



**ASSOCIATION DES CONSEILS  
EN GESTION LINGUISTIQUE**

*Le mot de la présidente*

Déjà la fin de la saison 2012-2013 et l'heure de dresser le bilan d'une année fructueuse pour l'ACGL.

Première orientation cette année, la plateforme éducative de l'excellence en gestion linguistique. Quatre aspects recoupant nos mandats de gestionnaires ont retenu notre attention :

- assurer des normes de qualité linguistique en environnement de productivité
- atteindre les objectifs de rentabilité fixés par nos entités
- exercer un leadership éclairé dans la gestion de nos ressources langagières
- connaître les tendances technologiques et savoir les intégrer à nos organisations.

Seconde orientation, positionner l'ACGL comme la vitrine linguistique du monde des affaires. Nous avons sondé nos membres pour mesurer la valeur économique représentée et vous présentons dans ce numéro l'analyse, graphiques à l'appui. L'objectif est de nous outiller pour affirmer notre valorisation professionnelle auprès de nos clients et de notre hiérarchie en démontrant que :

- nous sommes les acteurs de plusieurs activités économiques sectorielles,
- nous dirigeons une masse d'emplois de haut calibre
- notre apport communicationnel favorise l'expansion des affaires des organisations et leur image.

Troisième orientation, la création du programme de visibilité et de partenariat, pour la collecte de fonds et le parrainage d'activités de notre association indépendante et autofinancée.

Quatrième orientation, les relations publiques. Par la diffusion de notre programme au congrès de l'OTTIAQ, la publication d'un article dans la revue Circuit, la présence aux rencontres interassociatives de l'OTTIAQ et au Congrès des langagiers de l'ATAMESL, nous avons assuré notre visibilité.

La pérennité de l'ACGL passe par la sauvegarde de son patrimoine documentaire. À l'initiative de nos membres de longue date Nycole Bélanger et Danielle Verrier, un travail colossal de classement de notre fonds d'archives et de dépôt réglementaire est en cours de parachèvement, avec l'aide de notre secrétaire Anik Pelletier et d'un archiviste-conseil de Bibliothèque et Archives nationales du Québec. À toutes trois, bravo.

Merci à mon équipe du conseil d'administration pour les efforts déployés, et à vous, membres protagonistes de la fonction linguistique, qui nous soutenez par votre présence et faites rayonner l'ACGL dans votre réseau professionnel. Passez un bel été !

Votre présidente,

*Dominique Bohbot-El Kahel, trad. a. réd. a.*

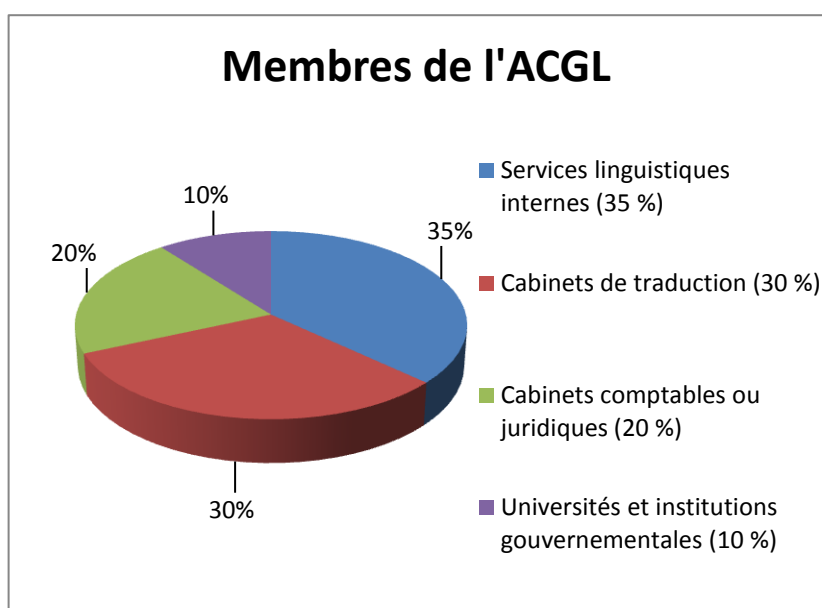
## Sondage

**Évaluation de la valeur économique : l'ACGL en chiffres**

En mars dernier, l'ACGL a mené un bref sondage auprès de ses membres pour mieux connaître leur réalité professionnelle et brosser le portrait de l'association. Nous pourrions ainsi promouvoir plus facilement l'ACGL auprès des membres potentiels et des autres intervenants du secteur langagier. L'analyse des résultats de ce sondage nous donne un meilleur aperçu de la valeur économique de l'ACGL et met en lumière toute la légitimité de ses prises de position dans les débats linguistiques qui touchent directement ses membres.

