

***Quels sont la place et les enjeux des entreprises prestataires de services linguistiques dans le secteur de la traduction ?***

*29 Avril – 30 Juin 2019*



**SOPHIA, jazykové služby s.r.o.**

Hroznová 253/28, 370 01 České Budějovice

Licence en Langues Etrangères Appliquées – 2018/2019

Université de Bretagne-Sud – LORIENT

Louise AMIAUT

**Professeur référent :** Mariannick Guenneck

**Maître de stage :** Karla Bauerová



# Sommaire

CV.....	3
Remerciements.....	4
Introduction.....	6

## I- Un acteur incontournable au sein d'un secteur singulier.

### A- *Le cas de l'entreprise SOPHIA.*

1) Présentation générale.....	7
2) Ses valeurs : la qualité et l'efficacité comme objectifs premiers. ....	10
3) La stratégie SOPHIA .....	12

### B- *Les fournisseurs de services linguistiques : une industrie et des interactions exigeantes.*

1) L'importance des rapports humains et culturels.....	14
2) Un secteur en évolution rapide .....	15
3) Travailler avec un LSP, nécessité ou obstacle pour les traducteurs ? .....	18

## II- Un rôle de médiateur et des missions méticuleuses.

### A- *Les défis et le rôle essentiel du service commercial.*

1) Les tâches et les difficultés qu'il rencontre .....	21
2) Une formation spécifique face à des situations uniques : les Project Managers. ....	23
3) Le rapport à la concurrence et l'importance du réseau .....	24

### B- *Les rapports humains comme clé du succès : une réalité notée depuis mon poste.*

1) Mes missions.....	25
2) Communication : mes observations et apprentissages.....	29

Conclusion.....	32
Résumé.....	33
Table des annexes .....	34
Webographie/Bibliographie.....	40



Louise **AMIAUT**



## ABOUT ME

- Curious
- Open-minded
- Team-spirit



## CONTACT



36 Rue de la Gare  
56700 HENNEBONT



+33 7.86.74.16.12



louise.amiaut



## SKILLS



Mother Tongue



A1



B2



C1



Software:  
Pack Office, social media  
knowledge, PIX(2018)



Driving License: Yes



## EXPERIENCE

May-June 2018

**Internship at NFM France - LORIENT (2 months)**

- Clients and orders servicing, translation(English to French)of a website, small market research.

2016-today

**Seasonal work in a children's outdoor activity centre, SAINT-THURIAU**

- Animation and supervision of children

July 2017

**Seasonal work in the "Art in Chapels" association (1 month), PONTIVY**

- Reception of tourists and small guided tours



## EDUCATION

2016-today

**Bachelor in Applied Foreign Languages  
University of South-Brittany – LORIENT**

**2<sup>nd</sup> year: ERASMUS program – Tallaght Institute of  
Technology DUBLIN**

- HR, Marketing, Politics, Italian, Spanish...

2013-2016

**School-leaving certificate "A" levels – with merits**

- Literature – Speciality Law studies



## INTERESTS

August 2016

**BAFA (Brevet d'Aptitudes aux Fonctions de  
l'Animateur)**

- Diploma for youth leaders and workers

**Piano beginner**

2015-2017

**Volunteering association « Neuillac M. Verte »**

- Partial planning of events to raise funds

## Remerciements

Je tiens en premier lieu à remercier Mme Guenneck qui m'a conseillée dans l'établissement de ce rapport mais aussi dans les préparatifs de cette année passée à l'étranger, ainsi que Mr Petrů qui m'a non seulement appuyée dans la recherche de ce stage mais également accompagnée tout au long de l'année avec bienveillance.

Je remercie aussi Mme Bauerová et Mr Bauer qui m'ont accueillie et intégrée chaleureusement au sein de l'entreprise dès mon premier contact avec eux, ainsi que toute l'équipe du service commercial SOPHIA et en particulier mon maître de stage Miroslav Hubáček qui m'a aiguillée dans mes missions.

J'atteste que le présent rapport est le fruit de ma réflexion personnelle, et certifie que tout emprunt à un tiers est mentionné comme tel. Je suis consciente que le fait de ne pas citer une source constitue un plagiat. J'ai pris connaissance des sanctions encourues en cas de plagiat.

## Introduction

Lorsque je me suis orientée vers une licence en Langues Etrangères Appliquées il y a trois ans, c'est avant tout car je me passionnais pour l'appropriation de cultures étrangères à la mienne. Mon objectif professionnel, bien que non précisément défini, avait toujours tendu vers des environnements interculturels et l'usage de langues étrangères.

Quand le moment fut venu cette année d'entamer mes recherches pour un stage pratique, j'étais donc d'ores et déjà ravie d'avoir l'opportunité de le réaliser en République-Tchèque, la garantie pour moi d'une immersion professionnelle à l'étranger totale.

Après un premier entretien avec Mme Bauerová, la dirigeante de l'entreprise, j'ai accepté : une entreprise de traduction où j'assisterais le service commercial me paraissait idéal pour clôturer ma licence, alliant à la fois usage des langues et commerce international.

Ce stage de troisième année était en somme l'occasion pour moi de commencer à mettre en application mes connaissances, plus abouties que l'année passée, et d'être une employée à qui l'on donne de réelles responsabilités. En d'autres mots, je commençais à cerner le fonctionnement global d'un service commercial grâce à mes expériences précédentes et je voulais donc passer de l'observation à l'action concrète.

Le domaine de la traduction est passionnant et, contrairement à ce que l'opinion générale pourrait penser, ne souffre pas tant des difficultés économiques conjoncturelles actuelles en comparaison avec d'autres secteurs. C'est un domaine d'activité particulier mais qui regroupe à la fois un vaste réseau de professionnel, comprenant en 2010 près de 18.000 entreprises, prestataires de service et cabinets de traduction confondus mais aussi 640.000 interprètes et traducteurs, qui pour la majorité travaillent à leur compte (en « *freelance* »).

Entrant alors dans un univers qui m'était inconnu, j'ai cherché à en apprendre plus pour ce rapport autour d'un questionnement : ***Quelles sont la place et les enjeux des entreprises prestataires de services linguistiques dans le secteur de la traduction ?***

Nous verrons dans un premier temps que les entreprises intermédiaires comme SOPHIA sont des acteurs majeurs dans le monde de la traduction d'aujourd'hui, un monde en constante évolution, mais aussi comment elles s'organisent afin de répondre au mieux à leurs missions tant diversifiées qu'exigeantes pour trouver leur équilibre.

*Depuis l’Egypte Ancienne jusqu’à nos jours, l’existence d’interprètes et de traducteurs s’est avérée essentielle afin d’assurer des échanges de qualité entre des personnalités importantes, souvent à des fins politiques, religieuses ou commerciales.*

*Les temps ont changé et aujourd’hui, une entreprise fournisseuse de services linguistiques doit savoir opérer avec les changements technologiques et les différences culturelles, tout en évoluant dans un milieu complexe qui ne leur fait pas toujours bonne publicité.*

## I- Un acteur incontournable au sein d’un secteur singulier

### A- Le cas de l’entreprise SOPHIA.

#### 1) *Présentation générale*

Fondée par Mme Bauerová en 1993, SOPHIA a vu le jour à la suite de la mise en activité de la centrale nucléaire de Temelín, qui se situe à une trentaine de kilomètres de České Budějovice. Pour répondre aux besoins d’un tel projet, des traductions techniques de qualité étaient requises et une place se présentait pour y répondre.



*Image 1 : Façade de l'entreprise - Rue Hroznová 253/28, 370 01 České Budějovice.*

C’est en 2000 que l’entreprise se fait réellement un nom dans le secteur, puisqu’elle diversifie petit à petit sa clientèle et devient une société à responsabilité limitée dont les deux associés sont Mr Bauer et Mme Bauerová. Ceci simplifiera amplement sa gestion puisque, comme vu en cours de *Business English* l’an passé, la responsabilité des dirigeants de ce type d’entreprise se limite à leur apport en capital et les titres de celle-ci ne sont pas transmissibles sans leur accord. Plus important encore, SOPHIA rejoint la Chambre de Commerce de Bohême-Sud.

Depuis, la qualité et le professionnalisme des services qu’elle propose n’ont cessés d’être approuvés, en adhérant par exemple en 2007 l’ « European Language Industry Association (ELIA) », une association professionnelle qui permet à ses membres de nouer des liens commerciaux notamment à travers des événements et des conférences, mais également

en obtenant de nombreux certificats de conformité lui permettant aujourd'hui de travailler dans plus de 150 langages.

Mais finalement, qu'est-ce qu'un « Language Service Provider » (ou « Translation Agency ») ? Simplement, ce sont des entreprises qui peuvent offrir différents services de traduction, d'interprétariat, d'adaptation de texte et d'encadrement langagier.

Dans le cas de SOPHIA, l'entreprise offre surtout des prestations en traduction écrite dans des domaines de pointes, des contrats d'affaires, de la documentation officielle, des manuels et guides d'utilisation mais aussi des documents personnels, pour des entreprises de tous horizons mais aussi pour des particuliers. Cette offre se décline aussi en services apparentés à la traduction écrite tels que :

- La relecture de documents par un locuteur natif qui permet à la traduction d'être fluide et de sonner plus « naturellement » ;
- L'édition durant laquelle un traducteur s'assure, en utilisant le texte original, de l'utilisation d'un vocabulaire approprié et de l'usage d'une terminologie adaptée ;
- Le traitement graphique, notamment utilisé pour perfectionner le rendu des effets visuels 3D dans les documents industriels ;
- L'adaptation de texte, qui a pour but de légèrement modifier les écrits afin de les rendre accessibles et compréhensibles à des publics de cultures diverses et variées ;
- L'impression, la reliure et la livraison des documents traduits.

Les documents sont rendus au client final en version physique, numérique ou les deux. Il est possible pour les clients de demander un traitement PAO, ou Publication Assistée par Ordinateur (DTP en anglais pour « Desktop Publishing ») afin de conserver exactement la mise en forme du document original.

Est également proposé par SOPHIA un large éventail de services d'interprétariat :

- L'interprétation consécutive, où l'intervenant et l'interprète prennent la parole à tour de rôle ;

- L'interprétation simultanée, c'est-à-dire une interprétation retransmise en direct avec un équipement adapté ;
- Les retranscriptions par téléphone, qui sont une forme d'interprétariat consécutif.

Il est aussi possible de faire appel à SOPHIA en cas de besoin d'assistance d'un interprète requise par le tribunal, notamment pour les entreprises qui ont souvent à faire à des notaires ou des représentants gouvernementaux.

L'école de langues, quant à elle, offre des cours d'apprentissage (anglais, espagnol, russe, allemand...) donnés individuellement ou par groupes restreints, afin d'avoir un réel échange avec les professeurs comme lors d'un cours particulier.

