

## GUIDA ALLA SCELTA DEI SERVIZI DI TRADUZIONE E LOCALIZZAZIONE

### Informazioni utili per aziende e privati che si apprestano a scegliere un servizio di traduzione e localizzazione

La sempre maggiore diffusione ed accessibilità di Internet come mezzo di comunicazione di massa consente ormai a chiunque di presentare la propria offerta di servizi in modo più o meno accattivante, e ad un numero sempre maggiore di aziende e privati di utilizzare i motori di ricerca per individuare figure professionali in grado di soddisfare le proprie necessità di traduzione di testi, siti Web, o localizzazione di software.

In un marketplace globale dove le caratteristiche costitutive del mezzo utilizzato consentono di ridurre considerevolmente i tempi ed i costi di contatto annullando le barriere dello spazio, è naturale che la crescita costante della domanda di prodotti o servizi specifici produca il proliferare, a volte incontrollato, dell'offerta di tali prodotti e servizi. Il mercato della traduzione e localizzazione è sicuramente uno degli esempi più caratteristici: in questo caso il mezzo utilizzato (Internet) non facilita solamente il contatto tra domanda ed offerta, ma è la sua stessa diffusione a livello planetario, con la conseguente sempre maggiore necessità di comunicare in più lingue, che produce un aumento costante della richiesta di servizi in questo settore.

Come accade anche per molti altri servizi professionali, il mercato dei servizi di traduzione e localizzazione è molto frammentato. Ad un primo confronto superficiale non è difficile infatti riscontrare scostamenti notevoli nei prezzi proposti, ma una analisi più approfondita rivela differenze sostanziali anche nelle caratteristiche (sia quelle dichiarate e pubblicizzate che quelle reali e verificabili) dei soggetti che propongono tali servizi, nelle soluzioni offerte, nei metodi di lavoro e controllo della qualità adottati.

Per orientarsi in un mercato caotico, frammentato e ancora poco conosciuto, e scegliere la soluzione più adatta alle proprie esigenze, è sicuramente necessario procedere con la massima attenzione. Nel mondo degli affari le scorciatoie sulla via del risparmio, la fretta o la poca attenzione alle caratteristiche del servizio richiesto finiscono per trasformarsi in costi salati, sia in termini economici, sia in termini di prestigio personale o aziendale (clausole contrattuali tradotte male, manuali tecnici sbagliati, messaggi pubblicitari fuori bersaglio, siti Web che non comunicano e che non risultano reperibili sui motori di ricerca, ecc.).

In questa guida alla valutazione ed alla scelta dei servizi di traduzione e localizzazione ci proponiamo di illustrare gli elementi logici da considerare – possibilmente nella sequenza in cui sono presentati – quando ci si appresta alla ricerca del proprio partner e fornitore ideale. La guida è organizzata in quattro capitoli:

- 1. Chi sono gli operatori del settore**
- 2. Un passo importante: comprendere e definire le proprie esigenze**
- 3. Come scegliere il servizio più adatto alle proprie necessità**
- 4. Come rapportarsi con il fornitore di servizi prescelto**

## 1. Chi sono gli operatori del settore

Come abbiamo detto, questo è un mercato particolarmente frammentato: da chi si propone come traduttore da e verso una lingua dopo aver fatto per qualche mese il commesso in un negozio nel paese dove tale lingua è diffusa, ai professionisti con anni di esperienza al proprio attivo, dalle piccole agenzie di brokeraggio ai network con centinaia di traduttori e sistemi di controllo della qualità avanzatissimi. Semplificando, possiamo individuare cinque grandi categorie: giovane freelance, professionista freelance, broker, piccola agenzia, network o grande agenzia.

### ***Il giovane freelance.***

Spesso è un giovane interprete diplomato o un laureato in lingue, a volte è uno studente straniero che desidera arrotondare le proprie entrate, un cittadino straniero residente (per lavoro, matrimonio, o altro) in un paese diverso dal proprio, o ancora un improvvisato "traduttore" che si propone come tale pur senza averne l'esperienza.

Alcune di queste figure sono certamente poco attendibili come traduttori: il puro fatto di *parlare* correntemente una lingua e *conoscere* un'altra non rende infatti chiunque un professionista della traduzione! Ponetevi questa domanda: quante sono le persone che, pur *parlando* più o meno correttamente la propria lingua madre, sarebbero in grado di *insegnarla*, o perlomeno ne conoscono approfonditamente la grammatica e la sintassi? Inoltre, la traduzione non è una semplice conversione meccanica delle parole, ma richiede la totale comprensione del testo originale da parte del traduttore, che deve "renderlo" in una lingua diversa da quella originale tenendo conto degli standard tecnici, dei requisiti stilistici, delle aspettative e delle richieste del mercato e della lingua di destinazione.

