).

Nei prossimi paragrafi esamineremo come la localizzazione si sia diffusa ed evoluta nel corso degli anni per passare, poi, a descrivere il processo di localizzazione all’interno del modello GILT, analizzeremo anche il tipo di materiale oggetto della localizzazione per poi concentrarci sulla localizzazione dei siti web, sulle figure professionali, le fasi e gli strumenti necessari per realizzare questo tipo di lavoro.

2.1 Storia ed evoluzione della localizzazione

Negli ultimi decenni abbiamo assistito ad una continua crescita dell’importanza di Internet in ogni singolo aspetto delle nostre vite, dallo studio al tempo libero, dai

viaggi al lavoro. Il World Wide Web ha rivoluzionato il modo in cui interagiamo con gli altri, creando nuove forme di comunicazione digitale che vanno al di là di ogni confine nazionale e che, quindi, si basano su nuovi tipi di traduzione come, ad esempio, la localizzazione.

Jiménez Crespo (2013) colloca la nascita della localizzazione così come la conosciamo intorno alla fine degli anni Settanta e all'inizio degli anni Ottanta, quando alcune aziende informatiche statunitensi iniziano ad esportare i propri prodotti sui mercati europei e asiatici. Per questa espansione commerciale era necessario affrontare una nuova questione, e cioè adattare linguisticamente e culturalmente i prodotti alle esigenze dei paesi target. Nasce, così la localizzazione, un'industria che da allora non ha mai smesso di evolversi. Di lì a trent'anni, l'industria della localizzazione si è infatti allargata fino a comprendere svariate tipologie di testi digitali che usiamo ogni giorno, testi che troviamo nei siti web, nei videogiochi, nei software e nelle più recenti applicazioni per dispositivi mobili.

La diffusione dei personal computer tra utenti "normali", ossia senza una preparazione informatica approfondita, ha portato al cambiamento delle caratteristiche e delle funzionalità del prodotto, che doveva diventare più *user-friendly*. Ciò riguardava anche l'uso della lingua: i nuovi computer avrebbero dovuto essere disponibili nelle lingue madri degli utenti e supportare la scrittura in altre lingue diverse dall'inglese. Dal punto di vista linguistico, il flusso operativo era in un primo momento monodirezionale: si localizzava perlopiù dall'inglese verso le lingue di maggiore interesse economico (Uren et al. 1993; citato in Jiménez-Crespo 2013). Con l'avvento del World Wide Web, il flusso cominciò tuttavia a scorrere anche nella direzione opposta: molte aziende provenienti da paesi non anglofoni furono spinte a dotarsi di siti web localizzati in inglese, in modo da poter raggiungere un maggior pubblico a livello globale (Jiménez-Crespo 2013). È interessante notare come questa tendenza non sia cambiata negli anni. Ancora oggi, infatti, molti siti web optano per la lingua inglese; una scelta che si riflette anche nella composizione del Web attuale: ad oggi i siti web in

lingua inglese compongono ben il 53.4%¹⁴ di tutto l'Internet, nonostante gli utenti di madrelingua inglese ammontino soltanto al 25,4%¹⁵.

2.1.1 I primi approcci alla localizzazione: dalla traduzione *in-house* all'*outsourcing*

Agli inizi gli sviluppatori di software si ritrovarono davanti ad una nuova entusiasmante sfida: capire quale fosse il metodo migliore, in termini di qualità, resa, costi e tempistiche, per localizzare i propri prodotti.

Inizialmente le aziende informatiche assunsero interi team di traduttori ed esperti linguistici *in-house*, ossia interni all'azienda, creando, quindi, nuovi dipartimenti aziendali dedicati interamente alla traduzione. Le fasi dei primi progetti di localizzazione erano distinte tra loro: da una parte gli sviluppatori si occupavano della creazione del software, dall'altra i traduttori ricevevano man mano il materiale da tradurre. Una volta completata la traduzione dei testi, questi ultimi venivano restituiti agli sviluppatori, che li integravano nella versione localizzata del file.

Tuttavia, questo modello di lavoro mostrò ben presto i suoi limiti (Esselink, 2006: 22): la mancanza di comunicazione tra sviluppatori e localizzatori portava a problemi di natura tecnica e linguistica: spesso, ad esempio, succedeva che le stringhe di testo tradotte superavano in lunghezza le stringhe del testo di partenza, rendendole così difficilmente integrabili negli spazi a queste riservati. Di conseguenza, si sviluppò l'idea del modello GILT, che sarà oggetto di approfondimento nel paragrafo 2.2.2. Secondo il modello GILT, la localizzazione deve essere concepita in ottica collaborativa sin dall'inizio, essa non è un processo a sé stante, bensì fa parte di un più grande modello di collaborazione fra più fasi.

Tra gli anni Ottanta e Novanta, le grandi aziende informatiche si rendono conto dei limiti della localizzazione *in-house*, il moltiplicarsi della mole di lavoro aveva

¹⁴Fonte: https://w3techs.com/technologies/history_overview/content_language [ultima consultazione 27/09/18]

¹⁵Fonte: <https://www.internetworldstats.com/stats7.htm> [ultima consultazione: 27/09/18]

reso i grandi dipartimenti di localizzazione quasi impossibili da gestire. Nascono, così, le prime aziende specializzate nella gestione, traduzione e localizzazione dei prodotti software, le cosiddette *multi-language vendors* (MLV). Tra le prime aziende di questo tipo ricordiamo *INK*, poi diventata *Lionbridge*, e *IDOC*, divenuta poi *Bowne*. Sorge, così, una vera e propria industria della localizzazione, gli sviluppatori si affidano sempre di più ai fornitori esterni fino ad esternalizzare completamente le attività di localizzazione dei propri prodotti.

Nel corso degli anni Novanta, la nuova industria attira l'interesse accademico che si traduce in numerose conferenze e pubblicazioni sull'argomento, maggiore visibilità e persino nella nascita della *Localization Industry Standards Association* (LISA)¹⁶. Al giorno d'oggi, il settore della localizzazione continua a mostrare un enorme sviluppo, dovuto soprattutto alla diffusione del Web, che ogni giorno mette in rilievo nuove richieste del mercato. Grazie alla tecnologia moderna, il settore della localizzazione è sempre più all'avanguardia e i progetti di localizzazione sono diventati sempre più precisi e sofisticati nonostante l'enorme mole di lavoro.

2.1.2 Il World Wide Web e la sua evoluzione

Abbiamo più volte accennato a quanto la nascita e lo sviluppo del World Wide Web abbiano profondamente influenzato l'evoluzione del settore della localizzazione. Sembra pertanto opportuno dedicare uno spazio al Web e alla sua evoluzione.

L'avvento di Internet e del World Wide Web ha rivoluzionato il nostro modo di comunicare, di relazionarci agli altri e scambiare informazioni. Le nostre dinamiche socio-economiche e politiche sono cambiate così profondamente che risulta facile capire perché Lockwood (2000) definisce Internet come il più

¹⁶ Fondata nel 1990, la LISA si occupava di localizzazione di prodotti software svolgendo un ruolo significativo per l'affermazione del settore. Tra i suoi membri ricordiamo alcune delle grandi società IT tra cui Adobe, Cisco, IBM, Nokia, Xerox ecc. L'associazione ha continuato la sua attività fino al 2011.

importante progresso tecnologico nel campo della comunicazione, dopo l'invenzione della stampa di Gutenberg nel XV secolo.

Prima di proseguire è necessario fare una precisazione: nonostante siano spesso considerati sinonimi, i termini Internet e World Wide Web non sono intercambiabili. Il World Wide Web (più semplicemente Web o WWW) è, infatti, un servizio che opera *attraverso* Internet, si tratta, quindi, di un mezzo di comunicazione globale accessibile attraverso computer connessi a Internet. A cavallo tra gli anni Ottanta e Novanta, grazie alla collaborazione col CERN di Ginevra, Tim Berners-Lee ha creato ciò che noi oggi conosciamo come World Wide Web, il servizio che riunisce i documenti ipertestuali organizzati nella rete basata sull'infrastruttura di Internet (accessibile tramite un software di navigazione). Ecco come Berners-Lee spiega il principio di fondo che ha portato alla sua invenzione:

“The Web is more a social creation than a technical one. I designed it for a social effect - to help people work together - and not as a technical toy. The ultimate goal of the Web is to *support and improve our weblike existence* in the world.”

(Tim Berners-Lee - Weaving the Web, p. 123)

Col passare degli anni il Web si è evoluto, passando dall'essere un semplice insieme statico di pagine in formato HTML, ad un complesso insieme dinamico di materiale multimediale. La prima fase di diffusione del World Wide Web si chiama Web 1.0 ed è durata fino al 2005 circa. Lo scopo del Web 1.0 era semplicemente quello di visualizzare documenti statici, le possibilità di interazione erano quindi limitate e la comunicazione prettamente unidirezionale. I siti web statici di questo periodo possono essere paragonati a delle vetrine di negozi dove non è possibile comprare nulla, si può solo guardare. Con l'avvento del Web 2.0 le cose sono cambiate, si è passati da un Web statico a un Web dinamico, caratterizzato da numerosi contenuti multimediali realizzati grazie all'impiego di tecnologie che andavano oltre il semplice HTML. Il Web 2.0 portò a sua volta alla nascita di nuove tipologie di siti caratterizzati dalla partecipazione, dalla condivisione e dall'interattività (Blog, Social Network, Forum, ecc.). Susan

Rice Lincoln (2009:8) esemplifica la differenza tra Web 1.0 e Web 2.0 con una similitudine di grande impatto visivo:

“Web 1.0 is static and is more of a place to find information than a forum for sharing ideas or creating new products together. Web 2.0 is a web in which people can interact and participate rather than just read. A good way to picture web 2.0 is as the world’s biggest café, whereas the earlier web was the world’s biggest library.”

Al giorno d’oggi, i siti web statici sono sempre meno popolari: la maggior parte del Web è ormai composta da siti dinamici che permettono l’interazione con l’utente. Un esempio di sito dinamico è proprio www.coraseeds.com, oggetto del lavoro di localizzazione sul quale si basa il presente elaborato. Nel prossimo sottocapitolo approfondiremo il concetto di GILT, al quale abbiamo già accennato in precedenza.

2.2 Il modello GILT

Dunne (2006:4) ci ricorda che prima di poter esplorare i metodi e le caratteristiche della localizzazione, è necessario ricordare che questa fa parte di una serie di processi interdipendenti tra loro e che, quindi, può essere compresa solo se in relazione a questi ultimi.

I processi di cui parla sono la *globalizzazione*, l’*internazionalizzazione* e la *traduzione*, che, insieme alla localizzazione, costituiscono il modello GILT: il modello concettuale in cui sviluppatori, manager, informatici, localizzatori e/o traduttori collaborano attivamente al fine di garantire il processo di localizzazione globale (Jiménez-Crespo 2013: 9). La localizzazione è quindi parte di un processo più ampio e articolato, il cui successo dipende dalla collaborazione tra le attività che compongono appunto il modello GILT:

“[L]a *globalizzazione* richiede l’*internazionalizzazione*, cioè la progettazione dei prodotti per un potenziale uso al di fuori del mercato per cui sono stati progettati, per facilitarne la *localizzazione*, vale a dire l’adattamento alle esigenze e abitudini di utenti/clienti di altri paesi e regioni e la *traduzione* nelle loro lingue.”

(Riediger, Galati, 2012: 4)

In questo paragrafo ci concentreremo, quindi, sull'analisi del concetto di localizzazione, in relazione agli altri tre concetti inclusi nel GILT, vale a dire *internazionalizzazione*, *globalizzazione* e *traduzione*.

2.2.1 Globalizzazione

La globalizzazione è il primo concetto chiave del GILT e consiste nel processo di più ampio respiro del modello. Essa si concentra sugli aspetti organizzativi e costitutivi del business dell'impresa; in effetti è da considerarsi una strategia di business più che un'attività (Schäler 2008b:196). Il termine globalizzazione, spesso abbreviato con *gln*¹⁷, può essere impiegato in varie accezioni e in diversi settori, in particolare quello economico. A titolo esemplificativo, riportiamo la definizione di *globalization* secondo il dizionario Cambridge: “the increase of trade around the world, especially by large companies producing and trading goods in many different countries¹⁸”.

Tuttavia, se consideriamo la globalizzazione in relazione all'ambito della localizzazione e dell'adattamento socioculturale, appare evidente che il termine acquisisca un significato diverso e più ampio. La LISA, ossia la *Localization Industry Standards Association*, definisce il processo di globalizzazione come segue:

“Globalization addresses the business issues associated with taking a product global. In the globalization of high-tech products this involves integrating localization throughout a company, after proper internationalization and product design, as well as marketing, sales, and support in the world market”.

(LISA in Esselink, 2000: 4)

Ne consegue che la globalizzazione è un fenomeno di ampio respiro che ingloba anche la localizzazione e l'internazionalizzazione. Il suo obiettivo principale è quello di introdurre l'azienda nel mercato globale in modo effettivo e di rendere i

¹⁷ Nell'acronimo *Gln*, *ln* sta per il numero di caratteri compresi tra la prima e l'ultima lettera della parola inglese *globalization*.

¹⁸ Fonte:

<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/globalization?q=globalisation&a=british>

[ultima consultazione: 27/09/18]

suoi prodotti utilizzabili, e quindi diffondibili nei mercati target, attraverso processi di internazionalizzazione e localizzazione (Gouadec 2003:39).

Infine va notato che, a differenza dell'internazionalizzazione (di cui sarà trattato più approfonditamente nel paragrafo successivo), la globalizzazione è un processo ciclico che non solo crea le condizioni adatte per la localizzazione, ma continua a funzionare anche in fase di distribuzione del prodotto e di assistenza multilingue al cliente (Jiménez-Crespo 2013:25). Ciò significa che se un prodotto viene localizzato in russo, il processo di globalizzazione farà in modo che anche l'assistenza al cliente e la comunicazione i partner stranieri con sia disponibile in questa lingua.

2.2.2 Internazionalizzazione

Il tema dell'internazionalizzazione è già stato ampiamente trattato nel primo capitolo, tuttavia, proprio come nel caso della globalizzazione, questo processo assume un significato diverso se si considera il contesto della localizzazione di un prodotto e il modello GILT. Come emerge da quanto asserito nelle definizioni di globalizzazione del paragrafo precedente, l'internazionalizzazione, abbreviata anche con *i18n*¹⁹, costituisce una fase fondamentale all'interno del processo di globalizzazione. Essa avviene di pari passo con lo sviluppo del prodotto digitale e consiste nel facilitare la successiva fase di localizzazione, rendendo quest'ultima meno dispendiosa in termini di tempi e costi (Jiménez-Crespo 2013: 25, Beraldin 2013). Lo scopo dell'internazionalizzazione è quello di eliminare qualsiasi riferimento culturale troppo specifico dal prodotto, in modo da evitare qualsiasi incomprensione da parte del target locale. L'internazionalizzazione è dunque un processo che consente di avere prodotti digitali di partenza che non siano legati a nessuna cultura in particolare, in quanto mira ad eliminarne qualsiasi riferimento a ideologie, religioni, etica, ecc. (Gouadec in Di Furia, 2016: 25). La LISA definisce la localizzazione come:

“[...] the process of generalizing a product so that it can handle multiple languages and cultural conventions without the need for re-design.

¹⁹ L'acronimo *i18n*, che sta per localizzazione, segue la stessa logica alla base di *g11n*.

Internationalization takes place at the level of program design and document development.”

(LISA in Esselink, 2000: 2)

Il risultato dell'internazionalizzazione è un prodotto “pulito” da tutte quelle componenti culturali, in modo da semplificare la successiva fase di localizzazione. Ma come possiamo pulire un prodotto digitale come, ad esempio, un sito web? Quali sono gli elementi del testo di partenza da eliminare o modificare? Secondo Sandrini (2008: 13), è consigliabile eliminare tutti quei riferimenti politici, religiosi o riferimenti specifici a certi paesi, così come l'uso di slang, modi di dire e battute. Tutti questi elementi sono, infatti, profondamente radicati in una cultura e pertanto difficili da rendere in altre lingue. L'internazionalizzazione non riguarda soltanto il testo scritto: anche gli elementi visivi di un prodotto come ad esempio la grafica, i simboli, i colori ecc. sono strettamente collegati alla cultura. In ultimo, bisogna prestare particolare attenzione anche alla formattazione: la valuta, il fuso orario, i numeri, le unità di misura e il formato delle date sono tutti elementi altamente variabili di regione in regione.

Le ragioni dietro l'internazionalizzazione sono di tipo prettamente economico: questa fase, se applicata correttamente, riduce notevolmente i costi in termini di tempo e di risorse soprattutto nel caso di traduzione multilingue. È molto più conveniente tradurre un testo partendo da un prodotto “neutrale” facilmente adattabile a qualsiasi *locale*, che effettuare una nuova localizzazione per ogni nuovo *locale*, ripartendo da zero per ogni lingua.

Tuttavia, nonostante i loro benefici, non sempre la globalizzazione e l'internazionalizzazione sono applicate nei progetti di piccole entità nei quali si parte direttamente dalla fase di localizzazione (Jiménez-Crespo 2013:26), proprio come nel caso di www.coraseeds.com.

2.2.3 Localizzazione e traduzione

Come accennato più volte in questo paragrafo, le fasi della globalizzazione e dell'internazionalizzazione sono seguite dalla localizzazione (abbreviata in *l10n*). Essa consiste nella preparazione, management, costruzione e controllo qualità del sito web o del prodotto software (ibid.). Il processo di localizzazione si propone di

“personalizzare” il prodotto internazionalizzato: in seguito alla riduzione degli elementi culturali attuata durante la fase di internazionalizzazione, bisogna adesso connotare il sito secondo le aspettative della cultura di arrivo. L’obiettivo della localizzazione è quindi quello di rendere accessibile un prodotto a un mercato diverso da quello della lingua/cultura per cui è stato progettato, così come definito dalla LISA:

“Localization involves taking a product and making it linguistically and culturally appropriate to the target locale (country/region and language) where it will be used and sold.”

(LISA in Esselink, 2000: 3)

Il processo di localizzazione prevede anche una fase di trasferimento del materiale linguistico, ossia di una vera e propria traduzione. Tuttavia, la linea che separa la localizzazione dalla traduzione è molto sottile: numerosi esperti, ad esempio, considerano la localizzazione come una traduzione alla quale è stato dato “un altro nome” (McDonough 2006: 87).

La localizzazione è, però, un qualcosa di più ampio del processo puramente linguistico che è la traduzione. Infatti, oltre alla fase di traduzione *stricto sensu*, essa si occupa di gestire materiali multimediali e digitali (grafici, icone, colori ecc.) in modo da adattarli al target di riferimento e di risolvere eventuali problemi tecnici che possono verificarsi nel caso in cui il software debba essere riprogettato (Lommel 2003: 13).

In considerazione di quanto appena riportato, durante la localizzazione del sito oggetto di questo elaborato, non ci siamo limitati a tradurre il contenuto testuale verso la lingua di arrivo ma, come sostiene Dunne (2006: 4), abbiamo tenuto conto anche delle convenzioni, degli usi e dei costumi del target di riferimento, nonché adattato alcuni contenuti alla cultura dello stesso. In particolare, nell’ambito del presente progetto di tesi, le modifiche apportate al fine di adattare il prodotto alla cultura d’arrivo hanno riguardato, ad esempio i periodi di trapianto e di maturazione dei prodotti, che nel testo originale erano riferiti all’Italia. Durante il lavoro di localizzazione è stato quindi necessario modificare tali informazioni con i valori adatti ai campi russi.

Per ricapitolare, in questo paragrafo abbiamo analizzato le componenti del GILT, un modello che consente una localizzazione di prodotti digitali di successo. La prima fase, la globalizzazione, si concentra sugli aspetti relativi al business dell'azienda. La seconda fase, l'internazionalizzazione, punta a preparare il prodotto rendendolo linguisticamente e culturalmente neutro in modo da semplificare le fasi successive, ossia la localizzazione e la traduzione. Queste ultime due fasi sono il nucleo centrale di tutto il processo e sono affidate alternativamente a traduttori e ingegneri informatici o a localizzatori.

2.3 Tipi di localizzazione

È possibile individuare vari tipi di localizzazione in base all'oggetto stesso della localizzazione. Come abbiamo potuto vedere nel paragrafo 2.1, agli inizi la localizzazione era incentrata soprattutto su prodotti software e siti web. Tuttavia, con l'avvento di nuove tecnologie, l'ambito della localizzazione si è allargato ad altri prodotti come videogiochi, smartphone, app per dispositivi mobili ecc. Jiménez-Crespo (2013: 28) identifica le seguenti categorie: *Web localization*, *Videogame localization*, *Software localization*, *Small device localization* e *Multimedia localization*. Tali processi di localizzazione, secondo lo studioso, presentano caratteristiche comuni come ad esempio: la natura digitale e interattiva dei testi, la loro visualizzazione su schermo e la collaborazione necessaria tra traduttori-localizzatori e sviluppatori per raggiungere un prodotto finale adeguato. Esistono, tuttavia, differenze legate alla segmentazione del testo, al linguaggio di programmazione e, infine, ai tipi e generi testuali.

Segue, dunque, una breve analisi delle caratteristiche dei principali tipi di localizzazione, più nello specifico tratteremo della localizzazione di software, applicazioni per dispositivi mobili, videogiochi e siti web. Quest'ultimo tipo di localizzazione sarà, inoltre, oggetto di approfondimento nel paragrafo 2.4.

2.3.1 Software

Contrariamente a quanto si possa pensare, la localizzazione di un'applicazione software riguarda non soltanto la traduzione del software in sé, ma anche di altri materiali testuali. Un'applicazione di software, infatti, è composta da diverse

tipologie di materiale tra cui: il software, la documentazione cartacea e la Guida in linea. Di norma, il primo elemento ad essere tradotto è il software vero e proprio poiché la terminologia in esso contenuta dovrà essere utilizzata anche nella documentazione e nella Guida in linea.

La principale difficoltà nella localizzazione di un software è separare i file del codice sorgente dai file delle risorse. I primi contengono le funzioni del programma e pertanto non vanno tradotti, una minima modifica risulterebbe infatti in un malfunzionamento dell'applicazione software. Il secondo tipo di file, invece, va tradotto in quanto contiene il testo che verrà visualizzato dall'utente target, come ad esempio le stringhe di errore, le voci di menu, le opzioni, le icone e i pulsanti, i messaggi delle finestre di dialogo e così via (Monacelli 2001: 146).

La complessità di tale operazione è data dalla difficile interpretazione delle stringhe di testo: spesso capita di non riuscire a stabilire il contesto in cui la frase da tradurre compare, oppure risulta difficile distinguere tra la parte di testo attiva, ossia da tradurre, da quella inattiva da lasciare invariata. È in questi casi che gli strumenti *CAT* (*computer-aided translation*) rappresentano un valido aiuto per i traduttori, in quanto permettono loro di distinguere il testo attivo da quello inattivo e di rintracciare importanti informazioni contestuali e grafiche (Monacelli, 2001: 160).

La documentazione e la Guida in linea possono essere in diversi formati, quali HTML, PFD o cartaceo. Questi testi presentano uno stile non eccessivamente tecnico, poiché sono rivolti ad un ampio pubblico, composto anche da lettori non esperti. Anche per la traduzione di questi materiali i traduttori utilizzano spesso i *CAT tool* che comportano notevoli vantaggi in termini di tempi e coerenza terminologica. (Monacelli, 2001: 155).

2.3.2 Applicazioni per dispositivi mobili

Le applicazioni per dispositivi mobili, o più semplicemente app, sono applicazioni software dedicate ai dispositivi di tipo mobile, quali smartphone o tablet. È ormai impossibile immaginare un mondo senza questi “piccoli software”, le app sono infatti molto più leggere, veloci e *user-friendly* dei computer o della ricerca in Internet. Ad esempio: per comprare un biglietto aereo risulterà molto più semplice

e veloce utilizzare l'app della compagnia aerea che ci interessa, piuttosto che aprire il browser dal proprio computer o smartphone e fare le apposite ricerche.

Una volta che l'applicazione è pubblicata su un negozio virtuale di app (come ad esempio il Play Store di Google o l'App Store di Apple), essa è disponibile per il download in tutto il mondo: è quindi semplice capire perché la localizzazione assume un ruolo importante nell'industria delle applicazioni mobili.

Come si può dedurre da quanto già detto, la localizzazione di applicazioni per dispositivi mobili è da considerarsi come una branca della localizzazione di software. Tuttavia, esistono alcune differenze: una caratteristica tipica delle applicazioni è la presenza di *user generated content* (UGC), ossia di contenuti generati dagli utenti come ad esempio le recensioni. Le app ricevono centinaia, se non migliaia, di recensioni al giorno e sarebbe umanamente impossibile tradurle tutte, perciò spesso ci si affida alla traduzione automatica.

Un'altra modalità di traduzione, tipica delle applicazioni con un certo numero di utenti madrelingua, è il *crowdsourcing*. Il termine *crowdsourcing* fu introdotto da Howe (2006) ed è composto dalle parole *crowd* e *outsourcing*. O' Hagan (2013) descrive questa modalità di traduzione innovativa come “[o]ne of the impacts of new technologies on translation”, una nuova pratica di traduzione collaborativa da parte di una *community* di volontari online. Si tratta, quindi, dell'esternalizzazione della traduzione ad una certa *crowd*, ossia ad un gruppo di appassionati e fan, che possono essere più o meno esperti nel campo della traduzione e che si offrono in modo volontario di tradurre una data applicazione nella propria lingua madre. I benefici del *crowdsourcing* per le piccole e medie aziende e per le start-up sono evidenti in quanto permettono di ottenere una traduzione di qualità relativamente alta a prezzi stracciati. Un caso esemplificativo è il famoso social network Facebook, che dal 2007 fa largo uso di questo tipo di traduzione collaborativa per localizzare la propria applicazione nelle lingue dei numerosi utenti.

2.3.3 Videogiochi

Nonostante la grande mole di lavoro dell'industria della localizzazione di videogiochi, la ricerca accademica al riguardo è pressoché inesistente. Ciò è

dovuto al fatto che fino a qualche decennio fa il bisogno di localizzare i videogiochi era praticamente inesistente poiché questi non contenevano particolari quantità di testi al loro interno, basti pensare a giochi come *Pac-Man* (1980) e *Space Invaders* (1978). Solo più recentemente si è sentito il bisogno di localizzare questi prodotti che, grazie alle moderne tecnologie, sono diventati sempre più realistici e contengono testi sempre più complessi come dialoghi, descrizioni, storie ecc.

Frasca (2001, 4) definisce i videogiochi come:

“Any form of computer-based entertainment software, either textual or image-based, using any electronic platform such as personal computers or consoles and involving one or multiple players in a physical or networked environment.”

Il videogioco è quindi un software con lo scopo di intrattenere l'utente. Di conseguenza, l'esperienza del giocatore è di grande importanza: egli non deve sforzarsi per capire cosa deve fare, cosa sta succedendo o cosa dicono i personaggi ed è in quest'ottica che la traduzione e, più specificamente, la localizzazione assume un ruolo di grande importanza nel successo internazionale di un videogioco. La localizzazione del videogioco può, infatti, incrementare notevolmente le vendite del prodotto in un certo territorio (Chandler e Deming 2012 citati in O'Hagan e Mangiron 2013: 111).

Il videogioco è un prodotto molto complesso da sviluppare e modificare: ogni modifica al prodotto finito è dispendiosa in termini di tempo e denaro. Per questo motivo, nella localizzazione di videogiochi è assolutamente necessario ricorrere al modello GILT: il software deve essere sviluppato tenendo in considerazione la globalizzazione e l'internazionalizzazione del prodotto che poi dovrà essere localizzato e adattato alle necessità degli utenti delle varie *locales*. Bisogna quindi produrre un gioco pronto ad essere localizzato, avendo cura di non inserire elementi culturali specifici (O'Hagan e Mangiron 2013: 112).

È pratica sempre più comune localizzare il prodotto man mano che questo viene sviluppato in modo da poter permettere la cosiddetta *sim-ship*, ossia il lancio simultaneo della versione originale e delle varie versioni localizzate del videogioco. Si tratta di una strategia di marketing utile anche ad evitare la diffusione nei paesi target di traduzioni non ufficiali (Chandler 2005, 46–47).

2.3.4 Siti web

Un sito web è definibile come una collezione di pagine web accessibili attraverso la rete e consultabili con un browser, più o meno uniformi per aspetto e contenuti, organizzate secondo una qualche struttura²⁰. Le pagine web di un sito sono costituite da vari contenuti multimediali che possono spaziare da ampi testi, a immagini, suoni, filmati ecc. L'alta varietà che caratterizza i siti rende la loro localizzazione un'operazione alquanto complicata: oltre che al testo, bisogna infatti prestare attenzione anche a tutti gli altri elementi extratestuali. Inoltre, il materiale su un sito web è in continuo aggiornamento: periodicamente vengono aggiunti post, notizie, annunci, prodotti ecc. ne consegue che la localizzazione di pagine web necessita di un lavoro continuo che va di pari passo con la manutenzione del sito. Questo tipo di localizzazione sarà trattato in modo più approfondito nel prossimo paragrafo.

2.4 La localizzazione di siti web

Come già accennato prima, all'interno di questo paragrafo analizzeremo nel dettaglio quel ramo della localizzazione che riguarda i siti web. Si tratta di un settore molto sviluppato e di grande importanza all'interno dell'industria della localizzazione, in quanto occupa una buona fetta del mercato in questione. Sono sempre di più, infatti, le aziende che decidono di offrire il proprio sito in una o più lingue straniere in modo da raggiungere un più vasto pubblico e di estendere i propri servizi anche all'estero. All'interno di questa categoria rientra anche Cora Seeds S.r.l, il cui sito è disponibile in lingua italiana e inglese e, a seguito della localizzazione oggetto del presente progetto di tesi, sarà presto disponibile anche in lingua russa.

All'interno della letteratura accademica il termine più utilizzato per riferirsi alla localizzazione di siti web è *website localization*. Tuttavia, secondo quanto asserito da Jiménez-Crespo (2013: 12), esistono altre denominazioni attestata, che sono sinonimi tra loro e fanno riferimento allo stesso processo: *e-localization*, *web-content localization* o, infine, *translation of web products*. *Website localization*

²⁰ Fonte: Enciclopedia Treccani <http://www.treccani.it/enciclopedia/sito> [ultima consultazione 28/09/18]

rappresenta sicuramente la denominazione più completa e diffusa e, per questo motivo, è stata adottata in questo elaborato, insieme al suo equivalente italiano *localizzazione di siti web*.

2.4.1 Caratteristiche generali dei siti web

Come già anticipato nel sottoparagrafo 2.3.4, localizzare un sito web può risultare in un'operazione piuttosto complicata proprio a causa della natura del mezzo di comunicazione in questione. Non sempre i siti web sono strutturati in modo semplice, spesso presentano al loro interno testi, video, audio, immagini e tabelle, nonché collegamenti ipertestuali ad altre pagine web o documenti.

Un sito è costituito da un insieme di pagine web collegate tra loro tramite collegamenti ipertestuali. A sua volta, una pagina web è un documento ipertestuale scritto solitamente con linguaggio HTML e accessibile tramite un browser, digitando il suo indirizzo URL (Uniform Resource Locator). La pagina principale di un sito web è la *Home Page*: essa rappresenta una sorta di biglietto da visita del sito, pertanto deve presentare informazioni semplici e chiare sull'identità del sito e dell'azienda e un *menu di presentazione*, contenente i vari collegamenti a tutte le sezioni e sottosezioni del sito (Alessandrini, 2017: 78). Gli utenti che visitano per la prima volta un sito devono sapere fin da subito dove si trovano e quale tipo di navigazione possono fare. La *Home Page* deve, dunque, puntare a catturare l'attenzione del visitatore, convincendolo a continuare la navigazione del sito (Carlini 1999: 95). Altre sezioni tipiche dei siti, volte a soddisfare esigenze specifiche del visitatore possono essere: *Chi siamo*, *Contatti*, *FAQ*, *Cerca*, *Lavora con noi*, ecc.

2.4.1.1 Particolarità linguistiche e stilistiche dei siti web

Secondo gli esperti, la lettura sullo schermo è più lenta della lettura su carta, pertanto i visitatori dei siti tendono a dare una letta veloce alle pagine web per controllare se contengono informazioni utili (DGT, 2009: 8). Gran parte degli utenti non legge una pagina nella sua interezza, bensì tende a saltare qualche pezzo qua e là, facendo scorrere rapidamente l'occhio sulla pagina: un espediente necessario per orientarsi nell'immensità del Web, a tal proposito Carrada (2013)

paragona la lettura sul Web ad un'esplorazione²¹. Di conseguenza, i paragrafi e il testo in generale dei siti web devono essere corti, concisi, chiari e scorrevoli per adeguarsi alle necessità del lettore (Jiménez-Crespo, 2010: 2). Il testo dovrà, inoltre, contenere parole e concetti chiave evidenziati in modo da aiutare il lettore nella ricerca delle informazioni necessarie. La scelta di tali parole chiave risulta, dunque, essenziale per il successo di un sito web (DGT, 2009: 10).

A tal proposito, Krug (2014) suggerisce una serie di accorgimenti per formattare il testo di un sito web in modo da renderlo più facile e più gradevole per gli utenti:

- *utilizzare molti titoli*: i titoli e i sottotitoli permettono al visitatore del sito di capire a colpo d'occhio quali sezioni del testo leggere, analizzare rapidamente o saltare;
- *mantenere brevi i paragrafi*: gli utenti tendono a percepire i paragrafi lunghi come dei veri e propri "muri di parole" impossibili da penetrare;
- *usare elenchi puntati*: gli elenchi puntati, così come i titoli, facilitano e velocizzano la lettura degli utenti;
- *evidenziare le parole chiave*: evidenziare in grassetto le parole più importanti di una porzione di testo permette all'utente, che scorre rapidamente una pagina web, di ritrovare le informazioni con più facilità.

Nielsen (2000: 111) propone, inoltre, di spostare le conclusioni all'inizio della pagina, in modo da presentare al lettore il nocciolo del testo nel modo più immediato possibile:

"Because web users don't take the time to read through a lot of material, it is important to start each page with the conclusion. Present the most important material up front, using the so-called inverted pyramid principle."

La piramide rovesciata è un metodo di scrittura usato soprattutto nel giornalismo e nel *web writing* che mette in primo piano l'immediatezza. La piramide è rovesciata perché si inizia dalla base, ossia dalle conclusioni, per poi successivamente scendere nei dettagli:

²¹ Fonte: http://www.mestierediscrivere.com/articolo/letturaweb_nielsen [ultima consultazione: 29/09/18]



Fig. 3: Modello della piramide rovesciata²²

L'interattività che caratterizza i siti web porta inevitabilmente all'uso di uno stile discorsivo e diretto che richiama l'oralità e il dialogo fra due persone. Per questo motivo, è preferibile scrivere "as if you are talking to an individual, not a collective group of anonymous web surfers" (Garrand in Raggi, 2016: 85). Tecnicamente ci troviamo di fronte ad un testo scritto, dato che si appoggia su parole battute alla tastiera, tuttavia, il tono e l'andamento del discorso sono sovente quelli della comunicazione orale (Carlini, 1999:40), si può parlare quindi di un'oralità scritta, un tipo di scrittura ricca di espressioni comuni e pertanto semplice e immediata.

Inoltre, nei siti commerciali ci si può imbattere in slogan accattivanti, basati su giochi di parole volti a stimolare l'interesse del visitatore. Tali elementi tipici della pubblicità possono rappresentare una sfida interessante e stimolante per il traduttore che deve riuscire a veicolare lo stesso messaggio in un'altra lingua ma in un modo che risulti efficace anche nella cultura d'arrivo.

È necessario che il traduttore-localizzatore sia a conoscenza delle regole basilari per il *web writing* poiché dovrà riscrivere il testo *source* in modo che questo risulti accettabile dai lettori *target*. In particolare, egli dovrà impiegare una terminologia coerente e semplice, di facile comprensione per l'ampio ventaglio di utenti *target*,

²² Fonte: <https://www.mysocialweb.it/2017/12/28/piramide-rovesciata/> [ultima consultazione: 22/09/18]

e ricorrere a tecnicismi solo nel caso in cui il sito sia diretto esclusivamente ad un pubblico di esperti (Jiménez-Crespo, 2010: 3).

2.4.1.2 Usabilità dei siti web

L'adeguatezza del testo scritto influisce sull'usabilità di un sito web. Secondo la definizione data dalla norma ISO 9241, l'usabilità è il “grado in cui un prodotto può essere usato da particolari utenti per raggiungere certi obiettivi con efficacia, efficienza e soddisfazione in uno specifico contesto d'uso”.

Nell'ambito dei siti, il concetto di usabilità è volto a far sì che un sito risulti facile da usare e confortevole. Per ottenere tale risultato, è necessario sottoporre il sito web ad una serie di operazioni che conferiscono intuitività e facilità d'uso al sito in questione. L'usabilità è una condizione necessaria per la sopravvivenza di un sito Web poiché:

“If a website is difficult to use, people leave. If the homepage fails to clearly state what a company offers and what users can do on the site, people leave. If users get lost on a website, they leave. If a website's information is hard to read or doesn't answer users' key questions, they leave”.