Précisons d'abord que 42 % des membres de l'ACGL ont participé au sondage, soit 20 répondants sur une possibilité de 48. Les données ont été compilées le 15 mars 2013.

Parmi les répondants se trouvaient des représentants de services linguistiques internes (35 %), de cabinets de traduction (30 %), de cabinets comptables et juridiques (20 %) et d'institutions universitaires ou gouvernementales (10 %). Ces données concordent globalement avec celles du répertoire de l'ACGL, si ce n'est de l'absence des travailleurs autonomes, dont aucun n'a répondu au questionnaire.



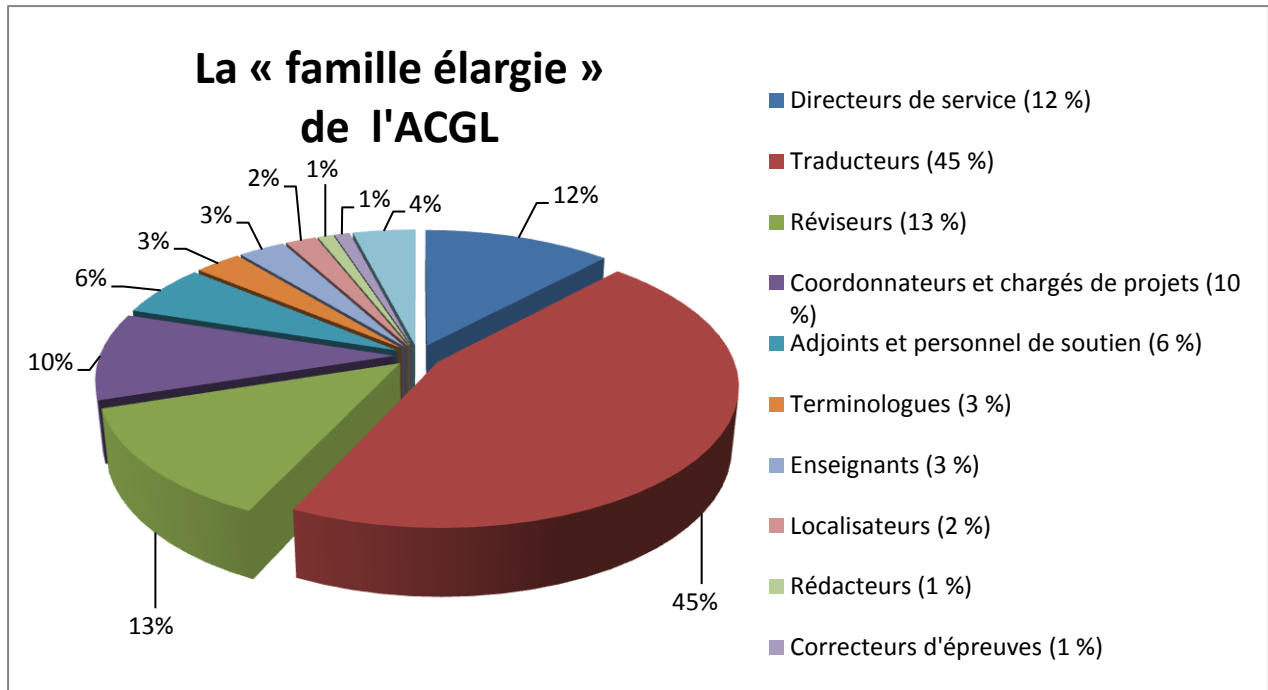
Nous avons demandé aux participants de préciser leur expertise sectorielle. Les deux domaines les plus souvent cités sont la traduction générale (16 %) ainsi que les finances, la comptabilité et l'assurance (16 %).

Viennent ensuite les communications, le marketing et les sites Web (15 %), l'informatique et les télécommunications (14 %), le domaine juridique (11 %), et divers autres domaines (28 % au total).

Quant au budget de fonctionnement annuel des services de traduction et au chiffre d'affaires des cabinets représentés par l'ACGL, on constate un très grand écart dans les données, qui vont de moins de 500 000 \$ à plus de 5 millions \$.

Pour savoir combien de personnes étaient indirectement représentées par l'ACGL, nous avons examiné la composition des équipes dirigées par nos membres. Il s'avère que par l'entremise des 20 répondants du sondage, l'ACGL touche indirectement pas moins de 614 personnes. Ce groupe est principalement composé de gestionnaires et de directeurs de service (12 %), de traducteurs (45 %) et de réviseurs (13 %). On y trouve aussi des coordonnateurs et des chargés de projets (10 %), des adjoints (3 %), du personnel de soutien (3 %), des terminologues (3 %), des enseignants (3 %), des localisateurs (2 %), des rédacteurs (1 %), des correcteurs d'épreuves (1 %) et d'autres intervenants (4 %).