Il giovane freelance si riconosce quasi sempre dall'offerta di servizi a prezzi particolarmente convenienti, spesso sia da che verso la propria lingua madre, e nella maggior parte dei casi senza referenze controllabili circa i lavori precedentemente svolti o la clientela esistente. In alcuni casi viene utilizzata diffusamente nel materiale promozionale (brochures, siti Web, presentazioni, ecc.) la definizione di "agenzia" anche quando, a tutti gli effetti, si tratta di one-man-companies in cui un singolo freelance propone i propri servizi nel maggior numero di coppie linguistiche possibile affidandosi al brokeraggio per quelle in cui non si sente sufficientemente preparato (dimostrando così, tra l'altro, di non avere una idea ben precisa di quali siano effettivamente i compiti di una agenzia).

Con questo non vogliamo certamente sminuire le capacità e la preparazione di molti giovani freelance. Sono infatti molti i giovani professionisti che pur non avendo ancora una esperienza consolidata hanno tutte le carte in regola per crescere professionalmente e diventare ottimi traduttori, e possono offrire già all'inizio della propria carriera un servizio di discreta qualità. In molti casi è però necessario poter affiancare loro un revisore "senior" che controlli il prodotto finale apportando le necessarie correzioni tecniche e stilistiche, e per progetti complessi un project manager che sia in grado di seguire ed organizzare il lavoro. Ponetevi anche in questo caso una domanda: se aveste bisogno di un avvocato vi rivolgereste ad un neolaureato o sareste più tranquilli contattando uno studio affermato, dove l'operato dei pur validissimi praticanti viene controllato da professionisti con maggiore esperienza? Molti giovani freelance vengono infatti utilizzati dalle migliori agenzie ed inseriti, dopo una accurata selezione e verifica delle effettive capacità, in team di

lavoro dove la presenza di revisori e project manager di sicura esperienza consente di garantire al cliente finale un prodotto di indiscussa qualità.

### ***Il professionista freelance.***

E' una figura professionale a tutti gli effetti, con almeno alcuni anni di esperienza nel settore, che ha fatto della traduzione la propria attività principale (e quasi sempre, la propria passione). Il professionista propone i propri servizi da una o più lingue (dette lingue "passive") verso la propria lingua madre (detta per questo lingua "attiva"), e non viceversa. Non sono rarissimi i casi di bilinguismo completo (due lingue "attive"), che vengono però segnalati ed illustrati dal professionista con riferimenti precisi nel curriculum o nella presentazione generale dei propri servizi. Il professionista segnala inoltre quasi sempre le proprie aree di specializzazione, rifiutando lavori tecnici che non ricadono in queste o segnalando la necessità di una revisione tecnica. E' infatti improbabile che lo stesso traduttore, anche se forte di una esperienza pluriennale, sia in grado di trattare indifferentemente e contemporaneamente testi tecnici nel settore legale, nel settore biomedico, nel settore informatico e nel settore dell'ingegneria edile, che sia in grado di trattare tutti i formati (file testuali, HTML ed altri formati per il Web, file di database, presentazioni in Power Point, file grafici con testo incluso, ecc.), e che sia in grado di fornire anche servizi DTP (conversione di formati, formattazione e impaginazione per la stampa, ecc.). Il professionista segnala inoltre chiaramente le proprie disponibilità in termini di tempo: non è difficile sentirsi rispondere da un traduttore professionista che il lavoro proposto potrà essere preso in considerazione solamente dopo un certo periodo perché al momento è impegnato con un altro cliente, o sentirsi consigliare un collega o una agenzia come valida alternativa per lavori urgenti. Un'altra caratteristica del professionista sono le referenze, più o meno verificabili ma quasi sempre indicate nel proprio curriculum o nella presentazione dei propri servizi come elenco di clienti finali o agenzie di traduzione, caratteristiche dei lavori effettuati, riconoscimenti e certificazioni da parte di enti o associazioni professionali.

Naturalmente, i prezzi offerti da un professionista sono più alti di quelli dei giovani freelance, a volte superiori a quelli di alcune agenzie quando si tratta di lavori urgenti o particolarmente complessi sotto il profilo tecnico.

### ***Il broker.***

La pratica del brokeraggio va diffondendosi sempre di più anche nel settore della traduzione e localizzazione. In alcuni casi, il tipo di servizio offerto è chiaramente illustrato nelle sue caratteristiche, modalità di fornitura e limiti, mentre in altri è più o meno "mascherato da agenzia" anche quando, a tutti gli effetti, non vi sono i presupposti e le caratteristiche strutturali di una vera e propria agenzia.

Il broker è una struttura che opera come intermediario tra il cliente ed i fornitori dei servizi di traduzione, siano essi freelance o agenzie. Spesso si tratta di siti Web organizzati con una interfaccia ad accesso gratuito per la comunicazione delle proposte di lavoro da parte di potenziali clienti ed una interfaccia a pagamento (abbonamento fisso o percentuale sul valore dei lavori confermati) per l'accesso e la risposta da parte dei fornitori interessati. In questi casi il tipo di servizio fornito e le caratteristiche del rapporto sono evidenti: un portale dedicato può certamente favorire l'incontro tra domanda ed offerta. pur senza intervenire direttamente negli sviluppi successivi dei rapporti che vengono liberamente instaurati e senza la pretesa di garantire alcuna delle parti in causa, stabilire prezzi e modalità di pagamento. L'utilità ed efficacia di simili strutture è naturalmente tanto maggiore quanto maggiore è la

frequentazione delle stesse sia da parte di chi richiede che di chi offre servizi. E' la legge che presiede al successo o al fallimento delle comunità virtuali in generale, e dei portali di settore in particolare: un numero ridotto di professionisti ed agenzie iscritti ed attivi nel valutare le richieste pubblicate offrirà poche garanzie ai potenziali clienti, mentre un numero ridotto di richieste pubblicate porterà dopo poco tempo all'abbandono da parte delle agenzie e dei professionisti iscritti.