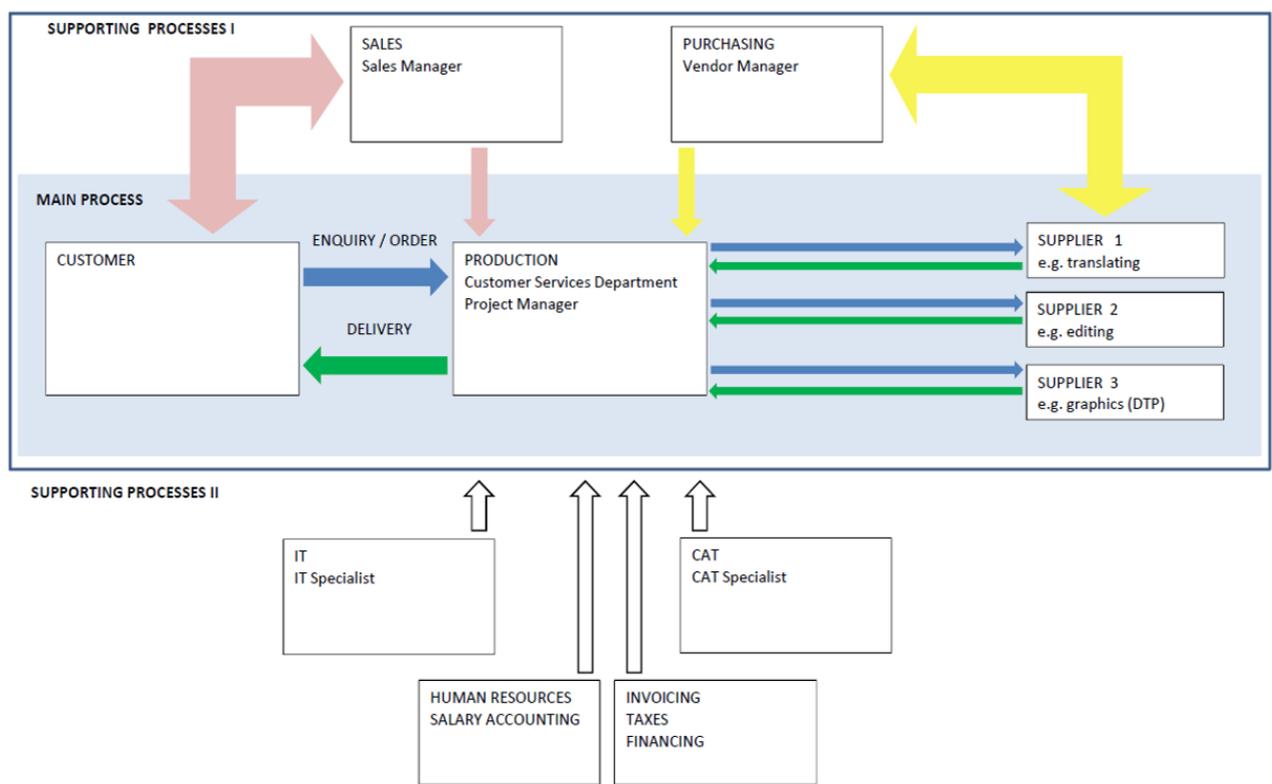


Image 2 : organigramme organisationnel de l'entreprise

Globalement, SOPHIA embauche une quinzaine d'employés répartis dans différents départements : les ventes comprenant les commerciales, l'approvisionnement, la production avec l'équipe de Project Managers et la responsable, l'informaticien (IT), le département CAT où est réalisée l'édition et la relecture, la facturation/comptabilité et les finances gérées par Mr Bauer.

L'école de langues fonctionne indépendamment bien qu'elle fasse partie de l'entreprise, et les employés qui y travaillent se consacrent exclusivement aux cours. Par exemple, ils ont leur propre responsable fournisseur pour recruter des professeurs.

Contrairement à un cabinet de traduction, SOPHIA n'embauche aucun traducteur interne mais fait appel à des travailleurs indépendants en prenant une commission sur le prix final.

Il est important de noter que la demande des clients provient majoritairement d'entreprises et d'institutions localisées dans l'Union Européenne et notamment dans les pays les plus proches de la République-Tchèque, tant géographiquement qu'économiquement, en Europe centrale et de l'Est (Croatie, Autriche, Hongrie...). Il arrive aussi que les filiales tchèques de compagnies globales, telles que John Deere récemment, fassent appel à SOPHIA.

En revanche, environ 92% des projets confiés à ses équipes se sont faits depuis ou vers le tchèque et le slovaque depuis le début de l'année 2019.

Ayant déjà une position de premier rang dans son domaine en République-Tchèque, le projet à plus long terme serait donc de diversifier son activité et se faire une place dans d'autres marchés européens, comme en Allemagne ou en Slovaquie.

## *2) Ses valeurs : la qualité et l'efficacité comme objectifs premiers.*

Il m'a été répété de nombreuses fois que dès ses débuts, les dirigeants de SOPHIA avaient fait le choix de travailler consciencieusement sur chacun des projets qui lui étaient attribués, et de ne surtout jamais rendre une traduction faite à la hâte à un client.

Cela s'apparente peut-être à du bon sens, mais la traduction étant la re-transposition de quelque chose de propre à la personne qui l'a exprimé au départ, décider d'atteindre une version compréhensible par le plus grand nombre possible n'est pas un choix sans conséquences. En effet, si pour des secteurs de pointe la précision est essentielle, une traduction correcte peut parfois suffire pour des clients dont les demandes sont plus modestes, comme pour des documents internes par exemple.

Cependant, et ce n'est pas le cas chez tous les prestataires de services linguistiques, SOPHIA traite toutes les demandes également, s'assurant que chaque document soit relu par plusieurs personnes aptes à traduire de tels textes, quels que soient sa longueur ou son contenu.

Preuve de son engagement, SOPHIA a été en 2013 la première entreprise tchèque à fournir des traductions en accord avec la norme européenne EN 15038. C'est une norme spécifique aux services de traduction qui se définit selon l'AFNOR (Association Française de Normalisation) comme suit :

*La norme EN-15038 :2006 englobe le processus de traduction proprement dit ainsi que tous les aspects connexes qu'implique la prestation du service, notamment l'assurance qualité et la traçabilité.*

Elle s'applique dans tous les Etats-Membres de l'UE et impose aux prestataires de services linguistiques certaines procédures et contraintes encadrant leur présence sur le marché.

De plus, SOPHIA assure à ses clients une sécurité manifeste, puisque l'entreprise n'utilise jamais de serveurs en ligne afin de stocker les données. Les documents ne sont accessibles qu'aux personnes qui s'attèlent directement à leur traduction, et sont ensuite transmis sous forme cryptée afin d'éviter toute diffusion involontaire.

Bien entendu, une telle exigence est chronophage, justifie souvent un prix plus élevé que chez la majorité des concurrents et n'est pas systématiquement récompensée étant donné que le client ne voit jamais que le produit final, souvent sans avoir conscience de la logistique nécessaire derrière un travail de traduction abouti. A l'inverse, c'est une manière de fidéliser la clientèle qui a fait ses preuves puisque chaque mois, environ 60% des commandes reçues sont faites par des clients réguliers qui ont été pleinement satisfaits.

Bien souvent, si malgré cette attention particulière aux détails et aux nuances de langages une erreur est constatée par le client, les équipes de SOPHIA prennent la responsabilité de la corriger : les équipes internes rectifient le tir si c'est un souci d'édition ou le renvoient à un traducteur s'il concerne le texte en soi. Un chiffre étant souvent plus parlant, en moyenne 86% des demandeurs en traduction ne font aucune réclamation même minime, une fierté donc puisque c'est excellent pour une entreprise prestataire de service.

Pour Mr Bauer, la clé du succès est la tendance, et c'est la raison pour laquelle il apporte un point d'honneur à analyser les données (nombres de mots traduits, de commandes, rentrées d'argent, réclamations et commentaires) durant des réunions hebdomadaires, parfois même deux fois par semaine. Le nombre de mots est

systématiquement comparé aux années précédentes à la même date, afin d'assurer une constance d'activité et réagir en cas de souci urgent.

Pour ce qui est de la gestion de SOPHIA, je l'apparenterais à un management déléгатif que nous avons étudié en cours de Culture d'Entreprise en deuxième année : les salariés sont libres d'organiser leur travail et leurs journées comme ils le souhaitent, et sont consultés par les dirigeants avant de prendre d'importantes décisions qui les impliquent. Cependant, ils doivent rendre compte de résultats et ont des objectifs à atteindre sur plus ou moins long terme, encourageant selon moi l'efficacité et diminuant la pression quotidienne.

Mr Bauer attache également une certaine importance au fait que ses employés s'essayent à de nouvelles choses et travaillent dans d'autres départements que ceux auxquels ils sont généralement affiliés, puisque SOPHIA est sur ce point une entreprise assez flexible. Il n'est pas rare que certains jours, le responsable fournisseur ou les stagiaires passent la journée entière dans d'autres bureaux pour aider le responsable informatique à mettre en place un nouveau software par exemple. Cette flexibilité est pour les dirigeants synonyme d'efficacité puisque lorsqu'un problème se présente, chacun peut remplacer ou aider ses collègues.

Evidemment, ce qui fait aussi partie intégrante de l'identité de SOPHIA est l'intérêt que Mr et Mme Bauerová portent aux langues étrangères dans la vie professionnelle mais pas seulement, puisqu'elle est à l'origine une traductrice professionnelle et que lui a travaillé de nombreuses années à l'étranger et parle plusieurs langues couramment. Les employés sont très encouragés à pratiquer une autre langue que l'anglais, notamment les commerciales, et à l'utiliser régulièrement au téléphone ou avec les stagiaires étrangers. Une vraie philosophie d'apprentissage donc, dont ces exemples sont le reflet et qui tend à sortir les employés de leur zone de confort au fil des années.

### *3) La stratégie SOPHIA*

En termes de tactique promotionnelle, l'entreprise implémente petit à petit une nouvelle stratégie pour se faire connaître. Depuis les prémices de l'entreprise, ses dirigeants ont toujours accordé un point d'honneur à être présents physiquement pour se faire voir, que ce soit dans des expositions mais aussi directement auprès des clients.

Pour ce faire, Mr Bauer a par exemple aménagé un jour dans la semaine pour que Monika, une des commerciales, puisse se déplacer dans la région et aller elle-même représenter les

offres de l'entreprise. Selon lui, c'est la méthode la plus efficace puisqu'elle permet de montrer aux clients l'importance et l'attention qui leur est et leur serait accordée s'ils choisissaient SOPHIA, mais également d'avancer plus vite dans la signature des contrats puisqu'avoir une discussion réelle permet de s'accorder au mieux pour trouver des compromis, quand parfois la communication reste figée via des e-mails.

Les salons nationaux sont également une aubaine pour les entreprises prestataires de services, mais demandent une préparation en amont assez conséquente : il est par exemple primordial de connaître le pourcentage d'entreprises tchèques et slovaques présentes (les principaux demandeurs et de fait les clients potentiels les plus accessibles) lors des années précédentes afin d'établir une estimation mais aussi d'évaluer le coût de l'exposition, sa fréquentation, si elle propose aussi des ateliers ou des conférences auxquels le personnel peut assister pour faire du réseautage, des entreprises de TAO avec qui il serait possible de négocier et chaque autre détail pour connaître le déroulé exact des journées d'exposition.

