



RAPPORT DE STAGE

Licence 3 Langues Étrangères Appliquées

PROBLÉMATIQUE

Une entreprise de services linguistiques tchèque peut-elle prospérer après la crise de la COVID-19 et avec les difficultés du marché que représente la traduction ?

Euriell Le Lannier

Stage effectué du 23 mai au 15 juillet 2022

Enseignante référente : Mariannick GUENNEC

Maitre de stage : Karla BAUEROVÁ

Remerciements

Tout d'abord, je tiens à remercier l'ensemble des personnes ayant contribué à l'élaboration de ce rapport.

Par ailleurs, je remercie tout particulièrement :

- Madame Karla BAUEROVÁ, ma tutrice, directrice de l'entreprise, pour sa disponibilité, son accompagnement ainsi que pour son aide.
- Monsieur Jan BAUER, responsable du service dans lequel j'ai travaillé, pour son temps, ses explications.
- Madame Mariannick GUENNEC, mon enseignante référente, pour ses conseils pour la réalisation de ce rapport et son aide pour trouver un stage.
- Monsieur Ivo PETRU, responsable du double-diplôme en République tchèque, pour son suivi dans cette année scolaire et l'aide qu'il a pu m'apporter en contactant cette entreprise.
- Madame Marion OLHARAN-LAGAN, pour ses conseils et son aide dans la réalisation de mon CV et de mes lettres de motivation

Par ailleurs, je souhaite remercier l'ensemble des collaborateurs de SOPHIA, jazykové služby s. r. o. pour leur accueil chaleureux et leur accompagnement tout au long des tâches que j'ai accomplies durant mon stage.

J'atteste que le présent rapport de stage 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.

Signature :

Le 21/08/2022,

A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized 'L' followed by a series of loops and a long horizontal stroke extending to the right.

Table des matières

Remerciements	1
CV.....	5
Fiche d'identité de l'entreprise	6
Introduction.....	7
I. Présentation de l'entreprise	8
A. Historique	8
B. Organisation	9
1. L'entreprise et ses effectifs.....	9
2. Les traducteurs.....	10
C. Activité.....	11
1. Services linguistiques	11
2. Spécialisations.....	13
D. Evolution du chiffre d'affaires	14
E. Environnement.....	15
1. Externe	15
2. Interne	16
II. Le marché de la traduction : un marché difficile	18
A. Le marché de la traduction : état des lieux.....	18
B. La traduction de sous-titres	19
C. L'obtention de nouveaux partenaires	23
Conclusion	27
Résumé.....	28
Table des annexes	29
Annexe I : Organigramme de l'entreprise	30
Annexe II : Formulaire d'inscription	31

Annexe III : Livret de présentation de l'entreprise	33
Webographie.....	34

EURIELL LE LANNIER

FORMATIONS

Spanish Language for European and International Trade, diplôme tchèque
Langues : Anglais-Espagnol

- Université de Bohême du Sud - České Budějovice, Tchéquie

Licence 3 Langues Etrangères Appliquées parcours Commerce International
Langues : Anglais-Espagnol

- Année d'échange avec l'Université de Bohême du Sud, České Budějovice - Tchéquie

Licence 2 Langues Etrangères Appliquées
Langues : Anglais-Espagnol

- Université de Bretagne Sud - Lorient (56)

2ème année CPGE Classe Préparatoire aux Grandes Ecoles Ecole National Supérieur Rennes DI
Spécialités : Droit, Economie

- Lycée Dupuy de Lôme - Lorient (56)

CPGE Classe Préparatoire aux Grandes Ecoles ECS
Economique et Commerciale, option : Scientifique

- Lycée Dupuy de Lôme - Lorient (56)

Baccalauréat Scientifique
Spécialité : Mathématiques

- Lycée Notre Dame du Voeu - Hennebont (56)

EXPERIENCES PROFESSIONNELLES

Assistante du responsable des ventes, SOPHIA, Language Services Limited - České Budějovice, Tchéquie
Stage, Mai à Juillet 2022

- Rédaction de mails en anglais
- Mise à jour de la base de données
- Sourcing de traducteurs
- Découverte des outils de Traduction Assistée par Ordinateur
- Curiosité, sens de l'organisation, réactivité

Agent du service hôtelier, EHPAD Le Belvédère - Caudan (56)
Missions ponctuelles 2019 à 2021

- Préparation des repas
- Veille au bien-être et au confort des résidents
- Entretien du linge des résidents et du personnel
- Nettoyage et entretien des locaux (plonge, salle, chambre)
- Respect des consignes d'hygiène
- Capacité d'écoute, patience, esprit d'équipe

Employée polyvalente, Camping Les deux vallées - Vézac (24)
Été 2020

- Accueil des vacanciers
- Elaboration des pizzas avec le cuisinier
- Service en salle
- Nettoyage des mobile-homes
- Réalisation des états de lieux d'arrivée et de départ
- Autonomie, polyvalence, rigueur, prise d'initiatives



CONTACT

07 82 59 97 32

le.lannier.euriell@gmail.com

8 rue Eric Tabarly
56850 CAUDAN

LANGUES

Anglais niveau B2 (TOEIC 2021 : 760)
Espagnol niveau B2 (CLES)
Tchèque débutant

INFORMATIQUE

Word, Excel, PowerPoint
Wordpress
HTML, CSS
Canva

CENTRES D'INTERET

• **Tennis de table**
Foyer Culturel des Jeunes Caudan
Compétitions individuel et en équipe (13 ans)

• **Violon**
Association musicale de Caudan
pratique, soliste et groupe (11 ans)

• **Bénévolat**
Festival Interceltique de Lorient, 2019
Foyer Culturel des Jeunes de Caudan

Fiche d'identité de l'entreprise

Nom de l'entreprise : SOPHIA, jazykové služby s. r. o.

Année de création : 1993

Statut juridique : SARL

Siège social : 28 rue Hroznová, 370 01 České Budějovice, République tchèque

Directeur général : Karla BAUEROVÁ

Chiffre d'affaires 2021 : 0,9 million d'euros

Effectif : entre 10 et 49 employés

Secteur d'activité : Production de services linguistiques

- Traduction
- Interprétation
- Publication Assistée par Ordinateur

Clients : Professionnels et particuliers nécessitant leurs services, notamment les entreprises exportant leurs produits



Introduction

J'ai eu l'opportunité d'étudier pendant une année en République tchèque pour accomplir ma Licence 3 Langues Étrangères Appliquées et ainsi obtenir un double-diplôme. Dans le cadre de mes études, j'ai réalisé mon stage au sein de la société SOPHIA, jazykové služby s. r. o., une entreprise de services linguistiques installée sur le marché depuis 1993. Je souhaitais exercer mon stage dans le domaine de la vente et du marketing. J'ai, tout d'abord, contacté des entreprises travaillant dans le secteur du luxe. En effet, à l'issue de ma licence, je m'oriente en Master Management International et Savoir-Faire d'Excellence. Ainsi, j'axais mes recherches dans ce domaine pour que mon stage soit en accord avec ma poursuite d'études. La crise sanitaire et mon faible niveau en tchèque ont complexifié mes recherches ce qui m'a contraint à revoir mes exigences. Après plusieurs refus, Mr PETRU, responsable de la formation en Tchéquie, m'a mis en relation avec Mme BAUEROVÁ, directrice de la société SOPHIA, jazykové služby s. r. o. Lors de notre rencontre, elle m'a expliqué le fonctionnement de l'entreprise avec ces différents services. J'ai par la suite rencontré Mr BAUER, son mari, responsable du service Marketing et Ventes.

La société SOPHIA possède un service clients et TAO (Traduction Assistée par Ordinateur) et également d'un service Marketing et Ventes. J'ai évolué dans le service Marketing et Ventes dirigé par Mr BAUER.