(Nielsen, 2012)

L'usabilità di un sito si basa sul rispetto di sei requisiti fondamentali (Visciola, 2000: 22-27):

- *navigabilità*: il requisito di usabilità più importante. Un buon sistema di navigazione tra gli ipertesti di un sito aiuta il visitatore a orientarsi al suo interno e a cercare le informazioni di cui ha bisogno;
- *utilità attesa*: il sito deve rispondere alle aspettative degli utenti, fornendo tutte le informazioni e i servizi necessari;
- *completezza dei contenuti*: le informazioni disponibili sul sito devono essere quanto più dettagliate possibili per soddisfare i bisogni e le necessità degli utenti finali;
- *comprensibilità delle informazioni*: le informazioni offerte sul sito devono essere presentate in modo chiaro e ordinato, secondo una determinata forma e un determinato stile. Il linguaggio adottato deve avvicinarsi il più

possibile a quello usato dall'utente finale: è pertanto di fondamentale importanza individuare la tipologia di utente ideale;

- *efficacia comunicativa*: è una misura della credibilità del sito la quale si basa sulla capacità persuasiva della strategia di comunicazione adottata e sulla rilevanza dei contenuti rispetto al profilo del sito;
- *attrattività grafica*: la grafica di un sito deve essere di ottima qualità e visivamente piacevole.

2.4.2 Peculiarità della localizzazione di siti web

Come già affermato nei paragrafi precedenti, la localizzazione non consiste soltanto nella mera traduzione di un testo da una lingua all'altra, ma in un processo molto più esteso, che richiede adattamenti che possono essere di natura tecnica o culturale. A tale proposito, riportiamo nei paragrafi successivi una serie di accorgimenti da prendere in considerazione durante la localizzazione di un sito web.

2.4.2.1 Adattamento tecnico

Nella localizzazione di siti web la dimensione linguistica e quella tecnologica sono interconnesse tra di loro e, spesso, il traduttore-localizzatore si ritrova a dover intervenire sulla struttura interna del sito o sull'interfaccia utente. L'adattamento tecnico che spetta al traduttore-localizzatore riguarda soprattutto i metadati e gli *hyperlink*.

I metadati, anche detti *meta tag*, sono le informazioni che, associate ad una pagina web o ad una porzione di essa, ne descrivono il contenuto specificandone il contesto di riferimento²³. Essi non vengono visualizzati nella pagina web, ma sono contenuti nel codice HTML che la compone. I metadati di un sito forniscono ai motori di ricerca informazioni rilevanti che permettono di reperirlo con più facilità e frequenza. Non tutti i metadati sono da tradurre e il traduttore-localizzatore deve avere le competenze informatiche di base per distinguere tra metadati traducibili e intraducibili. I tre metadati che solitamente si traducono in fase di localizzazione sono:

²³Fonte: <https://bit.ly/2NUyjdJ> [ultima consultazione: 30/09/18]

- <Keywords>: indica i contenuti del sito tramite parole chiave, che, se inserite dall'utente in fase di ricerca, permetteranno di ricondurlo al sito in questione;
- <Description>: fornisce una breve descrizione della pagina e corrisponde alla seconda e terza linea di testo del risultato della ricerca;
- <Title>: benché non sia un vero e proprio *meta tag*, questo tag è visualizzato, insieme alla descrizione, come titolo in seguito ad una ricerca sul browser e corrisponde quindi alla prima linea di testo²⁴;

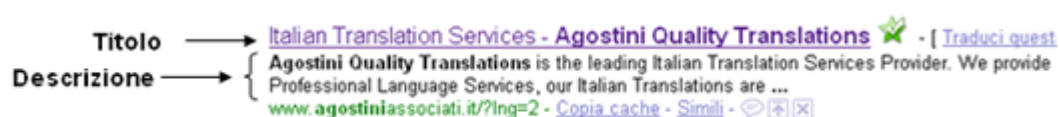


Fig. 4: I metadati <title> e <description> all'interno di un risultato di ricerca²⁵

Come si evince dalla Figura 4, la descrizione e il titolo sono i primi metadati che l'utente visualizza, ne consegue che dovranno essere localizzati con cura per far sì che siano efficaci e che quindi aumentino le probabilità di accesso. Ciò vale anche per le *keywords* che, benché non siano visualizzate nei risultati di ricerca, permettono ai siti di essere reperiti e influiscono sul loro posizionamento nei risultati di ricerca: più le parole chiave di un sito saranno attinenti alla ricerca effettuata dall'utente e più la sua posizione all'interno dei risultati salirà. In quest'ottica è necessario scegliere con cura le parole chiave, che dovranno essere mirate e coerenti con i contenuti della pagina. Durante il lavoro di localizzazione, il traduttore può decidere se tradurre le parole chiave esistenti nella lingua d'arrivo o se sostituirle con parole chiave nuove in base agli usi della cultura *target*.

Un collegamento intertestuale, in inglese *hyperlink* o più semplicemente *link*, è un collegamento fra una pagina e un'altra, o fra parti della stessa pagina web²⁶ e si contraddistingue dal resto del testo per colorazione e formattazione. Attraverso gli

²⁴Fonte: <https://support.google.com/webmasters/answer/79812?hl=it> [ultima consultazione: 23/09/18]

²⁵Fonte: <http://www.agostiniassociati.it/agostini-associati-traduzione-sito.php> [ultima consultazione 23/09/18]

²⁶Fonte: <http://www.treccani.it/vocabolario/link/> [ultima consultazione 23/09/18]

hyperlink è possibile raggiungere documenti o pagine presenti sia all'interno dello stesso sito (link interni) che al suo esterno (link esterni). Nella localizzazione di un sito web, i link esterni rivestono particolare interesse in quanto rimandano ad altre pagine web redatte, il più delle volte, nella stessa lingua *source* del sito in questione. In questi casi è consigliabile che il traduttore-localizzatore sostituisca la pagina originaria con una pagina equivalente redatta nella lingua *target*. Qualora non fosse possibile, l'*hyperlink* deve suggerire all'utente la lingua in cui si andrà ad aprire la pagina web.

2.4.2.2 Adattamento culturale

Il modo in cui il contenuto di un sito web viene percepito e interpretato può variare in base al “software of the mind”²⁷ dell'utente, ossia in base alla sua cultura. Suoni, colori, simboli, valori e metafore variano a seconda della cultura di riferimento, risulta pertanto di grande importanza localizzare un sito web tenendo conto delle differenze culturali che caratterizzano il pubblico destinatario, così come sostenuto da De Bortoli e Maroto (2001: 6):

“Each country, region, state or even province has individual, distinguishable language, humour, jargon, colloquialisms, slang, gestures, images, names, sounds, fashion, religion, values, symbols, animals, history, education, law, colour sense and sensitivity, political correctness, etiquette, etc. To simply ‘translate’ a text from one language into another without respecting and adapting these cultural and linguistic differences, would render its message ineffective to the targeted market.”

Il traduttore-localizzatore deve dunque possedere una profonda conoscenza della cultura di arrivo e localizzare il sito in base alle sue specificità. Ma cosa si intende per cultura? Si tratta di un concetto difficile da definire che da secoli attira l'interesse di antropologi e letterati. Kroeber & Kluckhohn (1952: 181 citati in Singh & Pereira, 2005: 28) la definiscono come una serie di valori condivisi da uno stesso gruppo di persone:

²⁷ Hofstede, G. 1991 *Cultures and Organizations: Software of the mind*. London/New York: McGrawHill

“Culture consists in *patterned* ways of thinking, feeling and reacting, acquired and transmitted mainly by symbols, constituting the distinctive achievements of human groups, including their embodiments in artifacts; the essential core of culture consists of traditional (i.e. historically derived and selected) ideas and especially their *attached values*.”

La cultura può influenzare il modo in cui le informazioni presenti su un sito web vengono percepite: durante la progettazione o la localizzazione di un sito, il contenuto deve essere presentato e strutturato secondo le caratteristiche della cultura di arrivo. Riportiamo di seguito una serie di elementi che, durante un lavoro di localizzazione, potrebbero essere soggetti ad adattamenti di tipo culturale (Singh & Pereira, 2005: 33-44):

- *orientamento del contenuto*: il modo in cui il contenuto è strutturato si ripercuote inevitabilmente sull'usabilità del sito. Per esempio, l'arabo si legge da destra verso sinistra, di conseguenza una pagina che va da sinistra verso destra potrebbe non risultare attraente per utenti di madrelingua araba;
- *modelli di navigazione*: l'orientamento della scrittura influenza anche il modo in cui le persone consultano le pagine web: gli utenti arabi preferiscono infatti avere la barra di navigazione sulla sinistra, mentre un pubblico occidentale la preferisce sulla destra;
- *frasi idiomatiche*: le frasi idiomatiche rappresentano sempre una sfida impegnativa ma allo stesso tempo stimolante per i traduttori, poiché se tradotte alla lettera perdono di significato e attrattività. Più che tradurre, risulta quindi necessario sostituire una frase idiomatica con una tipica della cultura d'arrivo, mantenendo però lo stesso significato;
- *colori*: i colori possono assumere un significato diverso per persone di cultura diversa. Tipico esempio è il colore bianco, che nelle culture occidentali rappresenta la purezza, mentre in Giappone è considerato il colore del lutto;
- *simboli e icone*: anche i simboli possono assumere significati diversi in culture diverse, basti pensare alla svastica che in India è un simbolo

religioso utilizzato per augurare fortuna e fertilità, mentre nei paesi occidentali è nota per ben più tristi motivi.

Un sito *culturally customized* presterà particolare attenzione non soltanto alla traduzione dei testi, ma valuterà attentamente anche tutti questi elementi culturali che Barber e Badre (1998) chiamano *cultural markers*. Questi marcatori, se bene adattati alla cultura di arrivo, possono migliorare l'usabilità di un sito web e di conseguenza l'esperienza dell'utente finale.

2.4.3 Figure professionali nell'ambito della localizzazione

Il processo di localizzazione coinvolge diverse figure professionali con percorsi formativi diversi e competenze di tipo linguistico, ma anche tecnico e gestionale (Di Pofi et al., 2002: 17-18):

- *localizzatore*: si occupa della traduzione del materiale. Il più delle volte è un libero professionista che collabora con le agenzie e le società di localizzazione. In un grande progetto di localizzazione con poco tempo a disposizione, i localizzatori possono essere anche più di uno. Le competenze di questa figura verranno spiegate in maggior dettaglio nel paragrafo successivo (2.4.3.1) in quanto inerenti al presente elaborato;
- *revisore*: revisiona il materiale tradotto dal localizzatore, verificando che i glossari di riferimento forniti dai clienti siano stati applicati correttamente e che vi sia coerenza terminologica tra le traduzioni dei vari localizzatori. Questa figura si occupa solitamente anche della gestione delle memorie di traduzione;
- *language specialist*: agisce come rappresentante del cliente al fine di risolvere eventuali problemi linguistici e terminologici con i localizzatori e problemi tecnici con gli sviluppatori;
- *terminologo*: figura appartenente all'agenzia di localizzazione che funge da tramite tra il language specialist e i localizzatori. Si occupa delle questioni prettamente terminologiche e aggiorna i glossari e le banche dati terminologiche durante il progetto. È presente solitamente nei progetti di grandi dimensioni;

- *specialista DTP*: si occupa della parte grafica del progetto (immagini, diagrammi, schemi, ecc.);
- *responsabile QA*: analizza il prodotto localizzato per verificarne la qualità tramite appositi strumenti software;
- *localization engineer*: si occupa degli aspetti tecnici del progetto e verifica che il prodotto localizzato funzioni correttamente. Le sue competenze sono prettamente tecniche;
- *sistemista*: è una figura presente solo nelle agenzie e società di localizzazione di grandi dimensioni e si occupa principalmente della gestione dei sistemi informativi aziendali e del supporto tecnico;
- *project manager*: è il responsabile dell'intero progetto di localizzazione. Si occupa della coordinazione tra localizzatori, revisori e clienti e prepara il kit di localizzazione, deve pertanto disporre di competenze organizzative e tecniche.

Va notato che ogni progetto di localizzazione è diverso dall'altro e pertanto può richiedere un numero diverso di figure professionali. Nei progetti di piccole dimensioni, ad esempio, il team si riduce e le stesse attività vengono svolte da un numero inferiore di professionisti.

2.4.3.1 Il traduttore-localizzatore

Le competenze richieste per la figura professionale del localizzatore spaziano dalla sfera linguistica a quella tecnica e informatica. Il localizzatore deve, infatti, essere in primo luogo un traduttore tecnico professionista con spiccate competenze linguistiche e culturali, ma anche tecnico-informatiche, indispensabili per utilizzare correttamente gli strumenti di traduzione assistita, localizzazione e traduzione automatica (Di Pofi et al., 2002: 19).

Jiménez-Crespo (2013: 165) definisce la figura professionale del localizzatore come:

“[...] a translator who possesses an expandable degree of technological and management competence, ranging from the combination of advanced translation competence — handling technical, legal, advertising, literary, scientific texts, etc. — with basic localization technology tools up to advanced knowledge of

localization and terminology management tools and processes, QA tools and procedures, etc.”

I compiti del traduttore-localizzatore possono, inoltre, variare in base alle specificità del progetto di localizzazione: gli può essere chiesto, infatti, di tradurre semplicemente il contenuto del sito, oppure di “clonare” il sito web di partenza (Gouadec, 2009).

Nel primo caso, che è anche il caso della localizzazione oggetto della presente tesi, il localizzatore si comporta da “traduttore specializzato” e traduce le varie pagine web che compongono il sito proprio come se stesse traducendo un semplice testo scritto, tenendo conto però degli aspetti tecnici e culturali già trattati nel paragrafo 2.4.2. Una volta terminato il lavoro di traduzione e adattamento, e dopo essere stato revisionato, il lavoro è pronto per essere consegnato al committente che lo farà inserire nell’architettura del sito da un *webmaster*.

Nel secondo caso, invece, il localizzatore si occupa non solo della traduzione e dell’adattamento dei testi originali, ma anche dell’integrazione di questi all’interno dell’architettura del sito. Intervenendo sia sul mezzo che sul codice e svolgendo le funzioni del webmaster, il traduttore-localizzatore diviene localizzatore a tutti gli effetti, “de plein exercice”. Di conseguenza, dovrà disporre di competenze tecniche e informatiche adeguate, in particolare, dovrà padroneggiare i linguaggi HTML, XML, XSL ecc. e alcuni dei software principali per la creazione dei siti web in quanto “il *démonte*, traduit-localise, puis *remonte* le site”.

2.4.4 Fasi del progetto di localizzazione

Dopo aver illustrato le varie figure professionali coinvolte nel processo di localizzazione, ne analizziamo adesso le fasi. Jiménez-Crespo (2013: 29-31) suddivide il lavoro di localizzazione in tre grandi fasi.

In una situazione ideale, il processo di localizzazione inizia con una fase di preparazione: si analizza il mercato target e il sito web, tenendo conto di tutte le sue componenti e funzionalità. È necessario, infatti, identificare l’utente finale del

sito, le sue aspettative al riguardo e gli adattamenti necessari per rendere il prodotto appetibile per il mercato di arrivo. Dopodiché, il project manager identifica il materiale da tradurre, lo analizza e lo consegna al localizzatore insieme a tutti i file necessari. Si passa, così, alla seconda fase del processo, che prevede la preparazione di un glossario o di un *termbase*²⁸ contenenti la terminologia essenziale per il successivo lavoro di traduzione e adattamento di contenuti linguistici e multimediali. Una volta terminata questa fase, le parti localizzate dovranno essere revisionate e, successivamente, integrate nell'architettura del sito. Prima di poter pubblicare il sito è necessario svolgere una serie di test per il controllo qualità per verificare il soddisfacimento di tutti i requisiti di qualità e funzionamento.

A questo punto, è necessario specificare che il *workflow* appena presentato non rappresenta la norma e può variare in base alle richieste del committente e all'entità del progetto di localizzazione. Gli attori che partecipano al flusso di lavoro appena descritto sono molti, ma non è sempre questo il caso: nei progetti di piccole dimensioni, spesso è il traduttore-localizzatore che si occupa di ciascun aspetto del lavoro, o di una buona parte di esso.

Nell'ambito del presente progetto di tesi, il committente (l'azienda Cora Seeds S.r.l.) ha affidato all'autrice la localizzazione verso il russo del sito web aziendale www.corsaseeds.com. La fase di analisi delle componenti del sito e delle sue funzionalità è stata svolta con l'aiuto della referente aziendale, Pamela Bellini, che ha anche identificato le pagine web da localizzare. Dopodiché, la traduttrice si è dedicata alla ricerca terminologica e alla redazione di glossari terminologici e fraseologici, per poi passare alla fase traduttiva vera e propria, svolgendo così il ruolo di project manager, terminologa e localizzatrice. Il prodotto è stato poi sottoposto alla revisione da parte di un esperto madrelingua e, infine, è stato presentato al committente. La versione tradotta verrà dunque caricata sul sito e testata in modo da identificare eventuali problematiche prima di essere pubblicata dal *webmaster*.

²⁸ Database multilingue aggiornabile che contiene schede terminologiche nell'ambito di uno specifico dominio di indagine. All'interno di ciascuna scheda vengono inseriti un termine in lingua di partenza e l'equivalente in una o più lingue di arrivo. Oltre al termine e agli equivalenti, nella scheda possono anche essere presenti informazioni aggiuntive sul termine stesso o sul concetto che denota (Di Bello, Lecci, 2012: 53).

2.4.5 Strumenti elettronici per la localizzazione di siti web

Il localizzatore può avvalersi di un elevato numero di strumenti elettronici progettati per facilitare il lavoro di traduzione. Questi strumenti, infatti, permettono non solo di sfruttare il materiale tradotto in precedenza tramite delle memorie di traduzione, ma anche di migliorare la gestione del progetto e di ridurre errori di tipo tecnico, nonché il tempo necessario per garantire un servizio di qualità. La scelta dello strumento da utilizzare dipende da numerosi fattori, tra cui le dimensioni del progetto, le preferenze del localizzatore e delle altre figure coinvolte. All'interno di questa sezione saranno presi in considerazione alcuni degli strumenti più diffusi:

- *editor di testo*: la forma più semplice per tradurre il contenuto di un sito web. Gli editor di testo sono software specializzati nella composizione dei testi, che permettono di aprire una pagina web, visionarne i contenuti e modificarli direttamente. Tuttavia, non segnalano, né tantomeno proteggono le parti non traducibili del codice sorgente. Di conseguenza, il traduttore che usa editor di testo, come ad esempio *Notepad ++*, deve prestare particolare attenzione a non tradurre parti di testo come *tag* e altri metadati: qualsiasi modifica risulterebbe, infatti, in un possibile malfunzionamento del sito;
- *editor HTML*: funzionano in maniera analoga agli editor di testo con la differenza, però, che i *tag* vengono evidenziati con diversi colori facendo sì che il traduttore eviti di modificarli o eliminarli;
- *editor WYSIWYG*: questi software *user-friendly* permettono agli utenti di creare e tradurre documenti HTML, pagine web o siti interi pur non avendo dimestichezza con il linguaggio HTML: è il software stesso a tradurre in codice HTML ciò che l'utente crea. L'interfaccia utente permette di visualizzare un'anteprima di ciò che si sta facendo in tempo reale: l'acronimo WYSIWYG, *what you see is what you get*, descrive proprio questa caratteristica;
- *translation proxy*: un server che realizza le versioni localizzate di un sito web dinamico utilizzando le tecnologie *cloud*, che consentono di memorizzare e/o di elaborare dati in rete. Il *translation proxy* identifica il

contenuto traducibile del sito e lo sottopone ai traduttori o al sistema di traduzione automatica. In caso di aggiornamento dei contenuti, il *proxy* identificherà il nuovo testo da tradurre e lo presenterà ai traduttori, che possono decidere di tradurlo sia all'interno del *proxy* stesso, che su un *CAT tool*. La traduzione, una volta approvata dal proprietario del sito, verrà poi pubblicata sul server che ospita lo stesso *translation proxy* (Muzzi, 2014);

- *CAT tools*: sono software di traduzione assistita (Computer-Assisted Translation) che permettono di “incrementare la produttività e migliorare la qualità, specialmente in ambito tecnico” (Di Bello, Lecci & Zanchetta, 2011: 47). Generalmente comprendono cinque elementi principali: l'*editor*, la memoria di traduzione²⁹, la banca dati terminologica, gli strumenti per il controllo della qualità e per la gestione del progetto (Ciola, 2009). Tali strumenti si rivelano estremamente utili ai fini della localizzazione poiché separano automaticamente le parti di testo traducibili dai *tag* e permettono di tradurre solo le prime. Inoltre, garantiscono una certa coerenza terminologica e fraseologica grazie ai *termbase* e alle memorie di traduzione, che si possono aggiornare ad ogni uso.

La scelta dello strumento di localizzazione può essere influenzata da vari fattori come ad esempio una richiesta specifica del committente, le preferenze del localizzatore, dal formato del file *source* che può non essere supportato da un dato software e così via. Per lo svolgimento del progetto di localizzazione del presente elaborato è stato utilizzato *Memo Q*, uno strumento *CAT* a pagamento, la cui licenza è stata fornita dal Dipartimento di Interpretazione e Traduzione del Campus di Forlì a tutti gli studenti del 2° anno del corso in *Specialized Translation*.

²⁹ Database fraseologico bilingue contenente porzioni di testo in lingua di partenza (segmenti source) e porzioni equivalenti in lingua di arrivo (segmenti target). Nel caso in cui una porzione di un testo da tradurre sia già presente all'interno della memoria come segmento source, il sistema suggerisce all'utente il segmento target corrispondente come traduzione da usare (Di Bello, Lecci, 2012: 9).

CAPITOLO III

Lingue speciali e terminologia

Il presente capitolo verterà sui concetti di lingue speciali, termine e terminologia, sul loro rapporto con il lavoro di traduzione specializzata e, in ultimo, sulla metodologia di lavoro utilizzata per la preparazione delle risorse di supporto alla localizzazione del sito www.coraseeds.com, ovvero i corpora specializzati e il glossario bilingue.

3.1 Le lingue speciali

La lingua comune, quella che utilizziamo nella vita di tutti i giorni, presenta al suo interno numerose varietà sincroniche come ad esempio le varietà regionali, sociali e situazionali. All'interno di queste varietà si collocano le lingue speciali, dette anche linguaggi specialistici, ossia “varietà situazionali che sono in particolare correlazione con l'argomento della comunicazione e con il taglio che ad essa viene dato in un ambito specifico di utenti” (Gotti, 1991: 2).

Le lingue speciali, quindi, si differenziano dalle lingue comuni in base all'argomento, al rapporto tra i partecipanti alla comunicazione e ai loro bisogni comunicativi. Esse sono espressione di un determinato settore e si distinguono dalla lingua comune per la specificità del lessico utilizzato, spesso sconosciuto o di difficile comprensione per i non esperti. Questo tipo di linguaggio si è sviluppato dalla necessità degli specialisti di varie discipline di comunicare fra loro in modo efficiente, preciso e univoco:

“Per lingua speciale si intende una varietà funzionale di una lingua naturale, dipendente da un settore di conoscenze o da una sfera di attività specialistici, utilizzata, nella sua interezza, da un gruppo di parlanti più ristretto della totalità dei parlanti la lingua di cui quella speciale è una varietà, per soddisfare i bisogni comunicativi (in primo luogo quelli referenziali) di quel settore specialistico; la

lingua speciale è costituita a livello lessicale da una serie di corrispondenze aggiuntive rispetto a quelle generali e comuni della lingua e a quello morfosintattico da un insieme di selezioni, ricorrenti con regolarità, all'interno dell'inventario di forme disponibili nella lingua.”

(Cortelazzo, 1994: 8)

Va notato che nella letteratura accademica questo tipo di comunicazione è stato, per molto tempo, oggetto di studi e dibattiti, e pertanto può assumere denominazioni molto diverse tra loro. A seconda delle varie scuole di pensiero e dei vari autori, possiamo parlare di “linguaggi settoriali”, “sottocodici”, “codici specialistici”, “tecnoletti”, “micro lingue”, “lingue per scopi speciali”, “lingue di specializzazione” e così via. All'interno del presente elaborato ci atterremo alla terminologia già utilizzata fino ad ora, ossia “lingue speciali” e “linguaggi specialistici” oppure all'acronimo LSP dell'inglese *Language for Special Purposes*. In russo, inizialmente apparve la denominazione специальный язык (*special'nyj jazyk* - lingua speciale) e solo successivamente apparve il calco dall'inglese LSP, cioè язык для специальных целей (*jazyk dlja special'nych celej* - lingua per scopi speciali). Allo stato attuale esiste una grande varietà di termini³⁰ spesso intercambiabili tra loro e per questo motivo spesso si preferisce l'espressione più generica di функциональный стиль (*funkcional'nyj stil'* - stile funzionale), il cui primo utilizzo risale alla Scuola di Praga tra gli anni Venti e gli anni Trenta (Denissova, 2007: 327-328).

La mancanza di un termine unico è riconducibile ai diversi approcci alla comunicazione specialistica che, secondo Cabré (1999: 61), possono essere attribuiti a tre correnti fondamentali: la prima definisce le lingue speciali come sottocodici indipendenti dalla lingua comune e dunque costituiti da regole e unità specifiche. Uno dei principali rappresentanti di questo approccio è Hoffmann (1979 citato in Cabré 1999:61), che vede le lingue speciali come: “[a] complete

³⁰ Come ad esempio: профессиональный язык (*professional'nyj jazyk* - lingua professionale), язык специальности (*jazyk special'nosti* - lingua di specializzazione), микрокод (*mikrokod* - microcodice), профессиональный подязык (*professional'nyj podjazyk* - sottocodice professionale), технолект (*technolekt* - tecnoletto).

set of linguistic phenomena occurring within a definite sphere of communication and limited by specific subjects, intentions and conditions”. La seconda corrente, invece, considera le lingue speciali come delle semplici varianti della lingua comune, dalla quale si distinguono solo per l’uso di una terminologia specializzata. In quest’ottica, non ci sono differenze tra lingue speciali e dialetti o socioletti: “It must be noted that the terms ‘special language’ (specialised language) and ‘common language’ only refer to a subset of a language as a whole, that which consists of lexemes” (Rondeau, 1983 citato in Cabré 1999: 62). Secondo il terzo approccio, infine, le lingue speciali sono sottoinsiemi pragmatici della lingua comune: ciò che definisce le lingue speciali sono elementi pragmatici ed extralinguistici, più che linguistici. Tra i sostenitori di tale approccio citiamo Sager et al (1980 citato in Cabré, 1999: 62): “Special languages are semi-autonomous, complex semiotic systems based on and derived from general language; their use presupposes special education and is restricted to communication among specialists in the same or closely related fields”.

Nonostante le differenze, i tre diversi approcci appena riportati riguardano tutti la natura della dipendenza delle lingue speciali dalla lingua comune. Possiamo quindi affermare che c’è uno stretto rapporto tra lingue speciali e lingua comune. Non a caso molti autori considerano quest’ultima proprio come punto di partenza per lo sviluppo dei linguaggi specialistici (Cavagnoli, 2007:20). Allo stesso tempo però, sono proprio i linguaggi specialistici a influenzare la lingua comune: secondo De Mauro (1994a, citato in Scarpa, 2001:17-18), infatti, gran parte delle parole che si usano nella vita quotidiana proviene da ambienti specialistici, più specificamente, ben due terzi del vocabolario di una lingua provengono da lingue speciali.

3.1.1 Caratteristiche delle lingue speciali

Diamo adesso un’occhiata a quali sono le principali caratteristiche lessicali alla base di tutte le lingue speciali. Riprendendo le undici caratteristiche delle lingue

speciali proposte da Hoffman³¹, Gotti (1991: 17-44) individua le seguenti caratteristiche:

- *monoreferenzialità*: un termine può assumere un solo ed unico significato che sarà indipendente dal contesto. Ogni termine è rappresentativo di un solo significato, ne consegue l'assenza di sinonimia e la tendenza a inventare termini nuovi per definire concetti nuovi piuttosto che a utilizzare la terminologia esistente e creare così confusione e ambiguità;
- *non-emotività*: il termine, a differenza della parola, ha solo funzioni denotative poiché all'interno di un testo specialistico lo scopo informativo deve prevalere su quegli aspetti come l'emotività o l'estetica, tipici della lingua comune. I testi specialistici non devono creare nessun effetto speciale, il loro tono deve restare neutro;
- *precisione*: ogni termine si deve riferire al proprio concetto in modo immediato. Per questo motivo è escluso, o limitato, l'uso di modi di dire e metafore nei linguaggi scientifici;
- *trasparenza*: permette di decodificare rapidamente il significato di un determinato termine tramite l'analisi della sua forma superficiale. Grazie a questo criterio è, quindi, possibile comprendere il significato di un termine decodificando le parti lessicali di cui esso è composto;
- *sinteticità*: gli specialisti tendono ad esprimere i vari concetti nella forma più breve possibile, come dimostra, ad esempio, l'ampio ricorso ad acronimi, abbreviazioni e giustapposizioni. Tuttavia, questo criterio non è sempre rispettato, alcuni linguaggi specialistici come, ad esempio, quello medico e legale presentano un alto livello di ridondanza;
- *tradizionalismo*: alcuni campi specialistici, come ad esempio quello legale, mostrano una tendenza conservatrice. Per evitare di generare ambiguità con l'elaborazione di termini nuovi, si tende a conservare i tratti linguistici usati tradizionalmente, anche se sono ormai obsoleti e non più usati nella lingua comune.

³¹ 1) esattezza, semplicità e chiarezza; 2) oggettività; 3) astrattezza; 4) generalizzazione; 5) densità di informazione; 6) brevità o laconicità; 7) neutralità emotiva; 8) mancanza di ambiguità; 9) impersonalità; 10) coerenza logica; 11) uso di termini tecnici definiti, simboli e figure.

I principali meccanismi di cui si avvalgono le lingue speciali per creare il proprio lessico sono: il prestito e il calco da lingue straniere, la rideterminazione semantica di parole già esistenti in altre lingue speciali o nella lingua comune, la lessicalizzazione di acronimi o sigle, oppure la neologia tramite derivazione o composizione³² (Cortelazzo, 1994: 12). La larga circolazione dei termini tecnici e scientifici da una lingua all'altra tramite calchi e prestiti ha portato ad una sempre maggiore internazionalizzazione della terminologia specialistica. Questo fenomeno fa sì che, almeno per quanto riguarda le lingue occidentali, spesso i termini siano identici o quasi da lingua a lingua, facilitando così il ruolo di traduttori, terminologi, lessicografi e di tutte quelle figure professionali che hanno a che fare con la terminologia specialistica.

Sebbene il lessico fornisca gli elementi principali che distinguono le lingue speciali dalla lingua comune, anche la morfosintassi può essere essenziale per caratterizzare una lingua speciale (Cortelazzo, 1994: 9). Per quanto riguarda la morfosintassi dei linguaggi specialistici, il tratto più caratteristico è il potenziamento del ruolo del nome a scapito di quello del verbo. La propensione verso la nominalizzazione si riflette nella frequenza di forme nominali del verbo, ma anche nella riduzione generale della gamma dei verbi impiegati (Cortelazzo, 1994: 17-18). Inoltre, essa risponde a due esigenze delle lingue speciali: la deagentivizzazione e la condensazione. La prima è di natura semantica ed è legata al fatto che le lingue speciali si concentrano sugli oggetti e non sull'agente. La seconda, invece, è di natura sintattica e riguarda l'economia della comunicazione che si può raggiungere tramite l'eliminazione di elementi ridondanti (ibid.).

Gotti (1991: 66-101) individua i principali fenomeni di tipo sintattico nelle lingue speciali:

- *omissione di elementi frasali*: le strutture sintattiche delle lingue speciali tendono ad essere molto compatte e sintetiche. È possibile raggiungere tale sinteticità omettendo alcuni elementi come preposizioni e articoli;
- *sinteticità espressiva*: si tratta di un altro strumento linguistico per non appesantire la struttura sintattica della frase. Un esempio è la sostituzione

³² La neologia assoluta, ossia *ex novo*, è praticamente inesistente nelle lingue speciali.

di frasi relative con degli aggettivi, in questo modo una frase come “un materiale che può essere lavorato” diventa “un materiale lavorabile”. In russo è possibile sostituire la frase relativa anche tramite l’uso di participi³³;

- *premodificazione*: anche questo fenomeno ha come scopo quello di ridurre le frasi relative. Molto comune nella lingua russa poiché, rispetto all’italiano, l’ordine delle parole nelle frasi è molto più libero, ciò permette più facilmente di “costruire a sinistra”, e cioè di utilizzare vari elementi della frase in funzione aggettivale;
- *nominalizzazione*: già trattata in precedenza, la nominalizzazione porta all’alta densità lessicale e all’aumento della complessità e della lunghezza dei periodi. Nella lingua russa la nominalizzazione è caratterizzata da un uso spiccato del caso genitivo;
- *uso di tempi e forme verbali*: l’uso dei verbi nelle lingue specialistiche si differenzia rispetto alla lingua comune. Il tempo verbale più utilizzato è il presente indicativo, mentre la forma è quella passiva;
- *spersonalizzazione*: l’ampio ricorso alla forma passiva si traduce in una tendenza alla spersonalizzazione del linguaggio specialistico. La componente umana si riduce per lasciare più spazio alla personificazione degli elementi fisici. In russo il predicato può essere espresso dal verbo all’imperfettivo tramite l’aggiunta della particella passiva -ся (-сь) o al participio passivo perfettivo di forma breve.

3.1.2 Dimensione orizzontale e dimensione verticale

Le lingue speciali possono essere classificate secondo una dimensione orizzontale e una dimensione verticale. Nella dimensione orizzontale le lingue sono classificate in base al loro argomento, si tratta di una classificazione molto intuitiva e di facile utilizzo. In questo senso è possibile suddividere le discipline scientifiche in *scienze fisiche* o *naturali* (fisica, matematica, biologia, ingegneria,

³³ Rispetto alla lingua italiana il participio russo è più complesso e composito, esso possiede infatti quattro forme (presente attivo, presente passivo, passato attivo e passato passivo) e, pur essendo un modo verbale, ha la forma di un aggettivo e varia quindi nel genere, nel numero e nel caso.

medicina ecc.) e *scienze umane* o *sociali* (diritto, economia, sociologia, psicologia, filosofia ecc.). Secondo Scarpa (2001: 4), le due categorie si basano essenzialmente su tre differenze:

- *diversa natura dei fenomeni studiati*: gli oggetti di studio delle scienze fisiche sono misurabili e perlopiù prevedibili e immutabili nel tempo; al contrario, le scienze umane prendono in esame oggetti più complessi e imprevedibili poiché legati ai comportamenti umani;
- *verifica empirica delle ipotesi di partenza*: per le scienze fisiche è possibile eseguire ricerche scientifiche ed esperimenti controllati in laboratorio che portano a risultati stabili e oggettivi; mentre le scienze umane devono fare riferimento ad una realtà non idealizzata e quindi non controllabile, i risultati di tali ricerche saranno, pertanto, frutto di interpretazioni soggettive;
- *diverso grado di certezza dei risultati*: i risultati delle ricerche delle scienze fisiche sono assoluti, mentre quelli forniti dalle scienze umane sono più vaghi e quindi meglio descrivibili come tendenze su base statistica.

Sempre nell'ambito della dimensione orizzontale, Rovere (1989: 139 citato in Scarpa, 2001: 4) parla di fenomeno dell'*infrasettorialità*, per cui le lingue speciali non sono da considerarsi dei sistemi chiusi: esse si influenzano a vicenda e i loro tecnicismi vengono continuamente interscambiati da un'area specialistica all'altra. È grazie a questo fenomeno che nella lingua medica, ad esempio, confluiscono anche termini provenienti dalle lingue del diritto e della burocrazia, così come la lingua dell'economia presenta termini provenienti dai sottocodici giuridico, fiscale, politico, statistico e via dicendo.

La dimensione orizzontale analizza, come si è già detto, le lingue speciali in base all'argomento da loro trattato. All'interno di ciascuna lingua speciale è possibile, poi, individuare diversi livelli in base a fattori funzionali-contestuali, ossia in base al contesto, alla situazione comunicativa e ai destinatari. Si tratta della dimensione verticale, che esprime il rapporto che intercorre tra le caratteristiche tipiche di una

lingua speciale e il suo contesto d'uso, ovvero chi la usa, come e per quale ragione (Sobrero, 1993: 240).

Cortelazzo (1994: 20), seguendo la teoria di von Hahn (1980) che a sua volta si rifà a Ischreyt (1965), distingue tre diversi gradi di specializzazione del discorso: la comunicazione tra esperti, quella tra tecnici e la divulgazione. La comunicazione tra esperti avviene ad un livello alto, è il momento di massima distanza dalla lingua comune, durante il quale si ricorre all'utilizzo di forestierismi, acronimi, eponimi, ecc. Il secondo livello è un linguaggio tecnico colloquiale tipico della comunicazione orale tra tecnici che condividono le stesse conoscenze settoriali. Questo livello è caratterizzato da un ampio uso di abbreviazioni, diminutivi e sigle che, insieme alle ampie conoscenze enciclopediche comuni, permettono una grande economia verbale. L'ultimo livello è costituito, invece, dalla comunicazione a scopo divulgativo nella vita comune (es. comunicazione medico-paziente), nei mass media (es. articoli di giornale) e nell'ambito didattico (es. comunicazione professore-alunni). Questo tipo di comunicazione ha come destinatario un non esperto e pertanto si avvicina il più possibile alla lingua comune: il lessico utilizzato diventa più generico e meno specifico e si utilizzano metafore o perifrasi per trasmettere concetti tecnici.