On peut donc conclure que l'ACGL se compose, à parts relativement égales, de représentants de services linguistiques en entreprise, de cabinets de traduction et de services de traduction de cabinets juridiques et comptables. Elle représente une industrie de plusieurs millions de dollars et touche des centaines d'intervenants du secteur langagier, essentiellement au Québec.



*Atelier du 20 février 2013*

## **Le calcul du coût de revient de la traduction**

À l'occasion de notre premier atelier de l'année 2013, nous avons eu le plaisir d'accueillir Anne Marie Taravella, traductrice agréée, chargée de cours et candidate au doctorat à l'Université de Sherbrooke. Elle s'est prononcée devant nos membres sur la question du calcul du coût de revient de la traduction.

**Dans le domaine comptable, le coût de revient – ou prix de revient – d'un produit ou d'un service correspond à la somme des coûts intervenant dans sa fabrication ou sa prestation. Or, si la définition du prix de revient est simple, le calcul de ce prix repose sur de nombreuses hypothèses et incertitudes. Cela est d'autant plus vrai que l'on cherche à calculer le prix de revient d'un service professionnel et non d'un produit industriel, dont l'unité de vente est connue. En matière de prestation de services de traduction, le choix courant du mot, plutôt qu'une quelconque unité temporelle, comme unité de facturation, accroît encore la variabilité du mode de calcul.**



Anne Marie Taravella

Dans un premier temps, notre conférencière a passé en revue les coûts pouvant entrer dans le calcul du prix de revient d'une entreprise fournisseur de services de traduction, notamment à la lumière du recours aujourd'hui systématique aux nouvelles technologies dans la prestation de ces services.

### **Quelques notions de base...**

Le prix de revient constitue le prix de fabrication et de distribution d'un bien de consommation ou d'un service. On parle de coût de revient plutôt que de prix. Il est composé de deux volets : coûts fixes et coûts variables, quel que soit le niveau de production. Les coûts variables varient en même temps que le niveau de production tandis que les coûts fixes sont stables. Ces derniers, dans le cas de la traduction, peuvent refléter les frais d'affiliation professionnelle ou d'agrément, les loyers, les abonnements, mais aussi les amortissements.

Autre notion, celle de coûts directs (affectent immédiatement le coût de revient), constitués du coût de la main-d'œuvre et de la matière première, et celle de coûts indirects, constitués par exemple et en vrac, du recrutement, du contrôle de la qualité, de la coordination du projet, etc, et qui peuvent être difficiles à mesurer. Dans le secteur langagier, on peut déterminer que les traducteurs représentent la main-d'œuvre directe qui exécute le service, tandis que les coordonnateurs, par exemple, sont la main d'œuvre indirecte qui assure la gestion du projet. L'étude du flux de production révèle qu'un bouquet de services est offert, mais la frontière est sinon floue, du moins mobile entre traduction, révision, contrôle de la qualité, relecture, correction d'épreuves, rédaction, etc.

Une optique proactive est de considérer que le coût de revient est composé à la fois par le prix de vente et par l'existence d'une marge bénéficiaire. Cette notion est très intéressante puisque l'augmentation du prix de revient risque d'annuler cette marge bénéficiaire. Dans ce cas, l'entreprise ou le traducteur autonome peut envisager l'annulation du contrat ou le refus du projet, au risque de travailler à perte.

### **Comment maîtriser la tarification?**

La maîtrise de la tarification exige la traçabilité de toutes les opérations. En effet, il faut faire attention pour bien se rendre compte que la marge de profit n'a pas été annulée! D'où la nécessité d'indicateurs de performance pertinents et la capacité d'interpréter les données.

Mais existe-t-il d'autres outils pour déterminer son prix? S'aligner sur la concurrence n'est pas approprié dans un contexte de clientèle captive ni de croissance du marché, et revient pratiquement à donner le pouvoir au concurrent. Il n'existe pas de barème de nombre de mots par jour pour déterminer la rentabilité!

Dans la pratique, après établissement des frais fixes (par exemple 10 000 \$) et des frais variables (par exemple 1 000 \$), on calculera combien d'unités de notre service nous devons vendre chaque mois pour déterminer notre seuil de rentabilité.

Dans le domaine langagier, appliquons une logique industrielle :

- La matière première est notre matière grise.
- Le produit semi-fini est le message transposé.
- Le produit devient livrable après mise en page ou contrôle de la qualité.

L'étude de l'établissement des prix en traduction conclut que les tarifs, en réalité, ne semblent pas fondés sur le coût, mais plutôt sur la concurrence qui donne le ton en matière de prix. Les tarifs non fondés sur le coût réduisent l'incertitude liée à la valeur du service pour le client (le client est avantagé), mais transfèrent le risque au fournisseur de services linguistiques (inconvenient réel). En effet, toute variation à l'intérieur d'un mandat est absorbée par le fournisseur. Les coûts indirects tendent à s'accroître par la complexification des projets (préparation des fichiers, formats, coordination, gestion, etc.). Le temps de préparation et de traitement d'un projet, par exemple, est important : difficile à anticiper, il peut jouer des tours parce que l'on annonce le prix au client bien avant de commencer à traiter le projet; en conséquence, la marge bénéficiaire peut se réduire notablement.