J'ai effectué mon stage avec pour missions d'élargir le portefeuille client de l'entreprise dans le domaine des sous-titres mais d'échanger également avec des entreprises de services linguistiques françaises. Ainsi, dans ce rapport, je présenterai les moyens que nous pouvons mettre en œuvre pour répondre à la problématique : « Une entreprise de services linguistiques tchèque peut-elle prospérer après la crise de la COVID-19 et avec les difficultés du marché que représente la traduction ? »

Je présenterai dans un premier temps la société. Dans un second temps, je développerai mes missions.

I. Présentation de l'entreprise

Dans cette partie, je présenterai l'entreprise, SOPHIA, jazykové služby, s. r. o., en introduisant son histoire, son activité ainsi que l'environnement dans lequel elle évolue.

A. Historique

SOPHIA, jazykové služby s. r. o., a été créée par Mme BAUEROVÁ en 1993 à České Budějovice. Au départ, Mme BAUEROVÁ effectuait les traductions sur une machine à écrire puis elle eut son premier ordinateur et sa première imprimante. Elle a ensuite décidé d'élargir son champ d'action en créant sa société dans un secteur qui, à cette époque, était très concurrentiel dans cette ville. Lors de la création de sa société, elle s'est interrogée sur le pourquoi elle voulait le faire. Mme BAUEROVÁ voulait bien plus que d'effectuer simplement des versions et thèmes. Selon elle, la traduction représente un moyen de répandre la sagesse dans le monde. Le nom de l'entreprise est alors devenu une évidence, Sophia signifiant « sagesse » en grec.

Débutant seule, son mari l'a rejoint quelques années plus tard afin de prendre en charge le service Marketing et Ventes. Après avoir travaillé dans l'armée de l'air puis s'être réorienté dans le commerce en travaillant notamment à Viscopan, une entreprise espagnole implantée en République tchèque, où il a évolué jusqu'à devenir manager des ventes, il est venu aider Mme BAUEROVÁ à l'aide de ses compétences acquises tout au long de sa carrière. Cette aide supplémentaire a permis à l'entreprise de se développer et ainsi de recevoir différents gages de qualité lui permettant de s'imposer sur le marché. Tout d'abord, en 1996, elle obtient sa première certification, ČSN EN ISO 9001, gage de conformité¹. En 2008, elle en obtient une deuxième prouvant cette fois la qualité de son système de management, certification correspondant uniquement aux entreprises de services linguistiques².

Par la suite, elle développe son réseau notamment en devenant membre de la Chambre de Commerce tchèque mais également membre d'Elia, European Language Industry Association. Cette association regroupe les entreprises et traducteurs voulant travailler en Europe et leur propose diverses réunions pour leur permettre de devenir plus performants, d'échanger leur point de vue et ainsi de rencontrer de potentiels partenaires³. En 2004, elle signe un accord-cadre avec la Commission européenne concernant des services de traduction. Après sa

¹ <https://www.sophia-cb.cz/en/about-us>

² <https://www.sophia-cb.cz/en/about-us>

³ <https://elia-association.org/membership/>

création, il y a environ 30 ans maintenant, SOPHIA travaille sur les six continents, l'Europe, l'Afrique, l'Amérique, l'Asie, l'Océanie et l'Antarctique. Elle gère les demandes de traductions dans plus de 2 652 paires de langues.

Ayant des compétences linguistiques, Mme BAUEROVÁ a pu s'installer sur le marché sans rencontrer de grandes difficultés. En répondant à une demande, elle assurait le lancement de son entreprise qui a perduré notamment grâce au soutien de son mari. Les compétences qu'il a acquis grâce à ses expériences ont permis à leur société de s'installer de manière indéniable sur le marché de la traduction. Ainsi, cela montre que Mme BAUEROVÁ a su développer son entreprise et la rendre pérenne.

B. Organisation

1. L'entreprise et ses effectifs

L'entreprise se compose de différents services. Tout d'abord, Mme BAUEROVÁ dirige le service informatique, le service facturation et comptabilité, services composés d'informaticiens et de comptables. Par ailleurs, Mr BAUER, lui, s'occupe du service clients et TAO (Traduction Assistée par Ordinateur) ainsi que du service Marketing et Ventes. C'est lui qui gère les chefs de projets et les responsables des outils de TAO⁴.

Pour pouvoir exercer son activité, l'entreprise possède une équipe composée de chefs de projets, cinq sont en CDI (Contrat à Durée Indéterminée) et trois en CDD (Contrat à Durée Déterminée) renouvelés régulièrement car ils sont étudiants. L'équipe se compose également de deux informaticiens dont un spécialiste de PAO (Publication Assistée par Ordinateur) ou TAO. Leur rôle est notamment de mettre en forme les documents sous une extension que les outils de TAO peuvent lire.

Pour répondre aux différentes demandes, elle fait appel à des traducteurs « freelance » ou à des entreprises de services linguistiques partenaires. Les traducteurs sont tous qualifiés dans un ou plusieurs domaines qui correspondent à leur expérience professionnelle, cela leur permet de posséder de larges connaissances dans ce domaine. Ils ont un contrat commercial standard et doivent tous signer un accord de non-divulgateion. Afin de mieux cibler les

⁴ Annexe I : organigramme de l'entreprise p. 30

traductions qui pourraient leur correspondre, les traducteurs remplissent un tableau de données⁵.

En ce qui concerne les chefs de projet, SOPHIA leur permet d'assister à de nombreuses conférences internationales, séminaires et formations en Europe ou en outre-mer pour ainsi rester compétitifs. SOPHIA ayant des clients sur tous les continents, comme je l'ai dit auparavant, il est nécessaire d'avoir une amplitude horaire suffisamment large afin de répondre à la demande. C'est pourquoi les chefs de projet alternent entre deux horaires ce qui permet à l'entreprise d'être ouverte entre 7h et 19h du lundi au vendredi.

La société sait que les certifications ne suffisent pas à garantir la qualité de son travail, même si elle base son travail sur un cahier des charges pour obtenir des certifications. Chaque projet est traité individuellement et du début à la fin grâce au travail des chefs de projet. Ils les analysent, élaborent un plan personnalisé afin de désigner, par la suite, l'équipe adéquate pour travailler sur ce projet. Ils sélectionnent également l'outil de Traduction Assistée par Ordinateur le plus performant.

L'équipe employée par SOPHIA est jeune et dynamique. La plupart est diplômée, certains sont toujours étudiants.

2. Les traducteurs

Par ailleurs, étant une entreprise de services linguistiques, SOPHIA sous-traite des traducteurs, elle ne possède aucun traducteur dans ses effectifs. Les traducteurs sont dits « freelance », c'est-à-dire qu'ils sont indépendants. Les traducteurs signent un contrat commercial standard et un accord de non-divulgence. Ils sont classés en cinq catégories dans la base de données de l'entreprise : contact, en train d'être qualifié, nouveau, approuvé et en train d'être vérifié. Les quatre premières catégories représentent l'ordre d'évolution des traducteurs. Si un traducteur effectue des erreurs à plusieurs reprises, il changera de catégorie pour être ré-évalué par la société.

Les traducteurs peuvent travailler d'où ils veulent. Ils n'ont besoin que d'un ordinateur et d'une connexion Internet. C'est pourquoi certains des traducteurs travaillant pour cette

⁵ Annexe II : formulaire d'inscription p.31

société sont situés au Royaume-Uni, en République tchèque, en France. Seule la devise utilisée pour le paiement change.