Altro discorso riguarda i broker "mascherati" da agenzia. In questo caso il servizio proposto non è per nulla differente da quanto esposto in precedenza, in quanto l'unica attività della struttura è quella di prendere lavori di traduzione, passarli ad un'altra agenzia o ad un freelance, e riconsegnarli al cliente ricaricando una percentuale sul costo. La mancanza di un processo di controllo della qualità e di sistemi di gestione dei progetti consente a queste pseudo-agenzie di offrire prezzi spesso inferiori a quelli delle agenzie vere e proprie, fornendo però un prodotto la cui qualità dipende esclusivamente dalle capacità del traduttore scelto dal broker (che molto spesso viene selezionato sulla base dell'offerta più bassa ricevuta). Molte di queste pseudo-agenzie sono meteore che nascono e muoiono nell'arco di pochi mesi e che spesso sono conosciute (ed evitate) dagli stessi traduttori professionisti per la tendenza a non pagare con regolarità le prestazioni richieste. Purtroppo non è facile per chi non ha una conoscenza approfondita del mercato della traduzione e localizzazione individuare e distinguere le pseudo-agenzie dalle agenzie vere e proprie. Alcuni segnali indicatori sono la scarsità di informazioni circa le caratteristiche dei servizi offerti, l'assenza o scarsità di referenze o elenchi di clienti, o ancora la tendenza a formulare preventivi "finali" senza aver neppure valutato il materiale originale.

### **La piccola agenzia.**

Generalmente è una struttura specializzata in un numero limitato di coppie linguistiche ed in aree ben definite. Il più delle volte è frutto della collaborazione di uno o più traduttori professionisti che uniscono la propria esperienza, costituendo una struttura in grado di gestire progetti di traduzione e localizzazione anche di una certa complessità. Nell'ambito delle proprie competenze linguistiche e tecniche la piccola agenzia è in grado di garantire un intervento professionale in tutte le fasi della lavorazione: dalla acquisizione dei clienti alla prima elaborazione dei testi, alla revisione, al controllo di qualità, alla formattazione secondo le specifiche richieste.

La piccola agenzia non ha generalmente traduttori interni al di fuori dei titolari, ma può appoggiarsi ad altri professionisti selezionati per alcune coppie linguistiche o per la traduzione di materiale con specifiche tecniche che sono al di fuori delle competenze specifiche dei titolari, garantendo la gestione del progetto in tutte le sue fasi ed intervenendo attivamente nei processi di controllo. In altri casi la piccola agenzia di traduzione è in grado di consigliare il cliente nella scelta di altre agenzie o professionisti, o coordinare il lavoro agendo da capo-commessa, in particolare per progetti multilingue o dove siano richieste competenze tecniche molto diverse tra loro (ad esempio, la traduzione di un testo e la sua formattazione come brochure, presentazione multimediale, ed inserimento del testo opportunamente adattato in un sito Web).

I prezzi offerti dalle piccole agenzie di traduzione sono generalmente più alti di quelli di un professionista freelance nella stessa coppia linguistica, area di intervento ed area geografica in cui la struttura ha sede. In compenso, la piccola agenzia è in grado di assorbire e gestire una mole di lavoro superiore a quella del singolo

professionista, ed è generalmente disponibile per lavori urgenti e/o di piccole dimensioni.

### ***Il network o la grande agenzia.***

La grande agenzia di traduzione opera su un vasto numero di coppie linguistiche e di aree tecniche, avvalendosi sia di traduttori interni che di professionisti freelance selezionati e stabilendo rapporti di collaborazione con altre agenzie per coppie linguistiche o aree di specializzazione particolari. La sua struttura le consente di gestire efficacemente progetti anche di grandi dimensioni, creando team di lavoro in cui intervengono traduttori, revisori tecnici, redattori ed altre figure professionali necessarie a seconda del tipo di progetto, coordinati da supervisori e Project Manager che svolgono una funzione di interfaccia con il cliente.

I servizi offerti possono essere orientati al solo settore della traduzione di testi o comprendere anche la traduzione e localizzazione di siti Web, la localizzazione di software, servizi di consulenza, interpretariato, servizi aggiuntivi quali Desktop Publishing, ecc. La possibilità di selezionare le figure professionali più adatte per ciascun progetto e l'applicazione di efficaci metodologie di gestione e controllo consentono all'agenzia di garantire un elevato livello di qualità finale del prodotto.

La grande agenzia ha talvolta più di una sede o rappresentanze in più di un paese. I prezzi offerti sono in genere più alti di quelli dei professionisti freelance e delle piccole agenzie, e vengono generalmente fissati degli importi minimi di progetto.