### **Comment les entreprises de services linguistiques se distinguent-elles au chapitre des coûts?**

Les entreprises de services linguistiques présentent un degré élevé de professionnalisation du service, une interaction individuelle avec le client, et une prépondérance des ressources humaines; de ce fait, les coûts illustrent une grande variabilité et une grande imprévisibilité de ces facteurs. Les services linguistiques internes capitalisent leur savoir; centrés sur la spécialisation, la gestion de leurs connaissances revêt une importance primordiale et on y constate une proportion notable de profils chevronnés. À l'opposé, les services linguistiques de forte nature technologique s'axent sur le caractère répétitif de la traduction et sur la standardisation; la mise en place des technologies et le fort volume prévalent sur la personnalisation du service. Juste milieu, les cabinets de traduction capitalisent le savoir collectif et offrent un service constant non standardisé, avec un risque amoindri de perte d'uniformité.

### **Comment accroître la rentabilité?**

Plusieurs possibilités s'offrent aux entreprises de services linguistiques pour jouer favorablement sur leur marge bénéficiaire :

- Augmenter les prix
- Réduire les coûts variables de chaque mandat
- Éliminer les services à faible rendement
- Accroître le volume du produit
- Diminuer les frais généraux.

Si la contention des coûts est déjà appliquée universellement, les limites de réduction de frais sont souvent atteintes, toutefois. Il serait également envisageable de segmenter ses coûts à l'image des juristes. En effet, les avocats disposent d'équipes juniors ou seniors, et modulent leurs tarifs selon les besoins du projet, avec un service basé sur l'expérience ou sur la prestation d'un junior avec supervision. Cette optique permet de préserver quelque peu une marge de rentabilité. D'où l'intérêt de bien connaître la proportion des services détaillés que l'on peut offrir à sa clientèle.

### **Comment se démarquer de ses concurrents?**

Le Canada est réputé mondialement pour l'excellence de son produit traductionnel et sa qualité constante. La fiabilité et la qualité doivent prévaloir dans notre discours à la clientèle. Autre façon de se démarquer, la rapidité, la diminution des délais. Ces calculs sont peu documentés dans un contexte où le marché est changeant. Il est intéressant de savoir que la pression vers la qualité est appliquée par les traducteurs eux-mêmes, de par leur compétence intrinsèque de rechercher encore et toujours... le mot juste!

Atelier du 20 février 2013

## Les échéances et l'établissement des priorités

La seconde partie de notre atelier du 20 février fut consacrée à l'établissement des échéances des priorités, sans contredire l'une des tâches les plus importantes du gestionnaire de services linguistiques. Nous avons abordé cette question sous différents angles en compagnie de trois membres de l'ACGL : Benoît Duchesneau, vice-président adjoint, Services linguistiques à la Financière Manuvie, Nicolas Koutzaroff, directeur principal des services linguistiques de la Compagnie de la Baie d'Hudson et Dominique Côté, directrice et copropriétaire du cabinet Traductions Scriptis. Le débat, en formule « table ronde », fut animé par François Chartrand, vice-président aux communications de l'ACGL et co-proprétaire du cabinet Traductions Textualis.



François Chartrand

**Établir des priorités en fonction des échéances demandées, voilà toute une négociation que les gestionnaires sont appelés à pratiquer avec doigté. En effet, quand on ne peut dicter ses échéances à son client, il importe de tirer son épingle du jeu en se dotant d'outils qui à la fois satisferont le client et octroieront un délai raisonnable aux langagiers.**

Au chapitre de l'établissement des priorités, le gestionnaire a son mot à dire. Il est maître dans l'art de distinguer les échéances immuables de celles que l'on peut mouvoir sans répercussions. Si le cabinet a la possibilité de refuser un contrat et même de choisir ses clients, le service linguistique interne doit accueillir le projet et composer avec l'échéance.

