Traduction
faire les bons choix

SOCIÉTÉ FRANÇAISE
DES TRADUCTEURS
syndicat professionnel

Petit guide de l'acheteur de traductions

Acheter une prestation de traduction, sans être qualifié pour le faire, peut provoquer quelques sueurs froides.

Les conseils réunis dans cette plaquette vous permettront de faire les bons choix en toute sérénité.

Traduction ou interprétation : quelle différence ? L'interprète parle, le traducteur rédige.

Vous travaillez sur des documents écrits ? Vous avez besoin d'un *traducteur*.

Exemples : un manuel utilisateur à l'usage de vos clients allemands, les affiches d'une campagne publicitaire en Argentine, les dossiers de création en chinois de votre nouvelle filiale à Shanghai.

Vous souhaitez communiquer en direct avec des personnes parlant une autre langue ? Il vous faut un *interprète*.

Exemples : lors d'une visite de laboratoire, d'une réunion de conseil d'administration ou encore pour comprendre un orateur ou conclure un accord commercial.

Faut-il tout traduire ?

Avant de commander, à l'aveugle, la traduction de documents entiers, déterminez vos messages essentiels. Vous gagnerez à éliminer le superflu ou les envolées vantant les mérites de vos services internes. Autant de passages susceptibles de vous porter préjudice, en véhiculant une image prétentieuse et arrogante.

- **Réduire un manuel technique de 500 à 230 pages : c'est ce qu'a fait un établissement financier en France, sur les conseils d'un traducteur professionnel. Il lui a suffi de faire la chasse aux redondances et de supprimer ce qui ne concernait pas les clients étrangers.**
- **Un cabinet d'avocats californien collabore avec un traducteur spécialisé, qui passe au crible des brevets japonais avant d'en faire un résumé oral. Les avocats sélectionnent alors les documents à traduire.**

Votre document « source » est-il pertinent pour les pays étrangers ? Vérifiez, réduisez ou concevez d'emblée un nouveau document, synthétique, avant de le faire traduire.

Textes et images : jouez-en.

Les grands discours sont souvent inutiles.
Pour le lecteur, les cartes, pictogrammes ou autres « camemberts » en disent souvent plus longs que des explications verbeuses. Ils facilitent la tâche de votre traducteur et lui évitent de buter sur des termes hyper-techniques. Votre traduction pourrait même vous revenir moins chère.

- **Ikea compte 316 magasins dans 38 pays, représentant 25 langues. Ses notices d'assemblage utilisent abondamment les schémas : 80 % des instructions sont données sous forme d'images contre 20 % de texte (surtout les consignes de sécurité).**
- **Dans l'aéroport de Londres-Heathrow, plus de 65 millions de passagers de toutes nationalités se fient chaque année aux symboles universels des pictogrammes pour s'orienter.**

Du texte, oui. Mais uniquement lorsque c'est nécessaire. Ou si c'est le meilleur moyen de faire passer votre message.

Pensez « international » d'emblée.

Évitez les clichés franco-français et les références hexagonales (par exemple en sport). Et abordez certains sujets délicats avec précaution (les parties du corps humain sont perçues différemment d'une culture à l'autre). Si votre argument se présente sous forme d'une image légendée, assurez-vous que cette image véhicule un message universel : vous éviterez contorsions verbales et lourdeurs inutiles.

Une entreprise française a conçu sa brochure de présentation autour du thème « 5 » : présente sur cinq continents, cinq domaines d'expertise, cinq raisons de les contacter, etc. Problème : en anglais, on compte six (voire sept) continents.

Un peu de couleur locale, pourquoi pas ? Mais vérifiez auprès de votre équipe de traduction que l'adaptation est possible. Et assurez-vous que les libellés des numéros de téléphone ou de télécopie respectent les normes internationales.

Combien ça coûte ?

En traduction, les prix varient de 1 à 10. Et si la prestation la plus chère n'est pas forcément la meilleure, il est en revanche probable qu'en dessous d'un certain montant, le texte ne rende justice ni à votre discours ni à votre image. Combien de pages un traducteur produit-il en une heure ? (Combien de temps ont passé vos équipes à rédiger l'original ?) Il faut être réaliste.

Avant de choisir un prestataire, repensez à ce que vous a coûté la stratégie export pour vos produits ou services. Si une traduction professionnelle est au-dessus de vos moyens, peut-être n'êtes-vous tout simplement pas prêt à aborder l'international.

