



Contact

Printemps 2017

Retour sur les activités des derniers mois

Au rythme d'une activité par mois, il va sans dire que plusieurs événements ont ponctué le calendrier de l'ACGL depuis la parution de votre dernier bulletin Contact, l'automne dernier. C'est au bénéfice des membres qui n'ont pu assister à certaines de ces activités que nous en présentons un compte rendu ci-dessous.

Petit-déjeuner causerie sur le thème de la propriété des mémoires de traduction (10 novembre 2016)

En novembre dernier, l'ACGL a accueilli, lors d'un petit-déjeuner causerie, maître Alexandre Ajami, du cabinet Miller Thomson SENCRL dont l'allocution a suscité un vif intérêt. Au cours d'une brève et stimulante présentation pendant laquelle il a réussi à saisir l'essence des préoccupations des participants, M^e Ajami a su, parfois avec humour, alimenter la réflexion sur la propriété intellectuelle et les droits d'auteur, tout particulièrement en ce qui a trait aux mémoires de traduction. En expliquant avec éloquence les divers paramètres à considérer, dont la notion fondamentale d'« œuvre », il a en effet contribué à enrichir les connaissances des participants et à les préparer aux différentes situations auxquelles ils pourraient être confrontés.



Souper de Noël (7 décembre 2016)

Le souper de Noël de votre association a eu lieu cette année le 7 décembre au restaurant bistro L'Aromate, du boulevard de Maisonneuve, à Montréal. Dans une salle qui leur était réservée, les membres présents ont eu droit à un repas fin et succulent arrosé de vins créant de beaux accords. Bref, une bien belle soirée en agréable compagnie!



5 à 7 À la rencontre des employeurs (9 février)

Le 9 février avait lieu la désormais traditionnelle rencontre étudiants-employeurs. Au cours d'un 5 à 7 tenu dans les locaux de l'OTTIAQ, une vingtaine d'étudiants triés sur le volet ont pu rencontrer des membres de l'ACGL ayant des postes à pourvoir dans leur équipe. Précédée d'une brève allocution de notre membre d'honneur, Dominique Bohbot, pendant laquelle celle-ci a fait part des avancées du comité de valorisation des services langagiers canadiens, l'activité s'est inscrite sous le signe de la bonne humeur et a permis à certains de nos membres d'établir un premier contact avec des candidats prometteurs.



Atelier d'une demi-journée sur la négociation avec clients et demandeurs (9 mars 2017)

La plus récente activité, animée par le dynamique Daniel Beaupré, Ph. D., professeur à l'École des sciences de la gestion de l'UQÀM a suscité de nombreuses réactions.

Nous avons d'abord été accueillis au 14^e étage du siège social de la Banque de Montréal, en face de la Place d'Armes, par monsieur Geoffrey Staines, membre de longue date de l'ACGL. Monsieur Staines a prononcé un bref discours pendant lequel il a retracé l'histoire de la Banque de Montréal, qui fête cette année son bicentenaire et qui a été la première banque au Canada.

Tout de suite après l'atelier, les membres qui le désiraient ont eu droit à une visite guidée dirigée par l'archiviste de la Banque de Montréal. Nous sommes d'abord allés voir le musée de la Banque, situé au rez-de-chaussée, puis avons pu admirer l'impressionnante architecture de la première succursale de cette institution financière tout en écoutant la description instructive qu'en faisait l'archiviste. Au détour d'une vitrine, nous avons d'ailleurs pu jeter un coup d'œil au livre *Histoire de la Banque de Montréal*, publié en 1966 et traduit par Paul Horguelin et Jean-Paul Vinay.

Mais revenons à l'enthousiaste Daniel Beaupré, qui, jamais à court d'anecdotes ou de commentaires bien sentis, nous a fait réfléchir sur la profession, bien sûr, mais surtout sur les manières de se distinguer de la concurrence, ce qui est, on en conviendra, plus facile à dire qu'à faire. Or, pendant une bonne partie de son exposé, M. Beaupré s'est justement attaché à nous faire découvrir des moyens concrets pour ressortir du lot.

En faisant un bref retour sur ce qui avait été vu lors de l'atelier de l'an dernier, nous avons d'abord tenté une nouvelle fois de voir ce qui distinguait le fait de négocier de l'action de convaincre. Comme le disait M. Beaupré, la négociation, à la différence du travail de conviction, implique une idée de réciprocité et, en ce sens, négocier, tout comme vendre, c'est aussi un peu séduire, faire voir à l'autre partie qu'elle y trouvera son compte.

