Parallèles 32(2) Octobre 2020

« L'alpha et l'oméga » : la place des clients dans l'activité professionnelle des traducteurs indépendants à Genève[1]

Aurélien Riondel

Université de Genève, Suisse

"The alpha and the omega": the roles of clients in the professional routine of Geneva-based freelance translators – *Abstract*

Freelance translators are nowadays an essential part of translation in the world. However, their activity remains largely unknown due to the limited amount of empirical work available. Similarly, the role of clients has hardly been studied. This paper discusses the relationships that freelance translators have with their clients. It is based on qualitative semi-structured interviews conducted with French-speaking translators working in Geneva. It shows that translators have different profiles and collaborate with different types of clients, including internal translation services. Furthermore, translators adopt a set of strategies to build up client loyalty, for example, through their availability and visits to clients. Trust between business partners is both necessary and often present, and questions play an important role in this respect. Finally, the feedback that translators receive is generally positive, though scarce.

Keywords

Sociology of translation, freelance translators, clients, trust, feedback

[1] Je souhaiterais exprimer ma gratitude à mes collègues Véronique Bohn, Paolo Canavese, Julien Debonneville et, en particulier, à Valérie Dullion, pour leurs précieux commentaires sur les premières versions de ce texte. Qu'ils en soient ici chaleureusement remerciés. Mes remerciements vont aussi aux personnes qui ont participé à la recherche et aux deux évaluateurs anonymes de cet article, dont les remarques m'ont permis d'améliorer la qualité du produit final.

 DOI:10.17462/para.2020.02.03

1. Introduction

La profession de traducteur est de plus en plus pratiquée à son propre compte en raison de l'externalisation croissante de la traduction (Abdallah & Koskinen, 2007 ; Pym, Grin, Sfreddo & Chan, 2012) et de la hausse de la demande résultant de l'intensification des échanges internationaux (Ferreira-Alves, 2011 ; Pym *et al.*, 2012), favorisant le développement des agences de traduction. Pour autant, la recherche sur les indépendants est limitée et présente des lacunes : elle reste majoritairement consacrée à la collaboration avec les agences (Abdallah, 2012 ; Abdallah & Koskinen, 2007 ; Olohan & Davitti, 2017 ; Sakamoto & Foedisch, 2017) ou à la traduction littéraire (Jansen, 2017 ; Kalinowski, 2002 ; Kerstner & Risku, 2014 ; Kolb, 2017 ; Sela-Sheffy, 2008). Cette étude entend pallier ce manque en proposant une analyse de la relation entre les traducteurs indépendants et leurs clients, fondée sur une enquête qualitative par entretiens menée dans la région de Genève. Elle vise à mieux comprendre la réalité des traducteurs et le système de production des textes traduits. Elle s'inscrit dans l'approche sociale de la traduction, parfois appelée « socio-traduction » (Gambier, 2006) et issue du tournant social qu'a connu la discipline durant la première décennie du XXIe siècle (Angelelli, 2012). Ce champ de la traductologie met l'accent sur les agents – Chesterman (2009) parle à ce titre de « *translator studies* » – et exploite notamment l'observation et l'entretien de recherche.

Ce travail porte sur la traduction dite pragmatique – ou spécialisée – sans se limiter aux agences de traduction. Il ne se focalise pas sur certaines personnes, contrairement à la plupart des recherches qualitatives centrées sur les traducteurs, qui, en plus d'adopter une perspective historique, traitent de quelques figures de la traduction (Bandia & Milton, 2008 ; Meylaerts, 2008). En outre, il explore les relations entre les agents sur la base du vécu des personnes, approche qui reste embryonnaire, en dépit de travaux sur les activités professionnelles accomplies au quotidien (Kuznik, 2011, 2016 ; Kuznik & Verd, 2010), de recherches sur l'ergonomie, qui abordent notamment les problèmes de santé (Ehrensberger-Dow & O'Brien, 2015 ; Meidert, Neumann, Ehrensberger-Dow & Becker, 2016), ou des analyses de réseaux, qui se concentrent sur les structures en accordant une place marginale aux points de vue subjectifs des agents (voir Risku, Rogl & Pein-Weber, 2016, ou les articles parus dans Folaron & Buzelin, 2007). Quant aux perceptions, la littérature consacrée aux traducteurs examine davantage les questions liées au statut étudiées par questionnaire (Dam & Zethsen, 2011 ; Fraser, 2001 ; Pym *et al.*, 2012), malgré des recherches sur l'identité dont une partie des contributions rassemblées dans Sela-Sheffy et Shlesinger (2011) ou dans Ruokonen, Salmi et Svahn (2018) représentent un bon aperçu. Enfin, le présent article analyse les relations entre freelances et services internes de traduction selon la perspective des indépendants, contrairement aux travaux disponibles, qui sont des témoignages de praticiens (Prioux & Rochard, 2007) ou des études menées dans des agences de traduction (Drugan, 2013 ; Olohan & Davitti, 2017 ; Risku, 2016 ; Sakamoto & Foedisch, 2017).

Ce texte examine les questions suivantes : quel est le profil des traductrices[2] indépendantes rencontrées et avec quels types de clients collaborent-elles ? Quels liens traductrices et clients entretiennent-ils ? Quels types de retours (feedback) les traductrices reçoivent-elles de leurs clients et comment y réagissent-elles ? Après quelques précisions de contexte et de méthode, nous présenterons les résultats en cinq sections. La première décrit le profil des participantes. La deuxième offre une typologie des clients avec lesquels les traductrices collaborent. Les troisième et quatrième sections traitent des stratégies de fidélisation des clients et de la

[2] Pour les raisons de confidentialité développées à la note 7, nous avons opté pour un genre grammatical générique. La majorité des personnes rencontrées étant des femmes (cf. 4.1), le féminin a été préféré au masculin. Il va de soi que les formes féminines se rapportent aussi aux hommes.

notion de confiance. Dans la dernière section, nous analyserons la manière dont les différents retours sont perçus par les enquêtées. La conclusion est quant à elle divisée en deux parties : la première synthétise et discute les résultats obtenus ; la seconde rappelle les limites de l'enquête et décrit les prolongements possibles, en mettant notamment en perspective le tableau dressé avec les développements intervenus depuis 2014, année à laquelle la recherche a été menée.

2. Plurilinguisme et demande de traduction en Suisse

Pays plurilingue, la Confédération suisse compte trois langues officielles, plus une langue dite nationale – le romanche, extrêmement minoritaire. L'allemand est la langue majoritaire (deux tiers de la population), suivi du français (environ un quart) et de l'italien (moins de 10 % de la population, Office fédéral de la statistique, 2019). Si la Suisse est plurilingue, la plupart des 23 cantons – échelon où sont regroupées la majorité des prérogatives politiques – n'ont qu'une seule langue officielle (Brohy, 2013). Il n'existe que trois cantons bilingues (allemand-français) et un canton trilingue (allemand-romanche-italien). À l'exception des régions situées de part et d'autre des frontières linguistiques, ces dernières étant particulièrement stables depuis plusieurs siècles, les territoires sont dans l'ensemble dominés par une seule langue (Lüdi, 2013).