Il est facile de faire croire que nous sommes traducteurs mais plus difficile de le prouver. C'est pourquoi la société catégorise les traducteurs afin de savoir en qui elle peut avoir confiance. En effet, les traducteurs sont les personnes en qui dépend la réputation de l'entreprise. Ils représentent la base de son activité.

C. Activité

1. Services linguistiques

SOPHIA est spécialisée dans la traduction, l'interprétation, la relecture et l'édition, les certifications juridiques mais aussi dans la Publication Assistée par Ordinateur et dans les services de terminologie. La traduction comprend plusieurs étapes qui dépendent des attentes du client. Cela peut aller de la simple traduction de texte à la mise en page prête pour l'impression. SOPHIA s'occupe de tous types de demandes.

SOPHIA possède l'expérience et les ressources mondiales nécessaires pour répondre à des projets de toute taille, tout sujet et tout marché.

a) Traduction

La traduction est le rendu du sens d'une langue à une autre. Son objectif est de retranscrire l'intention originale d'un message en tenant compte des différences culturelles et régionales. Elle est utilisée par l'Homme depuis des millénaires, soit depuis l'apparition de la langue écrite. Les traducteurs utilisent, à présent, des outils et technologies afin de faciliter leur travail et augmenter leur productivité. Il est possible de traduire tous types de documents, du manuel d'utilisation aux rapports annuels en passant par les avis d'utilisateurs ou encore les étiquettes⁶.

La traduction s'effectue en plusieurs étapes. En effet, il est nécessaire de, certes, commencer par la traduction du document mais en fonction de la demande du client, d'autres services s'ajoutent. L'édition permet d'introduire la terminologie particulière à chaque client. La relecture par un natif permet d'assurer une traduction fluide et correcte. Elle permet d'assurer une traduction sans que le client ne s'aperçoive que c'est une traduction. Par ailleurs, si le

⁶ <https://www.gala-global.org/knowledge-center/about-the-industry/language-services>

document doit ensuite être imprimé, il est important de le remettre en page pour éviter les coupures de mots. Pour finir, la Publication Assistée par Ordinateur permet quant à elle de remettre en page, un magazine afin de garder la même mise en page quelle que soit la langue. Toutes ces étapes peuvent également être effectuées pour une traduction certifiée, le traducteur doit alors être reconnu par le tribunal⁷.

Par ailleurs, la traduction a notamment évolué. Si, auparavant, la traduction devait être effectuée à la machine à écrire et juste à l'aide des connaissances et des dictionnaires, à présent plusieurs outils existent pour aider les traducteurs. Les outils de TAO sont composés des mêmes composants : une mémoire de traduction, une base terminologique, des dictionnaires et des moteurs de traduction automatique. La mémoire de traduction permet de mémoriser la phrase source et sa traduction et peut ainsi être ré-utilisée dans le futur. La base terminologique permet de stocker un mot ou une expression. Ce moyen est utilisé par les entreprises pour ainsi garder le vocabulaire adapté à chaque client. Les dictionnaires aident à vérifier l'orthographe, à comprendre le sens des mots. Quant aux moteurs de traduction automatique, ils peuvent être entraînés à être plus précis et ainsi devenir plus adaptés aux traducteurs. Ceux travaillant avec SOPHIA doivent utiliser au moins un outil de TAO, les clients demandent davantage de traductions précises. Ces outils permettent ainsi de gagner en productivité et en rendement. Un mot déjà traduit, intégré dans une base terminologique coûte ainsi moins cher. La société utilise principalement SDL Trados mais aussi MemoQ. Toutefois, chaque traducteur utilise les outils de TAO qu'il souhaite. C'est pourquoi les nouveaux traducteurs doivent renseigner les outils de TAO et de AQ (Assurance-Qualité) qu'il utilise dans le formulaire d'inscription de SOPHIA⁸.

b) Interprétation

L'interprétation facilite la communication en langage parlé ou signé entre différentes personnes ne parlant pas la même langue⁹. Il existe différents types d'interprétation. Tout d'abord, il y a l'interprétation simultanée. Elle délivre le message du présentateur dans la langue de l'audience. Elle est simultanée car l'interprète parle en même temps que le présentateur. En ce qui concerne l'interprétation consécutive, le présentateur et l'interprète

⁷ <https://www.sophia-cb.cz/en/services>

⁸ https://www.youtube.com/watch?v=5GhX1XA_vsA&t=359s

⁹ <https://www.gala-global.org/knowledge-center/about-the-industry/language-services>

parlent l'un après l'autre. Il existe également l'interprétation par téléphone. C'est une forme d'interprétation consécutive mais l'interprète n'est pas dans la même pièce que l'interlocuteur. Il est possible d'avoir besoin d'un interprète désigné par le tribunal notamment pour les cérémonies officielles telles que le mariage, le divorce, etc¹⁰.

c) Localisation

La localisation est le processus d'adaptation d'un produit ou d'un service à un lieu spécifique. La traduction est un élément composant la localisation. Nous pouvons y ajouter l'adaptation de la conception et de la mise en page pour afficher correctement le texte traduit dans la langue de la localité, la modification des formats de date, d'heures, d'adresse, de chiffres, etc. Son objectif est de donner à un produit ou un service, l'apparence et la sensation d'avoir été créé pour un marché cible, quelle que soit la langue, ses préférences culturelles ou sa localisation¹¹.

Une entreprise de services linguistiques ne s'occupe pas que de la traduction, contrairement à ce que nous pourrions croire. Comme nous l'avons vu, plusieurs services peuvent être rendus grâce à elles. Cependant, le service n'est pas la seule demande du client, il est aussi question de spécialisations dans les documents qu'il transmet.

2. Spécialisations

« Elle fournit des services linguistiques pour les clients, en particulier dans les secteurs suivants :

- L'ingénierie énergétique
- Les industries techniques comme la construction, les machines, le génie civil, etc.
- L'industrie chimique et les instructions de laboratoire
- Les sciences de la vie, la pharmaceutique, la médecine
- L'économie, les services bancaires, l'assurance, les documents juridiques
- Le commerce, le marketing
- L'informatique
- Les ressources humaines

¹⁰ <https://www.gala-global.org/knowledge-center/about-the-industry/language-services>

¹¹ <https://www.gala-global.org/knowledge-center/about-the-industry/language-services>

- Les questions relatives à l'Union européenne »¹²

Elle fournit des traductions dans de nombreuses combinaisons linguistiques principalement en anglais (80%), en allemand, en russe, en espagnol, etc¹³.

Les spécialisations proposées par une entreprise dépendent des spécialisations de ses traducteurs. Chaque traducteur a un ou plusieurs domaines de prédilection qui correspondent généralement aux études qu'il a effectuées. Par ailleurs, chaque traducteur décide du taux auquel il veut être payé, taux défini par mots sources traduits. C'est de cela dont va dépendre le prix d'achat de la traduction par la société et donc son chiffre d'affaires.

D. Evolution du chiffre d'affaires

Installée sur le marché depuis près de 30 ans, SOPHIA, jazykové služby s. r. o. a un chiffre d'affaires de 0,9 million d'euros¹⁴. Après avoir connu une baisse du chiffre d'affaires due à la crise de la COVID-19 et le départ des deux autres employés travaillant dans le service Marketing et Ventes avec Mr BAUER, l'entreprise connaissait une hausse de son chiffre d'affaires. Cependant, le conflit ukrainien a affaibli de nouveau le marché de la traduction et par conséquent, les revenus de la société. La Russie et l'Ukraine étant des pays proches de la République tchèque, les traductions demandées dans ces langues, notamment du et vers le russe, ont diminué¹⁵. L'Union européenne diminue ses importations russes. Les exportations et les importations représentent le principal élément de la traduction. C'est grâce à elles, que la traduction s'est développée, elle permet de faire le lien entre les différentes langues. Pour le moment, les chefs de projet s'occupent d'une dizaine de projet maximum. Avant la première crise, chaque chef de projet s'occupait en moyenne d'une trentaine de projets. Toutefois, même s'il y a un écart important entre ces deux données, cela ne définit pas tout. En effet, ce qui compte dans le marché de la traduction, ce n'est pas le nombre de projets traduits mais le nombre de mots traduits. La facture est éditée en fonction du nombre de mots sources à traduire. Si, en ce moment, les projets sont peu nombreux, ils sont plus grands et contiennent ainsi plus de mots.