Mr Bauer donne également des explications pratiques à son équipe avant ce genre d'évènements, notamment des conseils pour par exemple reconnaître un patron d'entreprise qui circulerait incognito entre les stands et pouvoir l'aborder, ou connaître les arguments et les gestes qui sont le plus pris en considération lors de négociations en fonction des nationalités. Finalement, le but est de former toute son équipe à devenir des commerciaux lors de ces déplacements, tout en évitant toute généralisation inconvenante.

Des salons comme le MIDEST à Lyon en France cette année ou le BAUMA en Allemagne sont des incontournables, mais l'objectif est aussi de se diversifier et de couvrir différentes zones chaque année. Cependant, avec des frais de participation qui augmentent régulièrement, l'équipe considère pour l'an prochain envoyer un employé en simple visiteur afin d'analyser la concurrence sans pour autant participer officiellement.

Cette année et pour la première fois, l'entreprise tente aussi une approche plus locale, puisqu'elle a installé un panneau publicitaire dans la ville de Plzeň et que l'installation d'un second se fera prochainement. Un retour à une publicité plus classique donc, en laquelle Mr Bauer croit fermement : après seulement deux semaines, ce premier *billboard* a valu à l'entreprise un article dans la presse locale mais aussi de nombreuses remarques de clients au téléphone qui laissent espérer qu'il soit également vu par une nouvelle clientèle à son tour.

Finalement il est important que le site web soit actualisé tous les trois à quatre ans afin de garder une image moderne, puisque la traduction souffre parfois de l'image d'une activité en difficulté, voire parfois obsolète.

## B- Les fournisseurs de services linguistiques : une industrie et des interactions exigeantes.

### 1) *L'importance des rapports humains et culturels*

Dans son livre *Beyond Culture*<sup>1</sup>, Edward T. Hall déclarait « La meilleure raison de se soumettre à des cultures étrangères, c'est qu'elles engendrent un sens aigu de la vitalité et de l'attention consciente (...) ». En effet, bien que l'on puisse penser que les coutumes au niveau de l'Union Européenne tendent à s'uniformiser, et ce d'autant plus dans un contexte strictement professionnel, en réalité les interactions avec les individus de différents pays sont très différentes, et c'est donc une importante partie du travail réalisé par le responsable fournisseur et les commerciaux que de prêter attention aux besoins spécifiques de chacun.

Pour parler de faits concrets, nous avons pu rencontrer quelques problèmes en travaillant avec des traducteurs tchèques par exemple. En effet, la majorité d'entre eux ne refusent jamais un projet au départ, mais il est arrivé fréquemment qu'ils nous recontactent plusieurs semaines plus tard pour finalement communiquer qu'ils n'avaient pas les compétences requises pour terminer le texte en question, lorsque la date de remise au client final elle approchait rapidement. Une perte de temps considérable donc, qui d'après le responsable fournisseur, n'arrive que très rarement avec des traducteurs britanniques ou même allemands qui eux préfèrent généralement travailler sur quelques domaines bien particuliers qu'ils apprécient et pour lesquels ils ont de l'expérience. A l'inverse, ces derniers sont souvent moins réactifs lors d'une prise de contact, et il faut parfois attendre plusieurs jours voire plusieurs semaines avant d'obtenir une réponse concernant une collaboration, contre un ou deux jours pour les professionnels tchèques.

Outre les différences culturelles, les différences de génération entrent aussi en compte. Certains traducteurs plus âgés ont parfois des difficultés à remplir les documents en ligne nécessaires à leur enregistrement dans la base de données<sup>2</sup>, et il a parfois été nécessaire

---

<sup>1</sup> Edward T. Hall, *Beyond Culture*, ANCHOR BOOKS EDITIONS, 1976.

<sup>2</sup> Cf. Annexe n°1 : « Exemple de profil enregistré dans une base de données (...) ».

d'énoncer maintes fois par e-mail le processus, voire même de les appeler en personne pour les accompagner.

Les outils TAO sont également un souci pour certains qui travaillaient sans les utiliser. Bien que ce soit un cas extrêmement rare aujourd'hui, cela empêche d'office toute collaboration pour des raisons de lecture des documents et d'efficacité, puisqu'ils sont aujourd'hui des aides informatiques précieuses, voire même indispensables.

En revanche, les réclamations des clients diffèrent peu en fonction des nationalités de ceux-ci proportionnellement aux demandes (la majorité des clients étant tchèques), tout comme les impayés ou les soucis de négociations de contrats.

Ces éléments peuvent sembler être des détails à titre individuel mais ils sont en réalité pour les employés de SOPHIA, qui travaillent avec des centaines de traducteurs, des charges de travail supplémentaires qui s'ajoutent à leurs missions initiales.

Pour instaurer un climat de confiance et une collaboration pérenne, il est donc important de les prendre en charge rapidement en se montrant disponible à tout moment. Bien entendu, les exemples mentionnés sont seulement des bribes que j'ai pu observer sur une période de deux mois et ne reflètent pas un phénomène exact, néanmoins ils me semblaient intéressants à souligner puisqu'une grande partie de mes missions, que j'évoquerai ensuite, consistait précisément à accompagner de nouveaux collaborateurs.

## *2) Un secteur en évolution rapide*

Comme beaucoup d'autres secteurs d'activité, la traduction doit vivre avec son temps et s'adapter à la modernisation du processus engendré par de nouvelles technologies nées au cours de ces dernières décennies.

Le marché des technologies langagières offre plus d'opportunités chaque année<sup>3</sup>, notamment dans les pays asiatiques, et était estimé en 2016 à presque 30 milliards d'euros. Le progrès informatique, bien évidemment, bouleverse le secteur en offrant des traductions instantanées de plus en plus précises, en utilisant trois méthodes principales :

---

<sup>3</sup> Cf. Annexe n°2 : « Evolution estimée du marché global de la traduction automatisée ».

- La « Statistical Machine translation » (SMT) permet à un ordinateur de traduire d'une langue à une autre en se basant sur un très large nombre d'exemples de traductions déjà existantes ;
- La « Neural Machine Translation » (NMT) fonctionne grâce à des algorithmes complexes permettant de traduire les mots et de structurer une nouvelle phrase à partir d'une autre ;
- La « Rule-based machine translation » (RBMT) se base sur des informations linguistiques et règles de grammaire récoltées notamment dans des dictionnaires, dans la langue source et la langue cible.

Créé en 2006, Google Translate est sans doute l'exemple le plus célèbre de NMT et a été perfectionné très rapidement jusqu'à aujourd'hui pouvoir traduire dans 103 langues plus de 100 milliards de mots par jour. D'autres entreprises se lancent également dans l'aventure avec par exemple Microsoft qui a lancé Microsoft Traduction, une application permettant la traduction de 60 langues à laquelle s'ajoute un outil de traduction des appels vocaux en simultané, mais l'on pourrait également citer des sites web tels que Reverso ou Yandex, ou encore les innombrables dictionnaires en ligne disponibles pour n'importe quelle langue.

Pour faire court, traduire du texte simple est aujourd'hui accessible à tous. Pourtant, cette explosion des outils linguistiques depuis une dizaine d'années est-elle une menace concurrentielle réelle pour les traducteurs et les fournisseurs tels que SOPHIA ?

En réalité, pas pour le moment. Une des premières raisons à cela est tout simplement que la demande pour les services offerts par des entreprises comme SOPHIA est fondamentalement différente, et les clients qui font appel à eux ont besoin de traductions à des fins autres qu'une simple compréhension ou retranscription. Bien souvent, ses équipes doivent rendre des traductions pour des manuels techniques, des notices d'utilisation, des documents publicitaires ou administratifs comme des contrats, c'est-à-dire des projets qui nécessitent une grande précision et un vocabulaire spécifique, en droit ou en ingénierie par exemple, et qui fait pour l'instant encore défaut aux outils de traductions en ligne.

On constate plutôt une évolution du métier de traducteur et non un remplacement de celui-ci. Il est maintenant possible pour eux de travailler plus efficacement avec les outils de traduction TAO, ou Traduction Assistée par Ordinateur (CAT en anglais : Computer-Assisted

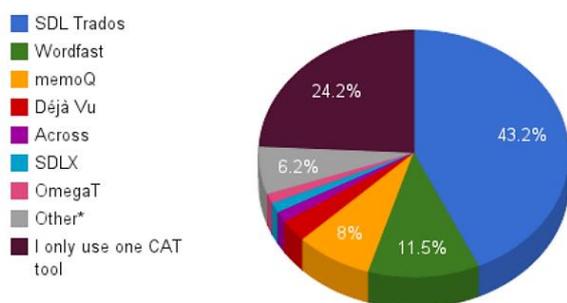
Translation). Ce sigle signifie simplement que la retranscription de texte a été réalisée par un traducteur grâce à un logiciel qui l'a appuyé afin de trouver les expressions justes, maintenir une terminologie uniforme ou encore vérifier l'orthographe des mots quasiment automatiquement.

On divise ces outils TAO en trois catégories :

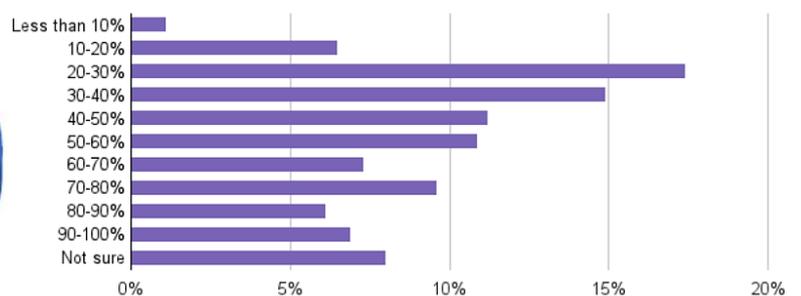
- Les outils de mémorisation de traduction permettent de réutiliser un certain champ lexical et harmoniser les différentes parties d'un projet ;
- Les outils de terminologie servent à trouver et enregistrer les expressions correspondant le mieux dépendamment du contexte afin de créer un lexique spécifique ;
- Les outils de localisation, ici appliqués à des textes écrits, se comportent comme la localisation des logiciels classique et leur sert à s'adapter aux spécificités linguistiques et culturelles d'un certain marché.

Face à un choix de plus en plus vaste, quels outils utilise SOPHIA ? Principalement, on retrouve chez les traducteurs l'usage de SDL Trados<sup>4</sup>, Wordfast, MultiTrans, MemoQ et Transit, et c'est une exigence qui leur est communiquée dès qu'ils acceptent de travailler pour l'entreprise. En réalité, la majorité d'entre eux utilisent déjà au moins un des nombreux logiciels payants qui ont fait leurs preuves dans le milieu.

Which CAT tool do you use most?