Il network ha caratteristiche simili a quelle della grande agenzia, ma le risorse umane in-house hanno in genere solo funzioni di controllo e gestione di una rete di professionisti (traduttori, revisori, editori di testi, specialisti tecnici, ecc.) che vengono selezionati inizialmente ed utilizzati creando team di lavoro virtuali a seconda dei progetti in lavorazione. Uno dei vantaggi dello sviluppo della rete è in effetti quello di poter creare degli "uffici virtuali" dove molti professionisti lavorano "fianco a fianco" pur restando fisicamente ciascuno nel proprio luogo di residenza.

Il network può avere più di una sede o centri di coordinamento dislocati in più di un paese, anche se i contatti con i clienti avvengono prevalentemente via e-mail o telefono. I ridotti costi di struttura consentono solitamente ad un network ben strutturato di gestire progetti complessi accedendo ad una gamma di risorse particolarmente ampia, garantendo lo stesso livello di qualità finale di una grande agenzia a prezzi sensibilmente inferiori, pari a quelli di un professionista freelance.

Sia la grande agenzia che il network hanno generalmente siti Web di dimensioni medio-grandi, con più versioni linguistiche, e sono in grado di presentare un elenco di clienti finali, case histories di lavori effettuati, ed in molti casi mettono a disposizione materiale informativo e risorse nel settore della traduzione e localizzazione.

## 2. Un passo importante: comprendere e definire le proprie esigenze

Il primo passo da compiere prima di procedere alla ricerca ed alla selezione del servizio di traduzione, localizzazione o consulenza più adatto alle vostre esigenze è quello di definirle con precisione. Sembra una affermazione ovvia, ma sono ancora oggi moltissimi coloro che -- per superficialità, per scarsa conoscenza delle caratteristiche del mercato, o per la mancanza di strumenti di analisi efficaci -- sottostimano (o sovrastimano) le proprie esigenze affidandosi ad un servizio inadatto a soddisfarle o ancor peggio mettendo chi sarebbe potenzialmente in grado di soddisfarle in condizione di non poter operare efficacemente sin dalla fase di proposta di preventivo.

Se dovete affittare un mezzo di locomozione per recarvi nella savana africana, una lussuosa berlina si rivelerà certamente inadatta anche se lo stato del motore e della carrozzeria sono perfetti, mentre per districarsi nel traffico di una grande metropoli (e trovare facilmente parcheggio) un potente fuoristrada sarà meno efficiente di una agile utilitaria. Anche nel caso in cui decidiate di affidarvi ad una grande agenzia di affitto auto per la scelta, se non siete in grado di definire con precisione e spiegare le vostre esigenze anche il più preparato dei commessi avrà difficoltà a consigliarvi la soluzione più adatta.

Analizzate quindi attentamente quali sono le vostre necessità, preparando un breve elenco di caratteristiche che vi sarà utile sia nella fase di ricerca che in quella del primo contatto per la selezione dei potenziali fornitori.

Innanzitutto, classificate con precisione il tipo di originali che avete a disposizione.

a) Originali in formato testuale. Considerate il formato dei documenti: si tratta di testi in formato elettronico o in formato cartaceo? Nel primo caso, di che tipo sono i file originali e che tipo di formattazione hanno? Anche un testo su file Word può essere formattato in molti modi (presenza di tabelle, formule, utilizzo di layout particolari, ecc.). Considerate che alcuni formati sono editabili direttamente (file di Word Processing DOC, RTF, TXT, PM3/4/5 ecc., files di database XLS, DBF, MDB, file di presentazione PPT, PPS, ecc.), mentre alcuni altri non lo sono, o quando sono convertibili in testo non è possibile mantenere la formattazione ed il layout originale del documento (file PDF, scansioni di testi presentati come immagini TIF, JPG, GIF). Ricordate che anche quando viene richiesto un servizio aggiuntivo di DTP, è sempre utile poter fornire il testo originale in formato editabile. Se si tratta di originali in formato cartaceo, controllatene la leggibilità e valutate la possibilità di provvedere ad una scansione degli originali per produrre file di immagine leggibili da inviare in valutazione. Considerate che l'invio dei vostri originali via fax ne riduce considerevolmente la leggibilità, quindi se avete un testo originale già non perfettamente leggibile sarà improbabile che un traduttore possa lavorare sullo stesso testo ricevuto via fax. In alcuni casi è quindi necessario prevedere di dover inviare gli originali, o fotocopie di ottima qualità degli stessi, via corriere espresso.