Anche Gotti (1991: 10-11), ispirandosi a Widdowson (1979), individua "tre diverse situazioni in cui lo specialista si trova a intervenire su un argomento di carattere professionale". Nella prima situazione comunicativa l'esperto si rivolge ad altri esperti che condividono le stesse conoscenze dell'interlocutore, di conseguenza il livello di specificità del linguaggio è molto elevato. La seconda situazione prevede la comunicazione fra uno specialista e un pubblico non specialista a scopo didattico-informativo, in questo contesto l'esperto utilizza un linguaggio specialistico, ma allo stesso tempo spiega i concetti e i termini che utilizza. Anche nella terza situazione l'esperto si rivolge a dei non specialisti, tuttavia, questa volta l'obiettivo non è didattico, bensì divulgativo. In questo caso la comunicazione tecnica avviene utilizzando un linguaggio comune con una presenza ridotta di termini specialistici ed è per questo motivo che per Gotti il linguaggio di quest'ultima situazione comunicativa non è da considerarsi specialistico.

Numerose sono le classificazioni individuate dai vari studiosi: Altieri Biagi (1974: 90) aggiunge un quarto livello, ossia quello della formalizzazione (es. formule matematiche, grafici ecc.); Pearson (1998: 36-38) propone una suddivisione in quattro categorie: *expert-expert*, *expert-initiates*, *expert-uninitiated* e *teacher-pupil*; mentre Sobrero (1993) parla semplicemente di livello scientifico e livello divulgativo.

3.1.3 La lingua speciale del sito www.coraseeds.com

Sulla base di quanto analizzato all'interno di questo paragrafo, risulta evidente che nel testo analizzato per la stesura del presente elaborato, ossia il sito web www.coraseeds.com, sia presente una lingua speciale, in questo caso facente riferimento all'ambito delle sementi orticole. In questa sezione vedremo le caratteristiche specifiche di tale lingua.

Il sito dell'azienda Cora Seeds S.r.l. presenta sia sezioni in cui la lingua comune risulta dominante (ad esempio le pagine dedicate alla presentazione dell'azienda - vedi Fig. 5), sia sezioni in cui è presente una terminologia appartenente alla lingua speciale che fa riferimento all'ambito delle sementi orticole (ad esempio, le pagine dedicate alla descrizione dei prodotti - vedi Fig. 6). Le immagini seguenti sono entrambe tratte direttamente dal sito aziendale www.coraseeds.com:



CORA® SEEDS

è una giovane azienda italiana costituita da persone con più di 25 anni d'esperienza nel settore delle sementi orticole professionali. Si dedica alla ricerca, alla produzione ed alla commercializzazione di sementi di cipolle, prodotti per la produzione di baby leaf, pomodoro da mensa e da industria, angurie, meloni, peperoni, finocchio, sedano, basilico e non solo.

Fig. 5: Esempio di sezione del sito che utilizza la lingua comune

CRX 10138/15 F1

Pianta: forte, rustica e con eccellente copertura fogliare

Ciclo: medio

Forma: Allungata

Pezzatura: 12 - 14 kg

Buccia: liscia ben tirata, con striatura tipo Crimson

Polpa: soda compatta, di colore rosso intenso, ottimo sapore e grado brix

Note: ibrido molto affidabile e rustico, per colture da pieno campo. Prodotto classico di grande pezzatura e alta qualità. Per mercato interno.

Fig. 6: Esempio di sezione del sito che utilizza la lingua speciale delle sementi orticole

Come si evince dalle immagini riportate, il sito web analizzato si colloca a metà strada tra quella che Gotti definisce comunicazione tra specialisti dello stesso ambito e quella che chiama comunicazione tra specialista e non-specialisti con scopo informativo. Il presente elaborato si concentra soprattutto sulla localizzazione delle sezioni più specialistiche del sito, contenenti le schede tecniche di sementi di vario genere. Tali schede sono destinate ad un pubblico di esperti e semi-esperti (partner commerciali, distributori per l'estero ecc.), che conosce in modo approfondito le principali caratteristiche degli ortaggi e, pertanto, non necessita di ulteriori spiegazioni. A conferma di ciò, rimandiamo alla scheda tecnica riportata sopra (Fig. 6): la presenza di tecnicismi come *copertura fogliare*, *striatura tipo Crimson*, *grado brix*, *coltura da pieno campo* indica un alto grado di tecnicità della lingua e delle informazioni, che sono appunto indirizzate ad un pubblico di esperti piuttosto che di non-specialisti.

Il lavoro di traduzione di queste schede ha richiesto una fase di preparazione grazie alla quale la presente traduttrice ha potuto decodificare il dominio di riferimento e la rispettiva terminologia. Nell'ultima parte del presente capitolo (3.4) analizzeremo più nel dettaglio il metodo di ricerca terminologica e documentazione adottato in fase di preparazione alla traduzione.

3.2 La terminologia

Prima di esporre nel dettaglio il lavoro pratico di ricerca terminologica svolto come preparazione alla traduzione, è necessario fare una panoramica su cos'è la terminologia, quali sono le sue caratteristiche e come la si può applicare nell'ambito della traduzione specializzata.

La terminologia rappresenta l'aspetto linguistico che più di ogni altro nasce e si sviluppa in risposta alla specifica necessità di descrivere e spiegare i fenomeni scientifici e tecnici delle lingue speciali (Scarpa, 2001: 28). Essa nasce, quindi, dal bisogno di "trovare le parole", ossia i termini, per esprimere i concetti individuati o elaborati nelle varie discipline specialistiche (Magris et al. 2002). Sager (1990: 2) definisce questa disciplina come segue:

"Terminology is the study of and the field of activity concerned with the collection, description, processing and presentation of terms, i.e. lexical items belonging to specialized areas of usage of one or more languages."

Esistono, tuttavia, altre due accezioni che riguardano l'utilizzo della stessa parola: nonostante la monoreferenzialità tanto ricercata dalle lingue speciali, il concetto di terminologia può essere, infatti, utilizzato in ben tre accezioni diverse (Cabr , 1999: 32; Scarpa, 2001:45; Magris et al. 2002.):

- la riflessione teorica, ossia l'insieme dei principi, delle argomentazioni e delle conclusioni necessari per spiegare le relazioni tra i concetti e i termini. In questa accezione la terminologia è vista come una disciplina;
- le procedure e i metodi usati per la raccolta, la descrizione e la presentazione dei termini in una o più lingue. In questo caso, invece, la terminologia è vista come un'attività;
- l'insieme dei termini di un settore specialistico, ossia il risultato dell'attività terminologica. Per esempio la terminologia medica, giuridica, informatica ecc.

In questo paragrafo tratteremo prima della terminologia come disciplina per poi passare alla descrizione dell'attività terminologica svolta e del conseguente risultato.

3.2.1 I concetti di *parola* e *termine*

Prima di proseguire con un breve excursus storico sulla terminologia, è necessario delineare la differenza tra *parola* e *termine*. Questi due concetti sono spesso erroneamente considerati sinonimi, ma in realtà si basano su riferimenti di natura diversa: nel termine essa è specializzata all'interno di una specifica disciplina mentre nella parola è generale in una varietà di argomenti. Riportiamo di seguito l'esaustiva distinzione tra parola e termine proposta da Sager (1990: 19):

“The lexicon of a special subject language reflects the organizational characteristics of the discipline by tending to provide as many lexical units as there are concepts conventionally established in the subspace and by restricting the reference of each such lexical unit to a well-defined region. Besides containing a large number of items which are endowed with the property of a special reference the lexicon of a special language also contains items of general reference which do not usually seem to be specific to any differences between words and terms discipline or disciplines and whose referential properties are uniformly vague or generalized. The items which are characterized by special reference within a discipline are the ‘terms’ of that discipline, and collectively they form its ‘terminology’; those which function in general reference over a variety of sublanguages are simply called ‘words’, and their totality the ‘vocabulary’.”

La parola è un simbolo linguistico che può assumere significati diversi in base al contesto in cui appare (Felber, 1984); al contrario, i termini recano con sé il proprio contesto, essi hanno un significato univoco e solo denotativo (Newmark, 1995), c'è quindi una relazione univoca tra un termine e il concetto specializzato che esso denomina. È proprio in virtù di questa caratteristica, ossia l'assoluta

oggettività, che i termini sono essenziali nella comunicazione specialistica, in quanto la rendono più rapida ed efficiente.

Un termine, o unità terminologica, può essere composto da un'unità lessicale, un sintagma, un codice, una sigla, una locuzione, una parola composta o una collocazione. Esso non è altro che la rappresentazione grafica di un concetto situato all'interno di un ambito particolare del sapere e, in quanto tale, può essere considerato un simbolo economico, ma ugualmente preciso, che sostituisce lunghe definizioni. In altre parole, come asserito da Rega (2002: 50), il termine è concepito come un'unità composta da tre elementi: significato (ossia il concetto), significante (la denominazione) e referente (l'oggetto materiale o immateriale). Tale rapporto è rappresentabile tramite il triangolo semiotico di Ogden e Richards:

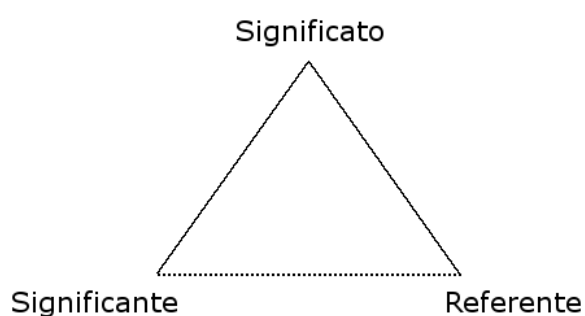


Fig. 7: Schema del triangolo semiotico di Ogden e Richards

3.2.2 Evoluzione della terminologia

La terminologia non è un fenomeno recente, sin dalla notte dei tempi si è sentito il bisogno concreto delle lingue speciali: le più antiche raccolte terminologiche sono nate in Mesopotamia con lo scopo di facilitare gli scambi commerciali e culturali nel Vicino Oriente (Riediger, 2012: 6). Tuttavia, è solo nel XVIII secolo che essa nasce come applicazione sistematica, grazie a ricercatori come Lavoisier, Berthollet, Linneo e tanti altri che avevano intuito l'importanza della coerenza terminologica nel campo scientifico al fine di garantire una comunicazione più efficace e rigorosa. Successivamente, l'internazionalizzazione della scienza nel XIX secolo e il rapido sviluppo della tecnologia nel XX hanno amplificato il

bisogno di una comunicazione basata su denominazioni precise ed univoche. (Soglia, 2002: 9). Con la diffusione a livello mondiale di nuove tecnologie, sorsero nuovi bisogni linguistici, più specificamente, bisogni legati alla creazione di nuovi termini per denominare le nuove realtà, e alla standardizzazione dei prodotti a livello globale per poter affrontare e risolvere la questione del multilinguismo.

È in questo contesto che va inserita l'opera dell'ingegnere austriaco Eugen Wüster, *Internationale Sprachnormung in der Technik, besonders in der Elektrotechnik*, una tesi pubblicata nel 1931 nella quale si gettano le basi teoriche della terminologia come disciplina autonoma. In questo periodo lo studioso austriaco vedeva nella terminologia lo strumento necessario per eliminare ogni sorta di ambiguità dalla comunicazione tecnico-scientifica; solo in seguito si interessò anche della teoria³⁴ alla base di questa disciplina, assumendo a pieno merito il titolo di padre fondatore della terminologia. Le sue teorie inedite furono accolte fin da subito con grande favore soprattutto in Austria (Scuola di Vienna), Unione Sovietica (Scuola di Mosca) e Repubblica Ceca (Scuola di Praga). Qualche decennio dopo, nel 1947, fu fondata l'Organizzazione internazionale per la normazione³⁵ (ISO, *International Organization for Standardization*) il cui lavoro deve tanto alle teorie wüsteriane.

Questa è la prima delle quattro tappe che, secondo Auger (in Cabré, 1999: 5), hanno segnato lo sviluppo della terminologia moderna. Tra gli anni Sessanta e la metà degli anni Settanta si ha poi un periodo di "strutturazione" durante il quale appaiono i primi computer, che portano alla formazione delle prime banche dati e ai primi tentativi di standardizzazione della terminologia all'interno di una lingua. Tra la metà degli anni Settanta e la metà degli anni Ottanta si assiste ad un consolidamento della disciplina, possiamo parlare di un vero e proprio "boom terminologico" caratterizzato dalla diffusione di progetti terminologici e di pianificazione linguistica e dalla continua evoluzione della tecnologia informatica, che cambia profondamente l'attività di analisi di dati terminologici. Nel 1975 la

³⁴ Nel 1979 pubblica *Allgemeine Terminologielehre*, (Teoria generale della terminologia)

³⁵ <https://www.iso.org/home.html>

Commissione europea lancia EURODICAUTOM³⁶, il primo grande database terminologico dei traduttori della Commissione, reso poi accessibile anche a utenti esterni. A partire dalla metà dagli anni Ottanta l'ambito della terminologia è in continua espansione ed evoluzione: con l'avvento di Internet si assiste ad una crescita esponenziale dell'attività terminologica, grazie soprattutto alla possibilità di consultare le banche terminologiche e tutte le altre risorse anche a distanza, nonché alla possibilità di accesso immediato all'immenso corpus di testi e documenti rappresentato dal Web (Riediger, 2012: 7). A tal proposito, le parole di Ahmad e Fulford (in Soglia, 2002: 17) riassumono perfettamente le caratteristiche di questa fase:

“Dai tempi di Wüster, il bisogno di terminologia standardizzata nei vari campi specialistici è cresciuto di pari passo ai recenti rapidi progressi tecnologici e al corrispondente aumento della documentazione, nonché allo sviluppo di nuovi metodi di comunicazione, in particolare elettronici.”

Allo stato attuale nell'ambito della ricerca terminologica, si possono individuare tre grandi correnti in base all'origine geografica, gli scopi, le metodologie e l'interazione con le altre discipline (Cabré, 1999: 12-14; Soglia, 2002: 13-15; Riediger, 2012: 10-11):

- *terminologia orientata verso la linguistica*: rappresentata dalle scuole di Vienna, Praga e Mosca. La prima si fonda sull'opera di Wüster e si occupa prevalentemente della standardizzazione dei concetti e dei termini, necessaria per un'efficace comunicazione tra professionisti; la seconda si sviluppa sulla base della scuola praghese di linguistica funzionale e si interessa principalmente alla descrizione strutturale e funzionale delle lingue speciali; mentre la terza si occupa di normalizzazione della terminologia tecnico-scientifica nell'ambito del contesto di plurilinguismo dell'ex Unione sovietica;

³⁶ Nel 2007 EURODICAUTOM è stato sostituito dalla nuova banca dati terminologica IATE (*Inter-Active Terminology for Europe*), disponibile al seguente link: <http://iate.europa.eu>

- *terminologia orientata verso la pianificazione linguistica*: mira a creare organismi politici e linguistici dotati del potere di intervenire anche dal punto di vista legislativo per sostenere la rivalutazione di una lingua minoritaria in pericolo. Un esempio degno di nota è la Scuola canadese e del Québec, nata negli anni Settanta per rispondere ad esigenze terminologiche reali dettate dal bilinguismo;
- *terminologia orientata verso la traduzione*: tende a stabilire equivalenze terminologiche tra due o più lingue per orientare i traduttori nel loro lavoro. Pressoché tutte le grandi organizzazioni mondiali multilingui (es. UE, FAO, ONU, UNESCO) si occupano di questo tipo di attività terminologica e hanno portato alla creazione di importanti banche dati terminologiche come TERMIUM Plus³⁷ del Governo canadese e IATE della Commissione europea;

Nell'ambito del presente elaborato, la corrente terminologica che più ci interessa è quella orientata alla traduzione, e pertanto sarà oggetto del paragrafo successivo.

3.3 La terminologia applicata alla traduzione

Per realizzare una traduzione di qualità, il traduttore deve usare un lessico coerente che sia equivalente a quello utilizzato nella lingua di partenza e, allo stesso tempo, conforme a quello normalmente utilizzato nel settore di interesse o dal cliente nella lingua di arrivo. Il rapporto tra terminologia e traduzione specialistica risulta dunque molto stretto, sono numerosi i punti di convergenza tra queste due discipline distinte, così come ci fa notare Maldussi (2008: 15), riferendosi a quanto asserito da Maria Teresa Cabré nel suo volume *La terminología: Representación y comunicación*. Secondo la studiosa, la terminologia riveste un ruolo fondamentale nella risoluzione di problemi traduttivi, sempre che questi ultimi riguardino, ad esempio, la scelta dei termini tecnici giusti per l'ambito specializzato in questione. Di conseguenza, il traduttore specializzato che si accinge ad affrontare la traduzione di un testo specialistico, oltre all'elevata competenza linguistica nella lingua di partenza e in quella

³⁷ <http://www.btb.termiumplus.gc.ca/tpv2alpha/alpha-eng.html?lang=eng>

d'arrivo, deve disporre anche di un'ampia competenza in materia di ricerca terminologica. Le due discipline, quindi, si influenzano a vicenda come sostiene Maldussi (ibid: 17): “la traduzione specializzata *sollecita* ed *arricchisce* la terminologia, instaurando con essa un rapporto di complementarità e biunivocità, e in taluni casi di *fecondazione reciproca*, senza incorrere nella confusione di ruoli”.

La ricerca terminologica nell'ambito della tradizione specializzata ha essenzialmente le seguenti funzioni (Riediger, 2012: 10-11):

- *descrizione sistematica*: dei termini, delle locuzioni, delle espressioni e dei simboli usati in settori ben definiti, in una o più lingue;
- *diffusione delle conoscenze tecniche*: attraverso risorse terminologiche strutturate quali schede terminologiche, glossari e banche dati;
- *definizione di norme*: sull'uso dei termini ed elaborazione di norme terminologiche o tecniche relative a domini specifici e approvate da organismi autorevoli in materia.

Ne consegue che un'accurata attività terminologica non solo assicura la qualità della traduzione, ma ne riduce anche le tempistiche. Infatti, essa rende più veloci sia la ricerca dei termini da utilizzare, sia il controllo qualità del testo tradotto e, pertanto, contribuisce ad aumentare la produttività e a ridurre i costi (ibid.).

Il traduttore specializzato deve essere in grado di reperire materiale di riferimento sia cartaceo che elettronico e di servirsene in modo rapido ed efficace per garantire un prodotto finale affidabile e di alta qualità: alla ricerca terminologica viene infatti dedicato fino al 50% del tempo richiesto dal processo traduttivo nel suo complesso (Sager, 1994: 206). Il traduttore, “che dovrebbe idealmente avere a sua disposizione un'intera biblioteca di letteratura tecnico-scientifica in tutte le lingue di lavoro e possedere le qualità di un detective” (Hann, 1992: 7), ha oggi a sua disposizione un'ampia gamma di strumenti elettronici e risorse terminologiche di facile e rapida consultazione. Tra queste risorse possiamo individuare corpora, glossari e dizionari sia monolingui che bilingui, glossari

specialistici, enciclopedie e monografie, pubblicazioni sugli standard internazionali o, ancora, banche dati consultabili online e altri strumenti tecnologici più avanzati che possono essere integrati nelle stazioni di lavoro dei traduttori (*translator's workbench*) e che comprendono sia programmi per la creazione e consultazione di database terminologici multilingui, sia programmi di traduzione automatica o assistita (Scarpa 2001: 215-219). Gli strumenti utilizzati dalla presente traduttrice nella fase di ricerca terminologica in vista della localizzazione del sito aziendale Cora Seeds saranno oggetto di un ulteriore approfondimento nelle prossime pagine.

Nella terminologia multilingue, uno dei problemi che possono sorgere è legato al fatto che le singole lingue suddividono la realtà concettuale in maniera diversa, risulta quindi difficile armonizzare realtà culturali che sono solo parzialmente, o niente affatto, simili. Questo fenomeno, evidente nella lingua comune (basti pensare, ad esempio, a come la diversa percezione dei colori tra le varie culture porti a diverse classificazioni e denominazioni)³⁸, è presente anche nelle lingue speciali: la corrispondenza concettuale fra le terminologie delle varie lingue può variare in base alla lingua speciale in questione e al suo grado di sviluppo nei rispettivi Paesi. Nella traduzione specialistica, l'equivalenza intesa come concordanza concettuale è di fondamentale importanza, ciò significa che il traduttore si concentrerà soprattutto sul concetto veicolato dal termine più che sulla forma.

Due termini sono considerati equivalenti quando i loro significati coincidono, ovvero quando esiste un'identità concettuale. Tuttavia, il grado di coincidenza dei significati può variare e Arntz et al. (2002: 150-156) individuano quattro possibili gradi di equivalenza:

- *equivalenza concettuale totale*: i due concetti nella lingua di partenza e di arrivo sono perfettamente sovrapponibili. Tuttavia, può capitare che a un singolo termine della lingua di partenza ne corrispondano due o più nella lingua d'arrivo, e viceversa;

³⁸ Si rimanda a *Basic Color Terms*, lo studio della terminologia legata alla percezione dei colori in venti diverse lingue pubblicato nel 1969 da Berlin & Kay.

- *intersezione*: i due concetti non sono perfettamente sovrapponibili nonostante la condivisione di numerose caratteristiche;
- *inclusione*: il termine A include il termine B e di conseguenza le determinate caratteristiche; le caratteristiche mancanti possono essere più o meno rilevanti;
- *non-equivalenza*: quando un concetto esiste in una lingua, ma non in un'altra e per renderlo in quest'ultima si ricorre a prestiti o calchi sinonimici dalla lingua di partenza, a parafrasi o alla coniazione di un termine totalmente nuovo nella lingua di arrivo. In questa categoria rientrano anche i cosiddetti *falsi amici*, due termini di lingue diverse che sulla base di una somiglianza o identità grafica vengono definiti come equivalenti sebbene non lo siano.

Alla luce delle considerazioni appena svolte sulla terminologia e sul suo ruolo nell'attività di traduzione, risulta più chiaro perché nell'ambito della collaborazione con Cora Seeds gran parte del tempo e delle energie siano stati dedicati all'attività terminologica. Nella prossima sezione ci dedicheremo, più nel dettaglio, alla descrizione della metodologia di lavoro adottata per localizzare il sito web www.coraseeds.com.

3.4 Metodologia di lavoro

Nei prossimi paragrafi analizzeremo le diverse fasi della ricerca terminologica effettuata con lo scopo di facilitare il processo traduttivo del testo oggetto del presente elaborato. Come si è già visto nel Capitolo II, l'attività terminologica è una fase indispensabile del processo di localizzazione di un sito web in quanto permette di individuare la terminologia essenziale per il successivo lavoro di traduzione. Va specificato, inoltre, che la terminologia elaborata in questo contesto non è sistematica, ciò significa che non è in grado di risolvere tutti i termini del dominio del testo in questione; si tratta bensì di una terminologia *ad*

hoc, che mira a risolvere i problemi terminologici relativi al testo in questione, vale a dire alle sezioni specialistiche del sito web aziendale www.coraseeds.com.

3.4.1 Le fasi della ricerca terminologica

La ricerca terminologica è un processo lungo e articolato. Essa si basa su una profonda conoscenza del dominio di indagine, delle lingue di lavoro coinvolte e degli aspetti metodologici relativi alla terminologia come disciplina (Raggi, 2016: 53). Generalmente si distinguono due tipi di ricerca terminologica: *puntuale* o *sistematica* (Riediger, 2010: 12).

La ricerca puntuale è finalizzata alla soluzione di un problema terminologico specifico, come la necessità di conoscere il significato di un termine o trovare un suo equivalente in un'altra lingua. È l'attività più rapida possibile e quella che più caratterizza il lavoro quotidiano di traduttori e interpreti. Con ricerca sistematica si intende, invece, la raccolta possibilmente dettagliata ed esaustiva di documenti, generalmente in più lingue, riguardanti un determinato dominio, per chiarirne i concetti e identificare gli equivalenti. Si tratta tipicamente dell'attività del servizio terminologico di un'istituzione o di un'azienda, per esempio per creare o gestire una banca dati terminologica.

La ricerca terminologica condotta ai fini del presente lavoro di tesi, è stata di tipo sistematico. Questo tipo di lavoro terminografico può essere suddiviso in tre fasi (Cabr , 1999: 131; Mayer, 2002: 125; Bertaccini e Lecci, 2009):

- *fase preparatoria*: consiste nella definizione dello scopo, dei destinatari e della forma di pubblicazione; nella determinazione e delimitazione del dominio di ricerca; e nella ricerca e raccolta di documenti ufficiali, tecnici, scientifici e divulgativi, che andranno a formare i corpora paralleli rappresentativi nelle diverse lingue di lavoro;
- *fase principale*: consiste nell'estrazione di "candidati" termini, cio  nella selezione manuale o semiautomatica di possibili termini da corpora elettronici di riferimento (in formato .txt). Questa fase si articola in diverse sottofasi, come la raccolta dei concetti/termini in ogni singola lingua, la

validazione dei termini, l'elaborazione di sistemi concettuali, la rielaborazione del materiale in un'ottica contrastiva e accertamento delle equivalenze, la messa a punto della struttura del glossario e delle schede terminologiche e la loro compilazione;

- *fase conclusiva*: consiste nella revisione e presentazione grafica del lavoro sotto forma di glossario o database terminologico e nella redazione finale del documento dopo averlo sottoposto agli esperti.

In altre parole, l'attività dei terminologi può essere riassunta nel seguente modo:

They first evaluate the information and choose those source materials they believe to be the most important. Then, using this documentation and consultations with specialists in the field, terminologists acquire information on the contents of the subject field and structure a concept system. Third, they isolate and extract terms in the documents chosen for this purpose. Fourth and finally, all the documentation is examined to recheck the data and complete the data obtained from the extraction process.

(Cabré, 1999: 117)

Alcuni studiosi aggiungono un'ulteriore fase, definita la *fase dell'uso*, che consiste nell'aggiornamento continuo e costante del prodotto durante la fase di traduzione.

3.4.2 La delimitazione del dominio

“L'orticoltura è semplice: la si apprende in cento lezioni – una lezione all'anno”.

(Alain Meilland)

La determinazione del campo d'indagine costituisce una fase estremamente importante perché stabilisce la cornice generale di ciascun lavoro di terminologia, ovvero determina la prospettiva da cui il terminologo analizza il lessico

specialistico e seleziona le informazioni più adeguate per descriverlo (Fuzzi, 2014: 57). Il dominio che è stato scelto per l'analisi terminologica riguarda il linguaggio della ricerca e della produzione di sementi orticole per coltivatori professionali. Ciò significa che la terminologia di dominio presenterà molto spesso termini appartenenti alla sfera dell'orticoltura, ma anche termini appartenenti al linguaggio agricolo (si pensi ai tipi di coltivazioni e di raccolta), nonché al linguaggio scientifico (si pensi allo sviluppo in laboratorio delle varietà orticole, alle resistenze ai virus ecc.).

Considerando quanto riportato nei paragrafi precedenti e l'affermazione del cantautore francese sopraccitato³⁹, il ruolo del traduttore specialistico risulta molto più difficile di quanto non si pensi: egli si ritrova a lavorare con testi di vari domini di conoscenze e deve essere in grado di acquisire nel minor tempo possibile tutte quelle conoscenze non solo linguistiche, ma anche teoriche, necessarie per affrontare il lavoro di traduzione. È in quest'ottica che la ricerca terminologica come fase di preparazione al lavoro assume un ruolo di grande valore; nell'ambito del presente elaborato, ci ha infatti permesso in un certo senso di condensare 100 anni di esperienza, o quasi, in una settimana di lavoro.

L'orticoltura è un settore dell'agricoltura che riguarda la coltivazione degli ortaggi, con riguardo sia alle operazioni pratiche, sia ai metodi e alle norme da seguire per le semine, i trapianti, la rotazione, ecc., sia alle cure e ai rimedi contro i vari danni che possono arrecare alle piante le malattie e gli insetti⁴⁰. Come è possibile evincere da quanto appena riportato, il settore delle sementi orticole è piuttosto vasto, soprattutto se si considera l'elevato numero di varietà orticole presenti al mondo, numero che cresce ininterrottamente grazie alla sperimentazione e alla ricerca. Per tale motivo, al fine di compiere un lavoro esaustivo, si è scelto di limitare la ricerca dei termini da inserire nel lavoro terminologico al lessico tecnico riguardante i prodotti oggetto di localizzazione ossia: anguria, cetrioli, cipolla, peperone e pomodori. L'assenza di una terminologia aziendale specifica ha, inoltre, indirizzato la ricerca terminologica

³⁹ Alain Meilland (1948 - 2017) è un cantautore, attore e regista teatrale francese appassionato di orticoltura.

⁴⁰ Fonte: <http://www.treccani.it/vocabolario/orticoltura/> [ultima consultazione: 06/10/18]

verso l'utilizzo di numerose risorse che vedremo nello specifico nelle sezioni successive.

3.4.3 Preparazione alla traduzione: i corpora e il glossario

Al fine di tradurre il testo preso in analisi nel presente elaborato, sono state preparate alcune risorse da utilizzare come supporto alla traduzione: due corpora, raccolte di testi in formato elettronico che possono essere consultati e analizzati in vari modi; e un glossario, creato soprattutto sulla base delle informazioni estratte dai corpora costruiti. Per quanto riguarda i corpora, nello specifico, è stato creato un corpus specializzato monolingue in russo e un corpus specializzato bilingue (anche definito *corpus parallelo*) con testi in italiano e le relative traduzioni in russo. Le caratteristiche peculiari dei diversi tipi di corpora e i procedimenti che hanno portato alla loro creazione saranno esposti all'interno dei paragrafi successivi. Per il momento, ci concentreremo sui tratti generali dei corpora e sulla loro utilità nell'ambito della ricerca terminologica e della traduzione specializzata.

Per corpus si intende:

“Una raccolta di testi, di enunciati scritti e/o orali, che può caratterizzarsi per la lingua in cui sono codificati, per il periodo in cui sono stati prodotti o anche per l'ambito settoriale a cui fanno riferimento.”

(Osimo, 2000: 37)

Tuttavia, affinché una raccolta di testi possa essere definita “corpus”, è necessario che si verifichino alcune condizioni (Osimo, 2000; Bowker e Pearson, 2002, Zanettin, 2012):

- i testi di un corpus devono essere in formato elettronico in modo da poter facilitare la loro consultazione tramite software di analisi;
- i testi devono essere rappresentativi di un certo tipo di lingua, essi devono essere dunque raccolti secondo criteri specifici che possono essere sia interni, e riguardare cioè il genere testuale, la forma del testo (orale o

scritto), la sua origine (autori, traduttori, ecc.), il suo scopo e i destinatari per i quali è stato prodotto; e sia esterni, che riguardano, cioè, l'argomento trattato e lo stile;

- i testi devono essere soprattutto autentici, vale a dire che devono essere stati creati in modo spontaneo, naturale, senza l'intervento di un insegnante o un linguista.

I corpora costituiscono senz'altro uno strumento che, abbinato alla consultazione di altri, come dizionari monolingue e bilingue o banche dati terminologiche, migliora l'efficacia e l'efficienza della traduzione di testi specialistici. La loro consultazione permette non solo di creare un glossario di partenza completo e preciso, ma anche di provare le ipotesi traduttive, verificando se una possibile traduzione ricorre effettivamente in altri testi simili nella lingua di arrivo.

A tale proposito, Aston (2000: 21-28) definisce i ruoli che i corpora possono avere durante il processo di traduzione, in particolare in tre fasi: fase preparatoria (prima di intraprendere la traduzione), fase concomitante (quando la traduzione vera e propria è *in progress*) e fase di accomodamento (revisione).

- *fase preparatoria*: durante questa fase i corpora specialistici possono costituire una fonte preziosa di nozioni. Tramite la loro consultazione, il traduttore prende dimestichezza con le conoscenze concettuali, retoriche e lessico-grammaticali che caratterizzano i testi del dominio e del genere in questione nelle due culture;
- *fase concomitante*: durante la traduzione, la consultazione di corpora può aiutare il traduttore a interpretare il testo di partenza e a formare e valutare ipotesi sul testo di arrivo;
- *fase di accomodamento*: durante la fase di revisione, i corpora possono essere utilizzati per controllare la struttura interna e la coerenza di una traduzione.

L'uso appropriato dei corpora può, quindi, fornire numerosi vantaggi rispetto ai tradizionali strumenti per traduttori, quali dizionari e glossari. Grazie agli strumenti di analisi dei corpora, è possibile estrarre informazioni relative a caratteristiche collocazionali e colligazionali, alla frequenza di determinati usi, insieme ad un maggior numero di esempi e contesti che permettono una più facile comprensione di termini e concetti. Per tutti questi motivi, è preferibile che un traduttore faccia ricorso a questo tipo di risorsa.

Tuttavia, sono ancora poche le raccolte di testi specializzati reperibili pubblicamente. In molti casi, quindi, è il traduttore stesso che deve costruirsi i corpora necessari per poter intraprendere la traduzione di un testo, soprattutto se si tratta di un progetto di ampio respiro che richiede un elevato livello di conoscenze specialistiche. In casi del genere, il traduttore può selezionare i testi necessari da varie fonti; tra queste, la più comprensiva e facilmente accessibile è il World Wide Web⁴¹. Tuttavia, i testi scaricati dal Web potrebbero rappresentare un'arma a doppio taglio poiché non sempre sono linguisticamente corretti, aggiornati o redatti da esperti madrelingua o, più in generale, sottoposti a controlli qualitativi prima della loro pubblicazione. Bisogna, quindi, saper distinguere tra fonti di documentazione attendibili e non attendibili; una fonte si può definire attendibile se è autorevole nel dominio in esame e se di essa è possibile accertarne l'origine e la paternità (Riediger, 2012: 35).

Inoltre, i corpora bilingui specializzati risultano essere il modo migliore per estrarre la terminologia “vivant et active” (Drouin 1998 citato in Soglia, 2002: 20), e quindi di creare glossari: tramite la loro consultazione è possibile estrapolare concetti, termini ed espressioni importanti per il genere e il dominio del testo da affrontare e che sono realmente usati dagli specialisti. Come affermato da Soglia (ibid.): “attualmente l'analisi dei corpora è divenuta la *conditio sine qua non* per l'estrazione e la raccolta di terminologia”. Vedremo, nelle pagine che seguono, come i corpora creati *ad hoc* per il presente lavoro di traduzione e di tesi

⁴¹ In quanto più grande e gratuita fonte di testi multilingui in formato digitale, il Web può essere considerato un vero e proprio corpus dalle enormi dimensioni, che contiene testi appartenenti a generi e domini diversi, in cui sono presenti tutti i registri possibili della varietà scritta.

siano stati di fondamentale importanza per stilare un glossario iniziale che fosse completo e preciso.

3.4.3.1 Reperimento del materiale e costruzione dei corpora specializzati

Come già anticipato in precedenza, nell'ambito del presente progetto di tesi sono stati costruiti due corpora: un corpus monolingue specializzato sul dominio delle sementi orticole in lingua russa e un corpus parallelo, e quindi bilingue, formato da testi in lingua italiana e dalle relative traduzioni in lingua russa.

Si può evincere da quanto appena affermato che i corpora paralleli sono raccolte di testi e della loro traduzione in una o più lingue che forniscono la possibilità di cercare equivalenze traduttive “già pronte” per l'uso (Scarpa, 2001: 222); essi permettono di individuare le diverse strategie traduttive adottate dai traduttori per risolvere le problematiche riscontrate. Tuttavia, i testi tradotti non possono essere considerati naturali in quanto risultato del lavoro razionale di un traduttore. Di conseguenza, le collocazioni identificate nei testi in lingua di arrivo non possono essere considerate completamente affidabili poiché nelle traduzioni, seppur ben fatte, viene sempre mantenuta parte dell'innaturalità della trasposizione linguistica (Osimo, 2000: 40). Per questo motivo è risultata necessaria la consultazione di un corpus russo di testi originali; questa tipologia di corpora permette, infatti, di ricercare la lingua impiegata dagli specialisti in maniera del tutto naturale, senza subire l'influenza delle strutture linguistiche di una lingua di partenza. Entrambi i tipi di corpora sono comunque utili al lavoro del traduttore specializzato e possono essere utilizzati congiuntamente per la costruzione di una banca dati terminologica (Scarpa, 2001: 224).

Per quanto riguarda il tipo di materiale utilizzato in entrambi i corpora, la ricerca si è concentrata su siti web di aziende italiane e russe che operano nello stesso campo dell'azienda committente Cora Seeds S.r.l. Le diverse fonti reperite si sono rivelate estremamente utili per studiare il dominio e al contempo operare una prima selezione dei termini, cogliendo gli usi e le convenzioni linguistiche che contraddistinguono la comunicazione all'interno di una data comunità linguistica.