Conséquence de ce plurilinguisme, la demande en traduction y est forte, en particulier de l'allemand vers le français et, dans une moindre mesure, vers l'italien. La traduction concerne tant l'économie privée que le secteur public. Les entreprises d'envergure nationale doivent communiquer dans au moins deux langues. Au niveau de l'administration fédérale, le plurilinguisme officiel en vigueur depuis le XIX^{e} siècle impose de beaucoup traduire. Le volume effectué vers l'italien y reste en deçà du volume accompli vers le français. Si les principaux textes officiels sont présentés dans les trois langues, les autres documents n'existent souvent qu'en allemand et en français.

3. Méthode

Le corpus consiste en onze entretiens semi-directifs d'environ une heure conduits avec des traductrices indépendantes francophones établies à Genève, pour une durée totale d'enregistrement de 12 heures 30 minutes[3]. Les entretiens se sont déroulés en français, la langue maternelle du chercheur et des participantes, et ont été majoritairement organisés sur le lieu de travail des traductrices (domicile ou bureau) pour respecter le caractère naturel de l'enquête.

Le corpus a été construit de manière à diversifier au maximum les profils des participantes, dans l'idée que cette stratégie permettrait de rendre compte de la plus grande variété possible des opinions (Baker & Edwards, 2012 ; Becker, 2002). Les enquêtées ont été contactées par courriel selon une méthode directe d'accès au terrain. D'abord, les sites Internet commerciaux des traductrices ont permis d'approcher un premier groupe d'interviewées. Ensuite, le registre en ligne de l'Association suisse des traducteurs, terminologues et interprètes (ASTTI), la plus importante association professionnelle du pays[4], a été mobilisé pour contacter un second groupe, dont ont été exclues les personnes étant aussi interprètes afin d'éviter une surreprésentation

[3] Les entretiens ont été menés en 2014 dans le cadre d'un mémoire de master sur les normes de traduction et le risque de s'exposer à des critiques (Pym, 2005 ; Pym & Matsushita, 2018). Ils ont produit des données qui méritaient d'être exploitées sous plusieurs angles, notamment celui des relations traducteur-client. C'est cette analyse, restée en filigrane du travail original, qui fait spécifiquement l'objet du présent article.

[4] Cette association propose un répertoire de plus de 400 indépendants (état en 2019), cf. https://new.astti.ch/web/Bienvenue_1_2.php (consulté le 6 juin 2019).

de cette catégorie à laquelle appartenaient trois des six premières participantes. Dans les deux cas, les critères de recherche étaient tant linguistiques – avoir le français comme langue active – que géographiques – travailler à Genève. Au préalable, nous avions mené deux entretiens exploratoires avec des connaissances qui remplissaient les critères d'inclusion à l'étude. Les transcriptions de ces discussions ont été intégrées au corpus, vu que cette phase n'a entraîné aucune modification du guide d'entretien et que la nature des données récoltées s'est avérée en tous points comparable à celle des autres rencontres. Selon le principe de diversité évoqué, des profils qui semblaient atypiques au vu des informations disponibles ont été retenus et des titulaires d'un diplôme de l'École de traduction et d'interprétation (devenue entre-temps Faculté de traduction d'interprétation) ont été écartés, en raison de leur forte représentation à Genève. Les entretiens n'ont pas pu être poursuivis jusqu'au point de saturation (Böser, 2016), même si les éléments nouveaux ont diminué au fil des entretiens, ce qui s'inscrit dans la même logique sans en être une manifestation concrète (Olivier de Sardan, 2008).

Les entretiens ont pris la forme d'une discussion libre organisée autour de thématiques rassemblées dans un guide d'entretien : parcours professionnel, types de clients et domaine d'activité, relation et échanges avec la clientèle. Leur structure varie quelque peu, car le fil de la conversation a été suivi sans chercher à approfondir tous les points évoqués ni à reproduire le même schéma à chaque fois (Rubin & Rubin, 2012).

Les entretiens ont été transcrits intégralement avant d'être codés manuellement à l'aide du logiciel *Atlas.ti*. L'analyse a suivi une démarche inductive, les codes ayant été développés progressivement et directement à partir du corpus (Bréchon, 2015, pp. 73-74). Son organisation est thématique (Blanchet & Gotman, 2007, pp. 96-99).

4. Résultats

4.1. Profil des participantes

Les entretiens ont été conduits avec sept femmes et quatre hommes. Sept des onze interviewées ont étudié à l'ÉTI (dont une en interprétation), une s'est formée à l'ÉSIT de Paris et trois ne possèdent pas de diplôme de traduction ou d'interprétation (même si deux sont titulaires d'un diplôme en langue et littérature d'une faculté de lettres). L'activité professionnelle de la majorité des enquêtées se limite à la traduction et à la révision, sauf pour trois qui sont aussi interprètes. La plupart des traductrices ont l'allemand dans leur combinaison linguistique et, lorsque c'est le cas, traduisent principalement à partir de cette langue. Les autres travaillent avec l'anglais et l'espagnol. Toutes traduisent vers le français, leur langue maternelle, même si deux ont deux langues actives et une, trois. Toutes les participantes se sont spécialisées dans certains domaines, notamment le droit (trois sont traductrices-jurées[5]), les assurances, la santé, l'énergie, la culture et la publicité. La plupart travaillent en priorité dans un ou deux domaines, même si cinq sont plutôt généralistes ou traduisent dans plus de trois domaines. À l'exception de trois participantes qui peuvent être considérées comme de jeunes traductrices (entre 3 et 6 ans de pratique), les enquêtées disposent dans l'ensemble d'une grande – voire très grande – expérience de la traduction.

[5] En Suisse, seuls les cantons de Genève (www.ge.ch/devenir-traducteur-jure, consulté le 11 juin 2019) et de Neuchâtel (www.ne.ch/autorites/CHAN/CHAN/Pages/traducteurs-jures.aspx, consulté le 11 juin 2019) habilitent des traducteurs, qui peuvent ensuite adhérer à l'Association suisse des traducteurs-jurés (www.astj.ch/, consulté le 11 juin 2019).

4.2. Une grande variété de clients pour différents types de collaboration

Après avoir tracé un bref portrait des enquêtées et avant d'analyser la relation traducteur-commanditaire, il convient d'établir une typologie des différents types de clients avec lesquels les participantes collaborent.

Une part de l'activité des personnes interviewées qui semble importante mais qui n'est pas quantifiable[6] se produit dans le cadre d'une relation commerciale directe, c'est-à-dire sans agence de traduction. L'absence d'intermédiaire ne signifie pas pour autant que le client sera l'utilisateur final de la traduction. En effet, beaucoup d'enquêtées collaborent avec les services linguistiques internes des entreprises nationales ou de la Confédération suisse. Dans ce cas, la personne qui a besoin du texte traduit et qui l'a commandé est un autre employé.