How much more efficiently do you translate using a CAT tool?



*Efficacité moyenne calculée par différents logiciels TAO sur un domaine d'expertise de son utilisateur.*

*Graphique 1 et 2 : Etude réalisée par le site web Proz.com sur l'usage des différents outils TAO (2013).*

<sup>4</sup> Cf. Annexe n°3 : « Interface du CAT Tool « SDL Trados » 2018 ».

Ces technologies introduisent une rapidité inédite donc, mais aussi une nouvelle capacité d'adaptation de chaque traduction au client final puisqu'il est possible de réutiliser la terminologie préférée par celui-ci grâce au lexique enregistré. Cela permet d'ainsi assurer une continuité dans les écrits réalisés. Au-delà de ça, la qualité fournie est bien supérieure puisque la vérification d'avant livraison réalisée grâce au *software* conçu pour permet dans la majorité des cas de corriger des erreurs ayant échappées aux humains.

La tâche devient de plus en plus un travail de relecture et de vérification que de traduction fondamentale. Le texte doit avoir du sens, être agréable à lire, si possible comme s'il avait été écrit par un natif, et bien sûr ne pas comporter de fautes de grammaire ou d'orthographe. L'interprétation humaine, elle, reste essentielle dans certains cas de figure comme des documents marketing. Par exemple, un slogan doit rester percutant et accrocheur même lorsqu'une traduction exacte vers une autre langue est impossible.

Pour SOPHIA, ces nouveaux outils de travail sont un appui, encore loin de remplacer l'œil d'un traducteur aguerri mais qui lui permettent de fournir un meilleur travail en un temps record. La capacité croissante des machines est donc synonyme d'efficacité mais aussi de plus de diversité pour l'entreprise, puisqu'elle peut aussi offrir des services en ligne et des traductions à des clients partout dans le monde, une chose encore impensable il y a vingt ans.

La certaine uniformisation des méthodes de travail avec ces outils simplifie également les échanges entre l'entreprise et les *freelancers*, mais aussi le traitement et les entrées dans le système de données internes.

### 3) *Travailler avec un LSP, nécessité ou obstacle pour les traducteurs ?*

Si être travailleur indépendant en traduction présente de nombreux avantages bien connus comme la flexibilité ou le choix de ses clients et de ses méthodes de travail, cela implique aussi une certaine rigueur, un sens des affaires et une affinité commerciale capitale pour rentabiliser son activité. En d'autres termes, même les traducteurs les plus compétents peuvent se retrouver dans des situations difficiles pour diverses raisons, souvent une mauvaise gestion de leurs finances, un manque de tact avec la clientèle, une mauvaise publicité ou à l'inverse un manque de visibilité.

Concernant ce dernier point, bien souvent dès l'obtention de leur diplôme, ils décident de rejoindre des associations de traducteurs indépendants : quelques-unes des plus connues et

renommées sont la Société Française des Traducteurs et l'Association des Traducteurs Littéraires pour la France, l'*Institute of Translation and Interpreting* au Royaume-Uni, la *Bundesverband der Dolmetscher und Übersetzer* en Allemagne, mais ils en existent également au niveau international comme l'IAPTI (« International Association of Professional Translators and Interpreters » ) ou l'Association Européenne des Interprètes et Traducteurs Juridiques par exemple.

Ces réseaux leur permettent donc d'être répertoriés, joignables facilement et est un gage de qualité puisqu'il faut, pour la plupart d'entre elles, passer par un processus d'adhésion avec mise à l'épreuve avant de pouvoir devenir membre.

En revanche, recevoir des demandes de clients est une chose, mais gérer son activité et l'administration que cela implique en est une autre. Pour cette raison, beaucoup de traducteurs *freelancers* décident de collaborer avec des entreprises comme SOPHIA, s'évitant ainsi de s'occuper des mesures contractuelles, du long processus d'échange avec les clients avant de recevoir une commande mais aussi des imprévus de paiement ou tout autre inconvénient lié à la transaction commerciale elle-même.

Ainsi, SOPHIA traite la commande du début à la fin et les traducteurs, eux, ne sont en charge que du travail sur le texte. C'est donc la garantie d'une certaine tranquillité d'esprit mais aussi une opportunité de maximiser ses chances de se voir confier un projet. En effet, il est rare qu'un traducteur ou interprète ne travaille qu'en collaboration avec des fournisseurs de services linguistiques, et la majorité acceptent les travaux proposés par SOPHIA en parallèle de leurs clients directs habituels.

Pour certains, la dimension financière est un frein à un partenariat de ce type puisqu'évidemment, le pourcentage de la commission prise par SOPHIA lors de chaque remise de projet est de l'argent qui n'ira pas au traducteur. De plus, l'entreprise tend à uniformiser les tarifs qu'elle est capable d'offrir aux *freelancers* et là encore, les différences en fonction des pays sont à prendre en compte.

La rémunération se au mot, et si pour certains traducteurs les prix appliqués par SOPHIA sont une aubaine et leur garantissent une rémunération correcte, pour d'autres on observe jusqu'à plusieurs centimes d'écart avec leurs tarifs habituels. Bien que cet aspect soit négocié au cas par cas, il n'en reste pas moins vrai que les entreprises intermédiaires doivent être profitables

et qu'un traducteur accepte la plupart du temps de travailler pour moins cher qu'à son habitude.

Pour prendre un autre exemple concret, il était commun de recevoir de e-mails de traducteurs dénonçant des conditions de travail insatisfaisantes pour expliquer leur refus de collaborer.

Finalement, beaucoup de professionnels acceptent tout de même de travailler pour une rémunération moindre puisque SOPHIA est une solution de secours en cas d'activité plus calme de leur côté. Ils deviennent collaborateurs, mais n'acceptent un projet que s'ils n'ont rien d'autre de prioritaire sur le moment, comme souvent avec les traducteurs français et britanniques par exemple, pour qui la différence de rémunération est plus importante.

Cependant, certains professionnels non-tchèques étaient ravis d'un partenariat et prêts à accepter du travail aux tarifs offerts par SOPHIA uniquement pour le plaisir de travailler avec une entreprise étrangère et de diversifier leurs horizons professionnels. En effet, il faut prendre en compte que dans la traduction peut-être plus que dans d'autres secteurs, les spécialistes linguistiques sont souvent passionnés par les échanges interculturels et cet aspect rentre en compte lors du choix de leurs clients.

***Depuis toujours, SOPHIA fait le choix d'une approche personnalisée qui lui vaut aujourd'hui une place de choix au niveau des prestataires en traduction du pays. En effet, ces entreprises sont des acteurs majeurs du marché et font partie intégrante du paysage dans le milieu des services langagiers.***

***L'entreprise a su fidéliser ses clients par la qualité rendue et un contact plus direct, et bien que le secteur subisse actuellement des changements fondamentaux, savoir échanger et s'adapter restent des valeurs primordiales pour qu'une entreprise soit fructueuse.***

***Paradoxalement, c'est justement une communication juste qui peut parfois faire défaut au bon fonctionnement interne des fournisseurs de services linguistiques. Effectivement, la complexité d'application de telles valeurs d'excellence réside dans une organisation irréprochable et une bonne gestion des imprévus.***

## **II- Un rôle de médiateur et des missions méticuleuses**

### **A – Les défis et le rôle essentiel du service commercial**

### 1) *Les tâches et les difficultés qu'il rencontre*

Le département des ventes, où j'ai travaillé la plupart du temps, est composé d'un Responsable Fournisseurs, d'une Responsable de Production et de deux commerciales.

Si les *Project Managers*, dont nous parlerons plus en détail ensuite, s'occupent du « quoi », le service commercial administre quant à lui le « comment » des activités de l'entreprise.

Eva, la Responsable de Production, a une fonction capitale puisqu'elle est principalement en charge de gérer les ressources et notamment l'argent et le temps, qui peuvent être les plus gros obstacles au bon déroulement d'une prestation de service. Elle doit dans un premier temps évaluer si les équipes de SOPHIA ont sur le moment les capacités de fournir une traduction, si elles disposent du temps estimé avant la date requise mais également prioriser, en fonction de l'ampleur de la commande et des moyens nécessaires, les démarches à suivre. Elle est également la personne qui reçoit les plaintes des clients finaux lorsqu'une traduction ne correspond pas à leurs attentes et est en charge de trouver des solutions au plus vite pour rectifier le tir, mais elle doit aussi veiller à ce que les paiements arrivent en temps et en heure selon les conditions convenues initialement.

Les difficultés couramment rencontrées sont assez communes à toute entreprise, c'est-à-dire des clients qui ne payent pas après remise du texte final, des entreprises qui sont en faillite sans en avertir les équipes et se retrouvent insolvable voire qui ferment avant la remise de texte final pour des projets sur plusieurs mois, ou encore des clients qui passent commande pour un certain nombre de mots qui s'avère être moindre que le nombre réel de pages envoyées à traduire. Dans la majorité des cas, une solution est trouvée après discussion mais SOPHIA doit parfois renoncer à de grosses sommes d'argent quand rien ne peut être fait, et n'hésite d'ailleurs pas à faire appel à la justice pour résoudre certains litiges. En effet, la perte financière n'est pas la seule préoccupation des dirigeants lorsqu'un problème comme celui-ci se pose, il est également important de protéger la réputation et l'image de l'entreprise afin d'éviter leur reproduction.

Après avoir reçu son aval, Mr Hubaček, le Responsable Fournisseurs que j'assistais, doit s'occuper de trouver les personnes les mieux qualifiées pour un projet. Il arrive qu'il ait quelqu'un en tête si c'est une langue rare ou un domaine requérant un traducteur hautement qualifié en la matière mais le plus souvent, il doit effectuer une recherche dans la base de

données de l'entreprise. Elle répertorie tous les projets en cours, les disponibilités des *freelancers*, leurs domaines de spécialité, les tarifs auxquels ils sont payés habituellement ou tout autre renseignement qui permet de cerner les projets pour lesquels ils peuvent convenir. C'est ensuite à lui que revient la tâche de les contacter pour offrir cette commande et de prendre la décision finale pour son attribution. On parle ici de plusieurs personnes puisqu'après une première traduction, un à deux relecteurs sont aussi sollicités. Mr Hubaček est donc chargé du recrutement des traducteurs et de gérer ce processus, veille à l'avancement de la traduction du texte en échangeant souvent avec eux afin qu'elle soit réalisée à temps, mais est également là pour répondre à leurs interrogations lorsqu'ils rencontrent un problème.

Finalement, les deux commerciales sont chargées de la prospection et du retour client. Une d'entre elles se déplace chaque semaine dans des entreprises différentes, dont on connaît les possibles besoins en services de traduction, qu'elle étudie au préalable et avec qui elle aura conclu d'un entretien pour présenter les offres SOPHIA.