### Comment renégocier une échéance?

Les gestionnaires de services linguistiques et les langagiers peuvent renégocier une échéance ou obtenir un report de différentes façons :

- Expliquer que la production tardive de la version source s'est faite au détriment du temps alloué à la version cible. En effet, plusieurs clients auront la délicate attention de prévenir le traducteur d'un retard de rédaction, mais ne prévoient pas de report pour la traduction!
- Comparer le temps alloué aux rédacteurs à celui qu'on alloue aux traducteurs ; cet argument peut toutefois laisser le client indifférent
- Suggérer au client d'envoyer une version préliminaire afin d'amorcer la traduction pendant que la version finale est en phase d'approbation
- Faire comprendre au client que l'on fait partie de son équipe et que l'on adhère à l'atteinte de ses objectifs, en proposant une solution
- Communiquer avec le client de façon à ce qu'il constate qu'on s'occupe de lui et que l'on fait le maximum, et humaniser les relations bilatérales
- Clarifier la notion d'urgence
- Donner le meilleur service en tout temps



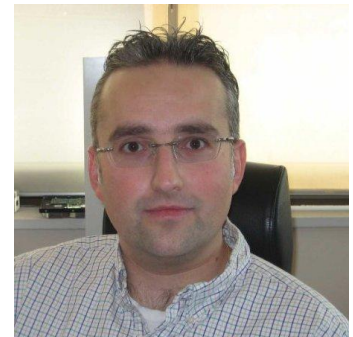
Benoît Duchesneau

- Éviter de donner au client un cours magistral sur le processus traductionnel; le client n'a pas nécessairement à connaître en détail les étapes du flux de production. Au contraire, la meilleure approche consiste à présenter au client les paramètres qui sont importants pour lui, notamment :
  - L'incidence sur la qualité d'une traduction précipitée
  - L'incidence sur le coût par l'application d'un tarif d'urgence

### Comment respecter les échéances?

Plusieurs facteurs doivent être soupesés avant de confirmer l'échéance au client :

- Évaluer le nombre de mots par rapport aux échéances : des barèmes peuvent aider à baliser certaines exigences des clients et des moyennes de productivité
- Mesurer préalablement la complexité du texte : une recherche terminologique plus laborieuse influera sur la date de livraison
- Examiner les textes très courts : eux aussi peuvent réserver des surprises
- Ménager une place pour l'imprévu (vraies urgences) par rapport au prévu (traduction régulière d'infolettres, rapports périodiques)
- Gérer avec soin les absences de ressources humaines notamment et celles dont on a le contrôle (octroi de congés)
- Recourir à des ressources externes
- Communiquer avec sa propre équipe pour une bonne vision de la charge globale du service
- Collaborer avec le client dès l'enclenchement du projet (poser les questions en début de projet) afin d'éviter tout embourbement, le jour J venu.



Nicolas Koutzaroff

### Comment établir les priorités?

Voici quelques principes :

- Examiner la durée de vie du document
- Considérer l'importance hiérarchique du client (sans lui montrer qu'il est subordonné aux urgences d'un autre)
- Considérer la nature potentiellement stratégique du document, son incidence sur la valeur de l'action de l'entreprise, son image et sa réputation

Si ces trois éléments prédominent, nous devons être conscients qu'en revanche, notre classement par ordre de priorité des projets relève de notre propre jugement; nous pouvons donc ignorer certains facteurs et dont l'incidence peut être très importante.



### **Le service d'urgence en traduction : quelles sont ses limites?**

L'acceptation de l'échéance d'un texte doit s'inscrire en fonction de la charge de travail au moment de sa réception. Aussi, certains travaux exigés « le jour même » ne sont pas nécessairement de vraies urgences.



Dominique Côté

La diffusion de normes de services permet de sensibiliser les clients à l'idée que certaines exigences peuvent être irréalistes. Ces normes peuvent être publiées à titre indicatif pour aider le client à préparer sa documentation dans un cadre structuré de gestion de projet. Elles doivent préciser que la complexité du document, son format et le moment de sa réception peuvent influencer sur les barèmes énoncés. Fait intéressant, ces grilles peuvent servir de faire-valoir aux services linguistiques qui accomplissent régulièrement des « miracles » !

L'utilisation de ressources externes demeure assujettie à la disponibilité d'autres cabinets et pigistes; elle peut ne pas être envisageable pour des documents hautement confidentiels que l'entreprise veut conserver. Ce recours aux ressources internes se révèle donc stratégique et leur haut degré de spécialisation ajoute une valeur notable aux services internes.

En situation d'urgence, le morcellement des tâches (traduction, recherche terminologique, révision, correction, contrôle de la qualité) peut bousculer les langagiers à différentes strates du flux de production. Là encore, la communication revêt une importance primordiale afin que l'équipe constituée dispose d'une vision complète du projet et de sa progression. Le réaménagement des échéances internes (échéance de chaque rôle jusqu'à l'échéance finale) requiert une flexibilité de tous les intervenants et une volonté sans faille de l'atteinte de l'objectif commun. C'est souvent en situation de 'crise' que les équipes coopèrent le mieux.

### **Un paradoxe**

Nous nous accordons tous à dire que nous sélectionnons et embauchons des langagiers pour leur souci du détail, au mot et à la virgule près. Mais nous leur demandons, aussitôt en place, de satisfaire à des impératifs de productivité et de vitesse.