Malgré la prépondérance des relations directes, les agences de traduction ne sont pas absentes de l'activité des personnes interviewées. Elles constituent même la plus grande part des clients de trois participantes, alors que quelques autres se résolvent à ce type de collaboration faute d'autres commandes. Un dernier groupe refusent catégoriquement de travailler avec elles, à l'image de cette traductrice qui les a qualifiées de « lie de la profession ».

La dernière configuration identifiée est la collaboration entre freelances, qui permet aux traductrices de remplir leurs obligations ou d'éviter de refuser des contrats. Cette forme de sous-traitance d'une partie ou de la totalité d'un texte, parfois annoncée au client, emprunte ses caractéristiques à plusieurs des catégories précédentes. Comme dans le travail pour une agence, ces collaborations se produisent sans contact entre la traductrice et le commanditaire. Cependant, elles ont lieu entre des personnes qui se connaissent, voire prennent la forme de services entre collègues. Par ailleurs, elles ressemblent aux commandes des services de traduction en cela que la traductrice qui sous-traite va réviser le texte et procéder à toutes les modifications jugées utiles.

Comme nous le verrons dans les prochaines sections, ces quatre grands types de collaboration – utilisateurs finals, services de traduction, agences de traduction et sous-traitance entre collègues – ont un grand impact sur la relation avec le client en général et sur la compétence à évaluer le service offert en particulier.

4.3. Fidéliser les clients : une nécessité pouvant devenir problématique

Pour les traductrices de l'étude, les clients revêtent une importance particulière, ce qui semble logique étant donné que la poursuite de leur activité économique dépend de la constitution d'une clientèle suffisante. Une participante a même été rassurée d'apprendre que ses collègues estimaient aussi que les clients constituent le cœur de la profession :

> [J]'espère que tout le monde vous aura dit quand même que le client, c'est l'alpha et l'oméga, quoi. C'est quand même… (Q : Ça, ouais, ça c'est quelque chose qui est pour

[6] La formulation des proportions est conforme aux usages du paradigme dans lequel se situe la recherche. Il est ainsi impossible de donner de pourcentages, et ce pour deux raisons. D'abord, les participantes n'ont pas été recrutées pour former un échantillon représentatif de la population à laquelle elles appartiennent, mais pour incarner au mieux la diversité du groupe. D'ailleurs, on peut se demander si une représentativité aurait été possible avec un groupe de cette taille (11 enquêtées). Ensuite, les traductrices ne devaient pas chiffrer leur activité lors de l'entretien, mais seulement décrire leur clientèle.

> l'instant assez récurrent.) Tant mieux, moi, ça me rassure sur ma propre profession [rires], sur mes collègues. Parce que quand même... [...] surtout pour des traducteurs indépendants. (Entretien, mai 2014[7])

Dans l'ensemble, les enquêtées disent entretenir de bonnes relations avec leur clientèle, comme le prouve l'inscription des relations commerciales dans la durée : plusieurs ont indiqué que la collaboration avec leurs meilleurs clients se compte en dizaines d'années. Ces relations commerciales à long terme ne sont pas le fruit du hasard, mais le résultat d'une démarche volontaire. Les efforts des freelances pour se former une clientèle se déploient sur différents plans. Au niveau de la traduction, l'élément principal consiste à fournir un travail de qualité et à s'adapter aux besoins du client, en particulier en termes de préférences internes ou de normes spécifiques – terminologie « maison », typographie... Au niveau de la relation commerciale au sens large, les traductrices se montrent très disponibles et accordent un soin particulier à la communication (un élément également relevé par Olohan & Davitti, 2017). Plusieurs participantes ont d'ailleurs affirmé ne jamais refuser de commande, du moins pas de leurs principaux partenaires. Enfin, les stratégies de fidélisation consistent aussi à établir un contact personnel avec le client, notamment en organisant des visites. La combinaison de plusieurs tactiques pour parvenir à se constituer une clientèle est illustrée dans les propos de cette jeune traductrice qui évoque ses débuts dans la profession :

> [I]l m'a semblé important de… d'établir des contacts personnels… [...] J'ai passé une semaine à Berne pour aller voir en fait un peu tous les clients en une fois et j'appelais ça mon opération séduction. [...] Parce que non seulement y'a la traduction qui doit être de qualité et… enfin, les prestations qui doivent être au rendez-vous, mais je pense que le côté personnel joue aussi et que quand on est face à quelqu'un qui est plutôt sympathique et avec qui le contact passe mieux, et ben ça donne encore un peu plus envie de… ben de collaborer ensemble. (Entretien, avril 2014)

La nécessité d'établir un contact personnel, prégnante dans la citation, a été plusieurs fois exprimée dans les entretiens, comme par cette enquêtée qui estime qu'« un client sans visage, c'est pas bien ». Cette position n'est toutefois pas unanimement partagée : une traductrice a signalé qu'elle ne connaît pas le visage de ceux qui la mandatent depuis des années. Les résultats de l'étude vont dans le sens d'autres travaux : Abdallah et Koskinen (2007, p. 681) ont mis en avant que les contacts personnels facilitent la confiance, tandis qu'Olohan et Davitti (2017) ont montré que les gestionnaires de projets rendent visite à leurs clients ou essaient d'établir un contact personnel pour renforcer la relation.

Pour satisfaire leurs clients et les fidéliser, les traductrices combinent donc différentes stratégies : s'adapter et être à l'écoute des besoins particuliers, accepter toutes les propositions, se montrer disponibles et établir un contact personnel. La mobilisation de tous ces moyens ne signifie pas pour autant que la fidélisation d'un client soit une règle absolue. Certaines participantes ont souligné qu'il n'y a pas lieu de s'accrocher à son client à n'importe quel prix. D'autres ont exprimé un besoin de réciprocité : disposées à donner beaucoup, ces traductrices attendent de leur partenaire commercial qu'il s'engage à son tour. Ces deux éléments sont bien résumés par cette interviewée expérimentée qui fait valoir qu'il faut être exigeant non seulement avec soi-même, mais aussi avec les clients, même si ce n'est pas facile au début :

[7] Pour des raisons de confidentialité, nous avons choisi de ne mentionner que les informations contextuelles essentielles à la compréhension des citations. En effet, le milieu étudié est petit et indiquer systématiquement l'âge, le sexe ou la combinaison linguistique compromettrait la confidentialité. Toutefois, les éléments nécessaires à la bonne compréhension de l'exemple analysé sont toujours mentionnés, si bien que la clarté du propos n'en est pas affectée.