Sélectionner le bon traducteur, suivre le dossier, contrôler la qualité, convertir les fichiers, homogénéiser la présentation des projets dans les différentes langues : autant de tâches qui incombent aux agences de traduction et qui constituent leur valeur ajoutée. Bien sûr, il y a un prix à payer, mais pour certains projets, l'économie en heures de travail en vaut la peine.

Quelle importance accorder au style ?

Un fabricant allemand de pipes a voulu adapter son message en français : « En 1848 dans le première manufacture des pipes allemand on produit des pipes de tabac par des bois choisies pour les jouisseurs dans tout le monde… » Son slogan : « 5 générations de faiseurs de pipes par passion ».

Certaines traductions sont exécutées – c'est le mot – par un traducteur automatique ou par un traducteur humain dont la langue maternelle diffère de la langue d'arrivée (et qu'on imagine se débattant dictionnaire et grammaire à la main). Elles ne peuvent que prêter à rire.

Parfois, le problème est ailleurs. La traduction est juste, mais on sent l'influence du texte d'origine sur le choix des termes ou la façon d'enchaîner les mots ; les phrases ne coulent pas, la traduction n'est pas fluide.

Certains prestataires fournissent une qualité « pour information » – et non une adaptation. Clarifiez d'emblée vos besoins. Et par écrit !

Pour certains, la notion de traduction « pour information » désigne un travail honnête, bien dégrossi mais non peaufiné, exécuté en général plus vite (et pour moins cher) qu'un travail de qualité, « pour publication ».

Si votre objectif est de persuader et de vendre, ou si l'image que vous voulez véhiculer compte à vos yeux, faire la distinction est primordial.

Tenté de le faire vous-même ? Réfléchissez.

Parler est une chose, écrire en est une autre. L'aisance verbale ne garantit pas une écriture fluide et élégante. Neuf fois sur dix, on sentira « l'étranger » dans votre écriture en langue étrangère. Même si vous avez l'habitude des discussions d'affaires en anglais, allemand ou espagnol. Même si vous passez beaucoup de temps dans les pays où l'on parle ces langues.

Est-ce très important ? Pas si votre principal argument de vente est le prix (les clients intéressés en priorité par les prix sont moins regardants, dès l'instant qu'ils ont compris les grandes lignes). Ou si vous jouez volontairement la carte de l'exotisme (Maurice Chevalier chantant en anglais, ou Jane Birkin parlant français).

Vous voulez vous donner une image internationale ? Banissez l'approximation. Car dans de nombreuses cultures, les gens n'apprécient guère qu'on déforme leur langue. Charmant ? Non, ils trouvent ça méprisant.

Finalisez votre texte *avant* de démarrer la traduction.

Lancer la traduction au plus vite est tentant. Mais attention : en voulant gagner du temps, vous risquez d'en perdre. Faire travailler des traducteurs sur un texte encore en chantier vous reviendra plus cher (sans compter les frustrations éventuelles). Pire : plus vous multipliez les versions, plus vous augmentez le risque d'erreurs dans le document final.

Parfois, vous n'avez pas le choix. Les délais impartis sont courts : vous devez lancer la traduction avant de finaliser l'original. Dans ce cas, veillez à dater chaque version et à indiquer clairement à vos traducteurs les changements effectués.

Qu'en est-il de la traduction automatique ?

Par principe, ne diffusez jamais en externe un message traduit par un logiciel. À moins d'un accord explicite de votre client. Vous risquez de paraître incohérent, voire stupide : ce n'est jamais bon. On peut bien sûr envisager une remise au propre par un vrai traducteur, mais tous n'acceptent pas ce genre de mission. Beaucoup de traducteurs professionnels trouvent les textes générés par les logiciels de traduction automatique tellement biscornus qu'ils estiment plus rapide de repartir de zéro.

Les logiciels dédiés à des disciplines ou jargons professionnels, créés et adaptés par des experts sont bien meilleurs que les outils répandus dans le commerce. Mais ces services ont un coût, et sauf exception, la révision par un spécialiste restera nécessaire.

Le Wall Street Journal, après avoir testé deux services de traduction automatique sur Internet, a rendu son verdict : « Pour un voyageur de passage ou pour quelqu'un souhaitant qu'on lui traduise la lettre d'un cousin éloigné, c'est à la limite passable. Il est clair que je n'utiliserais pas ces services dans mon travail ou pour quoi que ce soit qui exige de la précision. »

(A Closer Look)

Confiez vos intentions au traducteur.