Se possibile, il materiale reperito dovrebbe essere analizzato con l'aiuto di uno specialista del settore che possa indicare una documentazione attendibile, chiarire e definire concetti relativi alla loro disciplina e verificare i termini e le terminologie nella loro lingua materna (Riediger, 2012: 36). Nel nostro caso, è stato possibile avvalersi dell'aiuto del personale di Cora Seeds S.r.l., rivelatosi fonte preziosa di informazioni e chiarimenti di natura tecnica.

Entrambi i corpora realizzati ai fini del lavoro di catalogazione terminologica possono essere definiti come specializzati (*specialized corpus*), in quanto rappresentativi di domini specifici all'interno di ambiti più vasti (Pearson, 1998: 45-48). I testi che li compongono rappresentano infatti una varietà specifica del linguaggio, che non condivide necessariamente le caratteristiche della lingua comune. Più nello specifico, sono stati inseriti testi provenienti da siti di aziende che commercializzano sementi orticole, contenenti descrizioni dei prodotti, schede tecniche e cataloghi, tipologie testuali che contengono generalmente un'alta concentrazione di terminologia; ai fini della traduzione sono stati inseriti nei corpora anche testi di descrizione delle aziende. Per quanto riguarda il corpus monolingue, sono stati selezionati solo siti con dominio .ru o .net la cui unica lingua è il russo e appartenenti ad aziende che operano soltanto in Russia, in modo da avere la sicurezza dell'originalità dei testi. Per quanto riguarda il corpus parallelo, invece, è stato praticamente impossibile trovare siti di aziende italiane che fossero localizzati già in russo; per questo motivo abbiamo optato per aziende internazionali con siti multilingue. Va notato, di conseguenza, che non sempre il testo italiano è la versione originale ma potrebbe essere anch'esso una traduzione. Un altro punto importante riguarda la scelta di inserire all'interno dei corpora soltanto testi di siti e non di altri generi testuali; questa decisione è stata presa in modo tale da far coincidere il genere dei corpora con quello del testo da tradurre.

Il corpus parallelo è stato costruito manualmente, copiando il testo delle pagine web selezionate in un file .txt; esso contiene schede tecniche provenienti dai siti di sei aziende orticole per un totale di 58 schede tecniche (29 per lingua) e 9.162 parole. Il corpus monolingue è stato invece realizzato ricorrendo al programma

BootCaT⁴², che permette di costruire corpora dal Web in maniera rapida ed efficace grazie ad un processo automatizzato. Si tratta di un programma ideato per traduttori esperti e meno esperti che serve a costruire corpora tramite l'inserimento di una lista di *seeds* (parole chiave appartenenti al dominio di riferimento) i quali, combinati tra loro, generano delle stringhe (*tuples*) che vengono utilizzate per la ricerca automatizzata di link contenenti materiale rilevante ai fini della ricerca preimpostata dall'utente. Questi link, previa "accettazione", vengono poi analizzati ed elaborati dal sistema per estrapolarne i contenuti testuali e creare il corpus vero e proprio in formato .txt. Tuttavia, nel caso specifico, i link sono stati selezionati manualmente per poi essere inseriti nella ricerca del programma che ha provveduto poi a creare il corpus in modo automatico. In questo modo è stato possibile selezionare autonomamente le pagine web ritenute più appropriate; scartando quelle non indispensabili per la ricerca. Il corpus contiene schede tecniche provenienti da 10 siti russi; sono state selezionate circa 20 schede tecniche per prodotto per ogni sito, per un totale di 1000 schede tecniche. Inoltre, sono state aggiunte le pagine contenenti la descrizione dell'azienda il che ha portato il numero totale di testi a 1010 e di parole a 49.735: chiaramente, è importante disporre di più materiale nella lingua d'arrivo piuttosto che nella lingua di partenza, in modo da poter studiare meglio le possibili equivalenze e verificare l'uso contestuale. Si ricorda che la dimensione dei corpora non è stata prefissata, non c'è un'ampiezza ideale valida per ogni corpus. Le dimensioni, infatti, dipendono dalle necessità del progetto, dalla quantità di dati disponibili e dalla quantità di tempo che si intende investire.

Riportiamo di seguito le aziende e i relativi siti consultati per la creazione dei corpora:

Corpus monolingue

1. Семена почтой: <https://semena-zakaz.ru/>
2. Центр садовода: <https://centrsadovoda.ru/>
3. Semena Post: <https://semenapost.ru/>

⁴² *Bootstrapping Corpora and Terms from the Web* (<http://bootcat.sslmit.unibo.it/?section=home>)

4. Партнёр: <http://semena-partner.ru/>
5. АгроСемФонд: <https://agrosemfond.ru/>
6. Купить-семена-почтой: <https://xn----7kctapmbvlnadixoke3g6d.xn--p1ai/>
7. SEEDSPOST: <https://seedspost.ru/>
8. Семена Тут: <https://semena-tut.ru/>
9. Садовый мир: <https://sadovod.net/>
10. Фермер центр: <https://optsemena.ru/>

Corpus parallelo

1. Nunhems: http://nunhems.it/www/NunhemsInternet.nsf/id/IT_IT_Home
2. Bejo: <http://www.bejoitalia.it/>
3. Seminis: <https://seminis.it>
4. Enza Zaden: <http://www.enzazaden.it>
5. Rijk Zwaan: <https://www.rijkszwaan.it/>
6. HM Clause: <https://hmclause.com/it>

3.4.3.2 Vantaggi e svantaggi dei corpora costruiti

I corpora creati in vista della localizzazione del sito www.coraseeds.com hanno apportato numerosi vantaggi non solo per quanto riguarda l'analisi terminologica, ma anche per il lavoro di traduzione in sé. Tuttavia, sono stati notati anche degli svantaggi derivanti dalla composizione dei corpora. In questa sezione andremo ad analizzare quindi gli aspetti sia positivi che negativi della consultazione dei corpora realizzati.

Nello specifico, i due corpora sono stati di grande aiuto per motivi diversi, risultando così complementari. Da un lato, il corpus monolingue ha permesso di

analizzare meglio il genere e il dominio nella *locale* russa e di metterli a confronto con il testo originale in modo da individuare le caratteristiche comuni e differenti; ad esempio, è stato possibile fare un confronto tra il modo in cui le aziende russe comunicano con i clienti e il modo in cui Cora Seeds S.r.l. descrive i propri servizi, analizzando in seguito il lessico utilizzato nelle due lingue. Dall'altro lato, il corpus parallelo si è rivelato prezioso per osservare le traduzioni di siti già localizzati e per capire come sono stati affrontati alcuni problemi traduttivi.

I corpora costruiti sono stati interrogati e analizzati tramite l'aiuto di un programma specifico per la consultazione di corpora: *AntConc*⁴³, che grazie alle sue funzioni ha permesso di individuare gli aspetti salienti dei testi selezionati e di estrarre la terminologia tipica del dominio. Risulta necessario specificare che questi tipi di programmi non interpretano i risultati ottenuti, spetta comunque al traduttore analizzare le informazioni estratte dal corpus e trarre le conclusioni adeguate.

Nell'ambito del presente lavoro di tesi, il corpus monolingue ha permesso di osservare esempi originali e attendibili dell'uso del linguaggio dell'orticoltura in russo, e si è rivelato utile al fine di formulare frasi e costruire periodi che risultassero naturali e idiomatici nella lingua di arrivo. In particolare, la sua consultazione è stata utile al fine di:

- *identificare termini specialistici*: il corpus è stato utilizzato per capire quali fossero i termini più comuni nel linguaggio delle sementi orticole. In prima istanza è stata utilizzata la funzione *Word List* di Antconc, che permette di generare la lista delle parole presenti in un corpus, indicandone la loro frequenza. Tra le prime occorrenze è normale quindi trovare parole come articoli o preposizioni, il cui utilizzo è molto elevato in qualsiasi tipo di testo. La funzione *Keyword List* ha poi permesso di estrarre termini

⁴³<http://www.laurenceanthony.net/software/antconc/> – Software che analizza i testi che compongono un corpus e che permette, tra le altre funzioni, di individuarne le *keyword*, ovvero le parole chiave, e gli *n-gram*, termini complessi e fraseologismi frequenti.

- tipici del dominio, poiché mette a confronto la *Word List* del corpus con quella di un *reference corpus* rappresentativo della lingua generale⁴⁴;
- *scegliere tra varie opzioni*: nel caso di termini equivalenti, la funzione *Word List* di AntConc ci ha permesso di individuare le opzioni più frequentemente utilizzate nella lingua d'arrivo;
 - *studiare l'uso dei termini*: il corpus ci ha permesso di capire quale fosse l'uso di un termine all'interno di un contesto autentico. Di conseguenza, ci ha permesso di capire come usare un termine nel linguaggio specialistico delle sementi, quali sono le sue collocazioni più naturali (Bowker e Pearson, 2002: 195) e le sue reggenze dei casi⁴⁵ attraverso la funzione *Collocates* e la visualizzazione KWIC (*Keyword in context*) di AntConc.
 - *studiare lo stile del genere testuale*: trattandosi di collezioni di testi basati interamente sullo stesso genere, la consultazione del corpus è stata utile per analizzare lo stile del genere in questione, vale a dire le schede tecniche delle aziende russe di sementi orticole. Tramite il corpus è stato, inoltre, possibile individuare le differenze tra la lingua generale e quella dell'orticoltura dal punto di vista sia terminologico che morfo-sintattico;
 - *approfondire la conoscenza del dominio*: la consultazione del corpus ha permesso di ampliare la conoscenza relativa al dominio delle sementi orticole, dell'agricoltura e del miglioramento genetico, offrendo informazioni utili su terminologia e concetti.

Il corpus parallelo, pur essendo di più piccole dimensioni, è risultato altrettanto utile ai fini del progetto, in quanto ha permesso di analizzare la traduzione verso il russo di pagine web in italiano inerenti lo stesso genere e lo stesso dominio del testo preso in analisi in questo elaborato, permettendoci di farci un'idea di come termini appartenenti al dominio dell'orticoltura fossero già stati tradotti in russo da altri.

⁴⁴ Nell'ambito del presente progetto è stato utilizzato in qualità di *reference corpus* il RuWaC, un corpus rappresentativo della lingua russa creato dal web nel quadro del progetto Wacky (Web-As-Corpus Kool Yinitiative) del Dipartimento di Interpretazione e Traduzione di Forlì.

⁴⁵ Si ricorda, a tal proposito, che il russo presenta una forte distinzione di casi e pertanto la nozione di reggenza assume un ruolo di grande importanza.

Nonostante i notevoli vantaggi apportati dai corpora costruiti nell'ambito del presente elaborato, nel corso del progetto è stato possibile individuare anche alcuni svantaggi tra cui la creazione stessa di questi due tipi di corpora: la ricerca del materiale sul Web è stata attenta e scrupolosa e ha richiesto parecchio tempo per individuare sezioni di siti appartenenti al genere e dominio adatto. Come abbiamo visto nel Capitolo I, la Russia è grande importatrice di beni agroalimentari, di conseguenza sono poche le aziende autoctone che producono sementi orticole, risultando in una scarsa reperibilità del materiale. Per questo motivo sempre più aziende come Cora Seeds S.r.l. decidono di esportare verso la Russia, tuttavia, si tratta di una tendenza recente e sono quindi ancora molto poche le aziende italiane operanti in questo settore che possiedono un sito localizzato verso il russo (la maggior parte dei siti italiani, infatti, è perlopiù localizzata verso l'inglese e il francese), ciò ha reso la ricerca del materiale per il corpus parallelo più impegnativa e dispendiosa in termini di tempo. Una volta costruiti i corpora, è stato poi necessario investire ulteriore tempo nella loro consultazione. Infatti, come fanno notare Bowker & Pearson (2002: 11), per consultare un corpus è necessario investire del tempo con gli strumenti di analisi e potrebbe trascorrere diverso tempo prima di riuscire a trovare l'informazione desiderata.

Un altro svantaggio è stato costituito dal fatto che, a causa dei limiti spazio-temporali relativi al lavoro di tesi, i corpora creati non sono stati annotati. L'annotazione di un corpus, detta anche etichettatura linguistica, è l'aggiunta di informazioni di tipo metalinguistico (*tag*) alle diverse porzioni di un testo; queste informazioni possono riguardare qualunque aspetto dell'analisi linguistica come ad esempio la fonologia, la fonetica, la morfo-sintassi, la pragmatica e così via. Tuttavia, l'annotazione più tipica dei corpora è quella morfo-sintattica, detta anche POS (*part-of-speech*), nella quale ad ogni parola viene associata la relativa categoria grammaticale in ogni sua occorrenza. Un'altra caratteristica dei corpora annotati è la lemmatizzazione, ovvero l'operazione di ricondurre ogni parola di un testo alla sua forma base (o entrata di dizionario). Così facendo, ad esempio, le parole "ragazza" e "ragazzi" non saranno considerate dal software di analisi come due parole separate, bensì come due forme dello stesso lemma "ragazzo"

(Zanettin, 2012: 75). Ciò significa che in una ricerca il software non mostrerà solo i risultati per “ragazzo” ma anche tutte le altre forme del lemma. Nel caso di corpora non annotati è necessario, dunque, effettuare una ricerca separata per ogni forma che può assumere il lemma; nel caso della parola ragazzo bisognerà quindi ricercare il lemma in ogni sua flessione: maschile-singolare, maschile-plurale, femminile-singolare e femminile-plurale. Quest’operazione diventa ancora più dispendiosa in termini di tempo se si considera la lingua russa che, come già detto in precedenza, presenta la categoria grammaticale dei casi (sei per la precisione) e il genere neutro oltre al maschile e al femminile. Di conseguenza, come si evince dalla tabella 3, per ogni lemma può risultare necessario effettuare fino a ben 21 ricerche separate per poter ottenere informazioni utili relative alla frequenza, alle collocazioni, alle reggenze ecc. Per ovviare a questo problema, AntConc, così come molti altri strumenti di analisi, permette di sostituire la desinenza di una parola con un asterisco, metacarattere che in informatica rappresenta una qualsiasi sequenza di caratteri. Così, per esempio, il comando *ragazz** permetterà di cercare tutte le varie forme del lemma in una sola volta.

CASO	Maschile sing.	Femminile sing.	Neutro sing.	Plurale
<i>Nominativo</i>	красивый	красивая	красивое	красивые
<i>Genitivo</i>	красивого	красивой	красивого	красивых
<i>Dativo</i>	красивому	красивой	красивому	красивым
<i>Accusativo</i>	красивый/ого	красивую	красивое/ого	красивые
<i>Strumentale</i>	красивым	красивой/ою	красивым	красивыми
<i>Prepositivo</i>	красивом	красивой	красивом	красивых

Tabella 3: Declinazione dell’aggettivo красивый (*krasivyj* - bello) in ogni caso, genere e numero.

Nonostante gli svantaggi riscontrati, è comunque evidente come il tempo impiegato per la creazione e la consultazione dei corpora sia stato poi compensato

dalla riduzione del tempo impiegato per altre attività di consultazione in fase di traduzione e da una migliore qualità e coerenza della traduzione dal punto di vista terminologico e fraseologico.

3.4.3.3 Estrazione terminologica e glossario bilingue

Prima di procedere alla fase di traduzione, si è ritenuto opportuno ampliare le risorse traduttive di supporto. In particolare, si è pensato di costruire un glossario bilingue partendo dal corpus parallelo costruito in precedenza.

La redazione del glossario è stata organizzata in due fasi principali:

- *estrazione automatica della terminologia*: questa fase di selezione è stata effettuata con l'utilizzo di AntConc, grazie al quale sono state identificate le *keywords* (termini chiave del dominio) e gli *n-grams* (fraseologismi e termini complessi) più frequenti⁴⁶, ma non solo. Sono stati estratti anche i termini più rari in quanto utili ai fini dell'attività di traduzione. I risultati ottenuti sono stati utili per la selezione dei termini da includere nel glossario;
- *estrazione manuale della terminologia*: la terminologia estratta automaticamente dal programma AntConc è stata integrata da tutti i termini estratti manualmente da altri testi digitali consultati sul sito di Cora Seeds S.r.l. e su altre pagine web, in grado di far luce ulteriormente sul dominio in questione.

I candidati termini sono stati estratti dal corpus parallelo, in questa fase il corpus monolingue è stato di grande aiuto per individuare i significati, i contesti d'uso e la frequenza nella lingua naturale; ne è un esempio il termine “cuore di bue⁴⁷” al quale nel corpus parallelo corrispondevano due traduzioni: бычьё сердце (*byč'e serdce* - traduzione letterale di cuore di bue) e кор де бѣф (*kor de bĕf* - traslitterazione dal francese *cœur de bœuf*). Una rapida consultazione del corpus monolingue ha dimostrato che l'unico termine effettivamente utilizzato nel

⁴⁶ Secondo Oakes (1998: 221), per poter valutare statisticamente un'ipotesi traduttiva servono come minimo cinque occorrenze e, idealmente, una decina.

⁴⁷ Tipologia di pomodoro da insalata famoso per le sue dimensioni grandi e irregolari.

dominio russo è бычьё сердце, ne risulta che l'altra variante è solo il risultato di testi tradotti altamente influenzati dalla lingua di partenza e, pertanto, non è stata inserita nel glossario finale.

Questo tipo di ricerca ha permesso di estrapolare una discreta quantità di terminologia, che si è poi rivelata fondamentale in fase di traduzione. Dalla terminologia estratta si è elaborato un glossario bilingue di 150 entrate alle quali ne sono state aggiunte altre in fase di traduzione per arrivare ad un totale di 172 entrate. Il glossario, riportato in appendice, è composto da tre colonne: la prima riporta i termini della lingua di partenza, ossia l'italiano; la seconda i termini equivalenti nella lingua di arrivo, il russo; e la terza riporta eventuali sinonimi o annotazioni. L'utilizzo del glossario bilingue è risultato particolarmente vantaggioso, in quanto ha permesso di velocizzare i tempi di lavoro e di mantenere una coerenza terminologica all'interno delle schede tecniche dei vari prodotti che vanno a comporre il sito web dell'azienda.

La fase di sistematizzazione dei termini non ha presentato particolari difficoltà. I principali problemi riscontrati riguardano soprattutto la ricerca degli equivalenti in russo, che non sempre è stata immediata a causa della carenza di fonti o delle informazioni in esse contenute, in questi casi è stato utile realizzare ricerche parallele e/o contrastive di immagini sfruttando i candidati termini per stabilire in primo luogo una corrispondenza a livello visivo e, solo in seguito, a livello linguistico. Inoltre, è capitato che ad un concetto corrispondessero una denominazione in italiano e più di una in russo e viceversa, a causa della mancanza di normalizzazione terminologica. Nei casi di doppia equivalenza si è scelto di inserire nel glossario il termine più frequente e inserire nella *note* la variante equivalente.

Le sigle e le abbreviazioni presenti nel glossario riguardano le malattie e le resistenze dei vari ortaggi; si tratta dunque di termini altamente tecnici che non hanno bisogno di essere tradotti o spiegati poiché validi a livello internazionale. A tal proposito, si ricorda che il testo che è stato tradotto per Cora Seeds S.r.l. è rivolto ad un pubblico di esperti e specialisti con un'ottima padronanza della terminologia del settore. Oltre ad una forte presenza di sigle e abbreviazioni, la

lingua delle sementi orticole contiene anche una serie di anglicismi, fenomeno molto diffuso nel linguaggio tecnico-scientifico, riguardanti soprattutto tipologie di ortaggi come ad esempio i prestiti “baby leaf” e “baby spinach⁴⁸”. Nonostante la simile formazione, in russo i due termini vengono resi seguendo due modalità diverse: nel primo caso, baby leaf viene semplicemente traslitterato in russo e diventa quindi бэби лиф (*bebi lif*); mentre nel secondo caso, il termine baby spinach viene per metà traslitterato e per metà tradotto in russo, diventando così бэби шпинат (*bebi špinat*).

Il glossario in formato Excel è stato poi convertito tramite il software di traduzione assistita *MemoQ* in *termbase*⁴⁹. A differenza dei glossari, i *termbase* possono essere utilizzati all'interno dei *CAT tool* e contengono schede terminologiche nelle quali vengono inseriti i termini insieme ai loro equivalenti in una o più lingue di arrivo. Possono comprendere, inoltre, anche informazioni aggiuntive come ad esempio definizioni e contesti d'uso. La conversione è stata, dunque, indispensabile per collegare il *termbase* al programma e per procedere in modo più comodo e veloce alla traduzione di termini già verificati, utilizzando appunto *MemoQ*⁵⁰ con cui abbiamo avuto modo di familiarizzare durante il corso magistrale in Specialized Translation. L'utilizzo di uno strumento CAT è inoltre giustificato dal fatto che il materiale da tradurre per il sito www.coraseeds.com contiene numerose ripetizioni sia a livello terminologico che fraseologico, così come vedremo nel capitolo successivo. Questa caratteristica rende il testo adatto all'utilizzo di strumenti di traduzione assistita, che si basano in particolar modo sull'uso di una memoria di traduzione, costituita da uno o più archivi di frasi tradotte che vengono riproposte automaticamente alla successiva occorrenza della frase o di frasi simili quando il traduttore fa una nuova traduzione (Scarpa, 2008: 305). Il traduttore può creare la TM nel corso della traduzione validando i

⁴⁸Prestito definibile “di lusso” poiché sia l'italiano che il russo già hanno in sé le risorse lessicali alternative al termine straniero: in questo caso baby spinach esiste già in italiano col termine “spinacino” e in russo con “молодой шпинат” (*molodoj špinat* - spinacio giovane). Entrambe le forme sono attestate, tuttavia le aziende produttrici di sementi preferiscono l'utilizzo del termine inglese per una questione stilistica e per attirare una maggiore clientela.

⁴⁹ Sarebbe stato possibile creare anche un *termbase* complesso, dotato di campi descrittivi aggiuntivi. Tuttavia, ai fini del presente progetto, si è ritenuto sufficiente l'utilizzo di un *termbase* semplice.

⁵⁰ <https://www.memoq.com/en/>

segmenti testuali inseriti e, ogni volta che il programma trova nel database un corrispondente identico (*100% match*) o simile (*fuzzy match*), questo viene proposto con la possibilità di essere accettato o corretto senza dover tradurre nuovamente la frase (*ibid.*).

CAPITOLO IV

Analisi e traduzione del sito web aziendale Cora Seeds

Nei capitoli precedenti, sono state affrontate le questioni teoriche riguardanti l'internazionalizzazione d'impresa, la localizzazione (in particolare quella dei siti web), le lingue speciali e la terminologia. È stata inoltre esposta la fase di preparazione al lavoro di traduzione in tutte le sue sfaccettature. Passeremo adesso a presentare il sito www.coraseeds.com, concentrandoci perlopiù sui testi che lo compongono, in modo tale da definirne le caratteristiche linguistiche, determinare la situazione comunicativa in cui sono inseriti e lo scopo per cui sono stati redatti. La traduzione, riportata in appendice, verrà poi commentata in modo dettagliato nella sezione finale del capitolo. Più nello specifico, prenderemo in analisi le principali problematiche incontrate in fase di traduzione e le soluzioni adottate per risolverle, ovvero le micro-strategie traduttive.

4.1 Analisi generale del sito web www.coraseeds.com

Prima di procedere alla traduzione si è rivelato necessario esaminare con attenzione i testi di partenza e, più in generale, il paratesto di riferimento, ossia l'intero sito web con tutte le sue componenti testuali e grafiche, in modo da delinearne le peculiarità e i vari tratti distintivi da preservare e traslare nell'atto di localizzazione. Ciò ha permesso di sviluppare una macro-strategia traduttiva in grado di guidare il traduttore nelle sue scelte (Scarpa, 2008: 113).

Come afferma Scarpa (2001: 108):

“La macro-strategia consiste nell'obiettivo che il traduttore si prefigge sul piano teorico generale in base alle istruzioni del committente e alle nuove circostanze in cui va a situarsi il testo di arrivo.”

Lo sviluppo di una macro-strategia aiuta, quindi, il traduttore a raggiungere l'obiettivo che si è posto per la propria traduzione, identificando tutti quei segmenti testuali che presentano aspetti problematici ai fini della traduzione e programmando le micro-strategie più adatte a risolverli. Le problematiche incontrate in fase di traduzione verranno analizzate successivamente, all'interno del paragrafo 4.3.1, che analizza, caso per caso, i principali interventi traduttivi sul testo preso in esame per il presente elaborato.

Se seguiamo il modello proposto da Jakobson (1960: 350-377), possiamo affermare che il sito in questione ha prima di tutto una funzione **referenziale**, in quanto l'attenzione è focalizzata al referente, ovvero all'oggetto del discorso e quindi all'azienda e i suoi prodotti; il sito però ha anche una funzione **informativa** poiché mira a fornire informazioni sulle peculiarità dei prodotti in vendita; una funzione **emotiva** (o espressiva), in quanto il testo si concentra sul mittente (in questo caso l'azienda); e una funzione **conativa** (o persuasiva), in quanto si tratta di un sito commerciale che ha come scopo quello di attirare nuovi clienti puntando sull'alta qualità dei servizi e dei prodotti offerti. I siti Internet costituiscono, infatti, un biglietto da visita per l'azienda, soprattutto per quelle che puntano a individuare nuovi clienti e ad ampliare la loro attività oltre i confini nazionali. In questi casi, è necessario che l'azienda presti particolare attenzione alla progettazione, alla creazione, nonché alla localizzazione del proprio sito web, poiché un lavoro superficiale potrebbe compromettere la sua credibilità.

Al fine di adattare il sito ad una *locale* russa e di delineare una strategia macrotraduttiva adatta a tale scopo, è stata, prima di tutto, necessaria un'analisi contrastiva di siti italiani e russi nell'ambito dello stesso dominio di riferimento, che ha permesso di individuare somiglianze e differenze per quanto riguarda la tipologia di lingua usata, lo stile, lo scopo e, soprattutto, il destinatario. A tal proposito, si ricorda che, per risultare usabile, un sito web deve prima di tutto soddisfare le aspettative dell'utente finale, per questo motivo è di fondamentale importanza identificare i destinatari del testo di arrivo in modo tale da delineare il metodo traduttivo più adeguato.

In particolare, dall'analisi contrastiva è emerso che i destinatari dei siti delle aziende di sementi orticole italiane e russe tendono a non coincidere. La quasi totalità dei siti italiani analizzati, oltre a quello di Cora Seeds S.r.l., è indirizzata alla vendita all'ingrosso e, dunque, verso un pubblico esperto composto da partner commerciali, distributori per l'estero, eventuali importatori o anche agricoltori professionali. I siti russi analizzati sono perlopiù rivolti alla vendita al dettaglio, molti infatti presentano una sezione per ordinare online anche piccoli quantitativi di prodotto. Ciò è dovuto molto probabilmente alla diffusione in Russia di una viva tradizione orticola: sono, infatti, numerosi i russi che possiedono un orto, perlopiù fuori città, che coltivano con passione e dedizione: la cosiddetta dacia⁵¹. Ciò non significa, però, che i testi dei siti russi siano meno specialistici di quelli italiani: entrambi i domini contengono un'elevata quantità di termini tecnici come si è potuto notare anche dalla consultazione del corpus parallelo.

Nonostante ciò, sono stati individuati anche altri siti russi indirizzati perlopiù alla vendita all'ingrosso e per tale motivo, unitamente al fatto che l'azienda committente non è interessata alla vendita al dettaglio né in Italia né tantomeno all'estero, si è deciso di non cambiare i destinatari nel testo di arrivo; essi coincideranno quindi con quelli del testo di partenza, ovvero con l'insieme dei potenziali clienti dell'azienda, i quali si contraddistinguono per un alto livello di specializzazione nel settore delle sementi orticole.

4.1.1 Struttura del sito web

La *Home Page* del sito www.coraseeds.com presenta nella parte centrale il logo dell'azienda accompagnato dallo slogan "*Le nostre sementi per il tuo successo!*". Lo slogan e il logo costituiscono un ottimo espediente per attirare la curiosità del visitatore, il quale viene invitato a cominciare la visita del sito anche tramite una serie di immagini che raffigurano il personale al lavoro, dando così un volto

⁵¹ La dacia (дача) è una peculiarità nazionale russa comparsa nel Settecento quando lo zar era solito donare un pezzo di terra (compreso di contadini) ai suoi vassalli come ricompensa per i loro servizi e la loro fedeltà. Tradizione continuata anche dallo Stato sovietico che donava piccoli appezzamenti di terreno ai suoi cittadini per svariati meriti. In quello spazio si costruiva una casetta e si piantava l'orto.

all'azienda, espediente che permette di entrare in relazione con gli utenti e guadagnare la loro fiducia.

Nella parte superiore della *Home Page* si trova la barra di navigazione in cui compaiono i link che permettono di accedere alle otto diverse sezioni del sito (*Home, Azienda, Prodotti, Rete vendita, News, Ricerca, Download, Contatti*), alla pagina corrispondente nella versione inglese (la bandierina posta in alto a destra) o alle pagine dell'azienda su vari social network (le icone di Twitter, Facebook, LinkedIn e Google+ poste in alto a sinistra). Nella parte centrale, l'utente viene accolto nel sito e gli viene fornita una *preview* dei prodotti e delle notizie dell'azienda. Infine, nella parte inferiore della pagina si trovano i contatti e le ulteriori informazioni relative all'azienda (come copyright e partita Iva ecc.) e al sito (web master e grafica), che sono sempre visibili indipendentemente dalla pagina del sito in cui l'utente si trova.



Fig. 7: Parte iniziale della Home page del sito www.coraseeds.com

Non sono presenti né le date di creazione e dell'ultimo aggiornamento, né la mappa del sito, che può essere d'aiuto ad un nuovo visitatore. Tuttavia, in questo caso specifico, la mappa del sito non risulta di fondamentale importanza poiché il sito si presenta alquanto *user-friendly*. La grafica è infatti semplice e strutturata in

maniera chiara e permette all'utente di orientarsi all'interno del sito senza alcuna difficoltà. La navigazione è, inoltre, facilitata dall'abbondante uso di immagini, che, oltre a rendere la lettura più piacevole, contribuisce a chiarire la tipologia di prodotto o lavorazione di cui l'azienda si occupa.

Le sezioni *Azienda* e *Ricerca* descrivono rispettivamente l'azienda e l'attività di ricerca e sperimentazione da essa svolta, entrambe le sezioni mettono in evidenza l'ottima qualità dei servizi offerti. La sezione *Prodotti* presenta tutti i prodotti che l'azienda è in grado di fornire e produrre, si tratta della parte più corposa del sito ed è suddivisa in più sottosezioni, una per ogni specie orticola offerta (vedi figura 8), cliccando sulla specie è possibile visualizzare tutte le varietà del prodotto offerte insieme alle relative foto e caratteristiche.

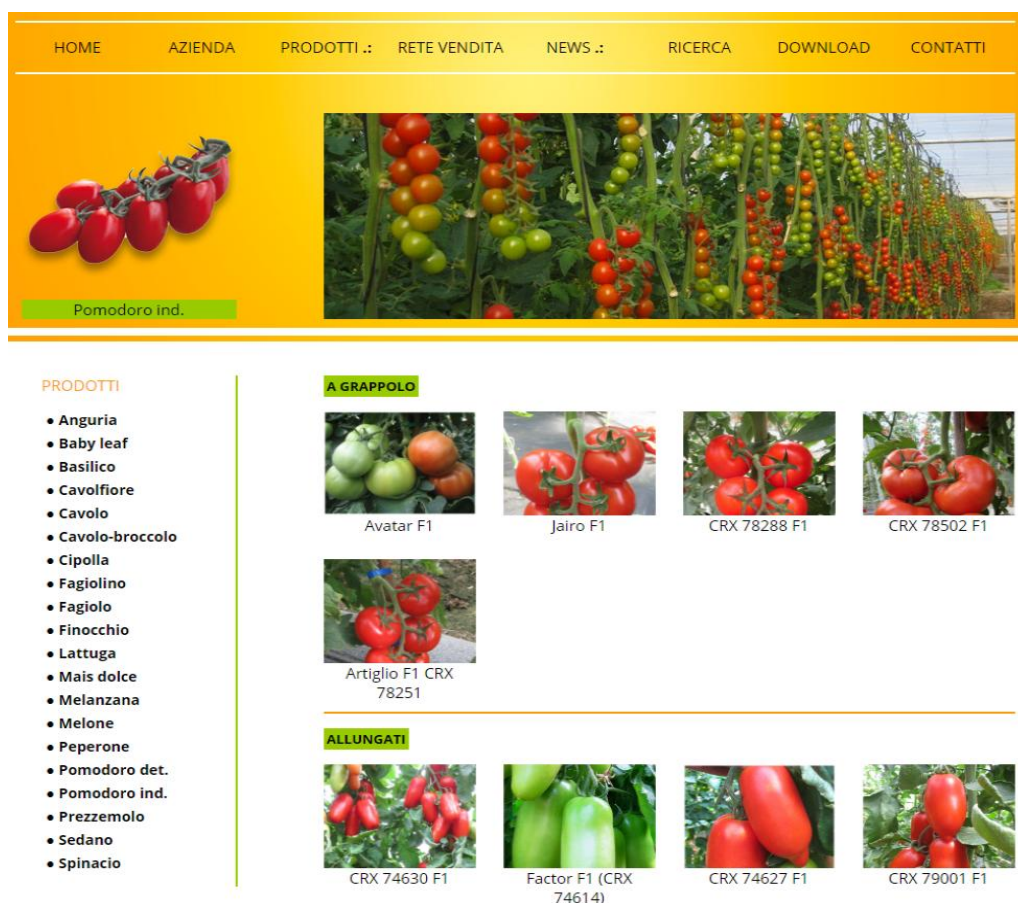


Fig. 8: Esempio di sottosezione del sito www.coraseeds.com

La sezione *Rete vendita* permette di individuare l'agente Cora Seeds più vicino alla propria zona, ricordiamo a tale proposito che l'azienda opera su tutto il territorio nazionale. Nella sezione *News* è possibile leggere le notizie dell'azienda in modo da restare sempre aggiornati sugli eventi e sulle nuove varietà di sementi in commercio. Dalla sezione *Download* è possibile scaricare i cataloghi dell'azienda, mentre nella sezione *Contatti* vengono fornite le informazioni per raggiungere l'azienda (tramite anche una cartina di Google Maps) ed entrare in contatto con i responsabili (tramite la compilazione del modulo apposito).

Da un punto di vista linguistico, il sito presenta sezioni caratterizzate da un lessico immediato e di uso comune, come si può evincere dall'esempio che segue: "CORAS® SEEDS è una giovane azienda italiana costituita da persone con più di 25 anni d'esperienza nel settore delle sementi orticole professionali", ma anche sezioni caratterizzate dall'uso di termini specialistici del settore, a tal proposito si rimanda alla figura 6. A livello morfologico, invece, è frequente l'uso della terza persona e di forme passive per presentare l'azienda, un esempio: "L'azienda coopera con [...]", oppure "CORAS® SEEDS dispone d'attrezzature per il trattamento [...]". Anche la sintassi, come previsto dallo stile del web, è molto snella e utilizza costruzioni semplici e brevi in modo da fornire all'utente messaggi chiari e immediati.

4.2 Analisi del testo di partenza

Un'operazione traduttiva di successo non può prescindere da una completa e accurata analisi preliminare del testo di partenza per evidenziarne le caratteristiche generali e individuare il metodo traduttivo più adeguato (Newmark, 1994: 47). Infatti, in assenza di una comprensione esaustiva e approfondita del testo, le probabilità che la traduzione riesca a dimostrarsi all'altezza dell'*alter-ego* che la precede sono molto ridotte (Nord, 1991). Nell'ambito degli studi sulla traduzione è condivisa da molti l'idea secondo cui l'analisi del testo è una fondamentale fase di preparazione al processo traduttivo, in quanto garantisce la corretta e completa comprensione del testo di partenza e permette di individuare eventuali problemi di traduzione. Per tale motivo si è ritenuto opportuno, per il fine del presente lavoro,

analizzare il testo di partenza. Nello specifico è stato adottato il modello di analisi orientata alla traduzione sviluppato da Christiane Nord (1991), che individua sedici fattori principali corrispondenti a sedici domande che il traduttore deve porsi prima di passare alla fase di traduzione vera e propria. Tali fattori possono essere raggruppati in due categorie:

- *fattori extra-testuali*: contribuiscono a determinare la situazione comunicativa in cui si inserisce il testo e riguardano l'emittente (chi?), la sua intenzione (per quale scopo?) il destinatario (a chi?), il canale comunicativo (con quale mezzo?), il luogo (dove?), il momento (quando?) e il motivo della comunicazione (perché?). Rispondendo a queste domande è possibile stabilire anche la funzione del testo di partenza;
- *fattori intra-testuali*: contribuiscono a definire le caratteristiche sia sintattiche che semantiche del testo e riguardano l'argomento (di cosa si parla?), il contenuto cognitivo (cosa viene detto?), il livello di conoscenze specifiche presupposto dall'emittente nei destinatari (cosa non viene detto?), la struttura del testo (in che ordine?), gli elementi non verbali (tramite quali elementi non verbali?), il lessico (con quali parole viene detto?), la sintassi (con quale tipo di frasi?) e i tratti soprasegmentali (con che tono?).