> [O]n doit comprendre que, il faut oser dire non, et que perdre un client, c'est aussi gagner, c'est pas forcément perdre. Perdre un client, c'est aussi gagner, parce que ça veut dire qu'il était pas à la hauteur de ce qu'on demandait dans le… au niveau des exigences. Parce que si [vous êtes] en face de quelqu'un qui n'est pas à la hauteur de vos exigences, vous avez meilleur temps de dire au revoir. (Entretien, mai 2014)

Cette citation fait écho aux résultats obtenus par Risku *et al.* (2016, p. 243), qui affirment que traducteurs et clients se choisissent, ou par Fraser (2004, p. 60), selon laquelle il arrive fréquemment que les traducteurs renoncent à leurs mauvais clients. Cette position a toutefois ses limites : plusieurs enquêtées ont déploré que leurs clients ne s'impliquent pas suffisamment ou que leurs efforts ne soient pas reconnus à leur juste valeur, ce qui prouve qu'il n'est pas toujours possible de mettre fin à une relation commerciale insatisfaisante.

L'engagement des traductrices et la fidélisation des clients comportent un paradoxe : sans doute nécessaire pour arriver à se former une clientèle, cette stratégie entraîne également une surcharge de travail et des difficultés à concilier vie privée et activité professionnelle. À plusieurs reprises, les traductrices ont confié travailler trop (ou avoir trop travaillé) et avoir du mal à prendre des vacances. La surcharge de travail pourrait être accentuée dans certains cas par la porosité entre vies privée et professionnelle, phénomène mis en évidence par Kolb (2017) dans son étude consacrée à des traducteurs littéraires exerçant à la maison. L'équilibre entre qualité de vie et assurance de recevoir un certain volume de traduction semble difficile à atteindre et peut être favorisé par la collaboration avec des collègues, qui permet d'absorber les pics de travail.

4.4. La confiance : condition d'une bonne relation

La notion de confiance a donné lieu à plusieurs études empiriques (Abdallah & Koskinen, 2007 ; Olohan & Davitti, 2017 ; Tipton, 2010). En analysant les relations que les gestionnaires de projets des agences entretiennent avec les clients et avec les traducteurs, Olohan et Davitti (2017) ont montré que la confiance est un processus évolutif, qui s'inscrit sur le long terme : le début d'une relation est caractérisé par l'absence de confiance, confiance qui prend différentes formes avec le temps.

Pour le client, faire confiance au traducteur revient à lui reconnaître son expertise. À ce stade, il faut souligner que les traductrices de l'étude se sentent toutes légitimes dans leur activité. Leur compétence se fonde souvent sur une combinaison de formation et de pratique, la plupart étant titulaires d'un diplôme de traduction et exerçant depuis plus de vingt ans. Lors des entretiens, l'expérience a plusieurs fois été reconnue comme une source de confiance en soi. Ce type de confiance fait partie de ce que Kiraly a nommé, dans ses travaux sur la didactique, le « self-concept » du traducteur (voir notamment Kiraly, 1997, 2000, p. 49). Selon lui, les cursus en traduction devraient amener les étudiants à percevoir leur propre rôle en tant que traducteur (cf. Kelly, 2010). La reconnaissance de l'expertise du traducteur peut être facilitée par des signes extérieurs : diplôme, recommandation, expérience, assermentation ou affiliation à une association professionnelle. Elle peut aussi nécessiter une démarche active, comme le montre l'exemple de cette traductrice pour qui, dans certains cas,

> il est bon de rappeler qui est le spécialiste… donc qu'en l'occurrence, les choix qui ont été pris ont été pris pour une bonne raison [...]. Donc il faut juste à un moment donné en fait rassurer le client sur les choix qui ont été pris en fait, ce qui fait partie du métier là encore… Je pense que c'est tout à fait correct. (Entretien, mars 2014)

Lorsque leur expertise n'est pas reconnue, les traductrices en souffrent : une participante a indiqué que se faire injustement critiquer ou se voir expliquer son métier par un client lui enlève l'envie de poursuivre la collaboration. Face à ce genre de réactions, une autre a

annoncé arriver à s'en amuser aujourd'hui, mais que cela la « bouleversait » lorsqu'elle était plus jeune. Lorsqu'elle est établie mais encore fragile, la confiance peut facilement se briser. Une traductrice chevronnée a rapporté l'exemple d'un client qui s'était plaint d'avoir passé un temps considérable à réviser un contrat où une erreur de traduction avait été commise à la première page. Dans ce cas, la découverte d'une erreur a rompu le pacte de confiance, poussant le client à tout vérifier, alors même que la traduction était de qualité selon l'enquêtée.

Pour que la relation soit bonne, la confiance devrait toujours être réciproque (Abdallah & Koskinen, 2007 ; Olohan & Davitti, 2017) : il ne suffit pas que le client accorde sa confiance au traducteur, il faut aussi que celui-ci fasse confiance à son client. Deux éléments du corpus témoignent de ce phénomène. D'abord, les traductrices considèrent le plus souvent leurs clients comme des partenaires, à qui elles reconnaissent une certaine expertise. En cas de collaboration avec un service linguistique, l'expertise est évidente et se situe au niveau de la traduction. Dans les autres cas, l'expertise peut être limitée à la connaissance de l'organisation et des usages internes ou à la maîtrise du domaine. Ensuite, les données recueillies mettent en exergue le rôle des questions – plusieurs fois souligné en entretien –, qui permettent d'impliquer le client dans le mandat. Interroger son client a même été considéré par une enquêtée comme une compétence centrale du métier. À l'inverse, des participantes ont regretté de ne pas pouvoir poser des questions lorsqu'elles travaillent avec des agences. Plusieurs traductrices ont évoqué des situations où les clients ont apprécié de recevoir des questions. La difficulté à trouver le bon interlocuteur a parfois été mise en avant, sans que la situation ne semble aussi problématique que celle décrite par Fraser (2001, p. 35), qui est arrivée à la conclusion que les traducteurs se retrouvent souvent face à des clients incapables de traiter leurs questions.

Au vu de ce qui précède, il semblerait que les questions forment une part spécifique de l'activité de traduction. Künzli (2004) a d'ailleurs montré, dans une expérience où étaient comparés les comportements d'étudiants en traduction et de professionnels, que ceux-ci n'hésitent pas à interroger leurs clients, contrairement aux étudiants. Les questions endossent un rôle important dans la sensibilisation des clients à l'activité de traduction. Plusieurs participantes ont estimé important d'éduquer leurs clients, c'est-à-dire de leur expliquer ce qu'était la traduction et ce dont elles avaient besoin pour traduire, rejoignant ainsi le point de vue de plusieurs chercheurs (Fraser, 2001 ; Pym, 2005). À condition de n'être ni virulentes ni incessantes – ce à quoi les enquêtées ont affirmé faire attention –, les questions semblent donc jouer un rôle positif dans la relation entre les traductrices et leurs clients, voire constituer une part importante des échanges.