¹² Annexe III : livret de présentation de l'entreprise p.33

¹³ Discussion avec Mme BAUEROVÁ

¹⁴ Discussion avec Mme BAUEROVÁ

¹⁵ Explications données par Mr BAUER

Après avoir connu quelques difficultés dues à la crise sanitaire de 2020 et à présent à la crise ukrainienne, l'entreprise a su trouver les ressources suffisantes pour se maintenir. L'arrivée de nouveaux clients et la confiance des clients acquis leur permet de percevoir des revenus suffisants pour perdurer. Toutefois, ce n'est pas la seule à avoir été affectée. Tout son environnement, externe et interne, l'a été également.

E. Environnement

1. Externe

Une entreprise de services linguistiques compte de nombreux concurrents. Si, en effet, elle travaille avec des traducteurs « freelance », ils peuvent avoir eux-mêmes des demandes de traductions faites par des clients directement, ce qui leur revient moins cher. Par ailleurs, la République tchèque compte d'autres entreprises de services linguistiques, au moins huit sont membres d'ACTA (Association of Czech Translation Agencies)¹⁶. SOPHIA ne l'est pas ce qui montre que d'autres peuvent exister dans ce pays. Par ailleurs, si, certes, les entreprises tchèques sont les concurrents directs de SOPHIA, leurs langues maternelles (tchèque et slovaque) sont les mêmes, ce n'est pas pour autant que les entreprises étrangères ne le sont pas. Comme toutes entreprises, si une entreprise reçoit une demande de traduction du ou vers le tchèque, elle va tout mettre en œuvre pour répondre à la demande.

La pandémie de la COVID-19 et la crise actuelle en Ukraine représentent, quant à elles, des menaces. En effet, lors du confinement qui a affecté le monde entier au même moment, la demande a diminué brutalement. Lors de cette seconde crise débutée en février, une baisse de la demande a aussi été constatée. Les exportations ont considérablement diminué or c'est ce qui favorisent la demande des services de traduction. Pour exporter, les entreprises ont besoin de traduire plusieurs documents tels qu'un manuel d'utilisation. C'est un point central dans l'import et l'export.

Tout le secteur des services linguistiques a été affecté par ces crises. Les entreprises aussi bien que les traducteurs ont dû trouver un moyen de percevoir un revenu, d'autant plus que les traducteurs ne sont pas salariés d'une entreprise et ne reçoivent un salaire que s'ils effectuent des traductions. En effet, une société a pour obligation de payer ses employés.

¹⁶ <https://acta-cz.org/en/>

2. Interne

Depuis sa création, SOPHIA a pu développer un réseau de traducteurs à présent expérimentés dans de nombreux domaines. Ayant basé son activité sur l'énergie nucléaire depuis le début, elle possède des clients et des traducteurs spécialisés dans ce domaine. Elle est le principal fournisseur de traductions de la centrale nucléaire de Temelín et du principal fournisseur d'énergie tchèque.

Plusieurs associations d'entreprises de services linguistiques existent. J'ai mentionné auparavant ACTA une association tchèque mais il existe également Elia (European Language Industry Association) dont SOPHIA fait partie. C'est une association professionnelle à but non lucratif qui permet à ses membres d'accélérer leur succès notamment en réunissant des traducteurs et des chefs de projet ou autres employés d'une entreprise de services linguistiques. Elle organise différents événements tels que les Networking Days, les Project Management ainsi que les Together. Lors des Networking Days, les compagnies membres et les actionnaires de l'industrie linguistique se rassemblent pour partager leurs connaissances et apprendre ensemble lors de discussions de groupes et sessions sur différents thèmes concernant tous les domaines du commerce en lien avec l'industrie des langues et des services offerts. Les Project Management rassemblent les chefs de projet pour leur permettre d'apprendre et développer leurs compétences, essayer de nouvelles approches, cultiver leurs esprits pour devenir une force indispensable pour leur entreprise. Enfin, Together permet de rassembler les traducteurs et les entreprises pour dialoguer de manière constructive et leur permettre de croître mutuellement en améliorant leurs relations et leur efficacité. Elia compte 230 membres dans le monde¹⁷. En effet, les entreprises et traducteurs d'autres continents peuvent en être membre si ce marché les intéresse et ainsi leur introduction y est favorisée. Grâce à ces rencontres, ils ont les contacts de personnes et d'entreprises déjà implantées. SOPHIA est un membre actif de cette association, elle participe à bon nombre de ces événements et Mme BAUEROVÁ a été pendant plusieurs années dans le bureau de l'association.

Son implantation dans le marché et le réseau acquis au fur et à mesure des années représentent un atout considérable pour SOPHIA. Grâce à ses relations, elle peut proposer

¹⁷ <https://elia-association.org/>

des traductions dans de nombreuses combinaisons, comme nous l'avons vu, mais également dans de nombreux domaines.

J'ai montré que cette société, malgré le fait qu'elle ait connu quelques difficultés ces dernières années, mérite sa place sur le marché de la traduction. Cependant, le service Marketing et Ventes ne doit cesser de travailler. Le marché de la traduction est concurrentiel et difficile. Une traduction ne peut être effectuée qu'une seule fois. Il est donc important de promouvoir une bonne image de l'entreprise. Le service Marketing et Ventes a pour but de garder cette image mais également d'acquérir de nouveaux clients et partenaires afin de faire prospérer l'entreprise. C'est notamment ce à quoi j'ai participé lors de mon stage dans cette entreprise.

II. Le marché de la traduction : un marché difficile

L'activité de SOPHIA est d'acheter et de vendre des traductions. Elle possède ainsi des clients réguliers, principalement des entreprises, mais également des clients ponctuels, plus souvent des particuliers. La traduction est en effet un marché difficile car un document n'a besoin que d'une traduction. C'est pourquoi il est nécessaire de toujours chercher de nouveaux clients. Pour mieux comprendre, je commencerai par détailler ce qu'est la traduction, les différentes étapes qu'elle comprend. Puis, je continuerai avec le nouveau marché intégré par SOPHIA en 2022, le marché de la traduction de sous-titres. Enfin, je détaillerai l'introduction de la communication avec des entreprises linguistiques françaises.

A. Le marché de la traduction : état des lieux

La taille du marché des services de traduction a été estimée à 39,37 milliards de dollars en 2020 et devrait atteindre 46,22 milliards de dollars en 2028. En effet, l'engagement croissant des marchés locaux dans les entreprises a entraîné une augmentation de la demande de services de traduction¹⁸.

Selon différentes études réalisées, la traduction reste un point important dans le marché mondial. En effet, elle permet la compréhension d'un document, d'un site internet ou encore d'un manuel d'utilisation par tout le monde, qu'elle que soit la langue. 65% des personnes n'ayant pas l'anglais pour langue maternelle préfèrent du contenu dans leur langue maternelle, même s'ils ont un niveau d'anglais élevé¹⁹. En outre, 40% des utilisateurs d'Internet ont exprimé le fait qu'ils n'achèteront jamais sur un site internet n'étant pas dans leur langue maternelle. Les entreprises investissant dans la traduction auraient 1,5 fois plus de chances d'observer une augmentation de leur revenu.