Leur rôle est donc essentiel puisqu'elles attirent de nouveaux clients et les fidélisent, notamment en les contactant de manière régulière pour savoir s'ils ont été satisfaits du service obtenu de manière général et s'ils pensent recontacter l'entreprise à l'avenir. Elles se chargent aussi de l'assemblage de la documentation nécessaire lorsque SOPHIA participe à des appels d'offre, souvent pour des institutions européennes, et partagent ensuite avec l'équipe lors des réunions quelles ressources seraient nécessaires pour être compétitif.

Il est particulièrement difficile d'écarter des clients de la concurrence puisqu'une traduction n'est pas tangible comme un produit mais est aussi difficilement comparable comme d'autres services. En effet, on peut être déçu d'une prestation de service lorsque l'accueil d'un hôtel s'évère décevant ou que la qualité des produits est médiocre dans un restaurant, un magasin ou d'autres services plus classiques.

En traduction cependant, certaines entreprises font appel à un fournisseur de services linguistiques et en sont satisfaits puisqu'ils n'ont pas réellement de comparaison disponible et, comme mentionnée précédemment, deux traductions peuvent être toutes deux qualitatives et pour autant être très différentes. Il est difficile pour SOPHIA d'offrir des

exemples de traductions gratuits puisque les traducteurs eux ne travaillent pas à titre gracieux et que la confidentialité des documents empêche leur réutilisation.

De plus, il est vrai qu'une demande de devis gratuit jouerait en leur défaveur puisqu'ils sont souvent au-dessus des prix du marché. Pour cette raison, il est d'autant plus important pour les employés de se montrer irréprochable dans leur communication et leur écoute des clients, même lorsqu'ils sont parfois submergés par les appels.

Tout le service travaille donc ensemble et la réussite d'une commande dépend des missions individuelles de chacun. Bien sûr, chaque département permet de fluidifier l'activité pour la développer, que ce soit l'ingénieur informatique qui gère aussi le site web ou le département de comptabilité, mais le service commercial est en quelques sortes le centre névralgique de l'entreprise puisque sa profitabilité se joue essentiellement dans ses bureaux.

## *2) Une formation spécifique face à des situations uniques : les Project Managers.*

Nous citons précédemment le rôle des Project Managers, une fonction qui a été créée par les dirigeants de SOPHIA pour répondre aux besoins propres de l'entreprise et qui travaillent en tandem avec le service commercial. Pour simplifier, nous pourrions dire qu'ils sont la porte d'entrée par laquelle les clients doivent passer pour quelque demande, mais ils sont plus qu'un simple secrétariat : ils travaillent deux par deux le plus souvent et répondent aux appels des clients, reçoivent les plaintes et se réfèrent aux personnes concernées, surveillent l'avancée des projets, définissent les *plannings* et les communiquent ensuite avec les autres départements, etc.

Ils sont absolument essentiels car ils coordonnent les différents départements en faisant la navette entre tous. Leur rôle est de suivre les projets de A à Z, du premier appel client pour un renseignement ou une commande au retour de la responsable production, en passant par les retours des relecteurs avant remise et dépôt à l'envoi des traductions finies.

Leur objectif est de ne omettre aucun détail et de regrouper les avis favorables de tous les membres de l'équipe avant le rendu d'un travail. C'est un poste pour lequel il n'existe pas de formation réelle, s'agissant de plus qu'un simple poste de secrétaire sans non plus être une mission de management. Leur communication est cruciale mais ils ne prennent jamais eux-mêmes de décisions. Simplement, ils sont surtout une aide précieuse pour les autres départements puisqu'ils gèrent tout ce qu'eux ne traitent pas comme fournir des informations

sur l'entreprise, modifier les calendriers, recevoir les retours des relecteurs, renvoyer les traductions modifiées lorsqu'elles ne conviennent pas, organiser des réunions entre les dirigeants et des clients potentiels mais aussi diverses tâches qui peuvent être inédites chaque jour. Il est donc difficile de s'imaginer à quoi ressemble une de leur journée type n'ayant moi-même pas travaillé avec eux une seule fois, bien qu'elle comprenne certainement beaucoup d'échanges téléphoniques, d'e-mails et de planification. En revanche, le sens de l'organisation et la flexibilité nécessaire à ce poste sont facilement imaginables.

Chez SOPHIA, quasiment tous les nouveaux employés, avant d'être assignés à un département, ont passé deux ans en tant que *Project Manager*. Selon Mr Bauer, il n'y a pas de meilleur moyen de former les employés au fonctionnement propre de l'entreprise et de comprendre comment fonctionnent les échanges dans le domaine de la traduction. Après cette période d'essai, il estime que ses employés sont capables de réaliser n'importe quelle tâche avec excellence.

En revanche, cette période de deux ans peut être pour certains extrêmement drainante et engendre parfois une certaine pression, ce qui explique sûrement que beaucoup de jeunes recrues abandonnent et décident de quitter l'entreprise avant le terme de celle-ci. La difficulté pour Mme et Mr Bauer est donc de garder les employés assez longtemps pour avoir un retour sur investissement intéressant.

En effet, un nouvel employé représente un réel placement d'argent qu'il faut rentabiliser, puisque le temps de formation n'apporte aucune plus-value à l'entreprise, c'est même plutôt le contraire. Il est estimé qu'une nouvelle personne au sein de l'équipe sera profitable et totalement autonome au bout de 36 mois seulement, une période de temps conséquente mais nécessaire compte tenu de la complexité, de l'exigence et la polyvalence de ce poste.

### *3) Le rapport à la concurrence et l'importance du réseau*

Lorsqu'il m'a été demandé de contacter des entreprises concurrentes par téléphone, je me souviens avoir d'abord été assez surprise. Face à mes interrogations, Mr Hubáček m'a expliqué comment les concurrents peuvent rapidement devenir des partenaires.

Brièvement, chaque fournisseur de service linguistique a un réseau de partenaires traducteurs qu'il peut contacter en cas de besoin : agrandir son réseau, c'est donc augmenter ses possibilités de répondre à des demandes particulières. Par exemple, SOPHIA manque souvent

de professionnels dans des langues plus exotiques comme l'arabe ou le japonais, ou moins courantes comme le finois, le suédois, le norvégien... Celles-ci ne faisant pas partie des combinaisons régulièrement demandées à l'entreprise, ce n'est pas une priorité dans le recrutement.

Cependant, la demande évoluant au cours des années et du contexte économique, le responsable fournisseur doit lui aussi s'adapter et être prêt en cas de commande, sous peine de quoi SOPHIA se verrait devoir refuser des contrats.

Le processus de recrutement des traducteurs étant plutôt long et méticuleux, il est donc bon de se faire des amis de ses concurrents plutôt que l'inverse. De plus, certains contrats sont parfois partagés entre plusieurs fournisseurs notamment dans le cas des appels d'offre, c'est-à-dire des marchés publics qui sont ouverts aux candidatures et dont le prestataire sera choisi parmi celles-ci, et il est donc toujours intéressant de se rapprocher et d'avoir le plus d'informations possibles sur les entreprises à qui l'on fait face. En réalité, c'est déjà plus ou moins le cas pour SOPHIA puisqu'avec l'expérience, les employés connaissent très bien la concurrence ou du moins ce qu'il en est en République-Tchèque.

Cette connaissance va aussi de pair avec la volonté de trouver un compromis avec les clients de longue date, pour lesquels il est possible de faire de nombreux gestes commerciaux en particulier lors de commandes plus importantes.

SOPHIA n'est pas un cas unique dans son fonctionnement, puisque certaines entreprises similaires étrangères et notamment françaises sont également entrées en contact avec nous.

## **A- Les rapports humains comme clé du succès : une réalité notée depuis mon poste.**

### *1) Mes missions*

Comme mentionné précédemment, j'ai la plupart du temps durant mon stage assisté Mr Miroslav Hubáček, le Responsable Fournisseur du service. Mes missions pouvaient varier selon les nécessités du jour mais gravitaient toujours plus ou moins autour du recrutement et du suivi des nouveaux traducteurs.

C'est un processus extrêmement chronophage et à la fois très important pour mettre les nouveaux collaborateurs de SOPHIA en confiance dès le départ, en répondant à leurs demandes et en leur faisant sentir qu'une telle association serait mutuellement bénéfique.

Concrètement, je devais en premier lieu contacter de nouveaux traducteurs et interprètes via différents sites web tels que LinkedIn, TranslatorsCafe ou Proz. Il n'existe pas réellement de répertoire officiel pour trouver les coordonnées des professionnels en traduction et je me suis donc surtout aidée des sites d'associations diverses où il est possible la plupart du temps de trouver les coordonnées des membres, notamment leur adresse mail.

Si j'obtenais une réponse, je pouvais entamer un échange pour présenter nos services, nos conditions et les raisons pour un *freelancer* de joindre notre réseau. Bien souvent les traducteurs ont l'habitude d'être contactés de la sorte par des entreprises intermédiaires et répondent immédiatement avec les tarifs qu'ils exigent dans le cas de tels partenariats. Là encore, des différences considérables se faisaient sentir en fonction des nationalités ciblées : des prix variant entre 0,08€ et 0,14€/mot source pour des traducteurs britanniques ou français, contre 0,07€ et 0,09€/mot source pour des traducteurs tchèques ou russes.

Mon rôle était d'évaluer si une négociation était envisageable, en prenant en compte qu'il est très compliqué pour SOPHIA de dépasser 0,09€/mot dans un souci de rentabilité pour des langues dites « courantes » (anglais, français, tchèque, allemand, espagnol, italien...). Si malheureusement la personne contactée n'avait pas le profil recherché aux conditions auxquelles SOPHIA est en mesure de répondre, je modifiais son statut en « simple contact ».

Entre les traducteurs français, britanniques et tchèques, Mr Hubaček m'a confié la tâche de joindre par e-mail près de 1500 traducteurs sur mes deux mois de présence, sans compter ceux contactés sur LinkedIn par messages privés, ceux qui ont été appelés par téléphone directement et les messages laissés sur des pages Facebook ou des forums de traduction.

En fonction des retours, j'établissais des moyennes pour analyser l'efficacité de chaque média et voir lequel s'avérait être le plus efficace. Par exemple, environ 1 personne sur 9 contactée via le site de l'IAFTI envoyaient une réponse, qu'elle soit positive ou négative, autrement dit le taux le plus haut tous sites confondus.

Lorsqu'un traducteur se montrait intéressé, je le renvoyais à un questionnaire Excel en ligne afin de renseigner diverses informations : ses coordonnées et notamment bancaires, son parcours académique, ses domaines de spécialités ou sujets d'intérêt, ses combinaisons de langage et bien évidemment les prix de ses différents services (traduction, relecture et interprétariat si tel était le cas).

En prenant compte des réponses, je jugeais de l'intérêt pour SOPHIA d'ajouter cette personne à ses contacts. Des négociations sont parfois nécessaires : prenons pour exemple une personne compétente mais qui ne travaille d'habitude que dans un domaine très spécifique pour lequel il n'y a que très peu de demandes de la part des clients, je discutais alors pour obtenir un arrangement où chacun trouverait son compte.