4.5. La perception des retours clients par les traductrices

Choisissant une définition un peu plus restrictive que celle de Sakamoto et Foedisch (2017, p. 334), nous considérons ici les retours comme l'ensemble des commentaires (oraux ou écrits) que le client adresse au traducteur au sujet d'un contrat de traduction. Les différents types de retours identifiés sont : les retours positifs, les accusés de réception, les critiques, les questions et demandes, les corrections et révisions.

Selon les participantes, les travaux de traduction se terminent le plus souvent par un simple accusé de réception ou un bref retour positif. La communication est alors succincte, le message à communiquer étant simple. Parfois, les traductrices ne reçoivent aucune nouvelle après la livraison. En l'absence d'évaluation – accusé de réception ou silence –, elles estiment que la suite de la collaboration est un bon indicateur de la manière dont leur travail a été reçu. Une nouvelle commande est interprétée comme une preuve de satisfaction, tandis que la fin de la relation commerciale est vue comme du mécontentement :

> [E]n fait les retours, ils sont plus dans le fait d'avoir des traductions… d'avoir des nouvelles demandes, [c'est comme ça] que tu te dis, finalement c'était du travail qui méritait de… qu'on refasse appel à vous. (Entretien, avril 2014)

Par ailleurs, les enquêtées estiment que le silence ou l'absence de critique vaut satisfaction. Dans l'étude de Sakamoto et Foedisch (2017), les traducteurs sont du même avis alors que pour les agences de traduction, le silence ne signifie pas que le travail ait été apprécié. Dans certains cas, l'absence d'évaluation s'explique par l'incapacité des clients à évaluer la traduction. D'ailleurs, les accusés de réception peuvent être envoyés par du personnel administratif, incompétent pour juger la traduction, alors que d'autres employés le seraient. Selon nous, l'absence d'appréciation ne peut pas être entièrement imputée à l'incapacité des clients à évaluer un texte. Du moins lorsque les langues de travail sont courantes, il semble difficile de croire que les clients n'ont aucun moyen de se faire une idée du service qu'ils achètent. Une participante qui collabore étroitement avec une grande firme automobile a par exemple indiqué que si les personnes avec qui elle était en contact étaient germanophones et ne disposaient pas des compétences pour apprécier la qualité de ses traductions, ce client avait des filiales dans la partie francophone du pays, avec des salariés capables d'évaluer le texte traduit.

Pour diverses raisons, les critiques ne sont pas très présentes dans le corpus. D'abord, les participantes travaillent avec leurs clients depuis des années, signe que les deux parties sont plutôt satisfaites. Ensuite, on peut imaginer que les enquêtées ont eu tendance à minimiser leurs expériences négatives lors les entretiens, même inconsciemment. Il faut distinguer les critiques générales de celles portant sur un point précis. Concernant la deuxième catégorie, les interviewées ont reconnu qu'il arrive à tout le monde de faire des erreurs et qu'il est alors important de le reconnaître. Concernant les reproches généraux, les traductrices ont indiqué ne pas toujours être d'accord avec leurs partenaires. Certains clients seraient de mauvaise foi et critiqueraient leur travail dans le seul but d'obtenir une remise, que la plupart des participantes ont affirmé accorder en cas de contestation fondée et portant sur des éléments importants.

Lorsque la relation traducteur-client est bonne, les questions semblent être plus fréquentes que les critiques. Toutes les enquêtées se sont montrées disposées à répondre aux questions, ce qui s'accorde avec leur volonté de satisfaire et de fidéliser leur clientèle. De même, les demandes particulières sont bien perçues par les traductrices, qui y accèdent avec plaisir, mais à condition que la requête ne contrevienne pas à ce qu'elles considèrent comme correct :

> [U]n bon traducteur, c'est un traducteur qui est à l'écoute de son client, [...] parce que, quand même, le but, c'est que le client puisse utiliser notre traduction [...]. Le but, c'est de se mettre au service du client, [...] tout en restant ferme sur certains points, si le client veut n'importe quoi, on peut pas. (Entretien, mai 2014)

Pour les participantes, le texte traduit appartient au client, qui peut en disposer à sa guise, sauf pour les traductions authentifiées, qui ne peuvent pas être modifiées, et les traductions signées, pour lesquelles la traductrice doit généralement valider les corrections. Or, même au-delà de ces deux situations, il arrive que les clients ne se permettent pas de modifier le texte cible sans l'accord de leur partenaire. On pourrait dire que le client délègue alors à son prestataire la responsabilité sur le texte traduit bien que la traduction lui appartienne formellement. Ce comportement est la preuve d'une relation de confiance, où l'expertise des freelances est reconnue.

Concernant les corrections et les révisions, on rappellera que les traductrices ne savent pas toujours quel traitement est réservé à leur texte après la livraison. Par manque de temps

(Lagarde & Gile, 2011), par crainte de s'exposer à la critique ou par désintérêt, les enquêtées ne font pas toujours l'effort de demander ce qu'il advient. On a vu que quand les partenaires se font confiance, le client aura plutôt tendance à présenter ses propositions de modification sous forme de questions. Malgré tout, il arrive que les traductrices constatent que leur travail a été modifié. Les participantes ont notamment évoqué des situations où des locuteurs non natifs corrigent la traduction, par exemple des germanophones remaniant le français. Lorsque les freelances collaborent avec des agences ou des services de traduction, leurs textes peuvent être révisés. Dans cette configuration, le client a non seulement l'autorité sur le texte, mais aussi les compétences pour évaluer la traduction. Globalement, les enquêtées apprécient cette situation, même si elles ont souligné que recevoir son texte corrigé n'est pas toujours facile. Plusieurs participantes ont indiqué que les corrections les contrariaient au début de leur carrière, mais qu'elles avaient appris à ne pas les prendre trop à cœur et à distinguer corrections légitimes et abusives. Une traductrice expérimentée a, pour sa part, affirmé qu'elle n'arrivait pas à s'habituer au traitement réservé à ses textes, raison pour laquelle, pour se protéger, elle ne cherchait pas à savoir ce qu'ils devenaient après livraison. À noter toutefois que les interviewées ont toutes indiqué avoir apprécié les corrections reçues lors de leurs premières années de pratique, pendant lesquelles elles se perfectionnaient.

5. Synthèse et discussion

Par l'analyse des profils des participantes et la mise au point d'une typologie des clients, cette enquête a d'abord montré que les pratiques des traductrices rencontrées présentent de nombreuses disparités, notamment au niveau des catégories de clients, des domaines de spécialité ou du nombre de langues actives. Elle a ensuite révélé les différentes stratégies mises en œuvre par les enquêtées pour fidéliser leur clientèle et construire une relation de confiance. La plupart des interviewées essaient en particulier d'entretenir des relations personnelles avec leurs partenaires commerciaux (visites). La fidélisation des clients et l'établissement d'une relation de confiance passent également par la formulation de questions et l'écoute des besoins – voire des remarques – des clients, ce qui n'est possible qu'en cas de lien direct.