La crise de la COVID-19 a entraîné d'importants changements dans ce secteur. La charge de travail, les revenus et les charges ont diminué. Plusieurs domaines ont connu une croissance dans les demandes de traduction notamment la médecine qui a connu une augmentation de 49%, les sciences de la vie, le paramédical, la pharmaceutique ont connu une augmentation de 38%. Il en est de même pour les réseaux sociaux (34%), les services informatiques (29%) et

¹⁸<https://www.verifiedmarketresearch.com/product/global-translation-services-market-size-and-forecast-to-2025/#:~:text=Translation%20Services%20Market%20Size%20And%20Forecast%20Translation%20Services,res ulted%20in%20the%20growing%20demand%20for%20translation%20services.>

¹⁹ <https://redokun.com/blog/translation-statistics>

enfin les logiciels (28%). Nous pouvons remarquer que ce sont tous les domaines qui se sont développés durant cette crise. Etant une crise sanitaire la médecine et tout ce qui s'en rapproche sont devenus nécessaires. Par ailleurs, les confinements ont forcé les entreprises, universités, écoles à avoir recours à l'informatique afin de poursuivre leurs activités. Les applications de visioconférences sont devenues répandues alors qu'elles restaient jusque-là peut utiliser.

Contrairement à ces secteurs, d'autres domaines ont été touchés de plein fouet par la crise. C'est le cas de l'événementiel qui a connu une baisse des demandes de 78%, des voyages et loisirs (74%), l'automobile (60%), les services commerciaux (59%) et de l'industrie (58%). En général, les revenus des services de traduction ont diminué de 8%. Cependant, ces changements ont également été perçus dans l'interprétation. Les changements ont davantage affecté ce service. Les revenus dans ce service ont baissé de 24%. Si les traducteurs sont habitués au télétravail, cela n'est pas le cas des interprètes. Le télétravail nécessite un matériel adapté, une connexion internet suffisante pour ne pas perturber la visioconférence. Les applications de visioconférences utilisées par les entreprises ne correspondent pas au travail des interprètes. Elles ne sont pas adaptées à leur travail comme peuvent l'être les plateformes d'interprétation²⁰.

En 2020, l'Europe a représenté la plus grande part de marché, avec une part à 42,43% et une valeur de marché estimée à 16 705,68 millions de dollars. Elle devrait, par ailleurs, connaître le TCAC (Taux de Croissance Annuel Compensé) le plus élevé, 2,26%, entre 2021 et 2028. L'Amérique du Nord se place à la deuxième marche sur ce marché.

Plusieurs crises ont déstabilisé ce marché qui se développait ce qui a entraîné une baisse des revenus pour les entreprises de services linguistiques et pour les traducteurs. Cependant, il est nécessaire pour tout le monde de percevoir des revenus. C'est pourquoi SOPHIA a dû trouver de nouvelles sources de revenu notamment dans la traduction de sous-titres, choses qu'elle ne faisait pas jusque-là.

B. La traduction de sous-titres

La taille du marché de la traduction des sous-titres a été estimée, en 2021, à 282,31 millions de dollars et devrait atteindre 476,88 millions de dollars d'ici 2028 affichant un taux annuel

²⁰ <https://blogs.ec.europa.eu/emt/fr/la-covid-19-quel-impact-pour-le-monde-de-la-traduction/>

composé de 7,78% au cours de la période de prévision²¹. Par ailleurs, la traduction se passe dans le Cloud du client. Ainsi, le traducteur a accès à la vidéo, au texte original et doit renseigner la traduction dans le Cloud. La traduction de sous-titres est ce qui peut paraître le plus simple en termes de traduction. Il faut traduire de manière concise en respectant les temps indiqués afin d'éviter un retard ce qui pourrait faire perdre de l'audience aux clients. La personne s'occupant de l'assurance-qualité peut modifier d'une autre couleur pour ainsi permettre au traducteur de comprendre ses erreurs pour ne plus les reproduire.

SOPHIA envoie chaque année un mail pour les vœux de fin d'année. Toutefois, cette année, une collaboratrice espagnole a répondu qu'elle avait envoyé les coordonnées de la société à un de ses collègues indiens pour la traduction de sous-titres en tchèque et slovaque. C'est ainsi que début 2022, le client XY et elle ont commencé les négociations pour ensuite convenir d'un accord sur un taux qui a entraîné la signature d'un premier contrat. Ce contrat de février à mai représente jusque-là le plus gros contrat de l'entreprise pour une courte période. Ce contrat constitue une charge de travail quotidienne plus importante et il semble parti pour durer.

À mon arrivée, le premier contrat arrivait à son terme. Mr BAUER souhaitait alors convenir d'un nouveau contrat avec le même client qui serait plus long et plus quantitatif. C'est pourquoi je me suis occupée de contacter par mail d'autres traducteurs travaillant déjà pour l'entreprise afin de les convaincre de travailler sur ce projet. Quatre de mes collègues travaillaient sur ce projet avant mon arrivée et avaient recensé les traducteurs tchèques présents dans la base de données. Il ne me restait plus qu'à trouver comment les convaincre de travailler avec la société sur le projet.

Mr BAUER voulait s'adresser, dans un premier temps, à une seule catégorie de traducteurs approuvés, et leur demander, par la même occasion de mettre à jour leurs données et l'accord de non-divulgaration. Il a, par ailleurs, suggéré d'inclure le tableau reprenant les statistiques de chaque traducteur. La fin du mail étant une présentation du projet et une invitation à leur participation. Malgré un objet de mail expliquant l'intérêt de ce mail (« Update of our database, invitation to a new project »), le taux de réponses obtenu était faible. Sur 53 mails

²¹<https://www.imrmarketreports.com/reports/captioning-and-subtitling-solutions-market/#:~:text=The%20Global%20Captioning%20and%20Subtitling%20Solutions%20Market%20Size,a%20CA GR%20of%207.78%25%20during%20the%20forecast%20period.>

envoyés, seuls cinq traducteurs ont répondu. La réponse d'un mail nous a aiguillés sur notre erreur. En effet, un traducteur n'a répondu qu'à la première partie du mail concernant les modifications à apporter sur la base de données. Nous avons compris que notre mail était alors trop long et que les traducteurs n'allaient pas au bout. Le lendemain, j'ai récrit un mail plus court pour cette catégorie, directement ciblé sur le projet qui nous intéressait et l'attente n'a pas été longue. Dans la journée, je recevais plusieurs mails me disant si le traducteur était intéressé ou non.

Pour les autres catégories, nous avons alors adapté notre stratégie en ne parlant que du projet. J'ai introduit le mail par une question expliquant clairement le projet. Les traducteurs comprenaient dès la première phrase que je lui proposais un travail dans la traduction de sous-titres de l'anglais vers le tchèque. Le deuxième paragraphe développait en quelques lignes le projet et les taux proposés. Pour conclure le mail, je leur laissais la possibilité de me contacter notamment en précisant que s'ils souhaitaient se joindre au projet, une réponse était souhaitée.

Ainsi, sur les 154 traducteurs tchèques contactés, 46 ont répondu ce qui représente 30% des personnes contactées dont 25 réponses positives.

Cependant, ma mission ne s'arrêtait pas là. Il fallait, par la suite, répondre aux mails, positifs ou négatifs. Certains traducteurs avaient répondu de façon négative par peur, ils ne savaient pas en quoi consistait la traduction de sous-titres, cela ne faisant pas partie de leur spécialité. La réponse devait alors les rassurer et peut-être ainsi les convaincre d'essayer. En répondant aux mails négatifs, je laissais une possibilité de nous contacter plus tard, dans le cas où par manque de travail, ils auraient besoin d'une autre source de revenu. En effet, Mr BAUER voyait la traduction de sous-titres comme « un moyen sûr de revenu surtout par les temps difficiles que connaît la traduction ». Cette réponse a permis à deux ou trois personnes de changer d'avis. Ainsi, nous avons 28 nouvelles personnes prêtes à travailler sur le projet mais nous avons besoin de connaître leur capacité, c'est-à-dire combien de temps elles peuvent consacrer au projet.