b) Originali in formati per pubblicazione sul Web. Considerate anche in questo caso il formato dei documenti. La traduzione e localizzazione di siti e pagine Web richiede competenze specifiche che devono essere segnalate e verificate

nella vostra ricerca del servizio più adatto: nella maggior parte dei file per la pubblicazione sul Web non è il solo testo visibile a dover essere considerato, ma anche le tag interne al codice (<title> tag, AltTag, MetaTag, OnMouseOver, Linktitle Tag, Tag di comandi, messaggi di errore, ecc.). Verificate se vi sono file di immagini (GIF, JPG, BMP, PNG) che contengono all'interno testo da tradurre, considerando la possibilità di avere a disposizione i file originali (PSD, EPS, CDR, ecc.) con livelli, dai quali potranno essere ricreati i file pubblicabili dopo l'elaborazione del testo interno. Annotate il formato dei file originali (HTM/HTML, XML, PHP, PERL, ASP, CFM, ecc.) in modo da poter orientare la vostra ricerca verso un servizio professionale in grado di operare direttamente su tali formati. Considerate inoltre che un semplice copia&incolla del testo da una pagina Web ad un file Word per fornire ad un servizio di traduzione un formato editabile non è sempre la soluzione migliore. Anche se ritenete di poter procedere alla operazione inversa una volta ottenuta la traduzione, con questo sistema verranno perse tutte le tag di codice non visibile. Ed anche se il testo fornito contiene tutte le componenti da sottoporre a traduzione è possibile che tali componenti "estratte" da un file HTML non rendano più agevole il lavoro di traduzione e/o complichino il successivo lavoro di reinserimento in un file HTML. Per non parlare dei testi in lingue che richiedono codifiche particolari, dove il corretto inserimento ed elaborazione di testi su pagine HTML è operazione certamente non facile anche per un webmaster esperto, a meno che non abbia esperienza specifica nella realizzazione di pagine Web in tali codifiche. Meglio quindi avere le idee chiare sin dall'inizio, ed orientare la propria ricerca verso servizi professionali in possesso dell'esperienza necessaria per tradurre e localizzare siti e pagine Web.

c) Originali in formato multimediale. La traduzione e localizzazione di file multimediali richiede competenze, software ed attrezzature specifiche, che non tutti i servizi di traduzione sono in grado di garantire. Verificate di avere a disposizione i file originali in un formato editabile (con gli appositi programmi, ovviamente), e non formati compressi e formattati per la pubblicazione e diffusione. Orientate anche in questo caso la vostra ricerca verso servizi che siano in possesso di competenze ed attrezzature specifiche.

d) Software da localizzare. La localizzazione di un software, come la localizzazione di siti Web, è una operazione complessa che necessita di un attento coordinamento delle fasi di lavoro e prevede la collaborazione di diverse figure professionali, che vanno dal traduttore, al grafico, al programmatore, all'esperto di marketing. Oltre alla traduzione e localizzazione delle stringhe testuali, è necessario un adattamento completo della funzionalità, dell'interfaccia utente, della guida in linea e delle risorse multimediali del prodotto alle specifiche della lingua di destinazione, con la conversione dei componenti numerici, adattamento delle dimensioni delle finestre, ed eventuale modifica della formattazione ove necessario. In generale, già nella fase di studio e compilazione di un software è bene prevedere le possibilità di doverlo localizzare in più lingue, separando dal codice puro tutte le componenti testuali e raccogliendole in unità di locale che potranno venire trattate separatamente. Si parla in questo caso di *internazionalizzazione*, ovvero di predisposizione della architettura di un software per una successiva traduzione e localizzazione in più lingue. Verificate di avere a disposizione tutte le specifiche e le caratteristiche dei vari elementi da tradurre, per poterli sottoporre in valutazione.

Dopo aver individuato il tipo di originali, è utile classificarli ulteriormente secondo l'eventuale area di specializzazione. Se i vostri testi sono estremamente specialistici, potreste avere a disposizione un glossario di termini preferiti, o riferimenti a testi e pubblicazioni facilmente reperibili (ad esempio, sul Web) da sottoporre a chi dovrà occuparsi della traduzione e localizzazione del materiale. In particolare nel caso di lavori di grandi dimensioni, la ricerca terminologica per la definizione di un glossario base è una delle prime operazioni che vengono effettuate da un servizio professionale: la disponibilità di un elenco di termini da integrare in tale glossario non è solo particolarmente gradita, ma può accorciare i tempi di lavorazione, risolvere eventuali dubbi o produrre richieste di chiarimento mirate, portando ad un risultato migliore sotto il profilo qualitativo.

Infine, procedete se vi è possibile al conteggio delle parole e dei caratteri dei testi originali. Se il materiale è in formato Word avete la possibilità di effettuare il conteggio sui file in vostro possesso utilizzando il tool che si trova nel menu *Strumenti*, sottomenu *Conteggio Parole*, risultato *Caratteri (spazi inclusi)*. Annotatevi il numero di parole e caratteri + spazi rilevati, in modo da poter essere in grado di comunicarlo fin dall'inizio. Se il materiale è in altri formati editabili, sarà eventualmente compito dei fornitori di servizio prescelti utilizzare appositi software di parsing per i conteggi dei testi originali.

Una volta classificato il tipo di originali a disposizione, e verificato di avere effettivamente a disposizione tutto ciò che serve per mettere il fornitore che sceglierete nelle condizioni migliori per garantirvi un servizio di prima qualità, siete nella condizione migliore per definire il tipo di servizio più adatto alle vostre esigenze. Preparate un breve rapporto indicando le caratteristiche del materiale originale, l'output richiesto, le lingue e/o i mercati di destinazione, il numero di parole/caratteri ed i tempi entro i quali ritenete necessario vi sia fornito il servizio. Una richiesta ben organizzata e dettagliata non produrrà solamente offerte più precise da parte dei servizi contattati, ma vi metterà in condizione di valutare meglio le caratteristiche delle offerte ricevute e l'esperienza mostrata da parte dei potenziali fornitori nell'analizzarle e formulare proposte adeguate.