Établir un contact personnel, poser des questions et être à l'écoute sont autant d'éléments qui montrent que la relation traducteur-client, lorsqu'elle se passe bien, peut être vue comme un partenariat, qui suppose une inscription dans la durée ainsi qu'un certain niveau de satisfaction et de confiance. Cette relation de qualité se traduit par une reconnaissance mutuelle des expertises. Le client accorde à son prestataire la qualité d'expert, raison pour laquelle il lui demande des explications en cas de doute sur le texte traduit. Lorsqu'elles collaborent avec des services de traduction, les traductrices, pour leur part, reconnaissent l'expertise de leur client et acceptent ses remarques, même s'il n'est pas toujours facile de recevoir son texte corrigé.

Alors que freelances et clients entretiennent des contacts assez développés, les retours sur le travail fourni restent cependant plutôt rares et laconiques. Cette situation semble correspondre aux résultats obtenus par Ehrensberger-Dow et O'Brien (2015, p. 109), qui ont mis en évidence que les indépendants souffraient plus souvent que les salariés de ne pas recevoir de retour suffisant sur la qualité de leur travail. Elle pourrait s'expliquer par plusieurs phénomènes, comme un haut niveau de satisfaction des clients ou la non-transmission aux traducteurs des évaluations établies à l'interne (cf. Drugan, 2013). Dans cette situation où les retours sont peu nombreux, les traductrices pourraient être considérées comme les meilleurs juges de leur propre performance, à la manière des interprètes actives auprès des institutions européennes interrogées par Tiselius (2013).

Une des particularités du contexte étudié est que les traductrices collaborent avec des clients très différents : services de traduction, utilisateurs finals, agences. Dans cette diversité, on constate une étonnante permanence de ce qu'Abdallah et Koskinen (2007) ont appelé le modèle traditionnel de production des traductions, dans lequel le client et le traducteur sont en contact direct, aux dépens d'une organisation en des réseaux plus étendus caractéristiques de la collaboration avec les agences de traduction, majoritaire pour plusieurs auteurs (Abdallah, 2012 ; Olohan & Davitti, 2017 ; Sakamoto & Foedisch, 2017). Cette différence semble être propre au contexte et non à l'époque car, en 2001 déjà, Fraser (2001, p. 36) avait mis en évidence que les agences dominaient l'activité des traducteurs anglais ou établis au Royaume-Uni.

La stabilité de l'activité professionnelle constitue un autre élément remarquable de cette enquête. La plupart des interviewées travaillent à leur compte depuis des décennies et seule une traductrice envisageait de changer de voie. Cette stabilité contraste avec la situation étudiée par Abdallah (2012), où seuls trois des huit participants à l'étude étaient encore traducteurs à la fin de sa recherche longitudinale, ou avec l'affirmation exprimée par Chan (2010, p. 95), pour qui la profession connaît un important taux de rotation. Par ailleurs, la traduction indépendante à Genève semble être marquée par un haut degré de professionnalisation, contrairement à ce que rapporte Ferreira-Alves (2011) concernant le Portugal. En effet, aucune enquêtée n'a indiqué exercer de second métier par manque de ressources. À ce titre, on rappellera que les participantes ont été contactées via leur site Internet personnel ou grâce au répertoire d'une association professionnelle. Or posséder un site web ou être membre d'une association suppose un certain engagement et marque une volonté d'appartenir à la profession. Par sa méthode d'accès, la recherche s'est donc certainement concentrée sur le centre de la profession aux dépens des périphéries (Dam & Koskinen, 2016). À noter toutefois que la méthode suivie ne permet pas d'expliquer la stabilité relevée, qui semble être une particularité du contexte.

Pour correctement mettre en perspective la faible présence des agences et la stabilité de la profession, il y a lieu de rappeler les particularités du contexte dans lequel s'est déroulée l'enquête. Avec trois langues, une forte demande en traduction et un système de plurilinguisme officiel, la Suisse constitue certainement un espace particulier du point de vue des transferts linguistiques. Cette situation est peut-être encore plus marquée à Berne – capitale de la Confédération suisse et siège de la plupart des unités administratives fédérales – ou à Genève, qui héberge de nombreuses organisations internationales, avec leurs importants besoins en traduction et en interprétation. En Suisse, la traduction ne représente pas uniquement un important marché et un nombre élevé de professionnels. Elle peut aussi être une question politique, ce dont témoignent de récentes interventions parlementaires[8].

Si les résultats obtenus mettent en évidence une grande diversité des pratiques, ils révèlent également des points communs entre les membres de la profession. Issue d'un travail portant principalement sur les normes de traduction, cette analyse a été conduite sur la base du constat que les clients occupaient une place prépondérante dans le corpus récolté. Au terme de l'analyse, il apparaît que les traductrices indépendantes partagent la volonté de satisfaire et de fidéliser leurs clients, dans le but de mettre en place un partenariat, et ce en mettant en œuvre des stratégies telles que visites, échanges et questions. L'idée selon laquelle l'identité de la profession repose davantage sur des représentations partagées que sur des pratiques est en ligne avec les résultats obtenus par Dam et Zethsen (2011) qui, dans une enquête par

[8] Interpellations Semadeni 19.3607 (www.parlament.ch/fr/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20193607) et Reimann 16.3844 (www.parlament.ch/fr/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20163844), motion Steinemann 16.3870 (www.parlament.ch/fr/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20163870).

questionnaire en plusieurs volets consacrée à des traducteurs au quotidien divers (employés de grandes entreprises, salariés d'agence et indépendants), sont parvenues à la conclusion que les sous-groupes présentaient plus de similarités que de divergences.

6. Limites et perspectives

Les entretiens de recherche permettent de récolter des données particulièrement riches et, partant, d'analyser en profondeur les perceptions des personnes rencontrées. Mais comme toute méthode, ils présentent aussi des désavantages. Cette section est consacrée aux limites méthodologiques et aux prolongements possibles de l'enquête.

Le premier point à souligner est que la méthode suivie ne vise pas la représentativité, raison pour laquelle l'image obtenue ne peut être considérée comme emblématique de la profession. Pour pouvoir généraliser un résultat au-delà de l'échantillon étudié, il faut utiliser des méthodes qui se prêtent à l'extrapolation. Un bon complément à cette recherche serait d'entreprendre une étude quantitative qui permette d'acquérir des données représentatives, par exemple pour tester certaines des pistes avancées : stabilité de la profession, faible place des agences ou rôle des questions dans la relation traducteur-client.

Par ailleurs, il faut à nouveau signaler que cette enquête – pouvant être assimilée à une étude de cas – a été menée dans un environnement particulier (cf. section précédente). Les résultats sont donc difficilement applicables hors du contexte d'origine et leur analyse ne peut s'affranchir des spécificités de la situation examinée.