Bien sûr, il est toujours utile d'avoir de nouveaux collaborateurs et ce même lorsqu'ils ne sont experts que dans un seul domaine, mais c'est ensuite un gain de temps non négligeable pour le Responsable Fournisseur d'avoir des personnes polyvalentes qu'il peut contacter dans la majorité des cas et en qui il a confiance. Cela permet d'éviter tout imprévu comme des traductions imprécises ou incomplètes qu'il faudra ensuite confier à quelqu'un d'autre.

Cette étape complétée, j'envoyais des traductions « test »<sup>5</sup> pour avoir un aperçu du style, du niveau de grammaire et de la qualité générale des retranscriptions du traducteur concerné. Je les faisais lire par un natif pour obtenir un avis uniquement sur le texte « cible » (le texte traduit), sans lui transmettre le texte « source » (le texte d'origine) afin qu'il puisse me dire sans être biaisé s'il aurait pu lui-même écrire des phrases équivalentes, avec ce vocabulaire, dépendamment du contexte et du domaine du texte.

Si le retour était satisfaisant, j'envoyais au professionnel un contrat de niveau prestation de service pour signature grâce auquel il accepte les conditions de SOPHIA pour rejoindre son réseau de partenaires contractables. Celui-ci comprend notamment un accord de confidentialité protégeant les données clients mais aussi une clause qui énonce l'interdiction pour les traducteurs de sous-traiter une demande, assurant ainsi la finesse du travail réalisé mais également la garantie de ne pas devoir payer une personne supplémentaire.

Mr Hubaček a également profité de ma présence dans le service pour établir un tri dans les listes de traducteurs, afin d'observer si sur les dernières années d'activité certains n'avaient jamais répondu à nos offres, avaient pris leur retraite ou avaient rendu des travaux non satisfaisants afin de ne garder que les traducteurs dits « actifs ».

Tous les jours je faisais la médiation entre SOPHIA et ses traducteurs : je suivais donc les avancées, répondait aux questions et gérait la base de données afin d'optimiser la liste de

---

<sup>5</sup> Cf. Annexe n°4 : « Exemples de traduction test (...) ».

contacts. Un travail assez méticuleux donc, mais nécessaire pour que le reste de l'équipe puisse être ensuite efficace.

Je me suis également vu devoir réaliser de courtes traductions<sup>6</sup>, effectuer des recherches sur des salons internationaux afin d'élire ceux qui offraient une meilleure visibilité à l'entreprise en fonction de la clientèle à cibler mais j'ai aussi sélectionné des appels d'offres pour lesquels SOPHIA été susceptible de convenir, passé des appels téléphoniques pour des retours clientèles ou encore fais des récapitulatifs sur les procédés d'obtention de contrats pour devenir fournisseur auprès des institutions européennes.

Cette dernière procédure demande de la réactivité et une attention permanente puisqu'il est nécessaire de vérifier chaque jour si un nouvel appel d'offre a été publié dans le TED (Tenders Electronics Daily), la première source de publication des instructions de marché offertes par les institutions européennes, ou sur le site du Cdt (Translation Centre for the Bodies of the EU). Là encore sans surprise, les rapports humains et la communication sont les clés pour obtenir des informations précises.

En effet, de bonnes relations entretenues avec d'autres grandes entreprises locales ou nationales permettent aux dirigeants de SOPHIA de déduire le genre de projets à venir : si une entreprise de construction a récemment été contractée pour un établissement institutionnel, de recherche ou autre, cela peut signifier que des documents seront à traduire à l'avenir pour ce même projet. L'inverse n'est pas forcément vrai mais c'est un véritable réseau, surtout au sein de la région de Bohême-Sud pour SOPHIA, qu'il faut entretenir et qui peut faire la différence entre une entreprise pérenne qui a su s'y intégrer au fil des années et une autre.

Pour en revenir à mes missions, le simple fait d'appeler l'entité contractante pour des informations additionnelles ou qu'une commerciale aille rencontrer un responsable impliqué demande du tact et est d'une importante capitale. Nous pourrions même aller jusqu'à ajouter que le bouche-à-oreille est une des meilleures publicités qui soit et là encore, bien savoir communiquer son entreprise est essentiel.

En somme, il m'a été confié diverses missions qui m'ont permis de cerner les activités de chacun au sein du service mais j'ai participé à chacune d'elles avec toujours l'objectif d'obtenir

---

<sup>6</sup> Cf. Annexe n°5 : « Version anglaise du feuillet de présentation SOPHIA ».

la confiance de nos collaborateurs et de nos clients, sans quoi aucun partenariat durable dans le temps n'est envisageable.

## *2) Communication : mes observations et apprentissages*

A l'issue de cette période de stage, j'ai pu analyser certains éléments de la vie en entreprise et ainsi cerner non seulement son fonctionnement mais également me faire une réelle idée de ce qu'est une journée de travail au sein de SOPHIA.

Comme cela me l'avait été demandé, j'ai établi une liste de recommandations et observations qui pourraient être prise en compte à l'avenir. Bien sûr, je n'ai aucune expertise en la matière mais il semblerait qu'un regard extérieur soit toujours apprécié afin de pouvoir prendre du recul sur ses propres habitudes, puisque certaines actions se font parfois machinalement après quelques années passées dans une entreprise et il peut être utile de se renouveler.

De mon point de vue, et concernant les activités auxquelles j'ai participé, il est primordial d'accorder du temps aux clients et aux partenaires. Comme expliqué plus tôt, chacun, en fonction de sa nationalité, des langues qu'il traduit, du pays dans lequel il vit ou de son âge a des attentes différentes d'un partenariat avec SOPHIA.

D'après mon expérience, il est bon de personnaliser l'approche avec les traducteurs. Par exemple, il m'a été communiqué que la campagne de mailing réalisé l'an dernier auprès des traducteurs français n'avait porté que peu de fruits : environ une quinzaine de réponses sur 400 mails envoyés. Ceux-ci sont pré-écrits dans la langue du destinataire, et signés du nom du Responsable Fournisseur. N'ayant aucune contrainte de mon responsable, j'ai donc décidé de procéder autrement en envoyant moins de mails mais en soignant chacun d'entre eux<sup>7</sup>.

Brièvement, je me renseignais sur les combinaisons de langues offertes par la personne, ses années d'activités, son pays de résidence (qui sont des informations souvent indiquées sur les sites d'associations de traducteurs) afin d'ajouter un complément à chacune de mes demandes. Par exemple, j'ajoutais que tel nombre d'années d'expérience était un gage de qualité auquel était sensible SOPHIA, qu'une de ses combinaisons serait intéressante pour l'entreprise à l'avenir ou j'ajoutais simplement le nom du site où j'avais découvert son profil.

---

<sup>7</sup> Cf. Annexe n°6 : « E-mail de prise de contact type (...) ».

J'ai finalement réussi à obtenir la signature d'environ 30 nouveaux traducteurs, français et britanniques confondus, qui se sont donc engagés à travailler avec SOPHIA sur du long terme, contre une moyenne de 8 lors de campagnes de mailing traditionnelles. Il est difficile de savoir si ce chiffre est réellement lié à ce soin apporté à mes demandes ou si c'est simplement le fruit du hasard. Cependant, le taux de réponses générale, même négatives, a lui aussi augmenté. On pourrait donc en déduire, et ça semble tomber sous le sens, qu'il est important que les traducteurs se sentent considérés et de diminuer ce sentiment d'être un nom dans une base de données dont les compétences sont remplaçables par un autre si on souhaite instaurer un climat de confiance. Cet investissement premier permet d'obtenir un engagement sérieux, évitant les imprévus ou le travail hâtif, qui fera ensuite gagner du temps à l'entreprise. Bien sûr, c'est une tâche que le responsable fournisseur peut difficilement intégrer à ses tâches quotidiennes et qui a donc été facilité par ma présence. J'en viens donc à mon deuxième point, la gestion et la répartition du travail.

En effet, j'ai parfois été témoin, et ce malgré la volonté de Mr Bauer et Mme Bauerová, d'un certain cloisonnement des fonctions. Pour une entreprise de prestation en traduction, certains jours sont calmes puisqu'il faut attendre que les traducteurs réalisent leur part du contrat, tandis que d'autres sont très mouvementés quand plusieurs projets sont dus à la même date. En fonction de l'activité, peut-être serait-il bon de permettre aux commerciales par exemple, qui ont-elles aussi une charge de travail conséquente mais qui travaillent souvent moins dans l'urgence, de pouvoir gérer et relire les traductions avant remise et de s'occuper des derniers détails pour alléger la tâche des responsables fournisseurs et production.

D'après ce que j'ai pu constater, la valeur du temps varie extrêmement selon les jours et il semble important de mobiliser cette ressource avec soin lorsqu'il est précieux pour certains sur une journée et moins pour d'autres. Peut-être un fonctionnement différent permettrait-il, à nouveau d'un simple regard extérieur, d'améliorer la qualité de travail de tous et de varier les missions de chacun.

Une situation dans laquelle se retrouve à travailler seul jusqu'à très tard le soir pour rendre un travail en temps et en heure est assez classique et est prévue dans les contrats de travail, mais pourrait peut-être être évitée et permettre de ménager les efforts de chacun.

*Pour conclure, on peut avancer que le département des ventes, assisté des Project Managers, est un des moteurs d'activité de l'entreprise. Leur mission demande à être efficace et donc rentable, mais à la fois de traiter toute demande indépendamment : chaque professionnel a des attentes propres, et chaque client exige une certaine qualité.*

*De plus, il est parfois compliqué de bien saisir qu'une traduction est plus complexe qu'une simple transposition de sens d'une langue à une autre comme le veut la définition.*

*Pour répondre à une demande parfois pointilleuse, les employés sont donc formés in-house et tâchent de nouer des liens partenariaux avec soin : établir des conditions communément satisfaisantes, le rythme à prendre et sur quels domaines travailler, tels sont les piliers d'une collaboration qui fonctionne.*

*Ces étapes, certes chronophages et minutieuses, sont pourtant la garantie d'une certaine fluidité par la suite qui, lors de périodes de pics d'activité, est d'une valeur considérable.*

*En définitif, le rôle d'entreprises telles que SOPHIA est de simplifier les échanges entre tous et d'accélérer un processus qui demande de la coordination et de la confiance. En réalisant ce travail en amont, elle permet de fournir un service qualitatif avec efficacité, et dans un monde qui va aujourd'hui très vite, leur place est incontestablement nécessaire.*

## Conclusion

Pour finaliser ce rapport, je voudrais dans un premier temps revenir sur l'expérience en soi qu'a été ce stage de troisième année.

Contrairement à celui effectué il y a un an, je me suis cette fois trouvée dans une structure conséquente où j'ai pu prendre part à un travail d'équipe. En effet, mes missions faisaient partie d'un ensemble où j'ai réellement senti avoir un impact salutaire sur le travail des autres membres de celle-ci puisque pour la première fois, j'ai été confrontée à un management par objectif.