Si chaque langagier est responsable de trouver son rythme de croisière dans le cadre de son équipe, le respect des échéances est, pour le client, un critère ferme de satisfaction qui affecte directement la cote du fournisseur de services linguistiques. Qu'on se le dise!

*Midi-rencontre du 27 mars 2013*

## Les relations clients-langagiers

*Les midis-rencontres sont de courts débats interactifs, offerts aux membres et aux non-membres de l'ACGL, qui abordent des sujets relatifs à la gestion linguistique. Ces causeries ont lieu deux fois par année à l'Université Concordia, qui nous accueille dans ses locaux. L'ACGL remercie notamment **Philippe Caignon**, directeur du département d'Études françaises, pour son concours à l'organisation de ces activités.*

Le 27 mars dernier, Odile Poliquin, présidente, Idem Traduction et conseillère, Conseil d'administration de l'ACGL, a présenté les relations clients-langagiers autour d'une table réunissant plusieurs participants. En voici un compte-rendu.

La plupart du temps, les clients apprécient le contact avec les langagiers; après tout, ce sont eux, les experts. L'inverse n'est cependant pas toujours vrai. Penchons-nous sur ce qui freine les langagiers quand il s'agit de communiquer avec les clients et sur les moyens de leur faciliter la tâche (et parfois même celle de leurs gestionnaires). Nous aborderons aussi le rôle du coordonnateur dans la communication : obstacle ou facilitateur?



Odile Poliquin

### A. Le sujet peut être abordé selon trois angles principaux :

- L'interlocuteur du traducteur : langagier ou non-langagier?
- Le mode de communication : courriel ou téléphone?
- L'objectif de la communication : poser des questions (initier) ou répondre à des questions (réagir)?

Si l'interlocuteur est un langagier du service interne du client, la communication se fait plus facilement pour le traducteur. Le client connaît alors les enjeux du processus de traduction. Si l'interlocuteur n'est pas un langagier, ça se corse : le client peut être sur la défensive, ne connaissant pas bien le processus (surtout s'il ne parle pas la langue cible). En outre, la situation demande un certain doigté, car si le client parle la langue source, il peut avoir l'impression qu'on lui fait la leçon.

Quant au mode de communication, le courriel est généralement privilégié, car les langagiers sont d'abord des gens de l'écrit, font preuve d'une certaine timidité et le courriel leur laisse le temps de formuler leur pensée. En outre, le courriel permet de conserver une preuve écrite des échanges aux fins de documentation d'un projet. Il peut être difficile d'exprimer oralement, et sur le vif, certaines nuances linguistiques dans une langue autre que la sienne.

Cependant, le courriel a ses limites. Il présente parfois un défi de rédaction qui exige du lecteur qu'il le lise au complet. L'interprétation de certains courriels pose également problème; la pensée derrière notre écrit peut ne pas être décodée comme on l'entend.

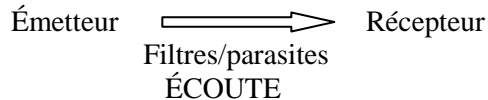
L'objectif de la communication : poser des questions (initier) ou répondre à des questions (réagir)? Le langagier peut et doit communiquer avec le client pour poser des questions, car cela fait partie de son travail. C'est une marque de professionnalisme, une marque d'intérêt pour le message du client. Or, certains langagiers ont peur d'irriter le client avec leurs interrogations. Il importe de tenir compte de la nature des questions, de leur formulation... et de leur nombre! Prenons l'habitude de regrouper les questions et de les poser en début de projet. Cela suppose prendre connaissance du texte avant de se mettre à le traduire. Le manque d'expérience et le spectre de la productivité fait parfois en sorte que certains traducteurs se mettent à traduire sans d'abord survoler le texte.

Le téléphone permet quant à lui d'établir une relation plus humaine, et favorise une certaine bienveillance de part et d'autre. Cela dit, répondre à un appel du client peut signifier pour le langagier s'exposer à une insatisfaction. Voilà la crainte ultime!

Au sein des traducteurs, le scénario idéal est celui où ils peuvent poser des questions par courriel à un client langagier, et le pire est celui où ils doivent répondre par téléphone à un client non langagier.

## B. Deux réalités

À la base, toute communication s'explique comme suit :



Les filtres = nos « a priori »

Les parasites = bruits ambiants, distractions...

On ne contrôle que sa propre écoute, pas celle de l'autre. Le langagier suit un processus, doit respecter des échéances, des normes de qualité et faire preuve de professionnalisme. Il se retrouve entre l'arbre et l'écorce : entre son employeur/service interne et le client (externe ou interne). Sa situation présente un paradoxe : il est recruté pour son souci du détail, mais une fois en poste, on lui demande parfois de privilégier l'échéance au « peaufinage ». Cela rend certains langagiers défensifs, eux à qui incombe la responsabilité du produit fini.