Un discours, un site Internet, une plaquette commerciale, un catalogue produits : tout support de communication a ses spécificités. Votre rapport annuel ne doit pas ressembler à un article de Voici.

Le style, la facilité de lecture, le choix des mots, la longueur des phrases ou des citations, tout est modulable selon la nature et la finalité du document. Un traducteur expérimenté vous demandera des précisions : soyez prêt à lui répondre.

Vous obtiendrez de meilleurs résultats en entretenant des relations suivies avec vos traducteurs. Plus longtemps vous travaillerez ensemble et mieux ils comprendront votre philosophie, votre stratégie, vos produits : leurs textes n'en seront que plus efficaces.

Précisez la finalité du texte à votre traducteur. En fonction du support, de la cible, de vos objectifs, il (ou elle) adaptera son écriture pour un impact certain.

Faire appel à un copain prof ? Très risqué.

Confrontées à des textes étrangers, de nombreuses entreprises ont le réflexe de s'adresser à des relations, à des enseignants.

S'il s'agit de savoir de quoi il retourne ou de réserver cette traduction à un usage interne, ça peut faire l'affaire. S'il s'agit de votre communication commerciale, c'est très risqué. Et le risque s'accroît si vous faites appel à des étudiants traducteurs – une idée « sympa et pas chère ».

Enseigner une langue étrangère est un métier, qui requiert des compétences spécifiques. Mais savoir enseigner ne suffit pas à livrer une traduction fluide et élégante, qui respecte vos objectifs et les règles de la communication.

Admettriez-vous que des étudiants en médecine pratiquent des opérations mineures pour aider à payer leurs études ? (Diriez-vous de votre brochure ou rapport annuel qu'ils sont « mineurs » ?) Feriez-vous établir les états financiers de votre entreprise par les élèves d'une école de commerce pour économiser un peu d'argent ?

Un traducteur professionnel travaille vers sa langue maternelle.

Vous souhaitez faire traduire votre brochure en allemand et en russe ? Confiez le travail à un Allemand et à un Russe. Les traducteurs de langue maternelle française traduisent vers le français, à partir d'une langue étrangère. Un traducteur qui enfreint cette déontologie a toutes les chances de négliger d'autres critères essentiels à la qualité de la traduction.

Il y a des exceptions. Mais peu nombreuses. Votre interlocuteur, quoique non-natif, vous assure être bilingue et se prévaut d'un niveau langue maternelle ? Examinez son travail et soumettez-le à vos partenaires à l'étranger. Si le texte sonne juste, et si le traducteur vous garantit la même qualité pour votre document, pourquoi pas ?

Est-ce qu'un traducteur installé à l'étranger perd sa langue maternelle ? Un « mauvais », peut-être ; un bon, non. Les professionnels se font un point d'honneur de rester au plus haut niveau, où qu'ils vivent.

Quelle langue parlent vos lecteurs ?

Anglais britannique ou anglais américain ? Espagnol pour l'Espagne ou pour l'Argentine ? Vous rédigez en anglais mais pour des lecteurs qui ne sont pas de langue maternelle anglaise ? Pour déterminer vos besoins, consultez vos partenaires étrangers.

Le registre a également son importance. Voulez-vous de l'allemand pour des professionnels de santé ou pour le consommateur moyen ? Vendez-vous du cirage dans les pays du tiers-monde ou des placements financiers dans les banlieues chics ?

À noter : dans certains pays, les documents officiels doivent être fournis en plusieurs langues. Faute de quoi vous vous exposez à des amendes, voire pire.

Parlez la langue de vos lecteurs. Mettez-vous à leur place et cherchez l'approche qui répondra le mieux à leurs attentes. Soyez concrets, soyez précis.

Le traducteur pose des questions ? C'est bon signe.

Votre traducteur est votre lecteur le plus attentif. Durant son travail, il saura repérer les passages confus et clarifier le message. Vous en profiterez pour améliorer votre original : c'est tout bénéfice.

- **Suite aux nombreuses questions de son traducteur, une société de jeux vidéo s'est rendu compte que ses cadres avaient mal compris sa politique de « stock options ».**
- **Le directeur des études économiques d'une grande banque parisienne témoigne : « Nous préférons attendre que les textes reviennent de la traduction avant d'envoyer les originaux en impression. Pour une raison simple : nos traducteurs suivent nos secteurs de près et passent nos textes au crible, leur regard critique nous aide à repérer les points faibles de l'original. »**

Dans l'idéal, votre traducteur met votre texte à plat avant de le reconstruire dans la langue d'arrivée. Il trouvera naturel, si besoin, de vous poser des questions.