De là, tout naturellement, nous avons rapidement conclu que, non seulement il était important d'être à l'écoute de l'autre, mais qu'il fallait aussi maîtriser ses émotions, car elles sont souvent contagieuses. Donc, si vous voyez poindre chez vous l'une des six émotions universelles (peur, colère, joie, tristesse, dégoût et surprise), méfiez-vous, car vous pourriez contaminer votre interlocuteur!

Dans ce deuxième volet, nous nous sommes davantage attardés à la question du client externe :

- Évolution de la relation client depuis les années 50
- Comment les services connexes permettent maintenant de fidéliser le client
- Comment le marketing, qui a pris son envol dans les années 70, a atteint son apogée dans les années 90
- Le service à la clientèle est important pour de multiples raisons, mais d'abord parce qu'il crée un engagement quasi moral de la part du client envers le fournisseur.

Nous avons ainsi vu que les aspects relationnels ont une importance prépondérante dans toute activité commerciale. En fait, bien souvent, pour réussir à séduire le client, il faut éviter d'être trop pragmatique. Quand on y réfléchit bien, que nous vend la publicité sinon du bonheur, de l'espoir, de la confiance et de la tranquillité d'esprit? Or, en tant que professionnels, ne pouvons-nous pas nous aussi faire susciter ce type de convoitise chez nos clients?

Mais comment nous assurer que le client va nous choisir? Pour cela, il fallait réfléchir à nos traits distinctifs par rapport à nos concurrents. En ce sens, les concepts novateurs sont presque toujours payants. C'est à ce moment que M. Beaupré nous a donné l'exemple de l'Institut du leadership, une entreprise qui, il y a quelques années, a décidé de percer un marché déjà saturé et dans lequel évoluaient des centaines de joueurs, soit celui des

formations en leadership. Quel atout a trouvé cette entreprise pour se démarquer? En fait, ses fondateurs ont eu la bonne idée de penser à un nouveau concept, à quelque chose que n'offraient pas leurs concurrents : ils ont décidé de faire appel à des conférenciers de grand renom (Bernard Landry, Isabelle Hudon, Gilbert Rozon, Jean Charest, etc.). Résultat : bien que ses prix soient de 30 % à 40 % plus élevés que ses concurrents, cette entreprise connaît une croissance fulgurante. Comme quoi, il est toujours possible de bien s'en sortir, même dans un marché extrêmement concurrentiel.

Nous avons aussi examiné les grands changements qui ont eu des conséquences sur notre profession. La majorité des participants ont cité la mondialisation, découlant de l'essor des technologies, comme étant un facteur déstabilisant. Face à de grands concurrents internationaux dont les compétences se résument souvent à la combativité de leur équipe de vente, que pouvons-nous faire d'autre que de nous organiser, de réseauter, de nous coaliser ou de former des associations faisant la promotion de la qualité? Bien sûr, comme l'ont fort à propos noté certains, dans un secteur où les unités de production se comptent par milliards, il restera aussi toujours de la place pour les plus petits joueurs qui ont trouvé leur créneau et qui réussissent à s'y épanouir.

En deuxième partie d'atelier, nous avons examiné le modèle SONCAS, soit un ensemble de facteurs ou de sentiments (Sécurité, Orgueil, Nouveauté, Confort, Argent et Sympathie) qu'il faut chercher à instiller chez le client pour gagner sa confiance. En fait, lorsque tous ces facteurs et sentiments sont présents, le potentiel de réussite de la vente est grand.

Puis, après un exercice d'argumentaire éclair, nous sommes finalement revenus sur l'importance des aspects relationnels et avons réfléchi à quelques principes fondamentaux (le client doit se sentir en confiance avec nous, le mot « non » doit être absent de notre vocabulaire, etc.) pour conclure sur le positionnement idéal par rapport au client. En résumé, ce dernier doit nous voir de la façon suivante pour être enclin à retenir nos services :

- Mon entreprise représente un investissement et non un simple coût.
- Je rapporte quelque chose à mon client parce qu'il fait affaire avec moi.
- Je suis là pour l'aider à développer son entreprise.