### 3. Come scegliere il servizio di più adatto alle proprie necessità

Scegliere un fornitore di servizi è sempre una operazione delicata, che va fatta dopo una attenta ricerca delle effettive disponibilità del mercato ed una corretta valutazione delle proposte ricevute. Come abbiamo detto in precedenza, le scorciatoie sulla via del risparmio, la fretta o la poca attenzione alle caratteristiche del servizio richiesto rischiano quasi sempre trasformarsi in costi salati o in effetti negativi sul prestigio personale o aziendale. Molte aziende non si rendono ancora conto che affidare un lavoro di traduzione, localizzazione, interpretariato o consulenza tecnica sulla comunicazione multilingue, significa nella maggior parte dei casi affidare a qualcuno la propria immagine ed il successo delle proprie iniziative di comunicazione sui mercati esteri di destinazione. Non dovete quindi cercare un semplice "traduttore", ma un servizio professionale che sia in grado di comprendere e comunicare le vostre idee ed il vostro messaggio, adattandolo alla lingua ed alla cultura del mercato di destinazione.

Utilizzate l'analisi preliminare delle vostre necessità per orientare la vostra ricerca. Uno dei vantaggi della diffusione di Internet è la possibilità di reperire con estrema facilità informazioni su aziende e professionisti di ogni tipo, ma per trovare quello che cercate dovrete naturalmente... saper cercare nel modo giusto. Potete utilizzare un motore di ricerca o una directory dove sia presente una categoria dedicata ai servizi di traduzione. Nel primo caso è importante definire ed utilizzare le chiavi di ricerca più appropriate per il servizio di cui avete bisogno, in modo da evitare di perdere tempo tra pagine di risultati inutili o inadatti ai vostri scopi. Se dovete tradurre e localizzare un sito Web dall'italiano all'inglese, cercate "traduzione siti italiano inglese" o "localizzazione siti italiano inglese", e non semplicemente "traduzione" o "agenzia traduzioni"; se dovete localizzare un software cercate "localizzazione software"; se dovete tradurre un testo dall'italiano al francese cercate "traduzione testi italiano francese"; e così via.

Visitate i siti dei vari servizi di traduzione che troverete nelle pagine dei risultati o nelle categorie delle directory dedicate a tale settore, e valutate con attenzione le loro caratteristiche, anche sulla base di quanto illustrato in precedenza circa la composizione del mercato. Come potrete notare, troverete tutte o quasi tutte le componenti precedentemente illustrate. Valutate la completezza dell'informazione presentata nei siti che visiterete, e la correttezza della versione linguistica del sito che state visitando: non sono purtroppo infrequenti i siti di pseudo-agenzie che presentano i propri servizi di "traduzione professionale" con versioni tradotte in modo approssimativo, o in alcuni casi persino con sistemi di traduzione automatica !

Non lasciatevi attirare esclusivamente dal prezzo più basso, quando questo viene pubblicato sul sito. Ricordate che le tariffe possono variare a seconda del tipo di servizio richiesto e delle caratteristiche del materiale originale. Un prezzo alto non garantisce necessariamente un livello alto di qualità, ma è certo che chi offre i propri servizi a prezzi poco più alti di quelli di una baby sitter non saprà garantirvi l'attenzione e l'esperienza dovuta. Inoltre, i servizi veramente professionali forniscono sui propri siti prezzi puramente indicativi, e lo specificano chiaramente: ogni lavoro di traduzione e localizzazione deve infatti essere considerato un progetto a sé stante, la cui maggiore o minore complessità deve essere valutata attentamente per poter formulare un preventivo che vi garantisca il massimo standard di qualità alle condizioni più economiche.

Orientatevi, sempre e comunque, verso un servizio professionale ! Che sia una piccola agenzia, un grande network, o un professionista freelance, non rischiate di affidare l'immagine della vostra azienda ed il successo della vostra comunicazione a chi non ha sufficiente esperienza.

Anche scegliere tra le varie offerte professionali può non essere semplice. Quali sono infatti gli elementi da considerare nella vostra prima selezione? Ecco i principali:

### ***I vantaggi dell'agenzia.***

- è generalmente più disponibile rispetto al traduttore (che nel momento del vostro bisogno può essere impegnato in un altro progetto);
- ha generalmente accesso ad un'ampia base di traduttori e quindi possibilità di ripartire grosse moli di lavoro coordinando più traduttori e riducendo i tempi di consegna;
- ha già operato una selezione, secondo criteri più o meno rigidi, dei traduttori che utilizza
- in particolare se si tratta di un network, ha accesso a traduttori e revisori con esperienze specifiche in settori diversi, ed è quindi in grado di assegnare il lavoro ad un team ad hoc tenendo conto non solo della lingua di destinazione, ma anche delle specifiche tecniche del materiale originale;
- ha la possibilità di gestire efficacemente progetti complessi, dove viene richiesto l'intervento di professionalità diverse (traduttori, revisori, tecnici di settore, esperti di marketing e comunicazione, ecc.);
- ha la possibilità di coordinare in modo più efficace progetti multilingue, evitandovi di dover selezionare e trattare con singoli professionisti per ciascuna lingua di destinazione;
- garantisce generalmente un livello maggiore di controllo qualità (utilizzo di revisori, disponibilità di glossari, controllo interno finale);
- è in grado di operare su più fronti (es. traduzione dello stesso materiale in formato testuale, sottoforma di siti Web, presentazione multimediale, ecc.);
- è solitamente in grado di offrire una gamma di servizi aggiuntivi (es. interpretariato, DTP, promozione online, ecc.);
- è solitamente in grado di fornire preventivi precisi per progetti complessi, sia per quanto riguarda i costi che per quanto riguarda i termini di consegna.