La réalité du client est tout autre : il est souvent en situation d'urgence, connaît peu (ou pas) le processus de traduction, mais manifeste néanmoins ses préférences d'ordre linguistique ou autre. La communication idéale résulte souvent d'une écoute active et attentive de l'autre.

## C. Téléphone et écoute

Une communication saine exige du langagier qu'il prenne la mesure de la réalité du client, de son contexte, qu'il sorte de sa « bulle ». Il doit comprendre que les critiques ne sont pas des attaques personnelles. Il doit prendre le temps de réfléchir au besoin et d'exprimer sa compréhension de la situation pour ensuite revenir avec des solutions. Le langagier peut et doit demander de l'aide, quitte à être accompagné de son gestionnaire, qui est parfois mieux équipé pour ce type d'échange.

Il est important de voir l'appel téléphonique comme une occasion de créer un lien de confiance. Il s'agit en quelque sorte de comprendre que chaque personne a son « mode d'emploi ». Mettons-nous à la place de l'autre. Il est, en outre, recommandable de prévoir un courriel suivant l'appel, histoire de confirmer les propos échangés. Dans tout courriel, on mettra le gestionnaire « en cc » pour qu'il puisse, au besoin, intervenir et corriger le tir.

#### **D. Le coordonnateur**

Pour certains clients, le coordonnateur peut représenter un obstacle entre lui et le traducteur. Pour les langagiers, il peut représenter, au contraire, une protection. Il est important de garder en tête que bon nombre de ces intervenants ont une formation en traduction et comprennent fort bien les enjeux linguistiques. Le coordonnateur est le gestionnaire de l'horaire des langagiers; il doit filtrer la pression. Il faut l'outiller de la même manière que nous devons outiller et encadrer les langagiers, et favoriser une formation continue à l'interne sur la communication.

#### **E. En conclusion**

Si on est langagier gestionnaire, c'est qu'on a des *talents* dont le langagier *pur* ne dispose pas; il faut cependant comprendre les réticences et appréhensions de ce dernier. Le rôle du gestionnaire, c'est aussi de valoriser la profession auprès des non-langagiers. Il doit veiller à ne pas laisser le langagier à lui-même dans une situation où il n'est pas à l'aise... c'est dans l'intérêt de tous!

## Journée technologique 2013

La Journée technologique 2013 de l'ACGL s'est tenue le 1<sup>er</sup> mai dernier, à l'hôtel Delta Montréal. Les participants ont assisté à trois ateliers, soit « Le langagier 2.0 », « L'évaluation technolinguistique des outils en français » et « Nouveautés d'Antidote 8 : un outil linguistique indispensable ».

### Le langagier 2.0

Dans le cadre de cet atelier, M. François Abraham a donné un excellent aperçu de l'univers des médias sociaux et de leur utilité pour les langagiers.

Définissons tout d'abord le « Web 2.0 » : collaboratif, social, interactif – et mobile –, le Web n'est plus le royaume des pages statiques et du contenu « magistral » de jadis. Pour y être efficace aujourd'hui, il faut créer régulièrement du contenu original, laisser intervenir les lecteurs et alimenter les échanges.

Avant même de choisir les réseaux sociaux où l'on souhaite être présent, à titre personnel ou au nom de son entreprise, il importe de cibler ses objectifs. Les médias sociaux peuvent servir à se faire connaître, à faire de la sensibilisation, à s'informer, à fidéliser clients et collaborateurs, à vendre ses services ou tout simplement à favoriser la participation et la collaboration dans un milieu donné.

Pour atteindre les buts visés, il ne faut pas hésiter à contribuer aux échanges de façon ciblée et efficace, par des interventions parcimonieuses et pertinentes, tout en suivant les règles de base de la netiquette.

Les participants à l'atelier ont eu droit à un tour d'horizon exhaustif des médias sociaux les plus courants et de leurs caractéristiques respectives. De LinkedIn à Facebook en passant par Twitter, Google+, YouTube, Flickr et les pages wiki, chaque outil a son rôle, ses forces et ses faiblesses. Il est donc opportun pour le langagier 2.0 d'en utiliser plusieurs, en prenant soin de rediriger le lecteur vers son site Internet, ou mieux encore, vers son blogue.

C'est d'ailleurs le blogue, à la fois ancêtre et figure de proue des médias sociaux, qui permet le mieux de diffuser du contenu original de façon substantielle tout en laissant place à la réaction des lecteurs. Il devrait être au centre de toute stratégie de communication Web 2.0 et alimenté fréquemment, tant pour fidéliser le lecteur que pour augmenter la présence du site dans les résultats des grands moteurs de recherche.