Bref, nous ne sommes pas des traducteurs, mais bien des développeurs d'entreprises!



Des nouvelles du Comité de valorisation des services langagiers canadiens

L'ACGL est fière d'avoir contribué au changement de cap du gouvernement dans le dossier du Bureau de la traduction

Le Comité de valorisation des services langagiers canadiens, groupe de travail de l'ACGL, aura été fort actif encore une fois cet hiver.

En effet, le 7 février dernier, Dominique Bohbot, présidente du Comité de valorisation des services langagiers canadiens et membre d'honneur de l'ACGL, a comparu devant le Comité permanent des langues officielles de la Chambre des communes à Ottawa à la suite du dépôt d'un mémoire à la Chambre des communes et au Sénat prenant la défense de l'industrie langagière et de ses intervenants à tous les paliers. L'automne dernier, l'association, forte de l'appui de nombreuses associations pancanadiennes et de membres influents de l'industrie de la langue, s'était portée à la défense de l'industrie langagière, du marché canadien professionnel et de la relève dans le cadre d'une vaste campagne visant les paliers politiques et les canaux médiatiques. Lors de sa comparution devant les députés, Dominique Bohbot, a plaidé pour « une reconnaissance identitaire, culturelle et stratégique des professions langagières, un repositionnement du Bureau de la traduction et une révision du système d'approvisionnement, un réinvestissement dans ce vecteur de croissance économique et un soutien à la relève par la mise en place d'une structure permanente d'accueil de stagiaires des universités canadiennes ».

Comparaissant à son tour devant ce même comité, L'Hon. Judy M. Foote, ministre de Services publics et Approvisionnement Canada, a annoncé une série de mesures visant à appuyer entre autres le recrutement, la qualité et la relève au Bureau de la traduction.

L'ACGL, qui se réjouit de ces premières mesures, réitère ses préoccupations relatives au système d'approvisionnement des mandats fédéraux, toujours en suspens, dont les retombées nuisent à l'industrie langagière.

Dans le cadre du suivi du dossier, Dominique Bohbot, Claudette Monty, Michel Fréneau ainsi que Louis Fortier, président de l'Association canadienne des juristes-traducteurs, se sont rendus de nouveau à Ottawa les 5 et 6 mars pour diverses rencontres et conférences, notamment au Bureau de la traduction, au Cabinet du Président du Conseil du trésor, à l'Association canadienne des employés professionnels, ainsi qu'au bureau de L'Hon. Claudette Tardif, présidente du Comité sénatorial des langues officielles.

Pour consulter les activités du Comité, ou lire le dernier communiqué de presse, il vous suffit de cliquer [ici](#).



Devant : Dominique Bohbot, Michel Fréneau et François Choquette. Derrière, au centre : M^e Louis Fortier

Activités à venir

À mettre à votre calendrier!

Le mercredi 12 avril : **midi-rencontre** sur le thème **la gestion des langues étrangères**. Gérer des mandats de traduction dans des langues que l'on ne parle pas soi-même comporte son lot de défis. Venez en parler avec vos collègues. **Cette activité est gratuite**. N'oubliez pas d'apporter votre lunch.

Notez aussi le changement de date de la **journée technologique**, qui aura lieu le jeudi 4 mai. Deux conférenciers ont déjà confirmé leur présence à cet événement phare de la saison. Il s'agit de Madame Dima Bahdanau, Ph. D., qui viendra nous entretenir de l'état de la recherche en traduction neuronale. M^{me} Bahdanau fait partie de l'équipe de Yoshua Bengio, sommité montréalaise de l'intelligence artificielle et notamment titulaire de la Chaire de recherche du Canada sur les algorithmes d'apprentissage statistique. Ses travaux ont mené à une percée importante dans la traduction automatique de Google qui utilise les derniers progrès en apprentissage profond.

Nous recevrons aussi Monsieur Mathieu Laferrière, conseiller stratégique et formateur LinkedIn qui nous montrera comment utiliser LinkedIn pour promouvoir nos activités professionnelles.

Finalement, nous terminerons l'année avec notre **assemblée générale annuelle** et dernière activité de l'année.

À votre écoute...

N'hésitez pas à nous faire part de vos questions, commentaires, projets et réalisations! Envoyez-nous un courriel à l'adresse acgl.inc@gmail.com.

Merci à nos commanditaires :