Une autre limite à mentionner est que l'étude a été menée il y a quelques années, ce qui explique qu'elle ne prend pas en compte les dernières évolutions du métier. Au niveau technologique, il s'agit bien évidemment de l'avènement de la traduction automatique neuronale, dont les effets commencent à peine à se faire sentir et qui semble présenter un immense potentiel, sauf peut-être pour les textes très complexes ou les traductions qui requièrent un niveau de qualité particulièrement élevé. Avec cette technologie, la traduction pourrait connaître une transformation au moins comparable à celle impulsée par la généralisation des outils d'aide à la traduction qui regroupent dans un même programme les fonctions de mémoire de traduction, de terminologie et de gestion de projets. À noter que ces outils étaient déjà largement répandus au moment de l'enquête, comme le montre l'exemple de cette traductrice expérimentée qui s'est elle-même qualifiée de « dernière irréductible qui n'a pas de mémoire de traduction ». Dans le contexte suisse, un récent changement est l'abandon par la Confédération suisse des tarifs régulés pour les prestations linguistiques (traduction et révision[9]) et le recours de plus en plus fréquent aux appels d'offres, via le système d'information sur les marchés publics[10], pour la commande de traductions. Intervenue en 2017, la suppression des tarifs ne semble pas avoir eu d'importants effets jusqu'à présent (voir la réponse du Conseil fédéral à l'interpellation Semadeni 19.3607[11]). Renforçant la concurrence entre les prestataires et complexifiant les procédures administratives, ces changements pourraient à terme favoriser les agences de traduction aux dépens des traducteurs indépendants, même s'il est trop tôt pour se prononcer. Alors que cette enquête laisserait penser que les agences occupent une place beaucoup moins importante que dans d'autres pays, l'évolution du rôle de ce type d'acteurs sur le marché de la traduction doit être suivie de près.

---

[9] On comparera à cette fin les Instructions de la Chancellerie fédérale sur les prestations linguistiques du 18 décembre 2012 (FF 2013 1437 ; www.admin.ch/opc/fr/federal-gazette/2013/1437.pdf) avec celles du 27 mars 2017 (FF 2017 3381 ; www.admin.ch/opc/fr/federal-gazette/2017/3381.pdf), en particulier le chiffre 4.7.

[10] www.simap.ch (consulté le 31 octobre 2019).

[11] www.parlament.ch/fr/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20193607.

Au sujet de l'évolution du contexte dans lequel pratiquent les traducteurs indépendants, relevons que la relation avec les clients occupe une place prépondérante dans le référentiel de compétences du master européen en traduction (EMT), tant dans la première que dans la dernière version (EMT, 2017). Le référentiel devant commencer à déployer ses effets dans la profession par l'arrivée sur le marché de nouvelles générations, il pourrait être intéressant de comparer les perceptions des jeunes traducteurs avec celles des freelances formés à une époque où les compétences relationnelles n'avaient pas la même place dans les cursus.

Cette étude a analysé la place symbolique des clients dans le métier de traducteur freelance. Il serait pertinent d'étudier la place concrète des clients dans l'activité professionnels, en examinant quelles parts du temps de travail sont consacrées à la relation avec la clientèle et aux autres activités inhérentes au statut d'indépendant (facturation, comptabilité, communication, réseautage...). Une telle approche s'inscrirait dans la lignée des travaux de Kuznik sur les activités professionnelles (Kuznik, 2011, 2016 ; Kuznik & Verd, 2010).

Finalement, cette étude ouvre également des pistes de recherche dans le prolongement direct de ce qui a été fait ici. Une possibilité serait de mener des études qualitatives plus spécifiques, par exemple concernant les freelances qui occupent volontairement une place périphérique au sein des réseaux de la traduction (Risku *et al.*, 2016) ou les collaborations entre collègues, c'est-à-dire les réseaux d'entraide au sein de la profession. Une autre voie serait d'examiner la perspective d'autres acteurs (clients, utilisateurs des traductions) – notamment dans le contexte suisse – afin de compléter la vision des traductrices exposées dans le présent article.

7. Bibliographie

Abdallah, K. (2012). *Translators in production networks. Reflections on agency, quality and ethics* (Unpublished doctoral dissertation). University of Eastern Finland, Joensuu.

Abdallah, K. & Koskinen, K. (2007). Managing trust: Translating and the network economy. *Meta, 52*(4), 673-687.

Angelelli, C. V. (2012). The sociological turn in translation and interpreting studies. *Translation and Interpreting Studies, 7*(2), 125-128.

Baker, S. E. & Edwards, R. (2012). *How many qualitative interviews is enough? Expert voices and early career reflections on sampling and cases in qualitative research*. National Centre for Research Methods.

Bandia, P. F. & Milton, J. (Eds.). (2008). *Agents of translation*. John Benjamins.

Becker, H. S. (2002). *Les ficelles du métier*. La Découverte.

Blanchet, A. & Gotman, A. (2007). *L'entretien* (2e éd.). Armand Colin.

Böser, U. (2016). Interviews and focus groups. In C. V. Angelelli & B. J. Baer (Eds.), *Researching translation and interpreting* (pp. 236-246). Routledge.

Bréchon, P. (dir.) (2015). *Enquêtes qualitatives, enquêtes quantitatives* (2e éd.). Presses universitaires de Grenoble.

Brohy, C. (2013). Plurilinguisme, diglossie et minorités : le cas de la Suisse. *Lengas, 73*. https://doi.org/10.4000/lengas.163

Chan, A. L. J. (2010). Perceived benefits of translator certification to stakeholders in the translation profession: A survey of vendor managers. *Across Languages and Cultures, 11*(1), 93-113.

Chesterman, A. (2009). The name and nature of translator studies. *Hermes. Journal of Language and Communication in Business, 42*, 13-22.

Dam, H. V. & Koskinen, K. (2016). The translation profession: centres and peripheries. Introduction. *The Journal of Specialised Translation, 25*, 2-14.

Dam, H. V. & Zethsen, K. K. (2011). The Status of professional business translators on the Danish market: A comparative study of company, agency and freelance translators. *Meta, 56*(4), 976-997.

Drugan, J. (2013). *Quality in professional translation: assessment and improvement*. Bloomsbury.

Ehrensberger-Dow, M. & O'Brien, S. (2015). Ergonomics of the translation workplace. Potential for cognitive friction. *Translation Spaces, 4*(1), 98-118.

EMT. (2017). Master européen en traduction (EMT). Référentiel de compétences 2017. Consulté à l'adresse https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/emt_competence_fwk_2017_fr_web.pdf

Ferreira-Alves, F. (2011). Job perceptions, identity-building and interpersonal relations among translators as a professional group in northern Portugal. *ILCEA, 14*. https://doi.org/10.4000/ilcea.1119

Folaron, D. & Buzelin, H. (dir.). (2007). La traduction et les études de réseaux [numéro spécial]. *Meta, 52*(4).

Fraser, J. (2001). "Rolls Royce quality at Lada prices": a survey of the working conditions and status of freelance translators. In L. Desblache (Ed.), *Aspects of specialised translation* (pp. 31-39). La Maison du Dictionnaire.