Par ailleurs, la traduction de sous-titres étant une nouveauté pour la plupart d'entre eux, il fallait leur expliquer en quoi cela consiste et comment cela se passe. Le client XY avait envoyé plusieurs vidéos ainsi qu'un document PDF afin d'expliquer comment effectuer la traduction

et l'assurance-qualité. Le deuxième mail a alors été rédigé par Mr BAUER. Je me suis assurée qu'il soit clair et précis avant de l'envoyer. Dans ce mail, il était question de la capacité que le traducteur pouvait fournir mais également sur quel travail il était prêt à travailler, la traduction, l'assurance-qualité ou les deux. Sur les 28 personnes qui nous avaient fait part de leur envie de travailler sur le projet, 21 ont transmis leur capacité, c'est ce qui importe le plus la société. Nous demandions le nombre de minutes de vidéos qu'il pouvait traduire par semaine et ce sur deux mois. Ainsi, en ajoutant les 21 personnes ayant fourni leur capacité aux 8 travaillant déjà sur le projet, ce sont environ 1640 et 2435 minutes de vidéos que pouvaient fournir SOPHIA à son client en ce qui concerne la traduction de sous-titres de l'anglais vers le tchèque.

A la fin de ces échanges, je devais leur indiquer que nous attendions la réponse de notre client pour pouvoir, ensuite, leur attribuer du travail. Mr BAUER m'avait laissée leur envoyer un mail en me donnant les grandes lignes de ce qu'il devait contenir. En regardant par la suite le mail envoyé aux traducteurs tchèques, Mr BAUER m'a fait remarquer que je n'étais pas précise. J'avais envoyé comme objet « Project's advancement » et ne citait pas dans le mail le projet en question. C'est alors que j'ai compris qu'en effet un traducteur n'a pas qu'un seul projet en route et que ce mail ne lui donnait pas les informations nécessaires pour savoir de quel projet il s'agissait.

En outre, le client était également intéressé par la traduction vers le slovaque. Ayant appris des erreurs précédentes, je me suis inspirée du dernier mail envoyé pour introduire le projet. Un de mes collègues avaient également effectué le recensement des traducteurs slovaques. Dans la liste, il n'y avait que 64 noms. Je les ai alors contactés un par un, comme pour les traducteurs tchèques. J'ai reçu 36 réponses soit 56,25%, un taux supérieur aux traducteurs contactés auparavant. Cependant, le taux de réponses positives est plus faible. Si 60% des réponses obtenues par les traducteurs tchèques étaient positives, seules 22,22% sont positives en ce qui concerne les traducteurs slovaques. Ce sont huit traducteurs slovaques qui vont travailler sur le projet. Cela peut paraître faible mais encore une fois ce qui est intéressant est la capacité fournie. J'ai utilisé les mêmes stratégies de réponse que pour les traducteurs tchèques. Finalement, nous avons obtenu une capacité de 285 et 610 minutes de vidéos traduites.

Les données obtenues concernent les mois de juin et juillet pour la traduction en tchèque et les mois de juillet et août pour la traduction en slovaque. Ainsi, les données reçues contiennent majoritairement des semaines sans capacité à cause des vacances. Les capacités devraient augmenter d'ici octobre.

Lors de ces échanges avec les traducteurs, j'ai pu me rendre compte qu'échanger des mails dans le cadre professionnel n'est pas évident. Pour moi, il n'est pas facile d'écrire un mail, cela même en français. Nous ne connaissons pas la réaction, les sentiments, les émotions de notre interlocuteur. Dans une autre langue, il faut par ailleurs s'assurer que nous soyons clairs pour que tout le monde nous comprenne. Grâce à ces échanges et aux remarques de Mr BAUER, j'ai noté une amélioration dans la rédaction de mes mails. Je les écrivais toujours sur un document Word afin d'en garder une trace. Mr BAUER voulant me faire progresser dans cet exercice a voulu que je continue en contactant cette fois des entreprises de services linguistiques françaises.

C. L'obtention de nouveaux partenaires

J'ai parlé de deux associations auparavant. Ces associations permettent à différentes entreprises de services linguistiques de se rencontrer et d'échanger. C'est le moment de parler travail, certes, mais aussi de prendre contact avec de potentiels partenaires ou au contraire des concurrents. Lors de ces rencontres, Mme BAUEROVÁ a pu échanger avec différents dirigeants d'entreprises dont des dirigeants d'entreprises français. Après ces rencontres, chaque nouvelle entreprise avec laquelle elle a eu un contact est enregistré dans la base de données. Il y est renseigné le nom de la personne, le nom de l'entreprise, l'adresse du site internet et le moyen de contacter la société (numéro de téléphone et/ou adresse mail). Une fois dans la base de données, l'objectif est de prendre contact avec ces entreprises pour leur proposer une collaboration. C'est ce que j'ai fait lors de la seconde partie de mon stage.

J'ai eu accès à la base de données qui concerne les entreprises et ai sélectionné, dans un premier temps, cinq entreprises de services linguistiques que je voulais contacter. L'intérêt était de choisir un faible nombre dans le but de les contacter individuellement et non d'effectuer de l'emailing. L'emailing est une démarche courante en marketing. Il s'agit d'envoyer un email à plusieurs destinataires en même temps et de manière ciblée²². Mr

²² <https://www.sarbacane.com/emailing/definition>

BAUER préférait que j'étudie minutieusement chaque entreprise pour écrire un email qui capte l'attention du lecteur. Les entreprises présentes dans la base de données de SOPHIA appartenaient aux mêmes associations qu'elle mais cela ne suffisait pas, il fallait étoffer notamment en étudiant le site internet de chaque entreprise et en décrivant son nom d'entreprise.

Pour rédiger ses mails proprement, je me suis aidée de la méthode AIDA (Attention Intérêt Désir Achat). En effet, il est important de capter l'attention. Le choix de l'objet et de la première phrase est important surtout lors de la prospection. Ainsi, pour débiter mes mails je posais une question précise : « Souhaiteriez-vous proposer plus de traductions tchèques et slovaques, qui plus est de haute qualité ? ». Le lecteur comprenait clairement de quoi il était question dans le mail.

Il fallait ensuite susciter son intérêt. C'est pourquoi je me suis, tout d'abord, interrogée sur le nom de chaque entreprise. Ayant connaissance de l'origine du nom de la société dans laquelle je travaillais, je pensais que nombre des entreprises ait un nom ayant une signification. Si certains noms provenaient de leurs dirigeants, ce qui est notamment le cas de Caupenne & Co dont la directrice se nomme Leylak de Caupenne, la majorité a un nom particulier. Je me suis, dans un premier temps, intéressée à l'entreprise nommée Six continents. Si l'entreprise se nomme ainsi c'est qu'elle doit fournir des traductions sur six continents mais lesquels ? Après avoir fait part de cette interrogation à Mr BAUER, il m'a expliqué qu'eux aussi fournissent des traductions sur six continents : l'Amérique, l'Europe, l'Asie, l'Océanie, l'Afrique mais aussi l'Antarctique. Le point d'accroche était trouvé.

En ce qui concerne l'entreprise nommée LinguaSpirit, je me suis questionnée sur la différence entre « spirit » et « mind » en anglais. J'ai trouvé que « spirit » fait référence à la force de l'esprit et non pas seulement à l'esprit. J'ai ainsi formulé une phrase expliquant que travailler dans les langues et plus particulièrement dans la traduction requiert une force d'esprit.