Una volta determinata la risposta a ognuna delle sedici domande appena presentate sarà possibile determinare l'effetto del testo di partenza, un fattore che può essere determinato solo grazie alla correlazione di tutti quelli citati in precedenza. Tenendo a mente il modello appena descritto, possiamo procedere con l'analisi del testo di partenza:

- *emittente*: Cora Seeds S.r.l., azienda di Cesena che opera nel settore delle sementi orticole, della quale si è discusso ampiamente nel capitolo I (1.2). L'emittente del testo di partenza corrisponde a quello del testo d'arrivo;
- *intenzione dell'emittente*: da un lato offrire ai clienti tutte le informazioni di cui possono avere bisogno (ad esempio relativamente ai prodotti offerti e alle loro peculiarità), dall'altro aumentare la propria visibilità in modo da

attirare nuovi clienti. L'intenzione del testo di partenza coincide con quella della sua traduzione in russo, ovvero offrire informazioni ai clienti russofoni dell'azienda e attrarne di nuovi;

- *destinatario*: clienti sia attuali che futuri, i quali condividono con il mittente una serie di conoscenze specialistiche. A questa categoria vanno aggiunti anche i partner commerciali, i distributori per l'estero e gli eventuali importatori. Si tratta, di conseguenza, di un pubblico di esperti e semi-esperti che condividono con l'emittente una certa quantità di informazioni specialistiche. I destinatari del testo di arrivo coincidono con quelli del testo di partenza;
- *canale comunicativo*: il World Wide Web, nella forma specifica del sito dell'azienda, composto, a sua volta, da un insieme di testi digitali. Abbiamo visto nel capitolo II (2.4.1.1) quali sono le caratteristiche di tali tipi di testi e va da sé che tali caratteristiche dovranno essere mantenute anche nel testo di arrivo;
- *luogo*: il luogo in cui è stato prodotto il testo di partenza è chiaramente l'Italia, mentre il luogo a cui è destinata la traduzione è la Federazione russa, ma anche tutti quei paesi nei quali il russo è utilizzato come principale lingua franca (ad es. Ucraina, Bielorussia, Kazakistan, Georgia ecc.);
- *momento*: il sito in questione presenta sia sezioni statiche i cui testi restano perlopiù invariati nel tempo (ad esempio le sezioni *Azienda*, *Ricerca* e *Prodotti*), sia sezioni dinamiche il cui contenuto è maggiormente soggetto a modifiche e aggiornamenti e, quindi, al fattore temporale (ad esempio la sezione *News*). Nell'ambito del presente lavoro si è ritenuto opportuno tralasciare i contenuti dinamici, considerando che non vi è la certezza che verranno periodicamente aggiornati nella lingua di arrivo, rischiando di risultare poco attuali. Sono state, dunque, localizzate solo quelle sezioni che presentano, in modo permanente, i servizi e i prodotti offerti dall'azienda, rendendo così il momento della comunicazione poco rilevante per il presente progetto di traduzione;

- *motivo della comunicazione*: raggiungere i propri clienti in maniera più rapida ed immediata, nonché far conoscere i propri servizi a livello internazionale ed espandersi. Si può dire che il motivo alla base dell'incarico di localizzazione web sia lo stesso, ossia attrarre un maggior numero di clienti migliorando l'accessibilità dei propri servizi anche dall'estero;
- *funzione*: possiamo affermare che le funzioni del sito, che abbiamo visto in precedenza (4.1), coincidono con quelle dei testi analizzati. Più nello specifico, nei testi delle sezioni *Azienda* e *Ricerca* predomina la funzione emotiva e persuasiva poiché si concentrano sul mittente e hanno come scopo quello di pubblicizzare e far conoscere l'azienda, mentre nelle schede tecniche della sezione *Prodotti* predominano la funzione informativa e referenziale in quanto i testi mirano a fornire al destinatario una serie di informazioni relative alle varie tipologie di prodotti offerti e alle loro caratteristiche;
- *argomento*: l'azienda stessa e quindi la sua storia, i servizi e i prodotti offerti, le iniziative a cui prende parte, e così via. Dal momento che l'emittente, i destinatari e la funzione del testo di partenza rimangono invariati nel testo target, in fase di traduzione non è stato operato alcun cambiamento nemmeno dal punto di vista tematico;
- *contenuto cognitivo*: è variegato e spazia dalla presentazione dell'azienda e dei suoi partner all'estero alla descrizione dell'attività di ricerca e dei prodotti offerti. Informazioni che sono d'interesse anche per il pubblico di lingua russa e, pertanto, devono essere riportate nel testo d'arrivo senza alcuna variazione di contenuto;
- *conoscenze specifiche presupposte*: i destinatari devono poter contare su una certa conoscenza pregressa del dominio. Nelle pagine oggetto di localizzazione sono infatti presenti concetti tecnici che non vengono spiegati come ad esempio: *grado brix*, *nematode*, *copertura fogliare*, *vestitura*, *mucrone* ecc. Tali informazioni dovranno rimanere implicite anche nel testo di arrivo, i cui destinatari sono, a loro volta, esperti o semi-esperti del settore;

- *struttura del testo*: per struttura si intende sia quella del sito web (livello esterno) descritta nel sottoparagrafo precedente (4.1.1), sia quella dei singoli testi (livello interno). Quest'ultima coincide con la già citata piramide invertita (1.4.2) per la tendenza a presentare le informazioni più rilevanti in paragrafi brevi o in elenchi puntati. In fase di traduzione, sarà necessario mantenere la medesima suddivisione in sezioni e in sottosezioni, e la medesima organizzazione dei contenuti in modo da non modificare la struttura del testo di partenza;
- *elementi non verbali*: perlopiù immagini (rappresentanti campi coltivati, lo stabilimento dell'azienda, il personale al lavoro, i prodotti finali ecc.) inserite a supporto dei brevi testi, le quali non soltanto rendono più chiari i contenuti esposti, svolgendo così una funzione esplicativa, ma persuadono anche il cliente, avvicinandolo all'azienda e ai suoi prodotti. In particolare, nelle schede tecniche, un'immagine può valere più di mille parole, in quanto permette agli acquirenti interessati di farsi un'idea del prodotto finale della semina. È possibile identificare un ulteriore elemento non verbale nel logo dell'azienda, il cui utilizzo è giustificato dalla volontà dell'emittente di dare una certa sicurezza all'utente, garantendo la qualità dei prodotti. Un terzo, e ultimo, elemento non verbale è l'utilizzo, in certe parti del sito, del colore giallo-arancione, colore che ricorda i campi di grano e che facilmente si può ricondurre all'orticoltura. Gli elementi non verbali presenti nel testo analizzato rappresentano dei *cultural markers* importanti, bisogna quindi capire se funzionano anche nella cultura del testo di arrivo e se necessitano di modifiche. Nel progetto di localizzazione in questione, non è stato necessario segnalare alcun tipo di immagine o colore inadeguato del testo di partenza per il pubblico target, pertanto, non sono state apportate modifiche sugli elementi non verbali presenti;
- *lessico*: nelle varie pagine che compongono il sito, è possibile individuare un lessico di uso comune alternato a uno più specialistico, appartenente al dominio delle sementi orticole (*a giorno corto, a giorno lungo, partenocarpico, sepalo, trapianto* ecc.). Inoltre, è possibile individuare diversi aggettivi qualificativi che connotano positivamente l'azienda e il

suo operato, come ad esempio *elevato standard qualitativo, ottimo colore e consistenza, eccellente copertura fogliare, ottimo sapore* ecc. Inoltre, si nota una discreta presenza di anglicismi (*un pool di breeders, produzione di baby leaf*), volta a rendere il testo più accattivante. In fase di traduzione, il lessico risulterà inalterato e quindi si opterà per il mantenimento del livello di tecnicismo del testo di partenza;

- *sintassi*: trattandosi di un sito web con caratteristiche di tipo tecnico-scientifico, il testo di partenza tende a seguire le convenzioni tipiche del genere a cui appartiene, facendo quindi ricorso a frasi semplici e paragrafi brevi e concisi. Nonostante ciò, la qualità informativa soddisfa le necessità di conoscenza dei destinatari. Inoltre, testi sintetici permettono di catturare con facilità l'attenzione dell'utente (ricordiamo, infatti, che la velocità di lettura su schermo è ridotta rispetto a quella su carta), il quale può avere così accesso alle informazioni rilevanti in maniera rapida ed intuitiva. Per quanto concerne i modi verbali, quello più usato è l'indicativo, mentre il tempo più comune è il presente e la forma quella attiva (ad es. *si dedica alla ricerca, il lavoro di miglioramento genetico viene svolto da, Cora Seeds è in grado d'offrire*, ecc.). In generale, le caratteristiche sintattiche del testo di partenza sono state mantenute anche nel testo di arrivo. Tuttavia, al fine di migliorare la scorrevolezza della lettura, sono stati operati dei cambiamenti a livello sintattico in caso di periodi troppo lunghi o contorti;
- *tratti soprasegmentali*: un esempio sono le frasi interrogative ed esclamative la cui funzione è prettamente persuasiva. Il testo di partenza è caratterizzato quasi esclusivamente da frasi affermative, che riflettono la funzione informativa del testo;
- *effetto*: il testo preso in esame ha un effetto duplice sul destinatario. Infatti, una volta visitato il sito, l'utente non solo si fa un'idea più chiara dell'azienda e dei suoi prodotti, ma matura anche una maggiore fiducia nei confronti della stessa diventando, quindi, più predisposto ad usufruire dei suoi prodotti. La traduzione deve riprodurre sul destinatario russofono il medesimo effetto che il testo di partenza riproduce sul destinatario

italiano. Per fare questo, è necessario tenere conto delle norme e delle convenzioni, sia linguistiche che culturali, del target.

Per definire una macro-strategia traduttiva adeguata è stato necessario considerare, oltre i fattori sopracitati, anche altri parametri che dipendono dalla competenza intertestuale del traduttore, come la tipologia del testo da tradurre, il modello redazionale a cui fare riferimento nella cultura di arrivo e l'uso finale del testo tradotto. L'attribuzione del testo di partenza ad una tipologia rappresenta una fase fondamentale del processo traduttivo: di norma, i testi vengono differenziati sulla base del loro argomento, ovvero del campo specifico di appartenenza (medico, giuridico, ecc.) poiché tra questi ultimi esistono già dei netti confini dettati, ad esempio, dalla loro standardizzazione terminologica. Il traduttore deve, inoltre, essere in grado di riconoscere e applicare le pratiche di scrittura tipiche del genere discorsivo nella lingua di arrivo che corrisponde al genere del testo di partenza. La traduzione deve quindi somigliare agli altri testi, appartenenti alla stessa tipologia, prodotti nella lingua di arrivo; in altre parole deve risultare naturale e soddisfare le aspettative dei destinatari. Anche l'uso finale della traduzione ricopre un ruolo fondamentale poiché può influenzare il suo grado di "devianza" dal testo di partenza. Di norma, l'uso del TP coincide con quello del TA nonché con l'obiettivo che il committente e il traduttore danno alla traduzione stessa (Scarpa, 2001: 77-88).

Nell'ambito del presente progetto, prima di procedere alla traduzione, sono stati identificati tutti e tre i parametri proposti da Scarpa. In primis la tipologia testuale del testo di partenza, ovvero quella espositivo-argomentativa, e poi ancora i diversi modelli redazionali nella lingua d'arrivo (sotto forma di testi paralleli, soprattutto nel caso delle schede tecniche) e l'uso finale del testo tradotto che coincide, come si è già affermato più volte, con la sua funzione informativo-persuasiva. Inoltre, sono state adottate alcune micro-strategie orientate al destinatario, come sarà possibile notare dagli interventi traduttivi effettuati sul piano culturale e pragmatico (4.4).

4.3 Commento alla traduzione

Nel presente paragrafo verranno descritti e commentati i principali problemi riscontrati nel corso della traduzione del sito web www.coraseeds.com, insieme alle strategie e alle scelte adottate per risolverli. L'intento del lavoro è stato quello di creare un testo nella lingua di arrivo che fosse equivalente a quello nella lingua di partenza e che avesse, quindi, le stesse funzioni e lo stesso effetto che abbiamo visto in precedenza. Nel processo di traduzione, si è cercato, dunque, di soddisfare le esigenze del destinatario sia da un punto di vista linguistico che culturale, tenendo conto delle sue conoscenze specialistiche pregresse e intervenendo su quelle parti che, se tradotte in maniera troppo letterale, avrebbero potuto confonderlo, compromettendo il raggiungimento dello scopo del testo di arrivo. Riprendendo la terminologia adottata da Singh e Pereira (2005: 10-15), il risultato finale può essere considerato come un *localized website*, ovvero un sito web in cui le pagine più rilevanti per i clienti stranieri sono tradotte seguendo le convenzioni della lingua e della cultura di arrivo.

4.3.1 Interventi sul lessico

Una delle prime difficoltà incontrate durante la traduzione è stata la terminologia specialistica relativa al settore delle sementi orticole. Non a caso il lessico è una componente fondamentale delle lingue speciali, quella più studiata e l'ostacolo più grande da superare per i traduttori (Scarpa, 2002: 28). In primo luogo, è stato, dunque, necessario l'apprendimento delle conoscenze del settore delle sementi orticole e per tale motivo ricordiamo che la traduzione è stata preceduta da una lunga fase di ricerca terminologica che ha previsto la costruzione e la consultazione di corpora e glossari, nonché di siti web russi paralleli. Tale lavoro terminologico ha permesso di familiarizzare con il tema in questione, di conseguenza la traduzione dei tecnicismi non si è rivelata un problema. La consultazione del corpus di riferimento in lingua russa e dei siti specializzati è stata indispensabile in questa fase, poiché ha permesso di reperire la terminologia specialistica usata nel dominio russofono. Tuttavia, in alcuni casi è stato necessario ricorrere ad ulteriori strumenti come ad esempio la ricerca per

immagini in Internet, utilizzando Google e Yandex, il principale motore di ricerca russo⁵². Tramite questo tipo di ricerca è stato possibile capire le differenze estetiche tra i vari ortaggi, oppure le differenze tra i vari tipi di serra. Durante la ricerca terminologica sono, infatti, emerse varie tipologie di serra e in questo caso Google immagini e Yandex kartinki sono risultati essere di grande aiuto per individuare le loro caratteristiche e identificare quindi le giuste equivalenze.



Fig. 9: Risultati della ricerca “serra a tunnel” su Google immagini



Fig. 10: Risultati della ricerca “плёночная теплица” su Yandex kartinki

Dalle immagini ottenute, si evince che i termini ricercati sono equivalenti poiché si riferiscono allo stesso oggetto nella realtà materiale. Nei casi in cui non è stato possibile trovare equivalenti traduttivi adeguati in lingua russa, è stata adottata la parafrasi come metodo di traduzione. Un esempio è l’aggettivo “invaioato”, ovvero non maturo, che non sembra avere una diretta equivalenza in russo. Pertanto, per

⁵² <https://www.yandex.ru/>

garantire la piena comprensione da parte degli utenti, il termine è stato esplicitato e tradotto come “non maturo” o “prima della maturazione” in base al contesto in cui si trovava:

ESEMPIO 1

TP: idoneo per raccolte a frutto invaiato o maturo

TA: пригоден для сбора до или после созревания⁵³

Lo stesso meccanismo è stato utilizzato per la traduzione del termine “raccolta a verde” che indica la raccolta di un frutto invaiato:

ESEMPIO 1

TP: molto interessante per la raccolta a verde

TA: пригоден для сбора урожая до созревания⁵⁴

Il testo di partenza è, inoltre, caratterizzato da una serie di prestiti dall’inglese, scelta legata molto probabilmente a questioni di marketing e condivisa anche da altre aziende del settore, come si è potuto evincere dalla consultazione di siti paralleli italiani. Per la traduzione verso il russo, ci siamo chiesti dunque se il comportamento delle aziende russe fosse lo stesso. Dalle ricerche effettuate è scaturito che, la maggior parte dei siti di lingua russa, presenta in genere prestiti dall’inglese, un esempio è il caso di *baby leaf* e *baby spinach*, già trattato nel terzo capitolo (3.4.3.3). Tuttavia, non sono state trovate occorrenze per gli altri anglicismi presenti nel testo di partenza, come ad esempio *breeding* (e *breeder*) e *seedless*. Per questo motivo, la traduttrice ha preferito in questo caso inserire le denominazioni russe attestate nel dominio di arrivo, così *breeding* è diventato селекция (selekcija - selezione), *breeder* - селекционер (selekcioner - selezionatore), e *seedless* è stato tradotto con бессемянный (bessemjannyj - senza seme):

⁵³ Back translation: “idoneo per raccolte prima e dopo la maturazione.”

⁵⁴ Back translation: “adatto alla raccolta prima della maturazione.”

ESEMPIO 1

TP: svolge attività di breeding

TA: мы занимаемся селекцией⁵⁵

ESEMPIO 2

TP: Il lavoro di miglioramento genetico viene svolto da un pool di breeders

TA: Команда селекционеров осуществляет работу по улучшению сорта⁵⁶

ESEMPIO 3

TP: ibrido seedless per colture per tutta la stagione

TA: бессемянный гибрид для выращивания для всего летнего периода⁵⁷

Negli esempi riportati sono state effettuate anche scelte traduttive di altro tipo. Nel primo caso possiamo notare un cambiamento del soggetto che dalla terza persona singolare dell'italiano è passato ad una prima persona plurale. Sebbene nell'ambito delle lingue speciali si registri normalmente una spiccata tendenza alla spersonalizzazione e all'oggettivizzazione del discorso, si è notata una tendenza, da parte delle aziende russe, di presentarsi e descrivere le proprie attività usando appunto la prima persona plurale. Laddove possibile, si è quindi optato per un cambio del soggetto. Nel secondo esempio, la frase passiva italiana è stata trasformata in attiva, il "pool di breeders", o meglio, il gruppo di selezionatori, da complemento d'agente è diventando soggetto, rendendo la frase russa più semplice e naturale. Per quanto riguarda il terzo esempio, invece, è stato necessario esplicitare la stagione di cui si sta parlando, ossia quella estiva, per evitare eventuali incomprensioni o confusioni da parte del target.

⁵⁵ Back translation: "ci occupiamo di selezione."

⁵⁶ Back translation: "Un gruppo di selezionatori svolge il lavoro di miglioramento genetico."

⁵⁷ Back translation: "ibrido senza seme per colture per tutta la stagione estiva."

Per quanto riguarda il lessico comune, invece, si è optato per una semplificazione morfologica rinunciando agli artifici e/o alla prolissità tipici della lingua italiana – ma non di quella russa – e ricorrendo a espressioni più lineari:

ESEMPIO 1

TP: Il colore è inizialmente verde **con viraggio** totale a rosso a maturazione completata.

TA: Первоначальный зелёный цвет **становится** красным при созревании.⁵⁸

ESEMPIO 2

TP: **producendo** bulbi uniformi di grossa pezzatura si presta particolarmente alla lavorazione industriale.

TA: пригодный для промышленной переработки **благодаря** его крупным, однородным луковицам.⁵⁹

Nel primo esempio la semplificazione è avvenuta sostituendo il sintagma “con viraggio”, termine tecnico appartenente al dominio delle sementi, con il verbo “diventare” (становиться), che è di più semplice comprensione e rende il testo più scorrevole. Nel secondo esempio, invece, si è deciso di eliminare il gerundio e di sostituirlo con la locuzione prepositiva “grazie a” (благодаря чему). Tramite questa strategia si è dunque semplificato il testo pur mantenendo tutte le peculiarità dello stile e del linguaggio specialistico della lingua di arrivo.

Nei testi tradotti la funzione conativa viene realizzata soprattutto a livello lessicale tramite l'uso abbondante di aggettivi e sostantivi con una spiccata connotazione positiva. L'uso di questi elementi serve ad evidenziare le caratteristiche peculiari dei prodotti aziendali e a catturare l'attenzione del lettore già dalle prime parole di una frase. Per questo motivo, le scelte lessicali operate dai redattori del testo

⁵⁸ Back translation: “con la maturazione, l’iniziale colore verde diventa rosso.”

⁵⁹ Back translation: “adatta alla lavorazione industriale grazie ai suoi bulbi uniformi di grossa pezzatura.”

originale sono state mantenute anche in fase traduttiva, come mostrano gli esempi riportati qui di seguito:

ESEMPIO 1

TP: I suoi caratteri **inimitabili** sono il colore bronzeo scuro e la **capacità** di sviluppare un **elevato** numero di tuniche che **ben** ricoprono il bulbo.

TA: Его **уникальными** характеристиками являются тёмно-бронзовый цвет и **способность** развивать **значительное** количество шелухи, **хорошо** покрывающих луковицу.

ESEMPIO 2

TP: Prodotto **classico** di **grande** pezzatura e **alta qualità**.

TA: Классический, крупноплодный, высококачественный товар.

Infine, per quanto riguarda le denominazioni dei singoli prodotti presentati nelle schede tecniche, l'azienda ha fatto presente che, trattandosi di marchi registrati, non vanno né tradotte, né tantomeno sostituite con nomi più appetibili per il mercato russo. Tuttavia, per rendere tali prodotti più accessibili al destinatario russofono, si è deciso di effettuare un'operazione di traslitterazione⁶⁰ verso l'alfabeto cirillico riportando comunque la denominazione originale tra parentesi:

ESEMPIO 1

TP: White Opera F1

TA: Вайт Опера Ф1 (White Opera F1)

ESEMPIO 2

TP: Fiamma F1

⁶⁰ Nello specifico, sono state seguite le regole della traslitterazione scientifica https://it.wikipedia.org/wiki/Traslitterazione_scientifica_del_cirillico

ТА: Фьямма Ф1 (Fiamma F1)

4.3.2 Interventi sulla sintassi

Per quanto concerne la sintassi si è cercato di rispettare la natura breve e concisa dei paragrafi e, in generale, dei testi destinati al Web. Si è cercato di rendere il testo quanto più comprensibile e immediato possibile per l'utente, a tale scopo sono state apportate delle modifiche laddove il testo di partenza presentava periodi visivamente troppo lunghi e/o involuti (riscontrati in particolare nella presentazione dell'azienda). Si è tentato, quindi, di alleggerire la lettura spezzando i periodi più lunghi per creare frasi più brevi. Tale scelta ha comportato un allungamento minimo del testo per la necessità di riprendere il soggetto nella seconda frase. Proponiamo a tal proposito i seguenti esempi:

ESEMPIO 1

TP: CORA® SEEDS ha la propria struttura a Cesena, patria della produzione di semi di specie orticole nel mondo, dove nelle proprie strutture, serre, vivai e terreni svolge attività di breeding, valutazione e dimostrazione dei prodotti che provengono dalla ricerca.

ТА: CORA® SEEDS находится в городе Чезена, который славится во всём мире производством семян огородных культур. **Там**, в наших помещениях, теплицах, рассадниках и на наших почвах, мы занимаемся селекцией, оценкой и демонстрацией продуктов, являющихся результатом исследований.⁶¹

⁶¹ Back translation: "CORA® SEEDS si trova a Cesena, famosa in tutto il mondo per la produzione di semi di specie orticole. **Lì**, nelle nostre strutture, serre, vivai e nei nostri terreni ci occupiamo di selezione, valutazione e dimostrazione dei prodotti che sono il risultato della ricerca."

ESEMPIO 2

TP: Nelle strutture aziendali il seme viene controllato per l'umidità e se necessario deumidificato, poi conservato in apposite celle a temperatura e umidità controllate allo scopo di mantenere nel tempo un elevato standard qualitativo.

ТА: На территории компании контролируется влажность семян и, если необходимо, производится их сушка. **Семена** хранятся в специальных ячейках при контролируемой температуре и влажности для того, чтобы поддерживать высокие стандарты качества в течение времени.⁶²

In fase di traduzione è necessario dedicare particolare attenzione anche all'ordine delle parole: non sempre l'ordine delle parole utilizzato in italiano risulta naturale in russo, per questo motivo è stato spesso necessario ricostruire periodi interi cambiando l'ordine degli elementi al loro interno, in modo tale da renderli più naturali per il lettore russofono:

ESEMPIO 1

TP: Esegue per conto della stessa azienda olandese la sperimentazione e la verifica del materiale prodotto per quanto riguarda l'idoneità al territorio italiano.

ТА: Экспериментирование и контроль произведённых продуктов на предмет их пригодности к итальянской территории осуществляются той же компанией Pop Vriend Seeds⁶³.

⁶² Back translation: “Nelle strutture aziendali viene controllata l'umidità del seme e se necessario viene deumidificato. **Le sementi** vengono conservate in apposite celle a temperatura e umidità controllate allo scopo di mantenere un elevato standard qualitativo nel tempo.”

⁶³ Back translation: “La sperimentazione e la verifica dei prodotti realizzati per quanto riguarda la loro idoneità al territorio italiano vengono effettuate per conto della stessa azienda Pop Vriend Seeds.”

ESEMPIO 2

TP: Il lavoro di miglioramento genetico viene svolto da un pool di breeders che selezionano e costituiscono ibridi per il mercato italiano e per i vari mercati mondiali.

TA: Команда селекционеров осуществляет работу по улучшению сорта, выбирая и создавая гибриды для итальянского и международного рынка.⁶⁴

Pur modificando l'ordine delle parole, una traduzione *letterale* o *parola per parola*, in cui vengono mantenute le stesse parole del testo di partenza, può comunque dare luogo ad un testo di arrivo innaturale, le cui associazioni non combaciano con le aspettative dei destinatari, né tantomeno con quelle generate dal testo di partenza. In questi casi è necessario cambiare completamente la frase, mantenendo, tuttavia, lo stesso significato; è necessario quindi adoperare il metodo traduttivo della parafrasi come possiamo vedere negli esempi che seguono:

ESEMPIO 1

TP: La collaborazione con distributori e partners all'estero le permette di **essere presente** in diversi paesi

TA: Сотрудничество с дистрибьюторами и партнёрами за рубежом позволяет нам **вести бизнес** в нескольких странах⁶⁵

ESEMPIO 2

TP: ibrido **di rilievo** per colore, vestitura e possibilità di stoccaggio.

TA: цвет, шелуха и возможность хранения делают этот гибрид **особенным**.⁶⁶

⁶⁴ Back translation: "Un gruppo di selezionatori svolge il lavoro di miglioramento genetico selezionando e costituendo ibridi per il mercato italiano e internazionale".

⁶⁵ Back translation: "La collaborazione con distributori e partners all'estero ci permette di fare affari con diversi paesi"

4.3.3 Interventi sullo stile e sul registro

Come già accennato in precedenza, il tono del testo di partenza è perlopiù impersonale e neutro: non enfatizza né l'azienda in prima persona, né si rivolge al cliente in maniera diretta. Nell'elaborazione dei testi finali, si è scelto, tuttavia, di adattarsi alla tendenza registrata in gran parte dei siti russi consultati e di ricorrere, in alcuni casi, all'uso della prima persona plurale e degli aggettivi possessivi, proprio come negli esempi di seguito riportati:

ESEMPIO 1

TP: attraverso collaborazioni con laboratori esterni **effettua** test di patogenicità per la resistenza ai vari agenti di malattia

TA: Благодаря сотрудничеству с внешними лабораториями, **мы проводим** тесты на патогенность и на устойчивость к различным возбудителям заболеваний⁶⁷

ESEMPIO 2

TP: Disponendo di una rete commerciale in Italia, **copre** tutte le più importanti aree di produzioni orticole nazionali.

TA: Имея коммерческую сеть в Италии, **наша кампания** охватывает все наиболее важные национальные области овощного производства⁶⁸

Fatta eccezione per gli interventi appena descritti, in generale, in fase di traduzione è stato mantenuto il registro semi-formale che caratterizza il testo di partenza, in particolare nelle sezioni più tecniche in cui si presuppone una

⁶⁶ Back translation: “il colore, la vestitura e la possibilità di stoccaggio rendono questo ibrido speciale.”

⁶⁷ Back translation: “attraverso collaborazioni con laboratori esterni **effettuiamo** test di patogenicità per la resistenza ai vari agenti di malattia.”

⁶⁸ Back translation: “Disponendo di una rete commerciale in Italia, **la nostra azienda** copre tutte le più importanti aree di produzioni agricole nazionali.”

comunicazione tra esperti. È per questa ragione, dunque, che nel prodotto finale non è evidenziabile una dissimmetria di tono degna di nota.

4.3.4 Interventi sulle componenti culturali

Nel corso della traduzione, è stata segnalata la presenza di alcuni riferimenti culturali come ad esempio i periodi di trapianto delle sementi, che si riferiscono ai terreni italiani:

ESEMPI

- Posizionamento: per trapianti da Gennaio a Giugno in tutta Italia.
- Ciclo: medio-precoce, per trapianti da Settembre a Dicembre in Sicilia e primaverili in tutta Italia.

È evidente come questi valori non siano validi anche per la Russia data la vastità del territorio e le diverse condizioni climatiche. Sarebbe opportuno, in questo caso, sostituire tali dati con i periodi di trapianto adatti al territorio russo, tuttavia, su richiesta dell'azienda committente, si è deciso di eliminare queste parti e, quindi, di non tradurle nella lingua d'arrivo. Più che di localizzazione, è stata dunque effettuata un'operazione di internazionalizzazione, poiché sono stati eliminati tutti (o quasi) i riferimenti culturali in modo da rendere il sito adatto a qualsiasi *locale*.

All'interno del testo è stato individuato un ulteriore elemento legato al contesto italiano e, più precisamente, europeo. Nella presentazione dell'azienda si fa riferimento ai cosiddetti prodotti di "IV gamma", ossia quei prodotti ortofrutticoli, "a elevato contenuto di servizio, lavati, puliti, mondati, tagliati, confezionati e pronti per il consumo"⁶⁹. Tale classificazione dei prodotti agroalimentari è valida solo in un contesto europeo e tradurre letteralmente la denominazione "IV

⁶⁹ Prodotti freschi confezionati e pronti per il consumo: <http://www.aiipa.it/prodotti-vegetali/prodotti-ortofrutticoli-di-iv-gamma/info-documenti/item/201-cosa-e-la-iv-gamma> [ultima consultazione: 19/10/18]

gamma” risulterebbe soltanto in una confusione e incomprensione del testo da parte del lettore russo. In base a queste considerazioni si è scelto di esplicitare questo riferimento culturale, spiegando in poche parole a cosa si riferisce:

ESEMPIO

TP: Inoltre produce e coltiva molte varietà adatte all'utilizzo nella **IV gamma** in vari Paesi europei.

TA: Кроме того, наша компания производит и выращивает много сортов, которые пригодны для категории «Готовая к употреблению продукция» в различных европейских странах.⁷⁰

Infine, per quanto riguarda gli elementi non verbali, non sono stati necessari interventi di localizzazione. Non solo è stato possibile mantenere inalterate le unità di misura di lunghezza e peso, ma anche le immagini a supporto dei testi e il logo dell'azienda, in quanto non rappresentano alcun elemento di disturbo per il pubblico di arrivo, bensì contribuiscono ad una maggiore comprensione dei contenuti.

4.3.5 Interventi sul testo di partenza

Nel corso dell'analisi del testo di partenza e di produzione del testo d'arrivo, è stato necessario intervenire, in alcuni punti del testo di partenza, per correggere errori di varia natura dovuti perlopiù alla distrazione del redattore. Prima di tutto, com'è possibile notare dagli esempi, si è notata una tendenza a usare l'apostrofo al posto dell'accento: molto probabilmente per la stesura del testo sarà stata utilizzata una tastiera senza lettere accentate (ad es. quella americana). Per sopperire a questa mancanza, il redattore del testo è ricorso a questo stratagemma che, sebbene possa funzionare in certi contesti, come ad esempio nella

⁷⁰ Back translation: “Inoltre, la nostra azienda produce e coltiva molte varietà adatte alla categoria “Prodotti pronti per il consumo” in vari Paesi europei.”

corrispondenza privata, nel nostro caso è da evitare in quanto non contribuisce a creare un'immagine positiva nella mente del lettore.

ESEMPI

- **possibilita'** di stoccaggio
- Il colore **e'** veramente unico
- si **puo'** raccogliere e stoccare alla rinfusa

Un'altra tendenza che si è riscontrata è quella di volgere al plurale i prestiti provenienti dall'inglese seguendo le regole grammaticali di quest'ultima, quindi tramite l'aggiunta della desinenza *-s* o *-es*. Tuttavia, se un forestierismo entra a far parte della lingua italiana, questo deve seguire le strutture morfologiche di base del sistema flessivo nominale dell'italiano e, laddove non fosse possibile, deve restare invariato nel genere e nel numero:

ESEMPI

- La collaborazione con distributori e **partners** all'estero
- Nei propri laboratori ha affiancato ai **breeders** un biotecnologo

Inoltre, sono stati riscontrati alcuni errori di battitura e refusi. Qui di seguito riportiamo alcuni casi:

ESEMPI

- unisce produzione, **recocita'** e qualità del bulbo
- liscia ben **tirata,con** striatura tipo **Crimsonscura** e lucida
- **SEEDLEES**

Infine, è stato individuato un problema di concordanza tra soggetto e predicato:

La ricerca e la sperimentazione è **rivolta** ad una gamma completa di prodotti ibridi di angurie [...] e spinacio.

4.3.6 Riassumendo

In quest'ultimo paragrafo abbiamo esposto gli interventi effettuati nel corso del lavoro che ha portato alla creazione di un prodotto localizzato adatto al pubblico *target*, non solo dal punto di vista linguistico, ma anche da quello economico-commerciale. Come si è visto dagli esempi riportati, per non disattendere le aspettative degli utenti finali, abbiamo dovuto adeguare la sintassi ai vincoli della lingua di arrivo, del genere testuale e del dominio. Per fare ciò, è stato necessario non solo restare fedeli al testo di partenza, ma anche tener conto degli altri fattori in ballo, come vincoli traduttivi, esigenza di chiarezza, intento del mittente e bisogni del destinatario. Tutte le modifiche effettuate in corso d'opera possono ritenersi essenziali e funzionali ai fini di quell'internazionalizzazione d'impresa oggi tanto cercata e voluta all'interno del panorama aziendale italiano, nel quale si inserisce anche Cora Seeds S.r.l.

4.4 Il CAT tool utilizzato per la traduzione: MemoQ

Il programma utilizzato per la localizzazione dei siti web è il *CAT tool* MemoQ⁷¹, uno strumento di traduzione assistita proprietario, e quindi scaricabile solo tramite l'acquisto di una licenza. Fra i diversi *CAT tool* disponibili, si è optato per MemoQ, che è possibile utilizzare sia dai computer dell'università che dal computer personale grazie alla licenza fornita da Kilgray in virtù di una convenzione con il DIT. Si tratta di uno strumento CAT che offre diverse funzionalità, tra cui la possibilità di creare o collegare una memoria di traduzione o un *termbase* semplice o complesso. MemoQ supporta, inoltre, numerosi formati file⁷² e permette di creare dei progetti di traduzione contenenti i testi da tradurre e le risorse ad essi collegate, proprio come è stato fatto nel nostro caso. La traduzione si svolge nell'*editor di testo*, in questa sezione il testo da tradurre

⁷¹ Prodotto dalla Kilgray, azienda che sviluppa tecnologie per la traduzione.
<https://www.memoq.com/en/>

⁷² In questo caso i file da tradurre erano in formato .docx.

appare in una colonna a sinistra suddiviso in segmenti; nella colonna di destra il traduttore può visualizzare e modificare le proposte del *termbase* o della memoria di traduzione (se disponibili) oppure digitare una traduzione da zero (Di Bello, Lecci, 2012: 17). Nel nostro caso, la memoria di traduzione è stata creata insieme al progetto ed è stata alimentata durante la traduzione, assicurando così una coerenza terminologica e fraseologica nel testo di arrivo. Per quanto riguarda la creazione del *termbase* semplice si rimanda, invece, al terzo capitolo (3.4.3.3). Una funzione molto utile che alleggerisce il lavoro del traduttore, e comune a molti strumenti CAT, è quella dell'auto-propagazione. L'auto-propagazione permette di ridurre notevolmente i tempi di lavoro e, allo stesso tempo, di mantenere una coerenza terminologica poiché in presenza di ripetizioni nel testo di partenza, inserisce in maniera automatica la traduzione nel segmento target. In questo modo non è stato necessario ri-tradurre ogni volta gli elementi che si ripetono all'interno del testo, come ad esempio le varietà e le caratteristiche delle sementi. Inoltre, durante il processo di traduzione, MemoQ permette di controllare regolarmente l'avanzamento del lavoro: è possibile, infatti, visualizzare il risultato finale nella pannello di visualizzazione (*View Pane*) man mano che si traduce. Ciò permette di verificare che il testo tradotto sia compatibile con gli elementi grafici contenuti all'interno del testo di partenza e che la formattazione del testo tradotto sia corretta. Infine, il testo tradotto, una volta salvato, sarà scaricabile nello stesso formato e layout del testo di partenza.

4.5 Possibili estensioni del lavoro

Per motivi spazio-temporali legati al progetto Language Toolkit, la collaborazione con l'azienda Cora Seeds S.r.l. risulta limitata sotto vari punti di vista. Molti sono gli aspetti del progetto che potrebbero essere approfonditi e perfezionati, riportiamo qui di seguito alcuni esempi:

- localizzazione verso il russo delle restanti sezioni del sito web www.coraseeds.com (*Home, Rete vendita, News, Download, Contatti*);
- localizzazione verso il russo delle restanti sottosezioni di *Prodotti*;
- traduzione dei cataloghi aziendali scaricabili dalla sezione *Download*;

- revisione del testo italiano del sito www.coraseeds.com secondo gli interventi di correzione illustrati nel paragrafo 4.3.1.5 del presente lavoro di tesi;
- sistematizzazione della terminologia in lingua italiana, russa e inglese.