Fraser, J. (2004). Translation research and interpreting research: pure, applied, action or pedagogic? In C. Schäffner (Ed.), *Translation research and interpreting research: traditions, gaps and synergies* (pp. 57-61). Multilingual matters.

Gambier, Y. (2006). Pour une socio-traduction. In J. Ferreira Duarte, A. Assis Rosa & T. Seruya (Eds.), *Translation studies at the interface of disciplines* (pp. 29-42). John Benjamins.

Jansen, H. (2017). Are literary translators (still) lone wolves? A Scandinavian survey on collaboration among fellow translators. In K. Taivalkoski-Shilov, L. Tiittula & M. Koponen (Eds.), *Communities in translation and interpreting* (pp. 119-157). Éditions québécoises de l'œuvre.

Kalinowski, I. (2002). La vocation au travail de traduction. *Actes de la recherche en sciences sociales, 144*(1), 47-54.

Kelly, D. (2010). Translation didactics. In Y. Gambier & L. Van Doorslaer (Eds.), *Handbook of translation studies: Volume 1* (pp. 389-396). John Benjamins.

Kerstner, J. & Risku, H. (2014). Die Situation der LiteraturübersetzerInnen in der DDR und im heutigen Deutschland. Eine Untersuchung zu Translation und Kooperation. *trans-kom, 7*(1), 166-183.

Kiraly, D. (1997). Think-aloud protocols and the construction of a professional translator self-concept. In J. H. Danks, G. M. Shreve, S. B. Fountain & M. K. McBeath (Eds.), *Cognitive Processes in translation and interpreting* (pp. 137-160). Sage.

Kiraly, D. (2000). *A social constructivist approach to translator education: Empowerment from theory to practice*. St. Jerome.

Kolb, W. (2017). "It was on my mind all day". Literary translators working from home – some implications of workplace dynamics". *Translation Spaces, 6*(1), 27-43.

Künzli, A. (2004). Risk taking: trainee translators vs. professional translators. A case study. *The Journal of Specialised Translation, 2*, 34-49.

Kuznik, A. (2011). Puestos de trabajo híbridos. Cuatro indicadores del carácter heterogéneo de los puestos de trabajo internos en traducción. *Sendebar, 22*, 283-307.

Kuznik, A. (2016). Work content of in-house translators in small and medium-sized industrial enterprises. Observing real work situations. *The Journal of Specialised Translation, 25*, 213-231.

Kuznik, A. & Verd, J. M. (2010). Investigating real work situations in translation agencies. Work content and its components. *Hermes. Journal of Language and Communication in Business, 44*, 25-43.

Lagarde, L. & Gile, D. (2011). Le traducteur professionnel face aux textes techniques et à la recherche documentaire. *Meta, 56*(1), 188-199.

Lüdi, G. (2013). Plurilinguisme. *Dictionnaire historique de la Suisse*. Consulté le 26 juin 2019, www.hls-dhs-dss.ch/textes/f/F24596.php

Meidert, U., Neumann, S., Ehrensberger-Dow, M. & Becker, H. (2016). Physical ergonomics at translators' workplaces: Findings from ergonomic workplace assessments and interviews. *ILCEA, 27*. https://doi.org/10.4000/ilcea.3996

Meylaerts, R. (2008). Translators and (their) norms. In A. Pym, M. Schlesinger & D. Simeoni (Eds.), *Beyond Descriptive Translation Studies. Investigations in homage to Gideon Toury* (pp. 91-102). John Benjamins.

Office fédéral de la statistique. (2019). Langues. Consulté le 26 juin 2019, www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/population/langues-religions/langues.html

Olivier de Sardan, J.-P. (2008). *La rigueur du qualitatif : les contraintes empiriques de l'interprétation socio-anthropologique*. Academia-Bruylant.

Olohan, M. & Davitti, E. (2017). Dynamics of trusting in translation project management: Leaps of faith and balancing acts. *Journal of Contemporary Ethnography, 46*(4), 391-416.

Prioux, R. & Rochard, M. (2007). Economie de la révision dans une organisation internationale : le cas de l'OCDE. *The Journal of Specialised Translation, 8*, 21-41.

Pym, A. (2005). Text and risk in translation. In K. Aijmer & C. Alvstad (Eds.), *New tendencies in translation studies. Selected papers from a workshop. Göteborg 12 December 2003* (pp. 69-82). Göteborg University.

Pym, A., Grin, F., Sfreddo, C. & Chan, A. L. J. (2012). *The status of the translation profession in the European Union*. Publications Office of the European Union.

Pym, A. & Matsushita, K. (2018). Risk mitigation in translator decisions. *Across Languages and Cultures, 19*(1), 1-18.

Risku, H. (2016). *Translationsmanagement: Interkulturelle Fachkommunikation im Informationszeitalter* (3. Auflage). Gunter Narr.

Risku, H., Rogl, R. & Pein-Weber, C. (2016). Mutual dependencies: centrality in translation networks. *The Journal of Specialised Translation, 25*, 232-253.

Rubin, H. J. & Rubin, I. S. (2012). *Qualitative interviewing: the art of hearing data* (3rd ed.). Sage.

Ruokonen, M., Salmi, L. & Svahn, E. (Eds.). (2018). Translation profession, translator status and identity [thematic section]. *Hermes, 58*.
Sakamoto, A. & Foedisch, M. (2017). "No news is good news?" The role of feedback in the virtual-team-style translation production network. *Translation Spaces, 6*(2), 333-352.
Sela-Sheffy, R. (2008). The translators' personae: Marketing translatorial images as pursuit of capital. *Meta, 53*(3), 609-622.
Sela-Sheffy, R. & Shlesinger, M. (Eds.). (2011). *Identity and status in the translational professions*. John Benjamins.
Tipton, R. (2010). On trust. Relationships of trust in interpreter-mediated social work encounters. In M. Baker, M. Olohan & M. Calzada Pérez (Eds.), *Text and context: Essays on translation and interpreting in honour of Ian Mason* (pp. 188-208). St. Jerome.
Tiselius, E. (2013). Expertise without deliberate practice? The case of simultaneous interpreters. *The Interpreters' Newsletter, 18*, 1-15.

Aurélien Riondel

Université de Genève
Faculté de traduction et d'interprétation
Boulevard du Pont-d'Arve 40
1211 Genève 4
Suisse

aurelien.riondel@unige.ch

Biographie : Aurélien Riondel est assistant et doctorant à la Faculté de traduction et d'interprétation (FTI) de l'Université de Genève. Membre du centre Transius, il prépare une thèse sur la relation traducteur-réviseur et la perception de la révision, fondée sur des entretiens menés dans différents contextes représentatifs du marché suisse de la traduction. Ses intérêts de recherche portent principalement sur la révision, l'approche sociale de la traduction, la traduction institutionnelle, le marché de la traduction et la méthodologie de la recherche. Également traducteur indépendant, il est affilié à l'Association suisse des traducteurs, terminologues et interprètes (ASTTI).

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.