De plus, mon passage par le département des ventes était idéal pour clôturer ma licence option CI, où j'ai particulièrement aimé faire la médiation avec leurs nombreux collaborateurs. **En réalisant ce travail d'harmonisation et de création de réseau, les fournisseurs de services linguistiques se sont aujourd'hui rendus indispensables dans le processus de traduction professionnelle en faisant gagner en efficacité et en qualité tant les clients finaux que les *freelancers* du milieu.**

Ensuite, les deux stages que j'ai réalisés, aux antipodes l'un de l'autre, me permettent maintenant d'avoir une meilleure vision de ce que peut être une entreprise mais surtout de réaliser que chacune d'entre elles est unique dans son fonctionnement, ses objectifs et son personnel.

Bien que l'on puisse accumuler des connaissances pratiques, encore faut-il être en mesure de les appliquer aux situations inédites qui nous sont présentées et bien souvent, il faut apprendre sur le moment. C'est donc une pensée rassurante et à la fois stimulante, assez loin de l'image figée que j'avais de l'entrepreneuriat et du monde des affaires à mon entrée à l'université.

J'ai le sentiment d'avoir acquis des connaissances basiques en de nombreux domaines, qu'elles soient de l'ordre de la négociation, de la comptabilité ou encore en culture d'entreprise.

Ces outils, bien sûr, sont applicables à bien d'autres domaines et même si mon intérêt pour les cultures étrangères reste intact, je suis maintenant en mesure de prioriser les éléments qui pourraient m'éveiller dans mon futur environnement professionnel.

Pour cette raison, je m'orienterai prochainement dans une spécialisation en lien avec le développement durable, domaine qui j'en suis sûre me fera trouver du sens dans mon activité.

En revanche, je perçois mon bagage linguistique et mes acquis actuels comme un bonus qui me permettront d'évoluer dans de diverses structures et me permettront de mieux faire, à nouveau, face à des situations inédites.

## Résumé

Fondée en 1993, SOPHIA est une entreprise fournisseuse de services linguistiques, c'est-à-dire offrant des prestations de services langagiers diverses, notamment en traduction et interprétariat. Aujourd'hui, elles occupent une place particulière dans ce secteur qui évolue et présente de multiples facettes, jouant le rôle de médiateur entre différents professionnels et particuliers. Mais alors, quelle est la place et l'enjeu de ces entreprises dans ce secteur ?

SOPHIA a toujours fait le choix de fidéliser la clientèle par la qualité de ses travaux mais surtout son approche, privilégiant un contact direct et de plus en plus local. Preuve du succès de cette stratégie, elle opère actuellement dans plus de 105 langues différentes.

La singularité de sa mission réside dans la complète prise en charge du processus de traduction ou d'interprétariat, mais également dans la diversité de ses partenaires : prendre en compte les différences de chacun des traducteurs et la spécificité du domaine de chaque commande requiert une attention permanente et une communication fluide avec chacun.

De plus, le travail des traducteurs évolue et se simplifie grâce à de nouveaux outils informatiques, dont il est primordial de gérer l'usage et de savoir tirer profit. Certains professionnels préfèrent faire cavalier seul malgré les avantages que présentent un partenariat avec une telle entreprise, notamment administratifs, et il est important de savoir où et comment les aborder pour être en capacité de répondre à leurs exigences.

C'est donc un véritable rôle de médiation qu'endosse SOPHIA, devenue incontournable dans son domaine au niveau de la Bohême-Sud, qui étend sélectivement et avec précaution son réseau de partenaires interprètes et traducteurs, tout en entretenant des relations amicales avec ses concurrents qui peuvent être une sécurité appréciable.

Le service commercial, qu'on pourrait considérer comme le cœur d'activité, est composé d'employés formés dès leur arrivée dans l'entreprise afin d'être capables de gérer les situations uniques qu'ils y rencontrent. Leur travail d'équipe requiert des échanges permanents, absolument nécessaires à la coordination et la bonne gestion des tâches.

Pour conclure, les équipes de SOPHIA s'attèlent chaque jour à fournir un service qui demande une logistique et une organisation importante. Grâce à leur travail, les échanges s'accélèrent et se fluidifient entre la demande et les professionnels de la traduction.

## Table des Annexes

<b>Annexe 1</b> : Exemple de profil enregistré dans une base de données.....	35
<b>Annexe 2</b> : Evolution estimée du marché global de la traduction automatisée..	35
<b>Annexe 3</b> : Interface du CAT Tool "SDL Trados 2018".	36
<b>Annexe 4</b> : Exemples de traductions test.....	37
<b>Annexe 5</b> : Version anglaise du feuillet de présentation SOPHIA.....	38
<b>Annexe 6</b> : E-mail de prise de contact type et sa modification possible.	39

**Annexe 1 : Exemple de profil enregistré dans une base de données similaires à celle utilisée par SOPHIA.**

**Centre Details**

Centre Code	HARPUB	Centre Type	Public	Centre is Active	<input checked="" type="checkbox"/>
Centre Name	Hartlepool Public (Cleveland)				
Current Venue	Bournemouth & Poole College Of F. E.				
Address	Jellicoe Theatre Constitution Hill Road Parkstone, Poole, Dorset				
Postcode	BH14 0LS	Phone	01202 747600		
Coordinator	Mrs	LE	Emerson		
Address	Lecturer In Drama Bournemouth & Poole College Of F. E. North Road Parkstone, Poole, Dorset				
Postcode	BH14 0LS	Phone	01202 205730		
Room Count	2	Morning	09:30 To	12:30	
Large Rooms	2	Afternoon	13:30 To	17:30	
Currency	Sterling	Evening	17:50 To	21:00	
Record: 1					