CONCLUSIONI

L'obiettivo del presente lavoro di tesi è stato quello di descrivere le singole fasi del progetto di localizzazione verso il russo di parte del sito web dell'azienda Cora Seeds S.r.l. di Cesena (www.coraseeds.com). In linea con le finalità del progetto *Language Toolkit*, in cui si inserisce la collaborazione, si è cercato di favorire, inoltre, l'internazionalizzazione dell'azienda, sensibilizzandola alle competenze linguistiche, culturali, tecniche e informatiche necessarie.

Per la realizzazione di tale lavoro di localizzazione, si sono rivelate utili le nozioni teoriche sull'internazionalizzazione d'impresa, la localizzazione e la terminologia delle lingue speciali riportate nei primi tre capitoli del presente elaborato. Nozioni che hanno fatto da linee guida per l'organizzazione e lo svolgimento del lavoro pratico, nonché per le singole scelte intraprese nella fase di traduzione vera e propria. Di particolare importanza è stata, poi, la fase di preparazione alla traduzione, descritta nei capitoli III e IV, rappresentata dalla ricerca terminologica nell'ambito del dominio delle sementi orticole e dall'analisi del testo di partenza sulla base del modello proposto da Nord.

Le risorse di supporto alla traduzione create per questa tesi, tra cui i corpora e il glossario bilingue, nonché la memoria di traduzione creata in fase di traduzione, potranno essere utilizzate nuovamente in vista di un'ipotetica specializzazione o di future collaborazioni lavorative nello stesso ambito o con la stessa azienda. Inoltre, la presente tesi magistrale potrà fungere da punto di partenza per uno studio più approfondito del dominio oggetto del testo tradotto, ossia quello delle sementi orticole. Le ricerche condotte, infatti, hanno messo in evidenza la necessità di una sistematizzazione terminologica del dominio che contribuisca alla creazione di un lessico più uniforme in modo tale da aiutare sia le aziende del settore che i traduttori specializzati.

In generale, è possibile definire il presente lavoro di tesi come un'importante e stimolante occasione di crescita professionale e non. Infatti, non solo la candidata

ha potuto mettere in pratica le conoscenze e le competenze acquisite durante il suo percorso di studi, ma ha potuto anche acquisire una maggiore consapevolezza delle proprie capacità traduttive, organizzative e gestionali, nonché ampliare i propri orizzonti, anche in vista di un futuro lavorativo: al termine del progetto, infatti, il bagaglio culturale della traduttrice comprende anche la conoscenza di un nuovo settore e della relativa terminologia italiana e russa. Sebbene il progetto di traduzione e localizzazione abbia richiesto tempo e sforzo, in quanto svolto verso la lingua straniera, il risultato finale ha confermato una forte passione e un interesse per la traduzione specializzata.

In conclusione, è possibile affermare che l'obiettivo prefissato in partenza, ossia la localizzazione del sito web www.coraseeds.com, è stato raggiunto. Trattandosi di una localizzazione "parziale" però, il lavoro lascia ampio spazio a una sua possibile estensione e, di conseguenza, ad una eventuale prosecuzione della collaborazione con l'azienda Cora Seeds S.r.l.

BIBLIOGRAFIA

- Alessandrini, A. (2017). *Marketing turistico. Rendi visibile la tua struttura ricettiva online*. Palermo: Flaccovio Editore.
- Altieri Biagi, M. L. (1974). “Aspetti e tendenze dei linguaggi della scienza, oggi”. In AA.VV. (1974). *Italiano d'oggi : lingua non letteraria e lingue speciali*. Trieste: LINT.
- Arntz, R., Picht, H., Mayer, F. (2002). *Einführung in die Terminologearbeit*. Hildesheim [etc.]: Olms
- Aston, G. (2000). “I corpora come risorse per la traduzione e per l'apprendimento”. In *I corpora nella didattica della traduzione: atti del Seminario di studi internazionale, Bertinoro, 14-15 novembre 1997*. Bernardini, S., Zanettin, F. a cura di (2000). Bologna: CLUEB.
- Baroni, M., Bernardini, S., Ferraresi, A., Zanchetta, E. (2009). *The WaCky Wide Web: A Collection of Very Large Linguistically Processed Web-Crawled Corpora*. Language Resources and Evaluation 43 (3): 209-226.
- Berners-Lee, T. (2000). *Weaving the Web: the original design and ultimate destiny of the World Wide Web by its inventor*. New York: HarperCollins Publishers
- Bowker, L., Pearson, J. (2002). *Working with specialized language: a practical guide to using corpora*. London-New York: Routledge.
- Cabré, M.T. (1999). *Terminology. Theory, Methods and Applications*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- Cadorin, E., Kukushkina, I. (2014). *Il russo per l'azienda. Corrispondenza commerciale. Documenti legali. Dizionario commerciale*. Hoepli
- Carlini, F. (2000). *Lo Stile del Web. Parole e immagini nella comunicazione di rete*. Torino: Einaudi.
- Cassia, F. (2008). *Analisi strategica e marketing per i mercati emergenti*. LED: Edizioni universitarie di lettere economia diritto.
- Cavagnoli, S. (2007). *La comunicazione specialistica*. Roma: Carocci.

- Cerved, (2017). *Rapporto Cerved PMI*. Roma: New Copy Service S.r.l.
- Chandler, H. M. (2005). *The Game Localization Handbook*. Massachusetts: Charles River Media.
- Cortelazzo, M. (1994). *Lingue speciali: la dimensione verticale*. Padova: Unipress.
- Czinkota, M.R; Tesar G. a cura di (1982), *Export Management: An International Context*. New York: Praeger.
- De Bortoli, M., Maroto, J. (2001). “Colors across culture: Translating colors in interactive marketing communications”. In *Proceedings of the European Languages and the Implementation of Communication and Information Technologies* Russow, R., Barbereau, D. (Eds.), Elicit 2001: conference (pp. 3-4). UK: Paisley University Language Press.
- Denissova, G. (2007). “Oltre le regole: riflessioni sulla didattica del russo scientifico-professionale”. In *Tradurre le micro lingue scientifico-professionali. Riflessioni teoriche e proposte didattiche*. Mazzotta, P., Salmon, L. (2007). Torino: Utet
- Depperu, D. (1993). *L' internazionalizzazione delle piccole e medie imprese*. Milano: Egea.
- Di Furia, G. (2016). *Tradurre per le aziende: localizzazione del sito web di Tecnopress S.a.s.*. Università di Bologna.
- Dunne, K. J. a cura di (2006). *Perspectives on localization*. Amsterdam: John Benjamins.
- Esselink, Bert. *A Practical Guide to Localization*. Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins Pub. Co, 2000. Print.
- Esselink, B. (2006). “The evolution of localization.” In *Technology and Its Teaching* A. Pym, A. Perekrestkenko & B. Translation (Eds.), (pp.21-29). Universitat i Virgili: Inter Cultural Studies Group.
- Felber, H. (1984). *Terminology Manual*. Paris: Unesco and Infoterm
- Frasca, G. (2001). *Rethinking Agency and Immersion: Video Games as a Means of Consciousness-Raising*. Essay presented at SIGGRAPH.
- Fuzzi, J. (2014). *Meccanica Sarti: localizzazione, traduzione e lavoro terminologico*. Università di Bologna

- Goldman Sachs, (2001). “Building better global economic BRICs”, Global Economic Paper, N. 66.
- Goldman Sachs, (2005). *How solid are the BRICs*, Global Economics Paper, N. 134
- Gotti, M. (1991). *I linguaggi specialistici: caratteristiche linguistiche e criteri pragmatici*. Scandicci: La nuova Italia.
- Gouadec, Daniel (2003), *Le bagage spécifique du localiseur/localisateur. Le vrai “nouveau profil” requis*. Meta 48(4)
- Howe, J. (2006). *The Rise of Crowdsourcing*. Wired Magazine, 14(6).
- Jakobson, R. (1960). “Linguistics and Poetics”. In *Style in Language*. Sebeok, T. (ed.) (1960). Cambridge, MA: M.I.T. Press.
- Jimenez-Crespo, M. A. *Translation and Web Localization*. London; New York: Routledge, 2013. Print.
- Krug, S. (2014). *Don't make me think. Un approccio di buon senso all'usabilità web e mobile*. Milano: Tecniche Nuove.
- Lecci, C. e Di Bello, E. (2012). *Usare la traduzione assistita*. Bologna: CLUEB.
- Lincoln, S. R. (2009), *Mastering Web 2.0: Transform Your Business Using Key Website and Social Media Tools*. London/Philadelphia: Kogan Page Publishers.
- Lockwood, Rose (2000): “Have Brand, Will Travel”. In *Language International*. Vol 12/2.
- Lommel, Arle (2003) *The Localization Industry Primer*, Féchy, Switzerland: Localization Industry Standards Association, 2nd edition.
- Magris, M., M.T. Musacchio, L. Rega e F. Scarpa. (2002). *Manuale di terminologia: aspetti teorici, metodologici e applicativi*. Milano: Hoepli.
- Maldussi, D. (2008). *La terminologia alla prova della traduzione specializzata: l'offerta del terminologo, le esigenze del professionista - una ricerca dal vivo*. Bologna: Bononia università press.
- Mayer, F. (2002). “Sinonimia ed equivalenza.” In *Manuale di terminologia: aspetti teorici, metodologici e applicativi*. Magris, M., M.T. Musacchio, L. Rega e F. Scarpa. (2002). Milano: Hoepli.

- McDonough, J. “Hiding Difference: On the Localization of Websites”. In *Translator: Studies in Intercultural Communication* 12.1 (2006).
- Monacelli, C. a cura di (2001). *Traduzione, revisione e localizzazione nel terzo millennio: da e verso l'inglese*. Milano: F. Angeli.
- Muzzi, A. (2014). *La localizzazione di pagine Web*. Conferenza. Scuola di Lingue e Letterature, Traduzione e Interpretazione. Forlì: 08/10/14
- Newmark, P. (1994). *La traduzione: problemi e metodi*. Milano: Garzanti.
- Newmark, P. (1995). *A Textbook of translation*. London & New York: Prentice Hall.
- Nielsen, J. (2000). *Designing web usability: the practice of simplicity*. Indianapolis: New Riders.
- Nord, C. (1991). *Text Analysis in Translation. Theory, Methodology, and Didactic Application of a Model for Translation-Oriented Text Analysis*. Amsterdam: Atlanta.
- Oakes, M.P. (1998). *Statistics for corpus linguistics*. Edinburgh: Edinburgh university press.
- O'Hagan, M. (2013). “The Impact of New Technologies on Translation Studies: A Technological Turn?” In *Routledge Handbook of Translation Studies*, Millán Varela C., Bartrina F. (ed.), p. 503-518. London: Routledge.
- O'Hagan, M. and Mangiron, C. (2013). *Videogame Localization*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- Osimo, B. (2000). *Traduzione e nuove tecnologie: informatica e Internet per traduttori*. Milano: Hoepli.
- Pearson, J. (1998). *Terms in context*. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins.
- Pym, A. (2010) *Website localization. The Oxford Handbook of Translation Studies*. Oxford: Oxford University Press.
- Raggi, G. (2016). *Internazionalizzare le imprese locali: localizzazione del sito web GreenVet per l'azienda APA-CT di Forlì*. Università di Bologna.

- Rega, L. (2002). “Il termine in un’ottica terminologica plurilingue”. In *Manuale di terminologia: aspetti teorici, metodologici e applicativi*. Magris, M., Musacchio M. T., Rega L. e Scarpa F. (2002). Milano: Hoepli.
- Sager, J. C. (1990). *A Practical Course in Terminology Processing*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- Sandrini, P. (2008): “Localization and Translation”. In: *LSP Translation Scenarios. Selected Contributions to the EU Marie Curie Conference Vienna 2007*. MuTra Journal, Vol 2 2008.
- Scarpa, F. (2001). *La traduzione specializzata: lingue speciali e mediazione linguistica*. Milano: Hoepli.
- Scarpa, F. (2002). “Terminologia e lingue speciali”. In *Manuale di terminologia: aspetti teorici, metodologici e applicativi*. Magris, M., M.T. Musacchio, L. Rega e F. Scarpa. (2012). Milano: Hoepli.
- Scarpa, F. (2008). *La traduzione specializzata. Un approccio didattico professionale*. Milano: Hoepli
- Schäler, R. (2008b). “Linguistic Resources and Localisation”. In *Topics in Language Resources for Translation and Localization*. Yuste Rodrigo, E. Amsterdam-Philadelphia: John Benjamins.
- Singh, N., Pereira A. (2005). *The culturally customized Web Site. Customizing Web Sites for the Global Marketplace*. Burlington MA, USA: Elsevier, Butterworth Heinemann
- Sobrero, A. A. (1993). “Lingue speciali”. In *Introduzione all'italiano contemporaneo*. Sobrero, A. A. a cura di (1993). Roma-Bari: Laterza.
- Soglia, S. (2002). “Origine, sviluppo e tendenze della terminologia moderna”. In *Manuale di terminologia: aspetti teorici, metodologici e applicativi*. Magris, M., M.T. Musacchio, L. Rega e F. Scarpa. (2002). Milano: Hoepli.
- Visciola, M. (2000). *Usabilità dei siti Web*. Milano: Apogeo.
- Yunker, J. (2002). *Beyond Borders. Web Globalization Strategies*. Indianapolis: New Riders Publishing.

- Zanchetta, E., Di Bello, E., & Lecci, C. (2011). *Traduzione automatica e traduzione assistita. Usare la traduzione automatica*, 47-62. Bologna: CLUEB
- Zanettin, F. (2012). *Translation-driven corpora - Corpus resources for descriptive and applied translation studies*. Manchester, Kinderhook: St. Jerome Publishing

SITOGRAFIA

- Agostini Quality Translations. *Traduzione Sito Web e Metadati: Titolo, Descrizione e Parole Chiave* <http://www.agostiniassociati.it/agostini-associati-traduzione-sito.php> [ultima consultazione: 23/09/18]
- AIIPA – Associazione italiana industriale prodotti alimentari. *Cosa è la IV gamma?* <http://www.aiipa.it/prodotti-vegetali/prodotti-ortofrutticoli-di-iv-gamma/info-documenti/item/201-cosa-e-la-iv-gamma> [ultima consultazione: 19/10/18]
- AntConc: <http://www.laurenceanthony.net/software/antconc/> [ultima consultazione 05/11/18]
- Barber, W. & A. Barde (1998). *Culturability: The merging of culture and usability*. Presented at the Conference on Human Factors and the Web, Basking Ridge, New Jersey: AT&T Labs. <http://zing.ncsl.nist.gov/hfweb/att4/proceedings/barber/> [ultima consultazione: 01/10/18]
- Beraldin (2013) *Una panoramica sugli strumenti di traduzione assistita disponibili come software libero* <http://www.intraline.org/monographs/beraldin/tradassist.html> [ultima consultazione: 30/09/18]
- Bertaccini, F., Lecci, C. (2009). *Conoscenze e competenze nell'attività terminologica e terminografica*, Terminologia, ricerca e formazione, Publifarum, n. 9, http://publifarum.farum.it/ezine_articles.php?id=107 [ultima consultazione: 06/10/2018]
- BootCaT - Simple Utilities to Bootstrap Corpora And Terms from the Web: <http://bootcat.sslmit.unibo.it/?section=home> [ultima consultazione: 05/11/18]
- Carrada, L. (2013). *Sul web così si legge, così si scrive (dati alla mano)* http://www.mestierediscrivere.com/articolo/letturaweb_nielsen [ultima consultazione: 01/10/18]

- Ciola, B. (2009). *Ai cinesi non piacciono le nostre suonerie. Aspetti culturali e metodologici nella localizzazione.* <http://lingua.berlin/wpcontent/uploads/2015/07/Ai-cinesi-non-piacciono-le-nostre-suonerie.pdf> [ultima consultazione: 28/10/18]
- Commissione europea, DG Istruzione e cultura. *PIÙ LINGUE PIÙ AFFARI - Le conoscenze linguistiche migliorano l'efficienza delle imprese. Raccomandazioni del Forum delle Imprese sul Multilinguismo* http://www.programmallp.it/lkmw_file/LLP//in_evidenza/davignon_it.pdf [ultima consultazione: 27/09/18]
- Commissione europea. *ELAN: Effects on the European Economy of Shortages of Foreign Languages* http://ec.europa.eu/assets/eac/languages/policy/strategic-framework/documents/elan_en.pdf [ultima consultazione: 28/09/18]
- Commissione europea. (2009): *Webtranslation as a genre.* <http://bookshop.europa.eu/de/web-translation-as-a-genre-pbHC8009160/> [ultima consultazione: 26/09/18]
- Commissione europea, Directorate-General for Translation. (2011). *Report on Language Management Strategies and Best Practice in European SMEs: The PIMLICO Project* http://ec.europa.eu/assets/eac/languages/policy/strategic-framework/documents/pimlico-full-report_en.pdf [ultima consultazione: 28/09/18]
- Commissione europea (2011). *Sintesi della relazione PIMLICO su strategie e migliori pratiche per la gestione linguistica* http://ec.europa.eu/dgs/education_culture/repository/languages/policy/strategic-framework/documents/pimlico-summary_it.pdf [ultima consultazione: 28/09/18]
- Cora Seeds S.r.l.: www.coraseeds.com [ultima consultazione: 05/11/18]
- DePalma D. A., Sargent B.B. e Beninato R. S. (2006). *Can't read won't buy: why language matters on global websites.* https://www.commonseadvisory.com/portals/_default/knowledgebase/a

- [rticleimages/060926_r_global_consumer_preview.pdf](#) [ultima consultazione: 01/10/18]
- Di Pofi, A., Giannetti, A., Muzii, L., Muzzi, A., Nuzzolese, G., Vinci., F. (2002). Introduzione alla localizzazione. *Associazione Italiana Traduttori e Interpreti*. <https://www.slideshare.net/muzii/publoc-01> [ultima consultazione: 24/09/18]
 - Dizionario Cambridge: <https://dictionary.cambridge.org/> [ultima consultazione: 27/09/18]
 - Enciclopedia Treccani: <http://www.treccani.it/> [ultima consultazione 28/09/18]
 - Fondo monetario internazionale, Dipartimento di ricerca. *World Economic Outlook, aprile 2014: il recupero si rafforza, rimane irregolare* <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2016/12/31/World-Economic-Outlook-April-2014-Recovery-Strengthens-Remains-Uneven-41120> [ultima consultazione: 17/09/18]
 - Gouadec, D. (2009). *Guide des métiers de la traduction-localisation et de la communication multilingue et multimédia: interprète, lexicologue, terminologie, traducteur généraliste, traducteur spécialisé, traducteur (auteur) pour les médias [...]*. Parigi: La Maison du dictionnaire: http://www.profession-traducteur.net/ancien10-2010/etudiant/metiers/loca_web.htm [ultima consultazione: 01/10/18]
 - Guida di Search Console. *Metatag riconosciuti da Google* <https://support.google.com/webmasters/answer/79812?hl=it> [ultima consultazione: 23/09/18]
 - Hofstede Insights: <https://www.hofstede-insights.com/> [ultima consultazione 16/09/18]
 - Info Mercati Esteri: <http://www.infomercatiesteri.it/> [ultima consultazione: 05/11/18]
 - Internet World Stats. *Internet World Users by Language* <https://www.internetworldstats.com/stats7.htm> [ultima consultazione: 27/09/18]
 - MemoQ: <https://www.memoq.com/en/> [ultima consultazione: 05/11/18]

- Nielsen, J. (2012). *Usability 101: Introduction to Usability* <http://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/> [ultima consultazione: 01/10/18]
- Pittureri, S; Storelli, S. a cura di (2011). *Innovazione organizzativa. Guida all'internazionalizzazione per l'impresa*. Camera di Commercio Padova. <http://test.osservatoriobiomedicaleveneto.it/wp-content/uploads/2017/02/2011-guida-internazionalizzazione-imprese.pdf> [ultima consultazione: 14/09/18]
- Rapporto CERVED PMI 2017: http://www.educational.rai.it/materiali/pdf_articoli/39231.pdf [ultima consultazione: 15/09/18]
- Riediger, H. (2010). *Cos'è la terminologia e come si fa un glossario*. http://www.term-minator.it/corso/doc/mod3_termino_glossa.pdf [ultima consultazione: 10/10/2018]
- Riediger, H. & Galati G. (2012) *Tecnologie per la traduzione* <http://www.term-minator.it/corso/doc/tectra.pdf> [ultima consultazione 15/10/18]
- Sace Simest, Rapporto Export 2017. *Export Unchained - Dove la crescita attende il Made in Italy* https://www.sace.it/docs/default-source/ufficio-studi/sace_rapportoexport2017.pdf?sfvrsn=2 [ultima consultazione 15/09/18]
- W3techs. *Tendenze storiche nell'uso delle lingue dei contenuti per i siti Web* https://w3techs.com/technologies/history_overview/content_language [ultima consultazione: 27/09/18]

APPENDICE A. – Testo di partenza e testo di arrivo

Sezione web	Testo di partenza	Testo di arrivo
<p>Azienda</p>	<p>Azienda</p> <p>CORA® SEEDS è una giovane azienda italiana costituita da persone con più di 25 anni d'esperienza nel settore delle sementi orticole professionali. Si dedica alla ricerca, alla produzione ed alla commercializzazione di sementi di cipolle, prodotti per la produzione di baby leaf, pomodoro da mensa e da industria, angurie, meloni, peperoni, finocchio, sedano, basilico e non solo.</p> <p>CORA® SEEDS</p>	<p>О нас</p> <p>CORA® SEEDS это молодая итальянская компания, которую составляют люди, имеющие более чем 25-летний опыт работы в секторе профессиональных семян огородных культур. Она занимается исследованием, производством и продажей луковых семян, продуктов для выращивания салата Бэби лиф, томатов для свежего рынка и для переработки, арбузов, дынь, перцев, фенхеля, сельдерея, базилика и других культур.</p> <p>CORA® SEEDS</p>

	<p>ha la propria struttura a Cesena, patria della produzione di semi di specie orticole nel mondo, dove nelle proprie strutture, serre, vivai e terreni svolge attività di breeding, valutazione e dimostrazione dei prodotti che provengono dalla ricerca. Il lavoro di miglioramento genetico viene svolto da un pool di breeders che selezionano e costituiscono ibridi per il mercato italiano e per i vari mercati mondiali. Nei propri laboratori ha affiancato ai breeders un biotecnologo che li assiste nella loro attività di miglioramento genetico avvalendosi anche del supporto di innovative biotecnologie.</p> <p>CORA® SEEDS</p> <p>attraverso collaborazioni con laboratori esterni effettua</p>	<p>si trova in città Cesena, che è famosa in tutto il mondo per la produzione di semi di piante da orto. Lì, nelle serre, nei vivaia e nei terreni, si occupano di breeding, valutazione e dimostrazione dei prodotti che provengono dalla ricerca. Il lavoro di miglioramento genetico viene svolto da un pool di breeders che selezionano e costituiscono ibridi per il mercato italiano e per i vari mercati mondiali. Nei propri laboratori ha affiancato ai breeders un biotecnologo che li assiste nella loro attività di miglioramento genetico avvalendosi anche del supporto di innovative biotecnologie.</p> <p>CORA® SEEDS</p> <p>attraverso collaborazioni con laboratori esterni effettua</p>
--	---	--

	<p>test di patogenicità per la resistenza ai vari agenti di malattia e test di purezza sul seme che proviene dalle produzioni di varie parti del mondo, con l'obiettivo di garantire sementi esenti da patogeni. Effettua presso i propri laboratori analisi di germinabilità e vigore sui lotti di seme prodotti in modo da monitorarne costantemente la qualità. Nella stazione sperimentale inoltre vengono testati tutti i lotti per verificare la purezza genetica prima di essere commercializzati. Nelle strutture aziendali il seme viene controllato per l'umidità e se necessario deumidificato, poi conservato in apposite celle a temperatura e umidità controllate allo scopo di mantenere nel tempo un elevato standard qualitativo.</p>	<p>внешними лабораториями, мы проводим тесты на патогенность и на устойчивость к различным возбудителям заболеваний и тесты на чистоту семян из различных стран мира, с целью гарантировать в семенах отсутствие патогенов. А в наших лабораториях, проводятся анализы всхожести и мощности произведённых партий семян для того, чтобы постоянно контролировать их качество. На экспериментальной станции также ведётся проверка генетической чистоты всех партий перед их продажей. На территории компании контролируется влажность семян и, если необходимо, производится их сушка. Семена хранятся в специальных ячейках при контролируемой</p>
--	--	--

	<p>CORA® SEEDS</p> <p>dispone d'attrezzature per il trattamento, il dosaggio ed il confezionamento delle sementi utilizzate per spedire sementi sia sul mercato nazionale che su quello estero. Disponendo di una rete commerciale in Italia, copre tutte le più importanti aree di produzioni orticole nazionali. La collaborazione con distributori e partners all'estero le permette di essere presente in diversi paesi quali Francia, Inghilterra, Olanda, Germania, Ungheria, Serbia, Ucraina e Turchia. La gamma orticola è dedicata al mercato degli orticoltori specializzati che producono per la grande distribuzione i mercati e per l'export.</p>	<p>temperature e влажности для того, чтобы поддерживать высокие стандарты качества в течение времени.</p> <p>CORA® SEEDS</p> <p>владет оборудованием для обработки, взвешивания и упаковки семян, используемое для отправки семян на внутренний и внешний рынок. Имея коммерческую сеть в Италии, наша кампания охватывает все наиболее важные национальные области овощного производства. Сотрудничество с дистрибьюторами и партнёрами за рубежом позволяет нам вести бизнес в нескольких странах, таких как Франция, Англия, Голландия, Германия, Венгрия, Сербия, Украина и Турция. Наш ассортимент нацелен на рынок</p>
--	---	---

	<p>CORA® SEEDS è distributore per l'Italia delle sementi di Pop Vriend Seeds, azienda olandese specializzata in mais dolce, fagiolino per l'industria e per il mercato fresco, spinaci per l'industria e per il mercato fresco e produzione di baby spinach. Esegue per conto della stessa azienda olandese la sperimentazione e la verifica del materiale prodotto per quanto riguarda l'idoneità al territorio italiano.</p>	<p>специализированных сельскохозяйственных операторов, которые производят для розничной торговли, для рынков и для экспорта.</p> <p>CORA® SEEDS является итальянским дистрибьютором семян Pop Vriend Seeds, голландской компании, специализирующейся на сладкой кукурузе, на стручковой фасоли для переработки и свежего рынка, на шпинате для переработки и свежего рынка и на бэби шпинате. Экспериментирование и контроль произведённых продуктов на предмет их пригодности к итальянской территории, осуществляются той же компанией Pop Vriend Seeds.</p>
<p>Ricerca e sperimentazione</p>	<p>Ricerca e sperimentazione</p> <p>Lo scopo della ricerca e del</p>	<p>Исследования и экспериментирование</p> <p>Цель исследований и</p>

	<p>miglioramento genetico è quello di costituire varietà di specie orticole in grado di esprimere le migliori performance nelle varie diversificate aree di produzione. A tale scopo viene attuato un programma di ricerca e sperimentazione sia sul territorio italiano che internazionale (vedi Spagna, Francia, Inghilterra, Germania, Olanda, Ungheria, Serbia, Romania, Turchia, Ucraina ed altri paesi). Assieme ai partner ed ai vari distributori all'estero vengono allestiti campi sperimentali ed open day in modo tale da poter scegliere e visionare il miglior materiale adatto alle esigenze ambientali e commerciali dei vari paesi.</p>	<p>генетического улучшения заключается в создании сортов огородных культур, способных развивать наилучшие характеристики в различных диверсифицированных областях производства. С этой целью, программа исследований и экспериментирование осуществляется как на итальянской, так и на международной территории (см. Испания, Франция, Англия, Германия, Голландия, Венгрия, Сербия, Румыния, Турция, Украина и другие страны). Вместе с партнёрами и различными дистрибьюторами за рубежом, организуются дни открытых дверей и экспериментальные площадки для того, чтобы отбирать и просматривать самый лучший материал,</p>
--	--	--

	<p>La ricerca e la sperimentazione sono rivolte ad una gamma completa di prodotti ibridi di angurie, baby leaf, basilico, brassiche, cipolla, melone, lattughe, fagiolino, fagiolo piatto rampicante, finocchio, pomodoro da mensa e da industria, mais dolce, peperone, prezzemolo, sedano e spinacio.</p> <p>Grazie al risultato della propria ricerca e dei partners (Pop Vriend Seeds), Cora Seeds è in grado d'offrire un'ampia gamma di prodotti con l'intento di soddisfare le esigenze dell'industria e degli orticoltori.</p>	<p>который способен удовлетворить экологические и коммерческие потребности различных стран.</p> <p>Исследование и экспериментирование относятся к полному ассортименту гибридных продуктов, таких как: арбуз, салат Бэби лиф, базилик, капуста, лук, дыня, салат, стручковая фасоль, плоская вьющаяся фасоль, фенхель, томат для переработки и для свежего рынка, сладкая кукуруза, перец, петрушка, сельдерей и шпинат.</p> <p>Благодаря результатам наших исследований и результатам наших партнёров (Pop Vriend Seeds), наша компания Cora Seeds может предложить широкий ассортимент продукции, чтобы удовлетворить</p>
--	---	---

		любые потребности производителей и овощеводов.
Cipolla a giorno corto	<p>Cipolla a giorno corto</p> <p>Hidras Uso: mercato fresco / cipollotto; Maturazione: media; Pianta: vigorosa; Forma: tonda; Calibro: di buona pezzatura; Consistenza: media; Stoccaggio: per breve stoccaggio; Note: ideale per raccolte di cipolla bianca precoce e si presta alla produzione di cipollotto. Tollera bene le basse temperature invernali.</p> <p>DIVINA F1 (CRX 3751) Uso: mercato fresco / cipollotto; Maturazione: media; Pianta: vigorosa, molto rustica; Forma: tonda, di colore rosso intenso;</p>	<p>Лук короткого дня</p> <p>Гидрас (Hidras) Использование: свежий рынок / лук на перо; Срок созревания: средний; Растение: крепкое; Форма: круглая; Калибр: крупный размер; Плотность: средняя; Лёжкасть: краткосрочная; Примечания: пригоден для сбора раннего белого лука и для продукции лука на перо. Хорошо переносит низкие зимние температуры.</p> <p>ДИВИНА Ф1 (DIVINA F1 -CRX 3751) Использование: свежий рынок / лук на перо; Срок созревания: средний; Растение: крепкое, очень выносливое;</p>

	<p>Calibro: medio grosso; Consistenza: discreta; Stoccaggio: buono; Note: presenta la peculiarità di un colore degli anelli interni molto rosso ed un basso grado di pungenza.</p> <p>Fokker F1 (CRX 253) Uso: mercato fresco; Maturazione: precoce;</p> <p>Reflex F1 Pianta: vigorosa e rustica; Forma: tonda globosa; Calibro: grande; Consistenza: buona; Stoccaggio: medio; Note: ibrido che ben si adatta a diverse aree di coltivazione, unisce produzione, precocità e qualità del bulbo. Uso: mercato fresco; Maturazione: media;</p>	<p>Форма: круглая, насыщенного красного цвета; Калибр: средне-крупноплодный; Плотность: средняя; Лёжкость: хорошая; Примечания: лук полуострый, с очень красными внутренними кольцами.</p> <p>Фоккер Ф1 (Fokker F1 - CRX 253) Использование: свежий рынок; Срок созревания: ранний;</p> <p>Рефлекс Ф1 (Reflex F1) Растение: крепкое и выносливое; Форма: круглая, шаровидная; Калибр: крупноплодный; Плотность: хорошая; Лёжкость: средняя; Примечания: гибрид, хорошо приспосабливается к разным областям выращивания, сочетает</p>
--	--	---

	<p>Pianta: di buon vigore; Forma: tonda, ottima tunica di colore dorato; Calibro: medio; Consistenza: elevata; Stoccaggio: ottimo; Note: ibrido di rilievo per colore, vestitura e possibilità di stoccaggio.</p> <p>SKINER F1 Uso: mercato fresco; Maturazione: medio tardiva; Pianta: vigorosa; Forma: tonda, con colletto sottile; Calibro: medio grande; Consistenza: elevata; Stoccaggio: molto buono; Note: molto produttiva, rustica e di</p>	<p>урожайность, скороспелость и качество луковицы. Использование: свежий рынок; Срок созревания: средний; Растение: хорошей мощности; Форма: круглая, отличная луковая шелуха золотого цвета; Калибр: среднеплодный; Плотность: высокая; Лёжкость: долгосрочная; Примечания: цвет, шелуха и возможность хранения делают этот гибрид особенным.</p> <p>СКИНЕР Ф1 (SKINER F1) Использование: свежий рынок; Срок созревания: средне-поздний; Растение: крепкое; Форма: круглая, с тонкой шейкой; Калибр: средне-крупноплодный; Плотность: высокая;</p>
--	--	--

	<p>buona consistenza. Presenta un apparato radicale molto forte, tollera bene le basse temperature invernali.</p> <p>CRX 2301 F1 Uso: mercato fresco; Maturazione: molto precoce; Pianta: di buon vigore; Cipolla a giorno corto</p> <p>CRX 1939 F1 Forma: tonda globosa, colletto piccolo; Calibro: medio; Consistenza: buona; Stoccaggio: medio; Note: la prima varietà disponibile per iniziare le raccolte primaverili. Uso: mercato fresco / cipollotto; Maturazione: molto</p>	<p>Лёжкость: очень хорошая;</p> <p>Примечания: лук очень урожайный и выносливый, имеет хорошую плотность. Имеет очень сильную корневую систему, хорошо переносит низкие зимние температуры.</p> <p>CRX 2301 F1 Использование: свежий рынок; Срок созревания: очень ранний; Растение: хорошей мощности; Лук короткого дня</p> <p>CRX 1939 F1 Форма: круглая, шаровидная, с маленькой шейкой; Калибр: среднеплодный; Плотность: хорошая; Лёжкость: средняя; Примечания: первый сорт в наличии, который пригоден для начала весеннего сбора урожая.</p>
--	--	--

	<p>precoce;</p> <p>Pianta: medio vigorosa;</p> <p>Forma: tonda, molto uniforme;</p> <p>Calibro: medio grande;</p> <p>Consistenza: buona;</p> <p>Stoccaggio: medio;</p> <p>Note: colore bianco brillante, ideale per raccolte precoci.</p> <p>Lyrika F1(CRX 1524)</p> <p>Uso: mercato fresco / industria / cipollotto;</p> <p>Maturazione: medio tardiva;</p> <p>Pianta: vigorosa;</p> <p>Forma: tonda, con colletto sottile;</p> <p>Calibro: grande;</p> <p>Consistenza: elevata;</p> <p>Stoccaggio: ottimo;</p> <p>Note: molto bianca, producendo bulbi uniformi di grossa pezzatura si presta particolarmente alla</p>	<p>Использование: свежий рынок / лук на перо;</p> <p>Срок созревания: очень ранний;</p> <p>Растение: средне-крепкое;</p> <p>Форма: круглая, очень однородная;</p> <p>Калибр: средне-крупноплодный;</p> <p>Плотность: хорошая;</p> <p>Лёжкость: средняя;</p> <p>Примечания: блестящий белый цвет, пригоден для ранних урожаев.</p> <p>Лирика Ф1 (Lyrika F1-CRX 1524)</p> <p>Использование: свежий рынок / переработка / лук на перо;</p> <p>Срок созревания: средне-поздний;</p> <p>Растение: крепкое;</p> <p>Форма: круглая, с тонкой шейкой;</p> <p>Калибр: крупноплодный;</p> <p>Плотность: высокая;</p> <p>Лёжкость: долгосрочная;</p> <p>Примечания: очень белый, пригодный для промышленной</p>
--	--	--

	<p>lavorazione industriale.</p> <p>White Opera F1 Uso: mercato fresco / industria; Maturazione: medio tardiva; Pianta: vigorosa e rustica; Forma: tonda, molto uniforme; Calibro: medio grande; Consistenza: elevata; Stoccaggio: molto lungo; Note: di colore bianco candido, molto vestita, consistente, ideale per lunghi stoccaggi.</p> <p>Fiamma F1 Uso: mercato fresco / industria / cipollotto; Maturazione: medio tardiva; Pianta: vigorosa e rustica;</p>	<p>переработки благодаря его крупным, однородным луковицам.</p> <p>Вайт Опера Ф1 (White Opera F1) Использование: свежий рынок / переработка; Срок созревания: средне-поздний; Растение: крепкое и выносливое; Форма: круглая, очень однородная; Калибр: средне-крупноплодный; Плотность: высокая; Лёжкость: очень долгосрочная; Примечания: белоснежного цвета, хорошая шелуха, плотный, пригоден для долгосрочного хранения.</p> <p>Фьямма Ф1 (Fiamma F1) Использование: свежий рынок / переработка / лук на перо; Срок созревания:</p>
--	--	--