Une des entreprises sélectionnées se nomme Artlingua. J'ai considéré pour celle-là que son nom signifiait que la traduction était de l'art.

Enfin, la dernière entreprise sélectionnée possède également un nom intrigant, il s'agit de Password Europe. J'ai considéré que pour ses créateurs, la traduction est le mot de passe mais encore faut-il trouver de quoi. J'ai donc créé un lien entre le nom de cette entreprise et

SOPHIA en disant que la traduction était le mot de passe permettant de répandre la sagesse dans le monde.

Pour susciter le désir, j'ai d'abord mis en avant mes connaissances sur l'entreprise. Parler des spécialisations communes aux deux sociétés permettait de montrer que je maîtrisais le sujet et l'entreprise contactée. En effet, comme je l'ai dit dans la première partie, cela dépend de chaque traducteur. Ainsi, j'ai exploré dans tous les sens, chaque site internet afin de trouver une spécialisation importante partagée sur laquelle m'appuyer. Ne connaissant pas chaque client de SOPHIA, Mr BAUER m'aidait à trouver des entreprises françaises pour lesquelles il travaille afin d'étoffer ce paragraphe du mail. Ainsi, pour contacter l'entreprise Caupenne & Co, j'ai notamment pu développer le fait que les deux entreprises ont pour principale spécialisation le nucléaire. Pour les autres entreprises, je trouvais des clients français comme JCDecaux ou Faurecia qui sont implantés en République tchèque et font appel à la société pour leurs traductions.

Pour conclure le mail, je devais faire susciter l'action. Poser une question incitant une réponse me semblait être le meilleur moyen.

Après les différentes recherches effectuées et les remarques de Mr BAUER prises en compte, il ne me restait plus qu'à rédiger le mail en commençant par une phrase d'accroche puis en me présentant et expliquant ma démarche. Ensuite, je montrai que j'avais effectué des recherches et que je connaissais leur entreprise. Enfin, il fallait leur montrer qu'une réponse était attendue. C'est pourquoi je terminais mes mails par la question : « Que pouvons-nous faire pour devenir un de vos collaborateurs sur les traductions du et vers le tchèque et slovaque ? ». En tenant compte des premiers mails envoyés après mon arrivée dans l'entreprise, je ne souhaitais pas rédiger un mail trop long. Par ailleurs, terminer par une question laisse l'opportunité au lecteur de répondre et d'exprimer sa volonté ou non de poursuivre et de débiter une collaboration.

Sur les cinq entreprises contactées, deux ont répondu. Six continents ont déjà un partenaire en ce qui concerne le tchèque et le slovaque. Néanmoins, ils ont envoyé un questionnaire à remplir. Ce questionnaire demandait notamment les coordonnées bancaires de l'entreprise, les combinaisons de langues offertes, les spécialisations pour chaque paire puis les tarifs par paire de langues. Quant à LinguaSpirit, la deuxième entreprise à avoir répondu, elle nous a

également demandés nos tarifs. Ainsi, Mr BAUER a pu réaliser les tarifs pour ces deux entreprises.

Pour chaque entreprise, SOPHIA enregistre dans la base de données les codes d'accès au système de l'entreprise et la liste des prix qu'il a réalisée grâce à son logiciel. Ainsi, chaque chef de projets a accès à ses informations.

Si, dans un premier temps, je me suis concentrée sur les entreprises de la base de données de la société, j'ai par la suite, poursuivi le travail d'une ancienne stagiaire. Elle avait recensé les entreprises de services linguistiques françaises sur un document EXCEL. J'ai vérifié que les informations soient toujours d'actualité et ai ensuite continué le travail commencé auparavant, c'est-à-dire de sélectionner et contacter des entreprises. Cependant, ayant contacté ces entreprises sur les derniers jours de mon stage, je n'ai pas eu le temps d'avoir du recul sur les derniers mails envoyés. Il a fallu par ailleurs que je les contacte en anglais pour que mes collègues puissent par la suite continuer ce que j'ai commencé.

Prospecter n'est pas simple. Il faut réussir à trouver les bons arguments pour convaincre celui d'en face de vous répondre. La méthode AIDA m'a ainsi permis de réaliser un peu plus aisément. Malheureusement, la durée de mon stage et le fait que j'ai réalisé dans un premier temps une autre mission ne m'ont pas permis de prendre suffisamment de recul sur cette mission. J'ai, en effet, au maximum échangé deux mails avec les premières entreprises contactées. Néanmoins, ce fut un bon exercice que je n'aurai sûrement pas pu réaliser ailleurs.

Les missions que j'ai réalisées dans cette entreprise m'ont permis de mettre en pratique ce que jusque-là en théorie, de gagner en autonomie et d'avoir certaines responsabilités. Echanger avec des traducteurs m'a permis d'approfondir mon vocabulaire et d'améliorer ma formulation. J'ai pu mettre cela en pratique lors de la prospection d'entreprises de services linguistiques.

Conclusion

Ce stage chez SOPHIA, jazykové služby s. r. o., a été une expérience enrichissante. L'occasion m'a été donnée de découvrir la vie en entreprise dans un domaine que je ne connaissais pas.

Etant donné que ce fut ma première expérience en entreprise, j'ai acquis de nouvelles compétences. J'ai notamment découvert les outils de TAO même si je n'ai pas pu les utiliser. Les logiciels étaient en tchèque, ma maîtrise de la langue était insuffisante. J'ai, par ailleurs, développé différentes techniques de marketing notamment en anglais pour capter l'attention. La rédaction de mails était jusque-là quelque chose que j'appréhendais notamment dans le domaine commercial et dans une langue qui n'est pas ma langue maternelle. Mes compétences linguistiques que j'ai pues approfondir grâce à mon année à l'étranger notamment en anglais m'ont aidée pour communiquer avec mes collègues, mes responsables mais aussi avec les traducteurs. Ne parlant pas beaucoup tchèque, l'anglais était la langue que j'utilisais pour communiquer avec eux. Deux de mes collègues parlaient français mais je n'ai pas eu l'occasion de leur parler avec eux dans le cadre de mon stage.

Travailler dans une petite société m'a permis de me rendre compte que la communication est essentielle. Le responsable est proche de ses employés et est au courant de chaque erreur ce qui lui permet de la réparer rapidement. Par ailleurs, il m'était ainsi plus facile de m'adresser à Mr BAUER pour les interrogations que je pouvais avoir et pour discuter avec lui de son expérience.

J'ai le regret de ne pas avoir pu plus m'intégrer que cela dans l'entreprise. L'anglais n'était pas parlé par beaucoup de mes collègues. Cependant, l'encadrement de Mr BAUER et Mme BAUEROVÁ m'a permis de prendre confiance en moi et de gagner en autonomie. Mr BAUER me donnait de plus en plus de responsabilités.

Je ne regrette pas ce stage. Je souhaitais dans un premier temps le réaliser dans une grande entreprise. Cependant, je me suis rendue compte qu'il était plus facile d'apprendre dans une entreprise de taille moyenne, proche de ses employés. Les missions et les responsabilités que j'ai eues étaient plus adaptées à mon niveau.

Résumé

Dans le cadre du double-diplôme franco-tchèque, j'ai effectué un stage de huit semaines au sein de SOPHIA, jazykové služby s. r. o., une entreprise de services linguistiques tchèque située à České Budějovice. Cette entreprise installée sur le marché depuis 1993 vient d'intégrer un nouveau marché pour elle, la traduction de sous-titres.