Deputy

Hotel 1: 14545

Hotel 2: 16545

Country: UK

Change Currency

Bookings

Main Contact Records

All Contact Records

Past

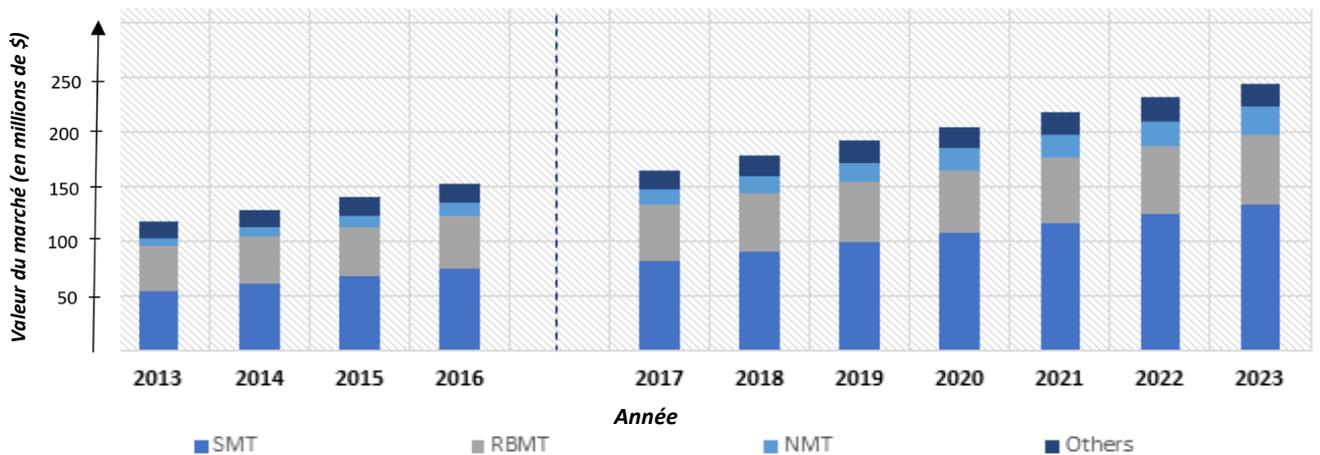
Future

General Notes

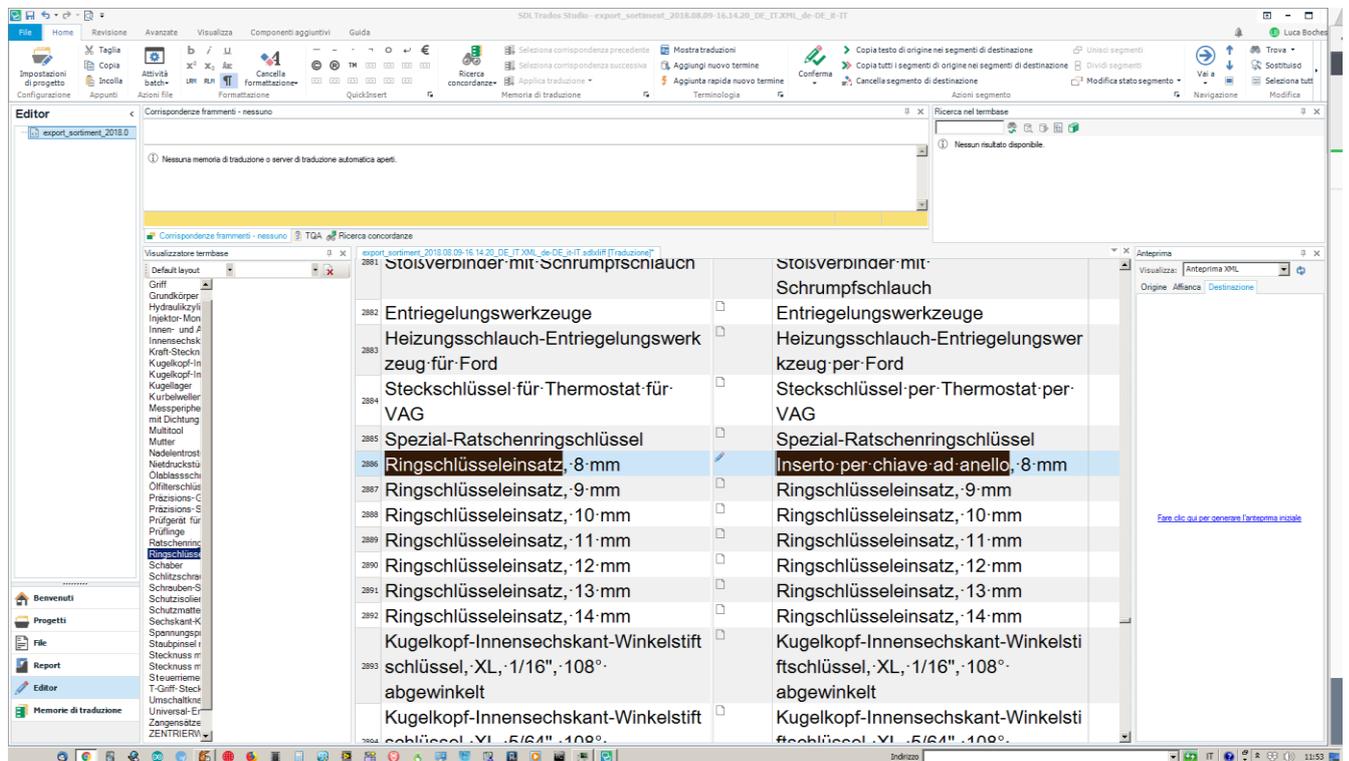
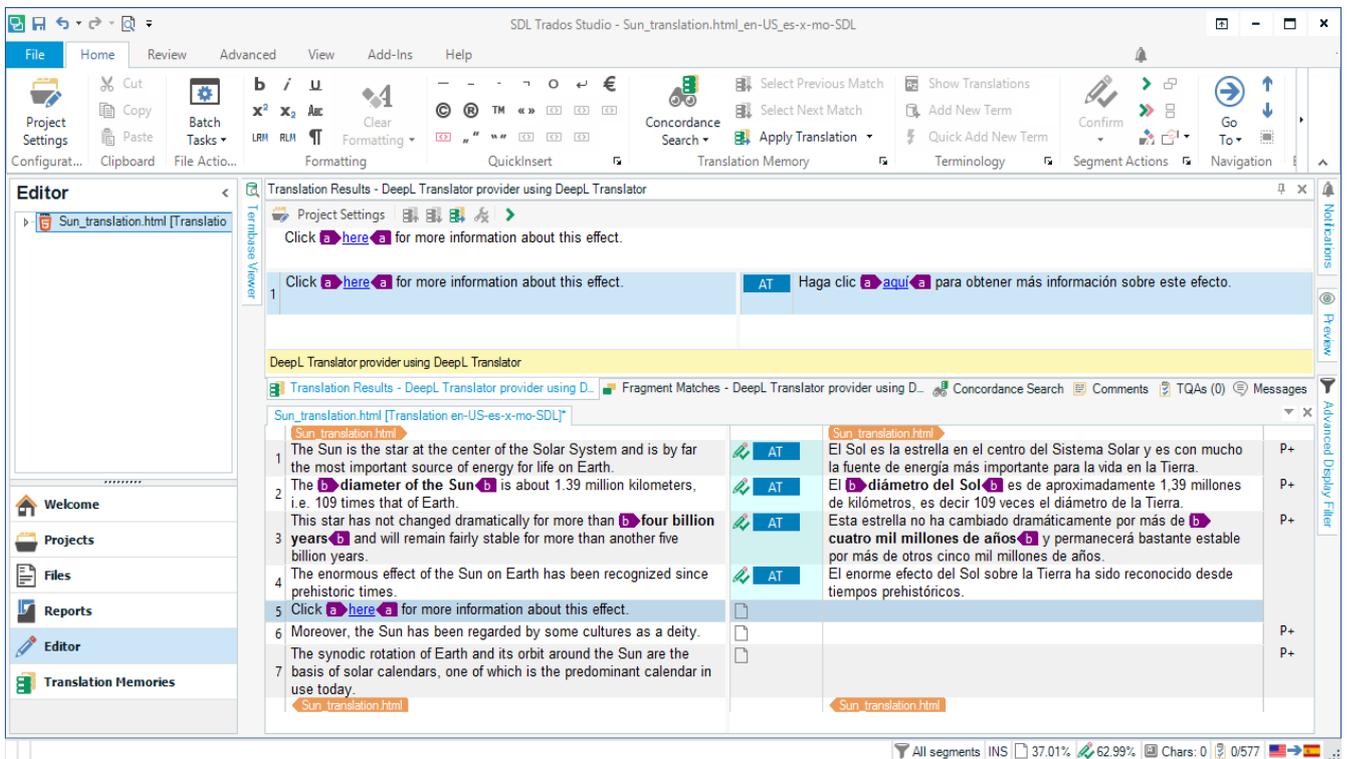
BR station: Church street. Hartlepool BR is one mile away.

Teacher Notes

**Annexe 2 : Evolution estimée du marché global de la traduction automatisée, par technologie (2013-2023).**



## Annexe 3: Interface du CAT Tool "SDL Trados 2018"



#### Annexe 4 : Exemples de traductions test (texte source français : ingénierie-assurances).

Pour des clients similaires, nous avons mis en place une couverture "Tous Risques" structurée (avec des exclusions standard) pour les marchandises transportées à l'échelle mondiale. Les conditions générales de la police ont été prolongées pour couvrir les interruptions d'activité. Le marché maritime londonien serait très agressif pour cette catégorie d'entreprises et fournirait / pourrait fournir des limites requises pour assurer de manière adéquate les risques proposés.

---

Les formes les plus courantes d'investissement étranger direct (IED) sont les coentreprises, les investissements entièrement nouveaux et la participation au processus de privatisation. La législation tchèque permet aux entrepreneurs étrangers de faire des affaires sur le site ČR dans les mêmes conditions que les entrepreneurs tchèques. La dette nationale par habitant des \$852\$US de la République tchèque est la plus basse de la région, beaucoup moins que son concurrent le plus proche, la Hongrie (avec une dette par habitant de \$ 2 150). Ces politiques économiques ont permis d'améliorer les notations de Moody's Investors's Service et Standard & Poor's, faisant de la République tchèque le premier pays postcommuniste à être noté respectivement Baa3 et BBB +.

L'énergie éolienne est utilisée au moyen d'éoliennes (ou éoliennes) capables de transformer l'énergie éolienne en énergie de rotation mécanique utilisable, soit pour entraîner directement les machines en fonctionnement, soit pour la production d'énergie électrique. Dans ce dernier cas, le système de conversion (comportant un générateur électrique avec ses systèmes de contrôle et de connexion au réseau) est connu comme une éolienne.

---

Les équipements conçus exclusivement pour être utilisés dans les processus d'alimentation comprennent des prétraitements, en fonction de l'eau brute qui en résulte, chloration, filtration au sable, déferrisée, désodorisée, ajustement du pH, etc. Ils peuvent donc être utilisés avec n'importe quelle eau disponible.

En plus de cet équipement, des systèmes de compensation du sel sont ajoutés dans les cas où cette eau doit être consommée ou embouteillée seule, et des systèmes de stérilisation avec rayons UV pour éviter une re-contamination ultérieure.

**Annexe 5 : Version anglaise du feuillet de présentation SOPHIA.**



## FACTS AND FIGURES

**Business name** SOPHIA, jazykové služby s.r.o.  
(in translation SOPHIA, Language Services Ltd.)

**Founded** 1993

**Services** Translation, editing, proofreading  
Machine translation post-editing  
Desktop publishing  
Interpreting

**Team** Several hundreds of experienced, internally qualified linguists  
IT professionals, experienced project managers

**Languages** Czech and Slovak mother tongues  
More than 50 languages processed to/from Czech and Slovak

**Core specialization**

<ul style="list-style-type: none"> <li>power industry</li> <li>electrical engineering</li> <li>IT, electronics</li> <li>heavy industry</li> <li>metallurgy</li> <li>mining</li> <li>medicine</li> <li>medical devices</li> <li>marketing</li> <li>law</li> <li>insurance</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>nuclear industry</li> <li>mechanical engineering</li> <li>automotive industry</li> <li>transportation</li> <li>chemical industry</li> <li>civil engineering</li> <li>pharmaceuticals</li> <li>life science</li> <li>patents</li> <li>human resources</li> <li>banking</li> </ul>
---	---

**Technology** Computer Aided Translation (CAT tools)

- Trados Studio 2017
- Across 6.3 LSP Edition
- XTM
- Memsource
- Wordbee
- HyperHUB

**Technology** Quality Assurance software (QA tools)

- Xbench 3.0
- QA Distiller
- SnellSpell

Desktop publishing software (DTP tools)

- MS Office 2016
- Adobe InDesign CS6
- Adobe Photoshop CS5
- Adobe Acrobat 9
- AutoCad 2019

**Quality**

- ISO 9001:2016
- ISO 17100:2015

**ADDRESS**

SOPHIA, Language Services Ltd.  
Hroznová 28  
370 01 České Budějovice  
Czech Republic

**CONTACT US**

sophia@sophia-cb.cz  
+420 387 415 415  
www.sophia-cb.cz/en

**BUSINESS HOURS (UTC/GMT+1)**

Monday - Friday:  
7:00 a.m. – 07:00 p.m.

**VAT reg. number** CZ26025876

**24-HOUR ASSISTANCE**  
+420 774 672 992  
+420 777 112 973







**Annexe 6 : E-mail de prise de contact type et sa modification possible.**

Dear Mr. Testopreter,

I am contacting you on behalf of SOPHIA Language Services Ltd as we want to establish a cooperation with you in translation and interpreting services.

SOPHIA has been working in the industry since 1993. It delivers translations from České Budějovice, Czech Republic, in over 50 languages to clients all over the world.

We have been doing pretty well, yet we are still developing. Therefore, we are looking for other co-workers, so that we can meet the requirements of our clients.

Are you interested in working with us? Please fill in a questionnaire at [www.sophia-cb.cz/join](http://www.sophia-cb.cz/join), and we will contact you about the next steps.

I look forward to working with you.

With best regards,

Miroslav Hubáček  
Vendor Manager

Dear Mr. Testopreter,

I am contacting you on behalf of SOPHIA Language Services Ltd, as we would like to establish a cooperation with you in translation and interpreting services.

SOPHIA has been working in the industry since 1993. It delivers translations from České Budějovice, Czech Republic, in over 50 languages to clients all over the world.

We have been established for a few years, yet we are still developing and are currently looking for co-workers in order to meet the requirements of our clients better.

Considering your years of experience and your fields of expertise, especially in mechanical engineering and nuclear power industries, we are sure you could be a valuable asset for our company. Moreover, the rate you obtained on the IAFPI website where we stumbled upon your profile is a sign of a rare quality we could have much use for in the future.

Would you be interested in working with us? If so please fill in a questionnaire at [www.sophia-cb.cz/join](http://www.sophia-cb.cz/join), so that we can then contact you about the following steps.

I look forward to hearing from you.

With best regards,

Miroslav Hubáček  
Vendor Manager

## Bibliographie

- Documentation interne SOPHIA.
- Linda Reidy, *Make that Grade: Human Resource Management*, Gill Education Editions, 2007.

## Webographie

- Site officiel de l'entreprise SOPHIA (consulté le 14/08/2019) :  
<https://www.sophia-cb.cz/>
- Chiffres clés du secteur de la traduction :
- [https://pangeanic.fr/centre\\_de\\_connaissances/taille-secteur-traduction/#](https://pangeanic.fr/centre_de_connaissances/taille-secteur-traduction/#) (consulté le 13/08/2019).
- <https://prozcomblog.com/2013/03/28/cat-tool-use-by-translators-what-are-they-using/> (consulté le 14/08/2019).
- <https://www.tradutec.com/a-propos-de-tradutec/actualites/311-les-chiffres-de-la-traduction-professionnelle-en-2017.html> (consulté le 13/08/2019).
- [https://en.wikipedia.org/wiki/Rule-based\\_machine\\_translation](https://en.wikipedia.org/wiki/Rule-based_machine_translation) (consulté le 12/08/2019).
- <https://www.sdltrados.com/solutions/machine-translation/> (consulté le 12/08/2019).
- <https://www.manager-go.com/management/styles.htm> (consulté le 10/08/2019).