	<p>Forma: tonda; Calibro: medio grande; Consistenza: elevata; Stoccaggio: ottimo; Note: colore violaceo brillante, inconfondibile, la più coltivata in Europa. Dopo diversi anni dalla sua introduzione, oggi FIAMMA F1 si conferma l'ibrido di cipolla rossa a semina primaverile più diffuso in Europa. Il colore è veramente unico per intensità e brillantezza e per questo apprezzato in tutti i mercati.</p> <p>CRX 3760 F1 Uso: mercato fresco; Maturazione: media; Pianta: vigorosa e rustica; Forma: tonda; Calibro: medio grande;</p>	<p>средне-поздний; Растение: крепкое и выносливое; Форма: круглая; Калибр: средне-крупноплодный; Плотность: высокая; Лёжкость: долгосрочная; Примечания: блестящего фиолетового цвета, уникальное, самое выращиваемое растение в Европе. На сегодняшний день, спустя несколько лет после его внедрения, ФЪЯММА Ф1 является самым распространённым в Европе гибридом красного лука для весеннего посева. Цвет по-настоящему уникальный с точки зрения интенсивности и блеска и поэтому ценится на всех рынках.</p> <p>CRX 3760 F1 Использование: свежий рынок; Срок созревания: средний; Растение: крепкое и</p>
--	---	--

	<p>Consistenza: elevata; Stoccaggio: ottimo; Note: ibrido coltivato per i mercati che richiedono un colore rosso chiaro tendente al rosato.</p> <p>Lisa F1 Uso: mercato fresco / industria; Maturazione: ciclo medio; Pianta: medio vigorosa; Forma: tonda, uniforme; Calibro: medio grande; Consistenza: elevata; Stoccaggio: ottimo; Note: colore rosso violaceo intenso.</p> <p>Konar F1 Uso: mercato fresco / industria; Maturazione: precoce;</p>	<p>выносливое; Форма: круглая; Калибр: средне-крупноплодный; Плотность: высокая; Лёжкость: долгосрочная; Примечания: гибрид для рынков, требующих светло-красного цвета, переходящего в розовый.</p> <p>Лиза Ф1 (Lisa F1) Использование: свежий рынок / переработка; Срок созревания: средний; Растение: средне-крепкое; Форма: круглая, однородная; Калибр: средне-крупноплодный; Плотность: высокая; Лёжкость: долгосрочная; Примечания: цвет - насыщенный, красно-фиолетовый.</p> <p>Конар Ф1 (Konar F1) Использование: свежий рынок / переработка; Срок созревания:</p>
--	---	---

	<p>Pianta: mediamente vigorosa;</p> <p>Forma: tonda;</p> <p>Calibro: medio;</p> <p>Consistenza: discreta;</p> <p>Stoccaggio: medio;</p> <p>Note: da sempre la gialla precoce nella nostra gamma.</p> <p>CRX 2386 F1</p> <p>Uso: mercato fresco / industria;</p> <p>Maturazione: molto precoce;</p> <p>Pianta: medio vigorosa;</p> <p>Forma: tonda, uniforme;</p> <p>Calibro: medio grande;</p> <p>Consistenza: buona;</p> <p>Stoccaggio: medio;</p> <p>Note: ideale per raccolte precoci ed alte rese.</p> <p>Musa F1</p> <p>Uso: mercato fresco / industria;</p> <p>Maturazione: precoce;</p>	<p>ранний;</p> <p>Растение: средне-крепкое;</p> <p>Форма: круглая;</p> <p>Калибр: среднеплодный;</p> <p>Плотность: средняя;</p> <p>Лёжкость: средняя;</p> <p>Примечания: классика жёлтого раннего лука в нашем ассортименте.</p> <p>CRX 2386 F1</p> <p>Использование: свежий рынок / переработка;</p> <p>Срок созревания: очень ранний;</p> <p>Растение: средне-крепкое;</p> <p>Форма: круглая, однородная;</p> <p>Калибр: средне-крупноплодный;</p> <p>Плотность: хорошая;</p> <p>Лёжкость: средняя;</p> <p>Примечания: пригоден для раннего сбора урожая и высокой урожайности.</p> <p>Муза Ф1 (Musa F1)</p> <p>Использование: свежий рынок / переработка;</p> <p>Срок созревания:</p>
--	--	--

	<p>Pianta: vigorosa e rustica; Forma: sferica, monocentro, colletto piccolo; Calibro: medio grande; Consistenza: buona; Stoccaggio: buono; Note: dorata precoce produttiva, idonea per mercato fresco e industria.</p> <p>Fundador F1 Uso: mercato fresco / industria; Maturazione: medio precoce; Pianta: vigorosa; Forma: tonda, molto uniforme; Calibro: grande, indicata per jumbo; Consistenza: elevata; Stoccaggio: buono; Note: caratterizzata da produzioni elevatissime, buon colore scuro e tolleranza alla fusariosi e al pink root.</p>	<p>ранний; Растение: крепкое и выносливое; Форма: сферичекая, моноцентрическая, маленькая шейка; Калибр: средне-крупноплодный; Плотность: хорошая; Лёжкость: хорошая; Примечания: ранний, урожайный, золотой лук, пригоден для свежего рынка и для переработки.</p> <p>Фундадор Ф1 (Fundador F1) Использование: свежий рынок / переработка; Срок созревания: средне-ранний; Растение: крепкое; Форма: круглая, очень однородная; Калибр: крупноплодный, пригоден для категории джамбо; Плотность: высокая; Лёжкость: хорошая; Примечания: характеризуется высокой урожайностью, хорошим</p>
--	---	--

	<p>Presenta un forte apparato radicale.</p> <p>Ambrador F1 Uso: mercato fresco / industria; Maturazione: media; Pianta: vigorosa; Forma: tonda con colletto sottile; Calibro: medio grande; Consistenza: elevata; Stoccaggio: ottimo; Note: molto produttiva, uniforme, ottima consistenza e vestitura.</p> <p>Lamyca F1 Uso: mercato fresco; Maturazione: medio tardiva; Pianta: vigorosa; Forma: tonda, con colletto sottile;</p>	<p>тёмным цветом и устойчивостью к фузариозу и к розовой гнили корней. Имеет сильную корневую систему.</p> <p>Амбрадор Ф1 (Ambrador F1) Использование: свежий рынок / переработка; Срок созревания: средний; Растение: крепкое; Форма: круглая с тонкой шейкой; Калибр: средне-крупноплодный; Плотность: высокая; Лёжкость: долгосрочная; Примечания: сорт очень урожайный, однородный, имеет отличную плотность и шелуху.</p> <p>Ламика Ф1 (Lamyca F1) Использование: свежий рынок; Срок созревания: средне-поздний; Растение: крепкое; Форма: круглая, с тонкой</p>
--	---	---

	<p>Calibro: medio grosso; Consistenza: molto alta; Stoccaggio: idonea per lunghi stoccaggi; Note: molto rustica, bronzea, ottima consistenza e vestitura, si può raccogliere e stoccare alla rinfusa.</p> <p>Elenka F1 pvp Uso: mercato fresco; Maturazione: medio tardiva; Pianta: molto vigorosa e rustica; Forma: tonda, uniforme, molto consistente; Calibro: medio grande; Consistenza: elevatissima; Stoccaggio: molto lungo; Note: dal classico colore bronzo inconfondibile, si può raccogliere e stoccare alla rinfusa. ELENKA F1 è ormai l'ibrido di riferimento nel</p>	<p>шейкой; Калибр: средне-крупноплодный; Плотность: очень высокая; Лёжкость: долгосрочная; Примечания: сорт очень выносливый, имеет бронзовый цвет, отличную плотность и шелуху, его можно беспорядочно собирать и хранить.</p> <p>Еленка Ф1 пвп (Elenka F1 pvp) Использование: свежий рынок; Срок созревания: средне-поздний; Растение: очень крепкое и выносливое; Форма: круглая, однородная, очень плотная; Калибр: средне-крупноплодный; Плотность: очень высокая; Лёжкость: очень долгосрочная; Примечания: сорт</p>
--	---	---

	<p>mercato locale ed internazionale. I suoi caratteri inimitabili sono il colore bronzeo scuro e la capacità di sviluppare un elevato numero di tuniche che ben ricoprono il bulbo. È sicuramente l'ibrido più idoneo alla meccanizzazione dalla raccolta al processo di selezione, immagazzinaggio moderno e trasporto.</p>	<p>уникального, классического бронзового цвета, его можно беспорядочно собирать и хранить. ЕЛЕНКА Ф1 является уже основным гибридом для внутреннего и внешнего рынка. Его уникальными характеристиками являются тёмно-бронзовый цвет и способность развивать значительное количество шелухи, хорошо покрывающих луковицу. Без сомнения, это наиболее пригодный гибрид для механизированной уборки, для процесса отбора, для современных технологий складирования и для транспортировки.</p>
<p>Pomodoro indeterminato</p>	<p>Pomodoro indeterminato</p> <p>A grappolo</p>	<p>Томат индетерминантный</p> <p>Кистевой</p>

	<p>Avatar F1</p> <p>Ibrido di tipologia beef con un ciclo medio precoce. Possiede una pianta indeterminata, rustica e molto produttiva. Il frutto è di forma tonda, profondo, di buon gusto, molto consistente e ha una pezzatura compresa tra 250-350 gr.</p> <p>Resistenze: H.R.= TMV, V, F 0-1; I.R.= Ma, Mi, Mj</p> <p>Jairo F1</p> <p>Tipologia a grappolo, del peso di 160 gr. con pianta indeterminata, produttiva e di buon vigore. Il frutto si presenta di colore rosso intenso, consistente e di lunga tenuta.</p> <p>Resistenze: HR: ToMV, F 0-1, V, Ma, Mi, Mj</p>	<p>Аватар Ф1 (Avatar F1)</p> <p>Гибрид типа биф со среднеранним сроком созревания. Имеет индетерминантное, выносливое, очень урожайное растение. Плод круглый, глубокий, хорошего вкуса, очень плотный и его масса колеблется от 250 до 350 г.</p> <p>Устойчивость: Высокая устойчивость (HR)= TMV, V, F 0-1; промежуточная устойчивость (IR)= Ma, Mi, Mj</p> <p>Яйро Ф1 (Jairo F1)</p> <p>Кистевой тип, вес 160 г, имеет индетерминантное, урожайное растение с хорошей мощностью. Плод насыщенный красный, плотный и с хорошей лёжкостью.</p> <p>Устойчивость: Высокая устойчивость (HR)= ToMV, F 0-1, V, Ma, Mi, Mj</p>
--	--	---

	<p>CRX 78288 F1 Nuovo ibrido di pomodoro indicato per la raccolta a grappolo, lunga conservazione Ciclo: corto, medio precoce Pianta: buon vigore, produttiva, internodi molto ravvicinati, grappoli eleganti Frutto: tondo globoso, consistente, rosso brillante, 160 g. Resistenze: H.R.= ToMV, Fol 1-2,V, I.R.= Ma, Mi, Mj, TYLCV</p> <p>Artiglio F1 CRX 78251 Pianta: indeterminata Ciclo: precoce Frutto: forma tondo globosa, peso 140-150 gr Note: grappolo a lisca di pesce, ottimo colore e consistenza, LSL Resistenze: HR V, ToMV,</p>	<p>CRX 78288 F1 Новый гибрид томата, пригодный для кистевого сбора и для длительного хранения Срок созревания: короткий, среднеранний Растение: хорошей мощности, урожайное, очень близкие междоузлия, элегантные кисти Плод: круглый, шаровидный, плотный, блестящий красный, 160 г. Устойчивость: Высокая устойчивость (HR)= ToMV, Fol 1-2,V; промежуточная устойчивость (IR)= Ma, Mi, Mj, TYLCV</p> <p>Артильо Ф1 (Artiglio F1 - CRX 78251) Растение: индетерминантное Срок созревания: ранний Плод: кругло-шаровидная форма, масса 140-150 г. Примечания: крепкая кисть, отличный цвет и</p>
--	---	---

	<p>TYLCV; IR Ma, Mi, Mj</p> <p>Allungati CRX 74630 F1 Ibrido di tipologia San Marzano allungato, idoneo per raccolte a frutto invaiato o maturo. Possiede una pianta indeterminata, produttiva, di buon vigore con un ciclo medio precoce con frutto del peso 160 gr. Resistenze: H.R.= TVM ,V, F 0; I.R.= Ma, Mi, Mj</p> <p>Factor F1 (CRX 74614) Ibrido di San Marzano, con una pianta indeterminata, vigorosa, produttiva, di ciclo medio precoce. Il frutto</p>	<p>плотность, LSL</p> <p>Устойчивость: Высокая устойчивость (HR)= V, ToMV, TYLCV; промежуточная устойчивость (IR)= Ma, Mi, Mj</p> <p>Длинноплодный CRX 74630 F1 Длинноплодный гибрид типа Сан Марцано, пригоден для сбора до или после созревания. Растение этого сорта индетерминантное, урожайное, с хорошей мощностью и среднеранним сроком созревания, масса плода: 160г. Устойчивость: Высокая устойчивость (HR)= TVM ,V, F 0; промежуточная устойчивость (IR)= Ma, Mi, Mj</p> <p>Фактор Ф1 (Factor F1 - CRX 74614) Гибрид типа Сан Марцано, имеет индетерминантное,</p>
--	--	--

	<p>possiede un colore verde intenso e rosso a maturazione con una pezzatura di 130 gr. Resistenze: H.R.= TMV, V, F 0-1 I.R.= Ma, Mi, Mj</p> <p>CRX 74627 F1 Ibrido di tipologia insalataro allungato di ciclo medio precoce. Possiede una pianta indeterminata, produttiva con buon vigore. Il frutto presenta una grossa pezzatura del peso di 160-180 gr, di colore rosso intenso ed è ideale per raccolte a frutto invaiato o maturo. Resistenze: H.R.= TMV, V, F 0</p>	<p>крепкое, урожайное растение со среднеранним сроком созревания. Плод насыщенного зелёного цвета, при созревании цвет становится красным и масса плода достигает 130 г. Устойчивость: Высокая устойчивость (HR)= TMV, V, F 0-1; промежуточная устойчивость (IR)= Ma, Mi, Mj</p> <p>CRX 74627 F1 Длинноплодный салатный гибрид со среднеранним сроком созревания. Имеет индетерминантное, урожайное растение с хорошей мощностью. Плод крупный, его масса 160-180 г, насыщенного красного цвета, пригоден для сбора до или после созревания. Устойчивость: Высокая устойчивость (HR)= TMV, V, F 0</p>
--	---	--

	<p>CRX 79001 F1 Pomodoro allungato con una pianta di buon vigore, molto produttiva, internodi corti e un ciclo precoce. Il frutto si presenta con una pezzatura di 120 gr, uniforme, consistente, ovale-allungato, e con gene LSL. Resistente a: HR: ToMV, F 0-1, V, Ma, Mi, Mj, TSWV, TYLCV</p> <p>CRX 79009 F1 Pomodoro allungato con pianta vigorosa, molto produttiva, internodi corti a ciclo medio precoce. Il frutto si presenta di pezzatura 140 gr, uniforme, consistente, ovale-allungato, gene LSL. Resistente: HR ToMV, Fo 0-1, V, Ma, Mi, Mj, TYLCV</p> <p>CRX 79080 F1 Pomodoro ovale indicato per</p>	<p>CRX 79001 F1 Длинноплодный томат с крепким и очень урожайным растением, короткими междоузлиями и ранним сроком созревания. Плод однородный, плотный, овально-длинноплодный, с геном LSL. Масса: 120 г. Устойчивость: Высокая устойчивость (HR)= ToMV, F 0-1, V, Ma, Mi, Mj, TSWV, TYLCV</p> <p>CRX 79009 F1 Длинноплодный томат с крепким и очень урожайным растением, короткими междоузлиями и среднеранним сроком созревания. Плод однородный, плотный, овально-длинноплодный, с геном LSL. Масса: 140 г. Устойчивость: HR ToMV, Fo 0-1, V, Ma, Mi, Mj, TYLCV</p> <p>CRX 79080 F1 Овальный томат</p>
--	--	---

	<p>cicli invernali e primaverili Ciclo: medio precoce Pianta: buon vigore, molto produttiva Frutto: uniforme, rosso intenso, di forma ovale senza mucrone, 120 gr Resistenze: HR V; Fol 1-2; ToMV IR TYLCV, Ma, Mi, Mj</p> <p>Ciliegiino Tuono F1 (CRX 75542) Ibrido di pomodoro tipologia ciliegino ideale per cicli medi e lunghi Posizionamento: per trapianti da Gennaio a Giugno in tutta Italia. Pianta: vigorosa, coprente, molto fertile a ciclo medio precoce. Frutto: la bacca è di forma tonda, del peso medio di 20</p>	<p>пригоден для зимних и весенних сроков созревания. Срок созревания: среднеранний Растение: хорошей мощности, очень урожайное Плод: однородный, насыщенный красный, овальной формы без острого конца, 120 г. Устойчивость: Высокая устойчивость (HR)= V; Fol 1-2; ToMV Промежуточная устойчивость (IR)= TYLCV, Ma, Mi, Mj</p> <p>Черри Туоно Ф1 (Tuono F1 - CRX 75542) Томатный гибрид типа черри, пригоден для средних и длинных сроков созревания Растение: крепкое, укывное, очень плодородное, со среднеранним сроком созревания. Плод: ягода имеет</p>
--	---	---

	<p>gr, molto consistente, di colore rosso intenso, buon gusto, grado brix maggiore di 7°</p> <p>Resistenze: HR V, Fol 1-2, ToMV, Ff, IR TYLCV, Ma, Mi, Mj</p> <p>Intrigo F1</p> <p>Pomodoro ciliegino con pianta indeterminata a ciclo medio precoce. Il frutto è di forma rotonda ed ha una pezzatura di 25 gr.; esso ha una elevata consistenza, LSL. Questa varietà ha un' alta resistenza a: HR: ToMV, Fol 0-1, IR: Ma, Mi, Mj</p> <p>Brivido Rosso F1 (CRX 71616)</p> <p>Pomodoro ciliegino con</p>	<p>круглую форму, средняя масса: 20 г, очень плотная, насыщенного красного цвета, хорошего вкуса, содержание сахара выше 7 по шкале Брикс</p> <p>Устойчивость: Высокая устойчивость (HR)= V, Fol 1-2, ToMV, Ff; промежуточная устойчивость (IR)= TYLCV, Ma, Mi, Mj</p> <p>Интриго Ф1 (Intrigo F1)</p> <p>Томат черри с индетерминантным растением и среднеранним сроком созревания. Плод круглый, с высокой плотностью и геном LSL, его масса: 25 г. Этот сорт томата имеет высокую устойчивость (HR) к ToMV, Fol 0-1; и промежуточную устойчивость (IR) к Ma, Mi, Mj</p> <p>Бривидо Россо (Brivido Rosso F1 - CRX 71616)</p> <p>Томат черри с</p>
--	--	--

	<p>pianta indeterminata, estremamente produttiva, a ciclo medio precoce. Il frutto si presenta con una pezzatura di 20-25 gr con consistenza elevata, LSL ed un eccellente colore.</p> <p>Resistente a: HR: ToMV, Fol 0-1, TYLCV, C; IR Ma, Mi, Mj</p> <p>Vispo F1</p> <p>Pomodoro ciliegino con pianta indeterminata, vigorosa e produttiva, a ciclo medio precoce. Il frutto è di forma rotonda ed ha una pezzatura di 25-30 gr.; possiede una elevata consistenza, LSL.</p> <p>Resistenze: HR: TYLCV, ToMV, Fol 0-1; IR: Ma, Mi, Mj</p>	<p>индетерминантным, высокоурожайным растением и среднеранним сроком созревания. Плод набирает массу 20-25 г, имеет высокую плотность, ген LSL и отличный цвет.</p> <p>Устойчивость: Высокая устойчивость (HR)= ToMV, Fol 0-1, TYLCV, C; промежуточная устойчивость (IR)= Ma, Mi, Mj</p> <p>Виспо Ф1 (Vispo F1)</p> <p>Томат черри с индетерминантным, крепким, урожайным растением и среднеранним сроком созревания. Плод круглый, с высокой плотностью и геном LSL, его масса 25-30 г.</p> <p>Устойчивость: Высокая устойчивость (HR)= TYLCV, ToMV, Fol 0-1; промежуточная устойчивость (IR)= Ma, Mi, Mj</p>
--	---	---

	<p>CRX 75408 F1</p> <p>Tipologia ciliegino dolce con pianta indeterminata di buon vigore e ciclo medio precoce. Presenta un frutto con pezzatura di 20 gr, colore rosso intenso, ottima consistenza e gusto eccellente. Resistenze: HR V, F 0-1, ToMV, Ma, Mi, Mj, TYLCV</p> <p>Insalatari</p> <p>Albenga</p> <p>Tipologia cuor di bue idonea per la coltivazione in serra. La pianta è indeterminata con un ciclo precoce. Possiede un frutto caratteristico del peso di 250 gr.</p> <p>Pera d’Abruzzo</p> <p>Idoneo per colture a pieno campo, possiede una pianta indeterminata, vigorosa, rustica con un ciclo medio precoce ed una produzione a lunghi periodi.</p>	<p>CRX 75408 F1</p> <p>Тип сладкий черри с индетерминантным, крепким растением и среднеранним сроком созревания. Масса 20 г, цвет - насыщенный, красный, плод имеет отличную плотность и прекрасный вкус.</p> <p>Устойчивость: HR V, F 0-1, ToMV, Ma, Mi, Mj, TYLCV</p> <p>Салатный</p> <p>Альбенга (Albenga)</p> <p>Тип «бычье сердце», пригоден для выращивания в теплице. Растение индетерминантное с ранним сроком созревания. Спедняя масса плода: 250 г.</p> <p>Абруццо (Pera d’Abruzzo)</p> <p>Пригоден для культур в открытом грунте, имеет индетерминантное, крепкое и выносливое растение со</p>
--	--	--

	<p>Il frutto ha un peso medio di 250-300 gr.</p> <p>CRX 75143 F1 Ibrido di pomodoro insalataro, molto interessante per la raccolta a verde ed indicato per la distribuzione e per la commercializzazione in vaschetta . La pianta a ciclo di maturazione medio-precocce, presenta buona produttività, buon vigore. Il frutto è di forma tonda leggermente globosa, del peso di 50-60 gr, colore verde intenso con spalla molto marcata, consistente, con polpa spessa e succosa, con gusto eccellente molto caratteristico. Resistenze: H.R.= ToMV, F 0-1, V</p> <p>CRX 75414 F1 Ibrido di pomodoro tigrato idoneo alla coltivazione in tunnel, con frutto molto</p>	<p>среднеранним сроком созревания и длительным плодоношением. Средняя масса плода: 250-300 г.</p> <p>CRX 75143 F1 Гибрид салатного томата, пригоден для сбора урожая до созревания и для сбыта и продажи в пластиковой упаковке. Это растение со среднеранним сроком созревания имеет хорошую урожайность и мощность. Плод слегка шаровидный, масса 50-60 г, цвет - насыщенный зелёный (особенно верхняя часть), плотный, с густой, сочной мякотью и отличным, очень характерным вкусом. Устойчивость: Высокая устойчивость (HR)= ToMV, F 0-1, V</p> <p>CRX 75414 F1 Гибрид тигрового томата, пригоден для выращивания в</p>
--	--	--

	<p>caratteristico e ricco di licopene. La pianta a ciclo di maturazione medio-precocce, presenta buona produttività e buon vigore. Il frutto è di forma rotonda, tigrato, del peso di 30-40 gr, molto consistente, con polpa spessa e succosa.</p> <p>Resistenze: H.R.= TMV, F 0, V; I.R.= Ma,Mi, Mj</p> <p>Midi plum Regale F1 (CRX 75678) REGALE F1 (CRX 75678)</p> <p>Ibrido di pomodoro tipologia midi plum, molto produttivo e di ottima tenuta post raccolta.</p> <p>Ciclo: medio-precocce, per trapianti da Settembre a Dicembre in Sicilia e primaverili in tutta Italia</p> <p>Pianta: vigorosa, ben coprente, molto fertile</p>	<p>плёночной теплице, его плод очень характерный и имеет высокое содержание ликопина.</p> <p>Это растение со среднеранним сроком созревания имеет хорошую урожайность и мощность. Плод круглый и полосатый, очень плотный, с густой сочной мякотью, его масса: 30-40 г. Устойчивость: Высокая устойчивость (HR)= TMV, F 0, V; промежуточная устойчивость (IR)= Ma,Mi, Mj</p> <p>Сливовидный миди Регале Ф1 (Regale F1 - CRX 75678) РЕГАЛЕ Ф1 (Regale F1 - CRX 75678)</p> <p>Томатный гибрид типа сливовидный миди, очень урожайный и с отличной сохранностью после уборки.</p> <p>Срок созревания: среднеранний.</p> <p>Растение: крепкое,</p>
--	--	---

	<p>Frutto: le bacche sono di forma ovale-allungata del peso medio di 30/35 gr, con eccellente attaccatura al calice, di colore rosso intenso, buon gusto e ottima consistenza, elevata resistenza alle spaccature con grappoli a lisca di pesce. Resistenze: HR V, Fol 1-2, ToMV, Ff, TYLCV IR Ma, Mi, Mj</p> <p>CRX 75287 F1 Ibrido di pomodoro tipologia plum molto interessante a pianta indeterminata. Ciclo di maturazione precoce con frutto di pezzatura 30-35 gr, molto produttivo, di consistenza molto buona e polpa di ottimo gusto. Resistente a: HR: ToMV, F 0-1, Ma, Mi, Mj, C, TYLCV, TSWV, V</p>	<p>укрывное, очень плодородное.</p> <p>Плод: ягоды имеют овально-удлиненную форму и среднюю массу 30-35 г, очень хорошо связываются с чашечкой, их цвет - насыщенный красный, имеют хороший вкус, отличную плотность, высокую устойчивость к трещинам и крепкую кисть.</p> <p>Устойчивость: Высокая устойчивость (HR)= V, Fol 1-2, ToMV, Ff, TYLCV; промежуточная устойчивость (IR)= Ma, Mi, Mj</p> <p>CRX 75287 F1 Очень интересный томатный сливовидный гибрид с индетерминантным растением. Ранний срок созревания, масса плода: 30-35 г, очень урожайный, очень хорошая плотность и отличный вкус мякоти. Устойчивость: Высокая</p>
--	---	---

	<p>Grazioso F1 (CRX 75753)</p> <ul style="list-style-type: none"> •PIANTA LUNGA VITA •POCO SENSIBILE A SPACCARE •COLORE ECCELLENTE •LAVORABILE A GRAPPOLO O SF •LSL •GRADO BRUX ELEVATO •OTTIMO GUSTO <p>Scaltro F1 (CRX 75551)</p> <p>Tipologia: mini San Marzano</p> <p>Ciclo: primaverile-estivo, indicato per coltivazioni in serra e pieno campo</p> <p>Pianta: di buon vigore, produzione elevata ed uniforme</p> <p>Frutto: color rosso intenso, 20 gr, grappolo elegante, ottimo gusto(9° brix), buona consistenza</p>	<p>устойчивость (HR)= ToMV, F 0-1, Ma, Mi, Mj, C, TYLCV, TSWV, V</p> <p>Грациозо Ф1 (Grazioso F1 - CRX 75753)</p> <ul style="list-style-type: none"> •МНОГОЛЕТНОЕ РАСТЕНИЕ •УСТОЙЧИВЫЙ К ТРЕЩИНАМ •ОТЛИЧНЫЙ ЦВЕТ •ПРИГОДЕН ДЛЯ КИСТЕВОГО И ОДИНОЧНОГО СБОРА •LSL •ВЫСОКИЙ УРОВЕНЬ ПО ШКАЛЕ БРИКС •ОТЛИЧНЫЙ ВКУС <p>Скалтро Ф1 (Scaltro F1 - CRX 75551)</p> <p>Тип: Сан Марцано мини</p> <p>Срок созревания: весенний-летний, пригоден для выращивания в теплице и в открытом грунте</p> <p>Растение: хорошей мощности; высокой урожайности и однородное</p> <p>Плод: насыщенного</p>
--	---	---

	<p>Resistenze: HR V; Fol 1-2; ToMV; IR TYLCV, TSWV, Ma, Mi, Mj</p> <p>CRX 75271 F1</p> <p>Ibrido di tipologia plum ovale. Presenta una pianta indeterminata, a maturazione medio precoce, vigorosa e produttiva. Il frutto del peso medio di 25 gr, è di pezzatura uniforme, colore rosso intenso, dotato di una elevata consistenza e un ottimo sapore(grado Brix elevato). Resistenze HR: ToMV, F 0-1, Ma, Mi, Mj</p>	<p>красного цвета, масса: 20 г, элегантная кисть, отличный вкус (9° Брикс), хорошая плотность</p> <p>Устойчивость: Высокая устойчивость (HR)= V; Fol 1-2; ToMV; промежуточная устойчивость (IR)= TYLCV, TSWV, Ma, Mi, Mj</p> <p>CRX 75271 F1</p> <p>Томатный гибрид типа овальный сливовидный. Этот сорт имеет индетерминантное, крепкое и урожайное растение со среднеранним сроком созревания. Средняя масса плода 25 г, размер - однородный, цвет - насыщенный красный, плод имеет высокую плотность и отличный вкус (высокий уровень по шкале Брикс).</p> <p>Устойчивость: высокая устойчивость (HR)= ToMV, F 0-1, Ma, Mi, Mj</p>
--	---	--

	<p>CRX 75285 F1</p> <p>Pomodoro di tipologia datterino con una pianta medio precoce, indeterminata, vigorosa, molto produttiva ed estremamente fertile. Il frutto si presenta con una pezzatura di 25 gr., molto dolce con forma ovale, brix elevato ed ottimo per la lavorazione in vaschetta.</p> <p>Resistenze: HR: ToMV, F 0-1, Ma, Mi, Mj</p> <p>Zuccherino F1</p> <p>Datterino ibrido indicato per la raccolta a grappolo e a frutto singolo per il confezionamento in vaschetta . Possiede una pianta a maturazione molto precoce, che ben si comporta nelle coltivazioni invernali, presenta buon vigore con elevata produttività. Il frutto del peso medio di 20 gr, è</p>	<p>CRX 75285 F1</p> <p>Этот томат финик имеет среднераннее, индетерминантное, крепкое, очень урожайное и высокоплодородное растение. Масса 25 г, форма - овальная, плод очень сладкий с высоким уровнем по шкале Брикс, отличный для переработки в пластиковой упаковке.</p> <p>Устойчивость: Высокая устойчивость (HR)= ToMV, F 0-1, Ma, Mi, Mj</p> <p>Дзуккерино Ф1 (Zuccherino F1)</p> <p>Томатный гибрид типа финик, пригоден для кистевого и одноразового сбора и для упаковки в пластиковой упаковке. Растение этого сорта имеет очень ранний срок созревания, хорошо подходит для зимнего выращивания, имеет хорошую мощность и</p>
--	--	---

	<p>di pezzatura uniforme, colore rosso intenso, dotato di una polpa spessa con gusto delizioso(grado Brix 11). Resistenze HR: ToMV, Fol 0, V</p> <p>Radames F1 (CRX 78208 F1) Pomodoro a grappolo con pianta medio vigorosa, molto produttiva, internodi corti e ciclo medio precoce. Il frutto si presenta con una pezzatura di 250 gr, molto uniforme, consistente, gene LSL. Resistenze: HR: ToMV, TYLCV, Fo 0-1, V, Ma, Mi, Mj</p> <p>Pink Wave F1 (Malinka Star F1) Tipologia: tondo rosa Pianta: indeterminata, medio</p>	<p>высокую урожайность. Средняя масса плода 20 г, размер - однородный, цвет - насыщенный красный, плод имеет высокую плотность и отличный вкус (высокий уровень по шкале Брикс). Устойчивость: высокая устойчивость (HR)= ToMV, Fol 0, V</p> <p>Радамес Ф1 (Radames F1 - CRX 78208 F1) Кистевой томат со средне-крепким и очень урожайным растением, короткими междоузлиями и среднеранним сроком созревания. Плод очень однородный, плотный, с геном LSL, набирает массу 250 г. Устойчивость: Высокая устойчивость (HR)= ToMV, TYLCV, Fo 0-1, V, Ma, Mi, Mj</p> <p>Пинк Вейв Ф1 - Малинка Стар Ф1 (Pink Wave F1 - Malinka Star F1)</p>
--	---	---

	<p>vigore</p> <p>Ciclo: precoce</p> <p>Frutto: 200-250 g, uniforme, forma tondo globosa</p> <p>Resistenze: H.R.= ToMV, V Fol 0-1</p>	<p>Тип: круглый, розовый</p> <p>Растение:</p> <p>индетерминантное, средней мощности</p> <p>Срок созревания: ранний</p> <p>Плод: 200-250 г, однородный, кругло-шаровидной формы</p> <p>Устойчивость: Высокая устойчивость (HR)= ToMV, V Fol 0-1</p>
Angurie	<p>ANGURIE</p> <p>MAXI ALLUNGATE CRX 10138/15 F1</p> <p>Pianta: forte, rustica e con eccellente copertura fogliare</p> <p>Ciclo: medio</p> <p>Forma: Allungata</p> <p>Pezzatura: 12 - 14 kg</p> <p>Buccia: liscia ,con striatura tipo Crimson</p> <p>Polpa: soda compatta,di colore rosso intenso, ottimo sapore e grado brix</p> <p>Note: ibrido molto affidabile e rustico, per colture da pieno campo. Prodotto classico di grande pezzatura e alta qualità. Per mercato interno.</p>	<p>АРБУЗ</p> <p>ДЛИННОПЛОДНЫЙ МАКСИ CRX 10138/15 F1</p> <p>Растение: сильное, выносливое и с отличной облиственностью</p> <p>Срок созревания: средний</p> <p>Форма: Длинноплодная</p> <p>Масса: 12 - 14 кг.</p> <p>Кора: гладкая, с полосами типа Кримсон</p> <p>Мякоть: крепкая, плотная, насыщенного красного цвета, отличного вкуса и уровня по шкале Брикс</p> <p>Примечания: гибрид очень надёжный и</p>

	<p>ROMINA F1 Pianta: forte, rustica e con eccellente copertura fogliare Ciclo: medio precoce Forma: ovale- Allungata Pezzatura: 12-14 kg Buccia: liscia ,con striatura tipo Crimson brillante Polpa: soda compatta,di colore rosso intenso, ottimo sapore e grado brix Note: ibrido molto affidabile e rustico, per colture forzate e da pieno campo. Eccellente resistenza ai trasporti.</p>	<p>выносливый, пригоден для выращивания в открытом грунте. Классический, крупноплодный, высококачественный товар. Для внутреннего рынка.</p> <p>РОМИНА Ф1 (ROMINA F1) Растение: сильное, выносливое и с отличной облиственностью Срок созревания: среднеранний Форма: овально-длинноплодная Масса: 12-14 кг. Кора: гладкая, с полосами типа Кримсон Мякоть: крепкая, плотная, насыщенного красного цвета, отличного вкуса и уровня по шкале Брикс Примечания: гибрид очень надёжный и выносливый, пригоден для выращивания в теплице и в открытом грунте. Отлично</p>
--	---	--

	<p>MAXI TONDE CRX 10142 F1 Pianta: forte, rustica e con eccellente copertura fogliare Ciclo: medio precoce Forma: tondo-ovale Pezzatura: 12-14 kg Buccia: liscia, con striatura tipo Crimson Polpa: soda compatta, di colore rosso intenso, ottimo sapore e grado brix Note: ibrido molto affidabile e rustico, per colture forzate e da pieno campo. Prodotto classico tipo Crimson di pezzatura grossa e grande qualità.</p> <p>CRX 10191 F1 Pianta: vigorosa, molto</p>	<p>переносит транспортировку.</p> <p>КРУГЛОПЛОДНЫЕ МАКСИ CRX 10142 F1 Растение: сильное, выносливое и с отличной облиственностью Срок созревания: среднеранний Форма: кругло-овальная Масса: 12-14 кг. Кора: гладкая, с полосами типа Кримсон Мякоть: крепкая, плотная, насыщенного красного цвета, отличного вкуса и уровня по шкале Брикс Примечания: гибрид очень надёжный и выносливый, пригоден для выращивания в теплице и в открытом грунте. Классический, крупноплодный и высококачественный товар типа Кримсон.</p> <p>CRX 10191 F1 Растение: крепкое,</p>
--	---	--

	<p>rustica e coprente Ciclo: medio Forma: tonda leggermente ovale Pezzatura: 12 - 14 kg Buccia: Tigrata, con buon spessore Polpa: di colore rosso, di elevata qualità organolettica, alto tenore zuccherino seme Micro. Note: resiste molto bene alle scottature</p> <p>SUNSWEEET F1 Pianta: vigorosa, molto rustica e coprente Ciclo: precoce Forma: tonda leggermente ovale Pezzatura: 10 - 12 kg Buccia: buon spessore Polpa: di colore rosso, di elevata qualità organolettica con grado zuccherino 13 brix Note: resiste molto bene alle scottature ed è indicata per colture medio precoci e di</p>	<p>укрывное и очень выносливое Срок созревания: средний Форма: круглая, слегка овальная Масса: 12 - 14 кг. Кора: Полосатая, хорошей толщины Мякоть: красного цвета, высоких вкусовых качеств, с высоким содержанием сахара, мелкосемянная. Примечания: плод очень хорошо выдерживает высокие температуры</p> <p>САНСВИТ Ф1 (SUNSWEEET F1) Растение: крепкое, очень выносливое и укрывное Срок созревания: ранний Форма: круглая, слегка овальная Масса: 10 - 12 кг. Кора: хорошей толщины Мякоть: красного цвета, высоких вкусовых качеств с содержанием сахара 13° по шкале Брикс Примечания: плод очень</p>
--	--	--