J'ai choisi cette entreprise pour sa taille. Une entreprise de taille moyenne permet un meilleur suivi et je souhaitais découvrir le service du marketing et de la vente. Je poursuivrai mes études en master Management International et Savoir-Faire d'Excellence, dans l'université de Franche-Comté, à Besançon.

Mon rapport répond en deux parties à la problématique suivante :

« Une entreprise de services linguistiques tchèque peut-elle prospérer après la crise de la COVID-19 et avec les difficultés du marché que représente la traduction ? »

Dans un premier temps, je vous explique la situation actuelle de l'entreprise SOPHIA, jazykové služby s. r. o. qui propose différents services. Elle a, par ailleurs, connu quelques difficultés récentes dues aux différentes qu'a connues le monde et plus principalement l'Europe. Enfin, J'ai, en outre, détaillé mes missions, les regrets que j'ai eus tout en analysant le travail effectué au cours de ces deux mois.

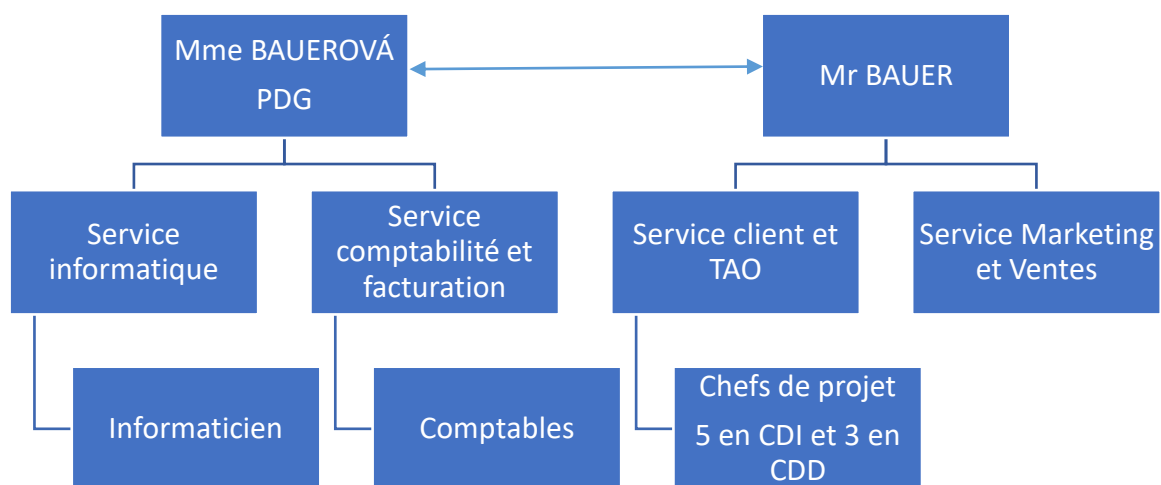
Table des annexes

Annexe I : organigramme de l'entreprise p. 30

Annexe II : formulaire d'inscription p. 31

Annexe III : livret de présentation de l'entreprise p. 33

Annexe I : organigramme de l'entreprise



Annexe II : formulaire d'inscription

CAT tools	
<i>Select CAT tools you can work with.</i>	
Across 7.0	No
Ascribe	No
Catalyst	No
Crowdin	No
Déjà Vu	No
Heartsome XLIFF	No
Helium	No
IBM Translation Mananager	No
Idiom	No
Ichigo	No
LocStudio	No
Logoport	No
MateCAT	No
MemoQ 2015 and older	No
MemoQ 8.x	No
MemoQ 9.0	No
MemoQ 9.1	No
MemoQ 9.2	No
MemoQ 9.3	No
MemoQ 9.4	No
MemoQ 9.5	No
MemoQ 9.6	No
MemoQ 9.7	No
MemoQ 9.8	No
MemoQ 9.9	No
MemSource	No
MetaTaxis	No
Multilizer	No
Multitrans	No
OmegaT	No
Passolo 2011	No
Passolo 2015	No
Passolo 2016	No
Passolo 2018	No
PIXS	No
SDL Trados 2015	No
SDL Trados 2017 14.1.10014 and older	No
SDL Trados 2017 14.1.10015 and newer	No
SDL Trados 2019 15.1.1 and older	No
SDL Trados 2019 15.1.2 and newer	No
Trados Studio 2021	No
Sisulizer	No
SmartCAT	No
Smartling	No
SUN XLIFF Transeditor	No
Swordfish XLIFF editor	No

QA tools	
<i>Select QA tools you can work with.</i>	
Across ABC Check	No
ApSIC Xbench 2.9	No
ApSIC Xbench 3.0	No
ErrorSpy	No
Fine QA	No
Ichigo	No
MemoQ	No
Okapi CheckMate	No
QA Distiller Professional	No
Trados Studio QA checker	No
Verifika	No
Wordfast – Transcheck	No
Y-Snell-Tools	No

Specializations

Select specializations you are able to process.

accounting and finance	No
advertising	No
agriculture	No
art and literature	No
astronautics	No
automotive industry	No
aviation	No
biology	No
brewery	No
construction, architecture	No
defence and safety	No
economy	No
education	No
electrical engineering and energy	No
electronics	No
engineering and metallurgy	No
entertainment industry	No
environment	No
EU	No
fishing	No
food industry	No
forestry, gardening	No
gastronomy	No
general	No
glass production	No
hospitality/accommodation	No
human resources	No
chemistry and chemical industry	No
insurance	No
IT (hw + sw)	No
language service agencies	No
law	No
logistics	No
mathematics and physics	No
medical devices	No
medicine - M.D.	No
medicine and pharmacy	No
military	No
mining industry	No
nuclear energy	No
optics	No
paper industry	No
patents, industrial property	No
plastic processing	No
politics and social sciences	No
publishing/printing	No

Annexe III : livret de présentation de l'entreprise



SOPHIA
presentation- EN.pdf

Webographie

Translations, Interpreting, DTP (SOPHIA) - Power translations. 2022. Translations, Interpreting, DTP (SOPHIA) - Power translations. [ONLINE] Available at: <https://www.sophia-cb.cz/en/introduction>. [Accessed 21 July 2022].

European Language Industry Association. 2022. European Language Industry Association. [ONLINE] Available at: <https://elia-association.org/>. [Accessed 16 July 2022].

GALA Global. 2022. Overview of language and translation Services | GALA Global. [ONLINE] Available at: <https://www.gala-global.org/knowledge-center/about-the-industry/language-services>. [Accessed 16 July 2022].

Captioning and Subtitling Solutions Market - Insights & Analysis. 2022. Captioning and Subtitling Solutions Market - Insights & Analysis. [ONLINE] Available at: <https://www.imrmarketreports.com/reports/captioning-and-subtitling-solutions-market/#:~:text=The%20Global%20Captioning%20and%20Subtitling%20Solutions%20Market%20Size,a%20CAGR%20of%207.78%25%20during%20the%20forecast%20period.> [Accessed 22 July 2022].

2022 Translation Industry Trends and Stats | Redokun Blog. 2022. 2022 Translation Industry Trends and Stats | Redokun Blog. [ONLINE] Available at: <https://redokun.com/blog/translation-statistics>. [Accessed 2 August 2022].

La COVID-19 : Quel impact pour le monde de la traduction ? - European Commission. 2022. La COVID-19 : Quel impact pour le monde de la traduction ? - European Commission. [ONLINE] Available at: <https://blogs.ec.europa.eu/emt/fr/la-covid-19-quel-impact-pour-le-monde-de-la-traduction/>. [Accessed 2 August 2022].

Sarbacane. 2022. Définition Emailing - Qu'est-ce que l'emailing | Sarbacane. [ONLINE] Available at: <https://www.sarbacane.com/emailing/definition>. [Accessed 8 August 2022].