À texte technique, traducteur spécialisé.

Donnez le même « brief » à cinq rédacteurs de même langue maternelle et demandez-leur une fiche-produit qui tienne sur une demi-page : vous obtiendrez cinq textes très différents. En termes de clarté et de fluidité. Ceux qui maîtrisent leur sujet produiront les meilleurs textes. C'est pareil avec les traducteurs. Le sujet doit leur être familier ; ils ne doivent pas le découvrir à la faveur de votre commande, à moins que ce soit convenu entre vous.

Rencontrez vos traducteurs. Pas seulement les chefs de projet, mais les traducteurs eux-mêmes, ceux qui travaillent sur vos textes. Et faites-vous connaître d'eux.

Parlez à vos traducteurs. Vous verrez tout de suite s'ils sont à l'aise avec les sujets qu'ils traduisent. Si tel n'est pas le cas, il est temps de changer de prestataire.

La touche finale : faites réviser les épreuves par votre traducteur.

C'est une règle absolue. Le processus est rôdé ? Vos traducteurs sont fiables et connaissent votre entreprise ? Mais le meilleur des documents peut être compromis si les ajouts de dernière heure (titres, légendes, substitutions de mots) sont confiés à un non-spécialiste.

En ne faisant pas relire les épreuves de ses pages Web par un professionnel, une grande société américaine de téléphonie par Internet affiche la mention « allels gratuirs » là où « appels gratuits » aurait été plus indiqué.

Demandez à quelqu'un du pays (et sensible aux finesses de la langue) de contrôler votre ultime mise au point. Et ne finalisez jamais vos textes étrangers par téléphone : le risque de malentendu est trop grand.

Les règles typographiques diffèrent d'une langue à l'autre.

Beaucoup d'imprimeurs et d'exécutants ignorent ces règles. Ils auront tendance à appliquer celles en vigueur dans leur pays. Or en anglais, il n'y a pas d'espace entre le mot et le point-virgule. En allemand, les noms communs prennent une majuscule. Et en espagnol, hors de question de confondre « n » et « ñ ».

Un calicot bilingue anglais-espagnol annonçait les 100 ans d'histoire municipale d'une ville américaine : « 100 anos ». L'année, c'est « año » ; « ano » signifie « anus ». Ailleurs : « campana electoral ». Une cloche électorale ? La campagne s'écrit « campaña ». (Imaginerait-on le « q » sans sa queue ? Quelle ouestion !)

Les coquilles dérangent. Leur accumulation repousse le lecteur. Respectez les règles typographiques de la langue dans laquelle vous travaillez.

Traducteur et bilingue : l'habit ne fait pas le moine

Les bons traducteurs sont des auteurs à part entière. Leurs textes se lisent bien. En général, ils parlent couramment les langues qu'ils traduisent. L'important reste toutefois leur aptitude à établir les bonnes passerelles, à restituer l'essence du message, avec la terminologie et le style adéquats.

Le bilinguisme est différent. Parler deux langues à la perfection n'est pas un gage de compétence lorsqu'il s'agit d'adapter un message, surtout à l'écrit. Sans compter que les personnes soi-disant bilingues surestiment souvent leur talent de communicateurs.

Être bilingue ne garantit ni une écriture fluide, ni un talent pour la traduction.

« Les documents techniques ne sont pas difficiles à traduire. »

Une idée fausse largement répandue

Les termes scientifiques (en botanique, biologie, etc.) sont à la fois précis et internationaux. À condition d'être employés correctement ! Traduire la liste des composants d'un appareil électronique, par exemple, peut se faire assez simplement.

Mais les rédacteurs spécialisés qui écrivent sur des sujets techniques (dans leur langue) ne sont pas plus que d'autres à l'abri des erreurs, du suremploi de synonymes ou des dérapages de registre. Les traducteurs techniques, comme tous les autres, doivent rester vigilants.

L'emploi incorrect de termes techniques prouve souvent combien le traducteur est dépassé. Solution : demander à des spécialistes en interne de fournir le vocabulaire et les explications essentielles dès le départ, puis leur faire vérifier le texte définitif.