	<p>piena estate in pieno campo.</p> <p>MIDI ALLUNGATE CRX 10144 F1</p> <p>Pianta: forte, rustica e con eccellente copertura fogliare</p> <p>Ciclo: medio precoce</p> <p>Forma: allungata</p> <p>Pezzatura: 9-10 kg</p> <p>Buccia: liscia ,con striatura tipo Crimson molto brillante</p> <p>Polpa: soda compatta,di colore rosso intenso, ottimo sapore e brix</p> <p>Note: ibrido rustico, per colture forzate e da pieno campo. Ideale per la GDO Italiana.</p>	<p>хорошо выдерживает высокие температуры, пригоден для летних, среднераниих выращиваний в открытом грунте.</p> <p>ДЛИННОПЛОДНЫЕ МИДИ</p> <p>CRX 10144 F1</p> <p>Растение: сильное, выносливое и с отличной облиственностью</p> <p>Срок созревания: среднеранний</p> <p>Форма: длинноплодная</p> <p>Масса: 9-10 кг.</p> <p>Кора: гладкая, с очень блестящими полосами типа Кримсон</p> <p>Мякоть: крепкая, плотная, насыщенного красного цвета, отличного вкуса и уровня по шкале Брикс</p> <p>Примечания: выносливый гибрид, пригоден для выращивания в теплице и в открытом грунте.</p> <p>Пригоден для итальянских крупных розничных сетей.</p>
--	--	--

	<p>CRX 10160 F1</p> <p>Pianta: forte, rustica e con eccellente copertura fogliare</p> <p>Ciclo: medio precoce</p> <p>Forma: ovale- Allungata</p> <p>Pezzatura: 8-10 kg</p> <p>Buccia: liscia, con striatura tipo Crimson brillante</p> <p>Polpa: soda compatta, di colore rosso intenso, ottimo sapore e grado brix</p> <p>Note: ibrido molto affidabile e rustico, per colture forzate e da pieno campo. Ideale per la GDO Italiana.</p>	<p>CRX 10160 F1</p> <p>Растение: сильное, выносливое и с отличной облиственностью</p> <p>Срок созревания: среднеранний</p> <p>Форма: овально-длинноплодная</p> <p>Масса: 8-10 кг.</p> <p>Кора: гладкая, с блестящими полосами типа Кримсон</p> <p>Мякоть: крепкая, плотная, насыщенного красного цвета, отличного вкуса и уровня по шкале Брикс</p> <p>Примечания: гибрид очень надёжный и выносливый, пригоден для выращивания в теплице и в открытом грунте.</p>
	<p>CRX 10007 F1</p> <p>Pianta: forte, sana e di buona copertura fogliare</p> <p>Ciclo: precocissimo</p> <p>Forma: tonda</p> <p>Pezzatura: 8-10 kg</p> <p>Buccia: liscia, con striatura</p>	<p>CRX 10007 F1</p> <p>Растение: сильное, здоровое и с хорошей облиственностью</p> <p>Срок созревания: очень ранний</p> <p>Форма: круглая</p>

	<p>tipo Crimson</p> <p>Polpa: soda ,di colore rosso intenso, ottimo sapore e grado brix</p> <p>Note: ibrido molto precoce, per colture forzate e da pieno campo. Ideale per la GDO.</p>	<p>Масса: 8-10 кг.</p> <p>Кора: гладкая, с полосами типа Кримсон</p> <p>Мякоть: плотная, насыщенного красного цвета, отличного вкуса и уровня по шкале Брикс</p> <p>Примечания: очень ранний гибрид, пригоден для выращивания в теплице и в открытом грунте. Пригоден для крупных розничных сетей</p>
	<p>MINI CON MICROSEME NIKAS F1</p> <p>Pianta: vigorosa, sana e di buona copertura fogliare</p> <p>Ciclo: molto precoce</p> <p>Forma: tonda</p> <p>Pezzatura: 2,5kg</p> <p>Buccia: liscia, con striatura tipo Crimson scura e lucida</p> <p>Polpa: soda, di colore rosso intenso, ottimo sapore e grado brix ibrido per colture da pieno campo per tutta la stagione.</p> <p>Note: Ideale per la GDO ed export.</p>	<p>МЕЛКОСЕМЯННЫЙ МИНИ НИКАС Ф1 (NIKAS F1)</p> <p>Растение: крепкое, здоровое и с хорошей облиственностью</p> <p>Срок созревания: очень ранний</p> <p>Форма: круглая</p> <p>Масса: 2,5 кг.</p> <p>Кора: гладкая, с глянцевыми полосами типа Кримсон</p> <p>Мякоть: плотная, насыщенного красного цвета, отличного вкуса и уровня по шкале Брикс.</p> <p>Гибрид пригоден для</p>

	<p>CRX 10004 F1</p> <p>Pianta: vigorosa, sana e di buona copertura fogliare</p> <p>Ciclo: medio precoce</p> <p>Forma: tonda</p> <p>Pezzatura: 5 kg</p> <p>Buccia: liscia ,con striatura tipo Crimson scura e lucida</p> <p>Polpa: soda ,di colore rosso intenso, ottimo sapore e grado brix</p> <p>Note: ibrido per colture da pieno campo per tutta la stagione.</p> <p>Ideale per la GDO ed export.</p>	<p>выращиваний в открытом грунте для всего летнего периода.</p> <p>Примечания: Гибрид пригоден для крупных розничных сетей и для экспорта.</p> <p>CRX 10004 F1</p> <p>Растение: крепкое, здоровое и с хорошей облиственностью</p> <p>Срок созревания: среднеранний</p> <p>Форма: круглая</p> <p>Масса: 5 кг.</p> <p>Кора: гладкая, с тёмными, глядкими полосами типа Кримсон</p> <p>Мякоть: плотная, насыщенного красного цвета, отличного вкуса и уровня по шкале Брикс</p> <p>Примечания: гибрид пригоден для выращивания в открытом грунте для всего летнего периода.</p> <p>Пригоден для крупных розничных сетей и для экспорта</p>
--	--	--

	<p>NIKITA F1 Pianta: di buon vigore, sana e di buona copertura fogliare Ciclo: medio precoce Forma: tonda Pezzatura: 2 kg Buccia: con striatura tipo Crimson scura e lucida Polpa: croccante, di colore rosso intenso, ottimo sapore Note: ibrido CON MICROSEME per colture precoci da serra e da pieno campo per tutta la stagione.</p> <p>ORININJA F1 Pianta: forte, rustica e sana e di ottima copertura fogliare, molto produttiva, si presta agli investimenti fitti Ciclo: precoce Forma: tonda/ovale Pezzatura: molto omogenea 2-2,5 kg</p>	<p>НИКИТА Ф1 (НИКИТА F1) Растение: крепкое, здоровое и с хорошей облиственностью Срок созревания: среднеранний Форма: круглая Масса: 2 кг. Кора: с тёмными, глядкими полосами типа Кримсон Мякоть: хрустящая, насыщенного красного цвета, отличного вкуса Примечания: МЕЛКОСЕМЯННЫЙ гибрид для ранних выращиваний в теплице и в открытом грунте для всего летнего периода.</p> <p>ОРИНИНДЖА Ф1 (ORININJA F1) Растение: сильное, выносливое, здоровое и с хорошей облиственностью, очень урожайное, пригодно для плотных высевов Срок созревания: ранний</p>
--	---	--

	<p>Buccia: liscia tirata, con striatura tipo Crimson, più scura e lucida</p> <p>Polpa: soda e compatta, di colore rosso intenso, ottimo sapore e grado brix elevato, CON MICROSEME</p> <p>Note: ibrido molto adattabile, per colture forzate e da pieno campo. Eccellente tenuta sulla pianta e dopo la raccolta.</p> <p>PERITA F1</p> <p>Pianta: di buon vigore, sana e di buona copertura fogliare</p> <p>Ciclo: medio precoce</p> <p>Forma: tonda</p> <p>Pezzatura: 1,5-2,5 kg</p> <p>Buccia: con striatura tipologia tigrata, molto attraente</p> <p>Polpa: croccante, di colore</p>	<p>Forma: кругло-овальная;</p> <p>Масса: очень однородная 2-2,5 кг.</p> <p>Кора: гладкая, без трещин и вмятин, с более тёмными, глядкими полосами типа Кримсон</p> <p>Мякоть: крепкая, плотная, насыщенного красного цвета, отличного вкуса и высокого уровня по шкале Брикс, МЕЛКОСЕМЯННЫЙ</p> <p>Примечания: очень приспособляемый гибрид, пригоден для выращивания в теплице и в открытом грунте. Отличная сохранность на растении и после уборки.</p> <p>ПЕПИТА Ф1 (PERITA F1)</p> <p>Растение: крепкое, здоровое и с хорошей облиственностью</p> <p>Срок созревания: среднеранний</p> <p>Форма: круглая</p> <p>Масса: 1,5-2,5 кг.</p> <p>Кора: полосатая, очень</p>
--	---	---

	<p>rosso intenso, ottimo sapore Note: Ibrido CON MICROSEME per colture precoci da serra e da pieno campo per tutta la stagione.</p> <p>SEEDLEES CRX 10176 F1 Pianta: vigorosa, sana e di ottima copertura fogliare Ciclo: medio tardiva Forma: Tonda Pezzatura: 2 - 2,5 kg Buccia: con striatura tipologia Crimson, molto scura ed attraente Polpa: croccante, di colore rosso intenso, ottimo sapore Note: ibrido seedless per colture tutta la stagione, elevatissima produzione per pianta</p>	<p>привлекательная Мякоть: хрустящая, насыщенного красного цвета, отличного вкуса Примечания: МЕЛКОСЕМЯННЫЙ гибрид для ранних выращиваний в теплице и в открытом грунте для всего летнего периода.</p> <p>БЕССЕМЯННЫЙ CRX 10176 F1 Растение: крепкое, здоровое и с хорошей облиственностью Срок созревания: средне-поздний Форма: круглая Масса: 2 - 2.5 кг. Кора: с полосами типа Кримсон, очень тёмная и привлекательная Мякоть: хрустящая, насыщенного красного цвета, отличного вкуса Примечания: бессемянный гибрид для выращиваний для всего летнего периода, очень высокая урожайность</p>
--	--	--

	<p>DENISE F1</p> <p>Pianta: vigorosa e coprente, molto rustica</p> <p>Ciclo: medio precoce</p> <p>Forma: Tonda</p> <p>Pezzatura: 2,5 - 3 kg</p> <p>Buccia: di buon spessore</p> <p>Polpa: croccante, di colore rosso, estremamente dolce</p> <p>Note: fornisce elevate produzioni di calibro molto omogeneo, resistente alla tenuta di post-raccolta, ideale per export e grande distribuzione.</p>	<p>ДЭНИЗ Ф1 (DENISE F1)</p> <p>Растение: крепкое и укрывное, очень выносливое</p> <p>Срок созревания: среднеранний</p> <p>Форма: круглая</p> <p>Масса: 2,5 - 3 кг.</p> <p>Кора: хорошей толщины</p> <p>Мякоть: хрустящая, красного цвета, чрезвычайно сладкая</p> <p>Примечания: высокое плодоношение однородного калибра, устойчивый к сохранности после уборки, пригоден для экспорта и для розничной сети.</p>
	<p>JUANITA F1</p> <p>Pianta: di buon vigore, rustica, ben coperta e produttiva</p> <p>Ciclo: medio</p> <p>Forma: Tonda</p> <p>Pezzatura: 5 - 7 kg</p> <p>Buccia: striata, di colore scuro, spessa</p> <p>Polpa: croccante, di colore</p>	<p>ХУАНИТА Ф1 (JUANITA F1)</p> <p>Растение: хорошей мощности, выносливое, хорошо укрытое и урожайное</p> <p>Срок созревания: средний</p> <p>Форма: круглая</p> <p>Масса: 5 - 7 кг.</p> <p>Кора: полосатая, тёмная,</p>

	<p>rosso, molto zuccherina Note: ibrido seedless con ottimo shelf life</p> <p>CRX 10123 F1 Pianta: molto produttiva e coprente Ciclo: medio tardivo Forma: Tonda Pezzatura: 10 kg Buccia: striata, di colore verde scuro Polpa: molto croccante, di colore rosso con alto contenuto di LICOPENE Note: data l'ottima tenuta della polpa è ideale per la vendita a fette o per macedonie pronte. Resistente in post raccolta per diverse settimane.</p>	<p>толстая Мякоть: хрустящая, красного цвета, очень сладкая Примечания: бессемянный гибрид с отличным сроком хранения</p> <p>CRX 10123 F1 Растение: очень урожайное и укывное Срок созревания: средне-поздний Форма: круглая Масса: 10 кг. Кора: полосатая, тёмного зелёного цвета Мякоть: очень хрустящая, красного цвета с высоким содержанием ЛИКОПИНА Примечания: ввиду высокой плотности мякоти, гибрид подходит для продажи ломтиками и для готовых к употреблению фруктовых салатов. Хорошо хранится несколько недель после уборки.</p>
--	--	---

	<p>CRX 10162 F1</p> <p>Pianta: forte ,rustica e sana, molto coprente.</p> <p>Ciclo: medio tardiva</p> <p>Forma: Uniforme</p> <p>Pezzatura: 5 - 7 kg</p> <p>Buccia: scura tipo Sugar Baby lucida,dal colore omogeneo.</p> <p>Polpa: soda e compatta,dal colore rosso intenso, grado brix molto elevato</p> <p>Note: prodotto ideale da esportazione, eccellente tenuta ai trasporti.</p> <p>ESPERANTO F1</p> <p>Pianta: vigorosa, sana e di ottima copertura fogliare</p> <p>Ciclo: medio tardiva</p> <p>Forma: tonda</p> <p>Pezzatura: 4/6 kg</p> <p>Buccia: con striatura tipologia tigrata, molto attraente</p> <p>Polpa: croccante, di colore rosso intenso, ottimo sapore</p>	<p>CRX 10162 F1</p> <p>Растение: сильное, выносливое и здоровое, очень укывное.</p> <p>Срок созревания: средне-поздний</p> <p>Форма: однородная</p> <p>Масса: 5 - 7 кг.</p> <p>Кора: тёмная типа Шуга Бейби, однородного цвета.</p> <p>Мякоть: крепкая, плотная, насыщенного красного цвета, очень высокий уровень по шкале Брикс</p> <p>Примечания: товар пригоден для экспорта, отлно переносит транспортировку.</p> <p>ЭСПЭРАНТО Ф1 (ESPERANTO F1)</p> <p>Растение: крепкое, здоровое и с хорошей облиственностью</p> <p>Срок созревания: средне-поздний</p> <p>Форма: круглая</p> <p>Масса: 4-6 кг.</p> <p>Кора: полосатая, очень привлекательная</p>
--	--	--

	Note: ibrido seedless per colture di tutta la stagione	Мякоть: хрустящая, насыщенного красного цвета, отличного вкуса Примечания: бессемянный гибрид для выращивания для всего летнего периода
Cetriolo	<p>CETRIOLO</p> <p>Romolo F1 (CRX 20229) Parthenocarpic, very early maturity, recommended especially for greenhouse and plastic tunnel cultivation. Fruit is green with medium warts, no bitterness IR to CMV; Powdery Mildew and tolerant to Downey mildew. Fruit ratio 2,9:1.</p> <p>Trend F1 (CRX 20932) Parthenocarpic medium early maturity indicated for outdoor production, very strong yield and robust plant. Fruit has got medium</p>	<p>ОГУРЕЦ</p> <p>РОМОЛО Ф1 (Romolo F1 - CRX 20229) Партенокарпический, ранний срок созревания, пригоден для выращивания в теплице и в пллпленочной теплице. Плод: зелёный со средними бугорками, без горечи Промежуточная устойчивость (IR) к CMV; настоящей мучнистой росе и толерантен к ложной мучнистой росе. Соотношение плода: 2,9:1.</p> <p>Трэнд Ф1 (Trend F1 - CRX 20932) Партенокарпический, среднеранний срок созревания, пригоден для выращивания в открытом</p>

	<p>to strong warts with no bitterness.</p> <p>IR to CMV, Powdery Mildew, and high tolerant to Downy Mildew. Fruit ratio 3,1:1.</p> <p>CRX 20404 F1</p> <p>Parthenocarpic with large warts, firm and crisp fruits, no bitterness. The plant has a good tolerance under various conditions suitable for cultivation in open field and under greenhouse. Indicated for Russian and Ukrainian market.</p> <p>IR to Cucumber Mosaic Virus and tolerant to Downey Mildew. Fruit ratio (long thick) 3:1.</p>	<p>грунте, очень обильный урожай и крепкое растение. Плод со средне-крупными бугорками, без горечи.</p> <p>Промежуточная устойчивость (IR) к CMV, настоящей мучнистой росе и высоко толерантен к ложной мучнистой росе. Соотношение плода: 3,1:1.</p> <p>CRX 20404 F1</p> <p>Партенокарпический с крупными бугорками, плотными и хрустящими плодами, без горечи. Это растение имеет хорошую устойчивость к разным условиям, пригодно для выращивания в открытом грунте и в теплице.</p> <p>Рекомендуется для русского и украинского рынка.</p> <p>Промежуточная устойчивость (IR) к CMV и толерантен к ложной мучнистой росе.</p> <p>Соотношение плода (длины к толщине): 3:1.</p>
--	--	---

	<p>Potenziale F1 (CRX 20701) Parthenocarpic, medium early cycle with dark green fruit with fine warts and no bitterness. Plant has short internodes, high yielding and high capacity and outstanding regeneration. Suitable for all the cultivations. IR to CMV; Powdery Mildew and tolerant to Downey mildew. Fruit ratio 3,1:1.</p> <p>CRX 20014 F1 Predominantly female medium early cycle, tolerant to different stress. Fruit have coarse warts with no bitterness. IR to CMV, Downy Mildew, and Powdery Mildew, suitable for open field</p>	<p>Потэнциалэ Ф1 (Potenziale F1 - CRX 20701) Партенокарпический, среднеранний срок созревания с тёмными зелёными плодами, с маленькими бугорками и без горечи. Растение имеет короткие междоузлия, высокую устойчивость и отличную регенерацию. Пригодно для всех видов выращивания. Промежуточная устойчивость (IR) к CMV, настоящей мучнистой росе и толерантен к ложной мучнистой росе. Соотношение плода: 3,1:1.</p> <p>CRX 20014 F1 Преимущественно женского типа цветения, среднеранний срок созревания, устойчив к разным стрессовым условиям. Плод с крупными бугорками и без горечи.</p>
--	--	--

	<p>cultivation, specially in the South Russia area and Romania. Fruit ratio 3:1.</p> <p>CLEVER CRX 20425 F1 Parthenocarpic, slicer type medium cycle, plant with good vigour, very productive, tolerant to different stress. Strong root system. Suitable for spring and autumn indoor cultivations. Fruit is cylindrical (22 cm length, 4 cm width), dark green with medium warts size.</p>	<p>Промежуточная устойчивость (IR) к CMV, ложной и настоящей мучнистой росе. Пригоден для выращивания в открытом грунте, особенно в южной России и Румынии. Соотношение плода: 3:1.</p> <p>КЛЭВЭР Ф1 (CLEVER - CRX 20425 F1) Партенокарпический, средний срок созревания, гладкий, растение крепкое, очень урожайное и устойчивое к разным стрессовым условиям. Сильная корневая система. Пригоден для весенних и осенних выращиваний в теплице. Плод цилиндрический (22 см длины, 4 см ширины), тёмного зелёного цвета со средними бугорками.</p>
--	---	---

Peperone	PEPERONE	ПЕРЕЦ
	<p>CORNO DI TORO CRX 69078 F1</p> <p>Tipologia: corno di toro Pianta: vigorosa e produttiva Ciclo: medio-precoco Frutto: 28 cm x 5 cm, frutti lisci ed uniformi per tutto il ciclo di produzione Note: molto produttivo, indicato per coltivazioni in tunnel Resistenze: HR : PMMV-1-2</p>	<p>КОНУСОВИДНЫЙ CRX 69078 F1</p> <p>Тип: конусовидный Растение: крепкое и урожайное Срок созревания: среднеранний Плод: 28 см x 5 см, плоды гладкие и однородные на весь период плодоношения Примечания: очень урожайный, пригоден для выращивания в плёночной теплице Устойчивость: Высокая устойчивость (HR)= PMMV-1-2</p>
	<p>TIPOLOGIA QUADRATO Remus F1 (CRX 61022)</p> <p>Remus F1 possiede una pianta vigorosa, alta ed eretta con una buona copertura fogliare. Il frutto appartiene alla tipologia blocky, è quadrilobato e buon shelf life. Le dimensioni sono 9 cm x 10</p>	<p>ТИП БЛОЧНЫЙ Рэмус Ф1 (Remus F1 - CRX 61022)</p> <p>Растение крепкое, высокое и прямостоячее с хорошей облиственностью. Плод блочный, кубовидный и с хорошим сроком хранения. Размеры: 9 см x 10 см, мякоть 7 мм, масса</p>

	<p>cm, 7 mm la polpa e pesa 200-230 gr. Il colore è inizialmente verde con viraggio totale a rosso a maturazione completata. Indicato per densità di 20-30000 piante per Ha, molto produttivo. I frutti sono uniformi nelle dimensioni e nella forma anche a fine ciclo; adattabile anche a cicli di raccolta lunghi e scalari. Resiste: IR TMV, PMMV 1-2-3, TSWV.</p> <p>TIPOLOGIA QUADRATO CRX 61035 F1</p> <p>Tipologia: quadrato rosso Pianta: vigorosa, ottima copertura fogliare Ciclo: medio precoce Frutto: 10 cm x 10 cm, polpa spessa, frutti pesanti Note: nuovo ibrido molto produttivo, indicato per colture estive sia protette che in pieno campo Resistenze: HR PMMV-1-2-3 IR TSWV</p>	<p>200-230 g.</p> <p>Первоначальный зелёный цвет становится красным при созревании.</p> <p>Рекомендуемая норма высева: 20-30 тыс./га, очень урожайный.</p> <p>Размеры и форма плодов однородные и после уборки; пригоден для длинных и постепенных периодов уборки</p> <p>Устойчивость: Промежуточная устойчивость (IR)= TMV, PMMV 1-2-3, TSWV.</p> <p>ТИП БЛОЧНЫЙ CRX 61035 F1</p> <p>Тип: красный блочный Растение: крепкое, с хорошей облиственностью Срок созревания: среднеранний Плод: 10 см x 10 см, густая мякоть, тяжёлые плоды</p> <p>Примечания: новый гибрид, очень урожайный, пригоден для летних выращиваний в</p>
--	--	--

		<p>теплице и в открытом грунте</p> <p>Устойчивость: Высокая устойчивость (HR)= PMMV-1-2-3;</p> <p>промежуточная устойчивость (IR)= TSWV</p>
	<p>CRX 61108 F1</p> <p>Tipologia: rosso quadrato</p> <p>Pianta: vigorosa, coprente, foglie larghe</p> <p>Ciclo: medio-precoco</p> <p>Frutto: 11 cm x 11 cm, polpa spessa, pesante</p> <p>Note: molto produttivo,</p> <p>Resistenze:</p> <p>HR TMV ,CMV,PVY</p>	<p>CRX 61108 F1</p> <p>Тип: красный блочный</p> <p>Растение: крепкое, укрывное, с крупными листьями</p> <p>Срок созревания: среднеранний</p> <p>Плод: 11 см x 11 см, густая, тяжёлая мякоть</p> <p>Примечания: очень урожайное</p> <p>Устойчивость:</p> <p>Высокая устойчивость (HR)= TMV ,CMV,PVY</p>
	<p>TIPOLOGIA ½ LUNGO ROSSO</p> <p>Lothar F1 (CRX 60155)</p> <p>Ibrido di peperone rosso della tipologia 1/2 lungo, idoneo per la coltivazione in serra di eccezionale produttività e grande qualità</p>	<p>ТИП КРАСНЫЙ ПОЛУДЛИННЫЙ</p> <p>Лотар Ф1 (Lothar F1 - CRX 60155)</p> <p>Гибрид красного перца типа полудлинный, пригоден для выращивания в теплице,</p>

	<p>del frutto. Il ciclo è precoce con pianta di buon vigore. Produce frutti molto uniformi larghi 10 cm e lunghi 14 cm con polpa spessa. Il peso medio è di 400 gr. Resistente a HR: TMV, PMMV1-2-3, IR TSWV.</p> <p>Buffalo F1 (CRX 60047) Ibrido di peperone rosso della tipologia 3/4 rosso, idoneo per la coltivazione in serra e ottimo negli areali siciliani, di eccezionale produttività e grande qualità del frutto. Il ciclo è medio con pianta di buon vigore di grandi dimensioni e coprente. Il frutto è largo 11 cm e lungo 15 cm , pesante. Resistente a HR: PMMV-1-2-3, TSWV.</p>	<p>отличная урожайность и высокое качество плодов. Ранний срок созревания с крепким растением. Плоды очень однородные, 10 см ширины и 14 см длины, с густой мякотью. Средняя масса: 400 г. Устойчивость: Высокая устойчивость (HR)= TMV, PMMV1-2-3; промежуточная устойчивость (IR)= TSWV.</p> <p>Баффало Ф1 (Buffalo F1 - CRX 60047) Гибрид красного перца типа 3/4 красный, пригоден для выращивания в теплице, отличная урожайность и высокое качество плодов. Средний срок созревания с крепким, большим и укрывным растением. Плод тяжёлый, ширины 11 см и длины 15 см. Устойчивость: Высокая устойчивость (HR)= PMMV-1-2-3, TSWV.</p>
--	--	--

	<p>TIPOLOGIA ¾ GIALLO</p> <p>Master F1</p> <p>Ibrido di peperone giallo resistente al TSWV della tipologia 3/4, idoneo per la coltivazione in serra di eccezionale produttività e grande qualità del frutto. Il ciclo è precoce con pianta di buon vigore, rustica e di facile coltivazione. Il frutto è largo 10 cm e lungo 15 cm con polpa spessa 9 mm. Il peso medio è di 400 gr.</p> <p>Resistenze: HR TMV 0, IR TSWV.</p> <p>Phantom F1</p> <p>Ibrido di tipologia 3/4 giallo lungo di eccezionale produttività e ottima qualità di frutto. Indicato per coltivazioni in serra, specialmente nelle regioni del mediterraneo. Ciclo precoce, pianta vigorosa e</p>	<p>ТИП ¾ ЖЁЛТЫЙ</p> <p>Мастер Ф1 (Master F1)</p> <p>Гибрид жёлтого, устойчивого к TSWV перца типа 3/4, пригоден для выращивания в теплице, отличная урожайность и высокое качество плодов. Срок созревания - ранний, растение - крепкое, выносливое и легко его выращивать. Плод ширины 10 см и длины 15 см. Толщина мякоти 9 мм. Средняя масса 400 г.</p> <p>Устойчивость: Высокая устойчивость (HR)= TMV 0; промежуточная устойчивость (IR)= TSWV.</p> <p>Фантом Ф1 (Phantom F1)</p> <p>Гибрид типа 3/4 длинный жёлтый, отличная урожайность и высокое качество плодов.</p> <p>Пригоден для выращивания в теплице, особенно в</p>
--	---	--

	<p>coprente di buona taglia. Il frutto è 9 cm di larghezza e 15 cm di lunghezza, con polpa spessa . Resiste a: HR TMV 0-1 ; IR TSWV</p> <p>TIPOLOGIA $\frac{3}{4}$ ROSSO Palladius F1 (CRX 60175) Ibrido di peperone rosso della tipologia 3/4 rosso, idoneo per la coltivazione in serra di eccezionale produttività e grande qualità del frutto. Il ciclo è molto precoce con pianta di buon vigore. Il frutto è largo 10 cm e lungo 14 cm con polpa molto spessa. Il peso medio è di 400 gr. Resistente a HR: TMV, PMMV1-2-3, IR TSWV.</p>	<p>среднеземноморских регионах. Ранний срок созревания, растение крепкое, укывное и хорошего размера. Плод ширины 10 см и длины 15 см, мякоть густая.</p> <p>Устойчивость: Высокая устойчивость (HR)= TMV 0-1; промежуточная устойчивость (IR)= TSWV</p> <p>ТИП $\frac{3}{4}$ КРАСНЫЙ Палладиус Ф1 (Palladius F1 - CRX 60175) Гибрид красного перца типа 3/4 красный, пригоден для выращивания в теплице, отличная урожайность и высокое качество плодов. Ранний срок созревания с крепким растением. Плод ширины 10 см и длины 14 см с очень густой мякотью. Средняя масса: 400 г. Устойчивость: Высокая устойчивость (HR)= TMV, PMMV1-2-3; промежуточная устойчивость (IR)=</p>
--	--	--

		TSWV.
	<p>ТОРЕРО CRX 66128 F1 Tipologia: topepo Pianta: vigorosa e produttiva Ciclo: precoce Frutto: rotondo Note: ottima allegazione in condizioni sia di caldo che di freddo</p>	<p>ТОПЕПО CRX 66128 F1 Тип: топепо Растение: крепкое и урожайное Срок созревания: ранний Плод: круглый Примечания: отличное завязывание плодов в разных климатических условиях</p>
	<p>CRX 66130 F1 Tipologia: topepo Pianta: vigorosa e produttiva Ciclo: precoce Frutto: rotondo, più settato, uniforme Note: ottima allegazione durante tutto il ciclo, frutti più grandi di CRX 66128 F1</p>	<p>CRX 66130 F1 Тип: топепо Растение: крепкое и урожайное Срок созревания: ранний Плод: круглый, лопастный, однородный Примечания: отличное завязывание плодов на весь период плодоношения, плоды больше, чем плоды от CRX 66128 F1</p>
	<p>CRX 66131 F1 Tipologia: topepo Pianta: vigorosa e produttiva Ciclo: precoce</p>	<p>CRX 66131 F1 Тип: топепо Растение: крепкое и урожайное</p>

	Frutto: rotondo ed uniforme Note: ottima allegazione	Срок созревания: ранний Плод: круглый и однородный Примечания: отличное завязывание плодов
--	---	--

APPENDICE B. – Glossario terminologico bilingue

Italiano	Russo	Note
a giorno corto	короткого дня	
a giorno lungo	длинного дня	
ad alto rendimento	высокоурожайный	
adatto alla	пригоден для	пригодность к, подходящий для
alle scottature	от ожогов	resistenza
allegagione	завязывание плодов	формирование завязи
allungato	длинноплодный	
ampiezza	ширина	
anguria	арбуз	
apparato fogliare	листовой аппарат	
apparato radicale	корневая система	
baby leaf	салат Бэби лиф	
baby spinach	бэби шпинат	
bacca	ягода	
beef	биф	
breeding	селекция	
Brix	Брикс	

buccia	кожура	кора
bulbo	луковица	
calibro	калибр	размер
calice	чашечка	
campo aperto	открытый грунт	pieno campo
capacità di conservazione	лѐжкость	stoccaggio
cetriolo	огурец	
cetriolo da sottaceto	корнишонный огурец	
cetriolo liscio	гладкий огурец	slicer
cilieginò	черри	
cipolla	лук	лук репчатый
cipollotto	лук на перо	
colletto	шейка	
coltivazione	выращивание	
coltivazione in serra	выращивание в теплице	
coltura	культура	
coltura forzata	выращивание в теплице	
commerciabilità	товарность	
conico	конический	

conservabilità	сохраняемость	
conservazione	хранение	консервирование
consistente	плотный	
consistenza	плотность	консистенция
consumo fresco	употребление в свежем виде	
copertura fogliare	облиственность	степень покрытия листьями; укрывная способность
coprente	укрывный	
corno di toro	конусовидный	
Crimson	Кримсон	
croccante	хрустящий	
cubettati	на кубики	
cucurbitaceae	тыквенные	cucurbitaceae
cuore di bue	бычье сердце	
da industria	для переработки	industriale; per la lavorazione industriale
da mensa	для свежего рынка	
datterino	финик	
densità	густота	
determinato	детерминантный	

di lunga tenuta	с хорошей лёжкой	
diploide	диплоид	диплоидный
Downy mildew	ложная мучнистая роса	
eretto	прямостоячий	
essiccazione	сушка	
export	экспорт	
fagiolino	стручковая фасоль	
fagiolo piatto rampicante	плоская вьющаяся фасоль	
famiglia	семейство	
fertile	плодородный	
fogliare	листовой	
Forma	Форма	
forma a pera	грушевидный	
frutto	плод	
fusariosi	фузариоз	
fusto	стебель	
gelata	заморозки	
generativo	генеративный	
grado brix	уровень по шкале Брикс	

grado zuccherino	содержание сахара	
grappolo	кисть	
grigliatura	запекание на гриле	
High Resistance	высокая устойчивость	
HR	HR	
ibrido	гибрид	
indeterminato	индетерминантный	
innesto	прививка	
insalataro	салатный	
intenso	насыщенный	riferito al colore
Intermediate Resistance	промежуточная устойчивость	
intermedio	среднеплодный	
internodo	междоузлие	
invaiato	до созревания	
investimento	норма посева	
IR	IR	
lattuga a cappuccio	кочанный салат	
lattuga da cespo	кустовой салат	
lavorazione	переработка	trasformazione
licopene	ликопин	

lucentezza	глянцевость	
lucido	глянцевый	
lunga conservazione	длительное хранение	
mais dolce	сладкая кукуруза	
maturazione	созревание	
maturo	спелый	
medio-precoco	среднеранний	
mercato fresco	свежий рынок	
metodo di semina	способ посева	
microseme	мелкосемянный	
miglioramento genetico	улучшение сорта	
mucrone	острый конец	
nematode	нематода	
Note	Примечания	
oidio	мучнистая роса	
orticolo	огородный	
ortofrutta	плодовоощная продукция	
partenocarpico	партенокарпический	
peperoncino	острый перец	
peperone	перец	

peperone dolce	сладкий перец	
per breve stoccaggio	краткосрочный	
per lunghi stoccaggi	долгосрочный	
perfect peel	перфектпил	
periodo di maturazione	срок созревания	период от высадки рассады до созревания
periodo di raccolta	период сбора	
pezzatura	масса	размер
pezzatura grande	крупноплодный	
pezzatura lunga	длинноплодный	
pezzatura media	среднеплодный	
pianta	растение	
pianta lunga vita	многолетное растение	
pink root	розовая гниль корней	
plum	сливовидный	
polpa	мякоть	
pomodoro	томат	
pomodoro a grappolo	кистевой томат	
pomodoro cocktail	коктейльный томат	
pomodoro datterino	томат финик	
pomodoro tigrato	тигровый томат	

Posizionamento	Оптимальное время для высадки	
Powdery Mildew	настоящая мучнистая роса	
precoce	ранний	
precocità	скороспелость	
predisposto a	предназначен для	
prematurazione	раннеспелость	
prematureo	раннеспелый	
produttivo	урожайный	
produzione	плодоношение	
punto di forza	преимущество	vantaggio
quadrilobato	кубовидный	
qualità saporifere	вкусовые качества	
raccolta	сбор	уборка
raccolta a frutto singolo	одиночный сбор	
raccolta a grappolo	кистевой сбор	
raccolta a mano	ручная уборка	
raccolta a verde	сбор до созревания	
raccolta al pezzo	поштучный сбор	
raccolta con	комбайновая уборка	

mietitrebbia		
raccolta meccanica	механизированная уборка	
raccolta precoce	ранний урожай	
raccolto	урожай	
regolare	равномерный	
rendimento	урожайность	
resistente	устойчивый	
resistente al calore	жаростойкий	resistente alle alte temperature
resistenza	устойчивость	к
retrogusto	послевкусие	
rustico	выносливый	
San Marzano	Сан Марцано	
seme	семя	pl. семена
semina	посев	
senza semi	бессемянный	seedless
sepalo	чашелистик	
serra	теплица	
serra a tunnel	плёночная теплица	
serra in vetro	стеклянная теплица	
serra riscaldata	отапливаемая	

	теплица	
settato	лопастный	
shelf life	срок хранения	
specie orticola	огородная культура	
spessore	толщина	
spessore di polpa	толщина мякоти	
spinacino	молодой шпинат	
striato	полосатый	
tardivo	поздний	
tenuta al trasporto	переносить транспортировку	
tipologia	тип	
TMV	ВТМ	TMV
tolleranza	толерантность	
tondo	круглый	
trapianto	высадка	высадка рассады (в грунт)
trasportabilità	транспортабельность	
trasporto	транспортировка	
tunica	луковая шелуха	шелуха
tuniche esterne	покровные чешуи	
tutto l'anno	круглый год	

uniforme	однородный	omogeneo
V	V	
varietà	сорт	тип
Verticilliosi	Вертициллезное увядание	Verticillium
vestitura	шелуха	
vigore	мощность	
vigore	мощность	
vigoroso	крепкий	
Virus del mosaico del tabacco	Вирус табачной мозаики	
vivaio	рассадник	