En conclusion, l'utilisation efficace du Web 2.0 suppose une présence immédiate, mais s'inscrit toujours dans une perspective à long terme. Il faut aussi veiller à développer un solide discours marketing et à interconnecter ses interventions sur les divers médias sociaux.

La présentation de M. Abraham est accessible en ligne. On y trouve une foule de liens intéressants pour poursuivre la réflexion : <http://fr.slideshare.net/FranoisAbrahamtrada/le-langagier-20>.



François Abraham

## Évaluation technolinguistique des outils en français

En début d'après-midi, les participants de la Journée technologique ont assisté à l'exposé de M<sup>me</sup> Danielle Turcotte et M. Azim Mandjee, de l'Office québécois de la langue française, qui nous ont fait découvrir le contexte d'évaluation de l'utilisation du français dans les outils technologiques.

Office québécois  
de la langue  
française

Québec



L'article 141.9 de la Charte de la langue française stipule que l'utilisation du français dans les technologies de l'information doit être généralisée en entreprise. En outre, l'article 52.1 précise que : « Tout logiciel, y compris tout ludiciel ou système d'exploitation, qu'il soit installé ou non, doit être disponible en français, à moins qu'il n'en existe aucune version française. Les logiciels peuvent être disponibles

également dans d'autres langues que le français, pourvu que la version française soit accessible dans des conditions, sous réserve du prix lorsque celui-ci résulte d'un coût de production ou de distribution supérieur, au moins aussi favorable et possède des caractéristiques techniques au moins équivalentes. »

Pour faire respecter ces dispositions, l'OQLF offre divers services : soutien terminologique et publication de lexiques, assistance téléphonique aux entreprises, collaboration avec les concepteurs de logiciels, diffusion d'information, promotion de normes nationales et internationales favorisant l'utilisation du français dans les TI, programmes de subvention à la francisation des entreprises.

Qu'il s'agisse de franciser les claviers d'ordinateurs en entreprise, d'assurer la qualité de l'affichage des textos en français sur nos téléphones intelligents ou de trouver le moyen de franciser des serveurs Linux, l'OQLF poursuit ardemment son mandat, en concertation avec les consommateurs et les concepteurs.

On trouvera d'ailleurs sur le site de l'OQLF une multitude de [ressources](#) portant sur le français dans les technologies de l'information.

## Nouveautés d'Antidote 8 : un outil linguistique indispensable

En novembre dernier, Druide informatique lançait Antidote 8, nouvelle version du célèbre logiciel tout-en-un des langagiers. Profitant du cadre de la Journée technologique, M<sup>me</sup> Dolorès Tam est venue nous présenter, avec tout le dynamisme et la spontanéité qu'on lui connaît, les nouvelles caractéristiques de la version 8.

Nous avons eu l'occasion de passer en revue les principaux réglages du logiciel, en mettant l'accent sur ceux qui sont les plus pertinents pour les traducteurs. Ainsi, les participants ont pu découvrir les avantages de la nouvelle correction séquentielle, de la possibilité de multiplier les dictionnaires personnels et de la recherche à critères multiples.

À noter également, les onglets « Locutions » et « Proverbes », dans le coin supérieur droit de l'écran, pour mieux dépanner les rédacteurs en manque d'inspiration. À cette fin, l'utilisateur pourra aussi compter sur le tout nouveau dictionnaire des champs lexicaux, qui vient s'ajouter aux nombreux outils d'Antidote.



Autre nouveauté : le correcteur orthographique détecte maintenant les incohérences lexicales dans le texte (p. ex., l'alternance entre les graphies « clé » et « clef »), pour rehausser l'uniformité des termes utilisés. De plus, le correcteur sépare maintenant les erreurs linguistiques des erreurs typographiques, qui peuvent être corrigées simultanément, en un seul clic.

## **Bienvenue à tous**

Notre association occupe un rôle des plus pertinents au sein du secteur des services linguistiques de la métropole, et nous sommes à la recherche de nouveaux membres qui sauront contribuer à son développement et profiter de ses nombreuses ressources. Si vous connaissez des gens parmi vos collègues ou relations d'affaires qui seraient intéressés à joindre nos rangs, demandez-leur de visiter notre site Web, au [www.lacgl.org](http://www.lacgl.org), et de cliquer sur le lien intitulé **Adhésion**.

Nous vous rappelons que notre association dispose également de son propre groupe sur Linked In. Nous vous invitons à y adhérer afin de demeurer au courant des dernières nouvelles de l'ACGL, mais également afin d'élargir votre réseau professionnel.



## **Merci à nos commanditaires !**

Si vous désirez commanditer l'une de nos activités à caractère social, nous vous prions de communiquer avec l'un des membres de notre conseil d'administration dont les coordonnées se trouvent sur notre site web [www.lacgl.org](http://www.lacgl.org). Nous vous invitons à y consulter la rubrique **Programme de visibilité et de partenariat** pour les détails.