### ***I vantaggi del professionista freelance.***

- è generalmente in grado di garantire consegne rapide per lavori urgenti, in particolare per piccole quantità di testo;
- ha costi che possono essere più bassi rispetto a quelli di una agenzia;
- può accettare lavori di piccole e piccolissime dimensioni senza imporre minimi di fatturazione.

Operate una prima selezione utilizzando il buon senso: cercate un giusto equilibrio tra competenze, referenze, caratteristiche del servizio, eventuali costi, e contattate per un preventivo chi ritenete possa offrire il servizio migliore per le vostre esigenze specifiche. Utilizzate l'analisi preventiva delle vostre esigenze per fornire sin dal primo contatto tutte le informazioni necessarie per la definizione di un preventivo. Non basta infatti chiedere "quanto costa tradurre dalla lingua X alla lingua Y un testo di 20 pagine" (la "pagina" è una entità non definibile con esattezza, il testo può avere caratteristiche tecniche che richiedono l'intervento di revisori con esperienza in un

settore particolare, il formato dei file originali è importante per valutare la complessità del lavoro...).

Le informazioni minime che dovrete essere in grado di fornire in un primo contatto con un servizio professionale sono:

- tipo di lavorazione (traduzione di testi, traduzione di sito o pagine Web, localizzazione di software, localizzazione di file multimediali...);
- lingua di origine e lingua o lingue di destinazione;
- mercato e tipo di destinazione del materiale tradotto (il portoghese parlato in Europa non sarà adatto per una traduzione destinata al Brasile e viceversa, così come un testo scritto per specialisti di settore non potrà essere capito da profani, mentre un testo redatto con uno stile divulgativo potrebbe offendere un professionista);
- formato del materiale originale: se si tratta di documenti cartacei, indicare se gli originali sono stampati originali, fotocopie, fax, scansioni, ecc.; se si tratta di originali in formato elettronico indicare il tipo dei file;
- numero di parole e caratteri di testo (se siete in grado di provvedere al conteggio), o dimensione approssimativa;
- termini di consegna richiesti.

Preparatevi a fornire i materiali originali in visione, in quanto molti professionisti ed agenzie lo richiederanno espressamente per fornirvi un preventivo finale (diffidate di chi vi presenta un preventivo "definitivo" senza aver analizzato il materiale originale). Originali in formato cartaceo potranno essere inviati per corriere espresso, o fotocopiati (importante è la buona qualità delle fotocopie) se si tratta di originali unici, o ancora sottoposti a scansione e convertiti in immagini GIF (anche in questo caso la qualità della scansione e la definizione sono importanti) per l'invio con posta elettronica. Originali in formato elettronico potranno essere facilmente spediti via e-mail, possibilmente in cartelle compresse se si tratta di molto materiale. Alcune agenzie offrono anche interfacce dedicate per l'upload del materiale da valutare sui propri server.

Se si tratta di materiale riservato, non esitate a chiedere una dichiarazione di non diffusione (Non Disclosure Declaration), che qualsiasi servizio professionale sarà in grado di inviarvi.

Una volta ottenuti i preventivi, l'analisi delle proposte è la fase più importante del processo di valutazione e scelta del vostro fornitore di servizi di traduzione e localizzazione. Non abbiate timore di chiedere eventuali ulteriori informazioni non ricavabili dal materiale informativo pubblicato o dal preventivo inviatovi. Siate anche pronti a fornire ulteriori informazioni che vi vengano richieste. Valutate i preventivi ricevuti cercando un equilibrio tra competenze dichiarate, referenze, caratteristiche del servizio e presentazione dell'offerta preliminare, costi e termini di consegna proposti, e le vostre esigenze specifiche. Non stupitevi delle condizioni di pagamento generalmente meno elastiche di quelle dei vostri fornitori abituali: è perfettamente normale che in occasione di un primo lavoro un professionista o una agenzia vi richieda il pagamento anticipato a fronte di un preventivo a forfait, o che vi richieda perlomeno un consistente anticipo.

La maggior parte dei servizi professionali vi richiederà un ordine scritto formale, dove dovranno essere indicate le caratteristiche del lavoro, l'importo concordato e le modalità di pagamento, eventualmente con riferimento a precise condizioni di contratto pubblicate online o fornite in allegato all'ordine. Leggete attentamente le

condizioni di contratto, stampandone una copia se queste sono pubblicate online. Ricordate, ancora una volta, che l'immagine della vostra azienda ed il successo della vostra comunicazione dipende dalla professionalità del fornitore di servizi che avrete scelto.