Avant d'imprimer, confiez le dernier contrôle (grammaire, style, syntaxe) à un traducteur professionnel. Surtout si vos spécialistes n'ont pas la langue maternelle requise.

Choisir son prestataire.

Faites-vous une idée précise de la qualité que promettent les traducteurs pressentis. Ne vous contentez pas de leur jolie plaquette ou de leur séduisant discours commercial. Demandez à voir les travaux dont ils sont fiers, pas seulement la liste de leurs clients ! Si votre prestataire se dit prêt à adapter votre site Internet en langue étrangère, consultez les sites qu'il a déjà réalisés. Idem pour les discours ou les brochures. Transmettez ces exemples de réalisations à quelqu'un de confiance dont la langue maternelle est celle qui vous intéresse (ou à l'un de vos collaborateurs ou partenaires étrangers) et demandez-lui son avis.

Si votre prestataire expérimenté ne peut rien vous montrer dont il soit fier, vous êtes mal parti (et lui aussi).

Conseil : dites à votre prestataire que son nom apparaîtra, au même titre que celui des photographes ou de l'imprimeur.

Mentionner le nom de vos traducteurs ne coûte rien. Et les encourage à fournir un travail de qualité. S'ils insistent pour signer le bon à tirer, acceptez sans hésiter : c'est gagnant-gagnant.

Anticipez. **Vous envisagez de communiquer à l'étranger ? Cherchez des traducteurs qualifiés dès maintenant. Contactez-les dès que vous commencez à rédiger les textes, et laissez-leur autant de temps que possible.**

Préparez le terrain **: créez un glossaire maison (par ailleurs très utile pour vos textes originaux), et faites-en une version bilingue avec le concours de vos traducteurs et de vos collaborateurs.**

Le nécessaire ou le suffisant ?

Quelle qualité vous conviendrait ? Du « vite fait », du premier choix destiné à la publication, du « brut de logiciel » ? Combien de personnes vont lire vos textes (nombre éminemment variable selon qu'il s'agit d'une note interne destinée à 12 personnes ou d'une campagne mondiale) ? Calculez et évaluez alors le préjudice que causerait une mauvaise traduction. À votre image, à votre crédibilité. Puis reconsidérez votre budget traduction.

Le secteur de la traduction compte beaucoup de spécialités.

L'équipe qui a réalisé un travail parfait sur votre catalogue de services n'est pas forcément qualifiée pour traduire votre rapport annuel. L'éventail des services et des prestataires (mais aussi des tarifs) est très large, même en qualité « pour publication ».

Pour une annonce publicitaire dans un magazine à grand tirage ou pour un chantier d'envergure en signalétique, ne lésinez pas. En revanche, pour des notes internes ou des documents à faible tirage, une adaptation moins aboutie (et moins chère) fera l'affaire.

Impliquez-vous.

Il y a un processus à respecter. Si vous le négligez, vous risquez l'impair. Prenez le temps de « briefer » vos prestataires, sinon vous avez peu de chances d'obtenir le résultat espéré.

C'est peut-être l'affaire de dix minutes. Mais prenez ces dix minutes pour discuter avec le traducteur (ou le chef de projet). Vous éviterez de stresser plus tard, et ferez même des économies.

sft SOCIÉTÉ FRANÇAISE DES TRADUCTEURS syndicat professionnel

Chambre belge des Traducteurs, Interprètes et Philologues
Belgische Kamer van Vertalers, Tolken en Filogen

ASTTI

Ordre des traducteurs, terminologues et interprètes agréés du Québec

Tél. : +33 (0)3 29 46 46 34. Courriel : secretariat@sft.fr
www.sft.fr

© Copyright 2011
Texte original en anglais : Chris Durban © 2011
Adaptation française : Adam Edery
Conception graphique : Mark Richardson

Il y a mille façons de planter une traduction : **des délais ridicules, des ambiguïtés dans le texte original (qui resteront en l'état si le traducteur ne pose aucune question), le « brut de logiciel » utilisé tel quel, la non-relecture des épreuves par un lecteur de langue maternelle, la candeur d'un traducteur sans repères abandonné à son sort, l'absence de suivi des chantiers (surtout les gros), les piètres traductions bon marché, les piètres traductions hors de prix, le manque d'implication du client.**

En suivant la moitié des conseils de ce livret, **vous multiplierez déjà vos chances d'obtenir une traduction digne de ce nom.**

SOCIÉTÉ FRANÇAISE
DES TRADUCTEURS
syndicat professionnel

www.sft.fr