

Le secteur du traitement informatique des langues : un marché frileux

Permettez-moi de vous présenter ma vision de ce qui se passe dans le secteur du TIL – la vision d'un entrepreneur sur le terrain. Il y a quelques années, j'ai reçu le mandat de créer la filiale nord-américaine de la société européenne WizArt.

WizArt se spécialise dans la production d'outils de localisation. Ces outils permettent aux organisations québécoises, canadiennes, américaines ou autres de traduire les applications Windows, Web ou Java qu'elles utilisent – dans le jargon du métier, de les *localiser*.

Du point de vue d'un producteur de logiciels, la première question qui se pose actuellement est : Est-ce que les acheteurs sont prêts à accueillir de nouvelles technologies ? Ce n'est pas sûr. Après tout, la *bulle* technologique a explosé et l'économie mondiale fonctionne de plus en plus au ralenti. Par exemple, l'Allemagne est officiellement en récession, tandis que la France devrait en vivre une d'ici six mois.

Il y a quelques années, WizArt est passée à deux signatures de se retrouver cotée en bourse.
Dieu merci, notre opération Nasdaq a échoué !
La compagnie serait morte et enterrée aujourd'hui !

Le pendant de ce ralentissement, c'est l'augmentation de la frilosité du capital de risque. Il y a quelques années, il était extrêmement facile à n'importe quelle entreprise d'obtenir du financement. Le paradigme de la boîte dorée, *mais vide*, prévalait. Lors d'une première ronde, une compagnie pouvait obtenir 20 millions de dollars US sur simple présentation d'une idée ou d'un plan d'affaires. Lors d'une deuxième ronde, armée seulement d'une maquette, la compagnie pouvait empocher 15 millions de dollars de plus.

La situation a changé radicalement. Le capital de risque est aujourd'hui inexistant en Allemagne et très difficile à trouver en France. En Amérique du Nord, les capitalistes-risqueurs sont devenus beaucoup plus prudents. Ils ont renoncé, dans de nombreux cas, à investir dans de nouvelles compagnies, pour plutôt injecter leurs fonds dans des entreprises déjà dotées d'un marché. De plus, ils souhaitent aujourd'hui multiplier leur mise par 20 ou 30 à l'intérieur de deux années, plutôt que de cinq comme par le passé.

D'un côté, les PME de mon secteur ont de la difficulté à obtenir les fonds dont elles ont besoin ; d'un autre, elles

souffrent de la concurrence de plus en plus forte des grandes sociétés de traduction et de localisation. En effet, ces dernières n'hésitent pas à arriver avec des soumissions déloyalement basses – à faire du *dumping* – pour accroître leurs parts de marché au détriment des petits joueurs.

Cela m'amène à faire trois constats. Premièrement, à court ou moyen terme, il sera dur à de nouvelles PME et à de nouveaux projets de démarrer avec succès dans le domaine du TIL. Même les entreprises bien établies connaîtront des jours difficiles. Par exemple, WizArt aura de la difficulté à progresser si elle ne trouve pas de financement dans les 24 mois qui viennent ; elle devra possiblement se contenter de vivre.

Deuxièmement, il serait important de chercher à augmenter notre masse critique dans le domaine et à y conclure des alliances de tous genres, ou celui-ci pourrait bien nous échapper. Par exemple, à la suite d'une longue série d'acquisitions, trois compagnies non francophones, SDL International, Bowne et Lionbridge, se divisent actuellement 80 % du marché mondial de la localisation (éventuellement, ces entreprises pourraient elles-mêmes être achetées par des géants qui, comme Microsoft, Oracle ou IBM, pourraient être intéressés à offrir l'ensemble des services et des technologies de localisation requis par les entreprises). En restant chacune dans leur coin, les entreprises francophones pourront-elles vraiment tirer leur épingle du jeu ?

Troisièmement, il faudrait faire des efforts pour éveiller les organisations à l'importance de tenir compte de la mondialisation des marchés et de localiser leurs applications. Il est certain que les mentalités évoluent peu à peu à cet égard. Ainsi, certaines organisations ont commencé à se doter d'un *Chief Global Officer* ou *CGO* – en français, d'un directeur de la mondialisation. Par le passé, cette question tombait souvent sous la responsabilité des gens de marketing qui ne lui accordaient qu'une partie de leur attention. De nos jours, les compagnies se rendent compte que la mondialisation mérite d'être traitée autrement que comme une arrière-pensée, qu'elle doit être perçue comme un enjeu stratégique. Il conviendrait de veiller à ce que cette tendance se poursuive, au sein des grandes entreprises comme des petites.

Quatrièmement, je pense que les producteurs d'outils faisant le traitement informatique des langues devront recourir à de nouvelles méthodes de commercialisation. Par

exemple, nous avons commencé à vendre nos produits différemment, les clients potentiels de WizArt ayant beaucoup moins d'argent à dépenser qu'ils n'en avaient il y a deux ou trois ans. En fait, nous les leur prêtons maintenant pendant quelques semaines, de manière à ce qu'ils traduisent quatre, cinq ou dix éléments essentiels de leurs logiciels ou progiciels. Ceci leur permet de faire des tests de marché avec leurs propres clients et partenaires. Avant d'acheter notre technologie, les entreprises peuvent maintenant voir concrètement si son utilisation leur rapportera!

*Jean-Patrice Isaac,
directeur du bureau Canada-États-Unis, WizArt, Westmount,
Canada.*

Attentes déçues

La faiblesse de la demande a certes pour cause le ralentissement économique, mais elle tient aussi, pense John Chandioux, président de John Chandioux experts-conseils, au fait que la clientèle a souvent été échaudée par le passé! «L'industrie du TIL est partiellement responsable de son sort, souligne M. Chandioux, parce que plusieurs entreprises y sont allées, au fil des ans, de fausses promesses. Par exemple, certains producteurs de correcteurs affirmaient, dans les années 1990, que leurs outils permettaient d'améliorer le français écrit des utilisateurs, alors que l'on ne peut pas utiliser ces applications quand on ne maîtrise pas la langue au départ. Il faut avoir un sens critique développé pour évaluer les suggestions faites par la machine!»

«De même, continue M. Chandioux, les producteurs de traducteurs automatiques grand public n'ont jamais réussi à tenir leurs promesses.

Je pense par exemple à Global Translator, l'inventeur du jetticiel, [...] logiciel pitoyable, mais suffisamment bon marché pour que tout le monde l'essaye et que personne ne s'en serve. Le PDG de l'entreprise disait lui-même: 'Pourquoi me priverais-je de vendre ce logiciel même s'il ne vaut rien si je peux faire 10 millions de dollars par an de chiffre d'affaires avec?' »