#### 4. Come rapportarsi con il fornitore di servizi prescelto

Una volta scelto il fornitore che vi appare più adatto ed affidato un lavoro di traduzione, non "abbandonatelo a sé stesso". Tanto più il lavoro affidato è complesso, tanto più la vostra presenza sarà necessaria per garantire la qualità del prodotto finale.

Mettete a disposizione del vostro fornitore tutto il materiale e tutte le informazioni che ritenete possano essere utili per svolgere meglio il suo lavoro: testi già tradotti o testi simili, illustrazioni, glossari, definizioni di eventuali abbreviazioni o termini gergali, materiale didattico e tecnico, o altre informazioni come bibliografie o riferimenti a siti Web. Incaricate una persona competente all'interno della vostra azienda che possa fungere da referente tecnico durante lo svolgimento del lavoro. Ricordate che i migliori servizi professionali non esitano a rivolgere domande ai propri clienti quando qualcosa non è chiaro o hanno comunque bisogno di ulteriori informazioni: assicuratevi di essere in grado di aiutarli.

Ascoltate gli eventuali consigli e suggerimenti del vostro fornitore di servizi di traduzione. Può capitare che il vostro testo originario contenga componenti o riferimenti che non avrebbe senso "tradurre" in una determinata lingua, in particolare quando la comunicazione è rivolta ad una particolare area geo-linguistica. Un testo non deve solamente essere *localizzato* (adattato alle esigenze ed alle specifiche culturali della lingua e del mercato di destinazione), ma talvolta deve essere integrato con informazioni specifiche che rispondano alle esigenze di tale mercato. Ad esempio, se nella presentazione di una località turistica è compresa una sezione di testo dove vengono indicati indirizzi ed orari di funzioni religiose, per alcuni mercati di destinazione sarà utile modificare o integrare tali informazioni con quelle relative alle religioni diffuse in tali aree geo-linguistiche (ha poco senso presentare ad un pubblico di lingua araba un testo dove vengono indicati indirizzi ed orari solo delle funzioni delle locali Chiese Cattoliche...). Un fornitore di servizi di traduzione professionale e veramente qualificato sarà in grado di farvi notare quando alcuni riferimenti contenuti nel testo originale (citazioni di sport nazionali, canzoni, slogan, detti e proverbi, film o programmi televisivi locali, ecc.) sono inadatti per il mercato/lingua di destinazione o per una comunicazione multilingue, e suggerirvi eventuali adattamenti, integrazioni o modifiche.

In particolare quando si tratta di materiale destinato alla pubblica diffusione (brochure pubblicitarie, siti Web, manualistica, ecc.) un traduttore professionista o una agenzia vi potrà chiedere se è possibile includere un riferimento all'autore della traduzione. Non consideratelo solo un modo per "farsi pubblicità": si tratta invece di una sorta di "marchio di qualità" che vi viene offerto senza costi ulteriori e che potrà portare solo benefici aggiuntivi alla vostra immagine. Per il vostro fornitore di servizi è infatti una dimostrazione dell'impegno profuso nel garantire un prodotto di qualità (la sua immagine e la sua professionalità sono direttamente messe in gioco), mentre per voi significa mostrare ai destinatari della vostra comunicazione che avete scelto di utilizzare un servizio professionale per garantire la qualità, correttezza e completezza dell'informazione a loro rivolta.

Se rilevate o vi vengono segnalati da terzi delle inesattezze nel materiale tradotto, contattate il vostro fornitore di servizi di traduzione segnalandogli il fatto, fornendogli tutti i particolari che avete a disposizione. Ricordate che la traduzione e la localizzazione non sono scienze esatte, e che per molte lingue esistono varianti locali

che possono far apparire un testo perfettamente tradotto per un mercato di destinazione come inesatto o comunque non perfetto per un mercato di destinazione diverso. Se il testo tradotto è particolarmente lungo, è anche possibile che qualche imprecisione o refuso siano sfuggiti alla rilettura, in particolare se il servizio che avete scelto non prevede una revisione da parte di un secondo traduttore. In tali casi, un servizio veramente professionale si renderà disponibile ad una revisione e correzione del testo.

Quanto più stretto sarà il rapporto tra voi ed il vostro fornitore di servizi, tanto più rifinito e professionale sarà il risultato finale. Creare un rapporto fondato sulla fiducia reciproca, rispetto e collaborazione, si rivelerà utilissimo sia nella fase di lavorazione del testo originale, sia nel caso dobbiate provvedere in un secondo tempo ad aggiornamenti del materiale precedentemente tradotto, o ne richiediate la traduzione in altre lingue.

Ettore R. Peyrot  
Services Coordination Manager  
Ability Top Translations  
[www.localization-translation.com](http://www.localization-translation.com)

Il presente articolo può essere ripubblicato liberamente, in tutto o in parte, purchè venga citato il nome dell'autore e riportato un link alla URL del sito Ability Top Translations nella forma [www.localization-translation.com](http://www.localization-translation.com)