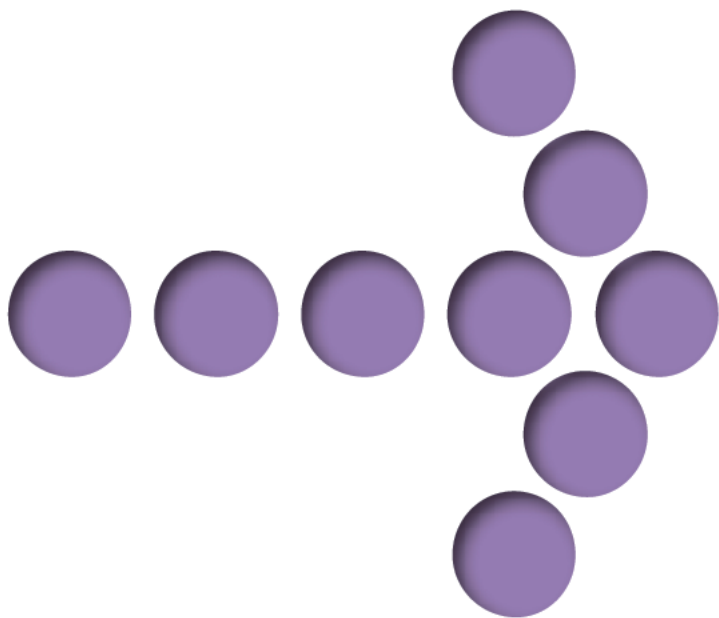


翻訳

で失敗しないために



翻訳発注の手引き

- **外国語は苦手なのに翻訳の手配担当を任されたー どうすればいい？**
- **翻訳を発注する際に陥りがちな落とし穴を避け、翻訳予算を有効に使うためのヒントをまとめました。**

これ、全部翻訳する必要がありますか？

何百ページもある文書を丸ごと翻訳に出すのはやめましょう。まずはクライアントや営業部門と話し合い、どの情報が実際に必要なのか確認してください。例えば、製品のヒットに貢献した社内全部門の一覧など、多くの外国人にとっては意味がなく、むしろ「井の中の蛙」という印象すら与える恐れもあります。本当に海外の読み手に伝える必要がある情報以外は、思い切ってすっきり刈り込んでしまうだけで、翻訳コストを大幅に削減できます。

アジアへの貿易派遣団に参加したある会社は、プロ翻訳者と相談した結果、写真を満載した会社案内は制作費が高くなるため原文のまま使い、仕様書だけを翻訳しましたが、商談では大きな成功を収めました。

カリフォルニアのある特許事務所では、定期的に専門翻訳者に日本語の特許文書を口頭で要約する作業を依頼し、全訳すべき文書を共同作業で取捨選択しています。



元の文書から不要な部分を削ぎ落とすか、短縮版の文書を新たに作成して、それを翻訳に出しましょう。翻訳費用の削減だけでなく、情報を絞り込むことがインパクトの向上にもつながります。

言葉で伝える必要、ありますか？

絵や図なら一目瞭然

世界中の読者を対象にするなら、流麗な文章やむやみに専門的な解説よりも、地図や絵記号、図表の方がずっと効果的です。翻訳作業も簡単になり、専門用語が誤訳されるリスクも少なくなります。そしてもちろん、翻訳料金もずっと低く抑えることができます。

スウェーデンの家具大手イケアは、287 店舗を 26 ヶ国で展開しており、そこで使われている言語は 30 種類にもものぼります。しかしイケアの家具組立マニュアルではほとんど言葉を使わず、図で手順を示しています。説明の 80%は絵だけ。文章で説明しているのは、安全のための注意事項だけです。

また、毎年世界中から約 7,000 万人もの利用客がやって来るヒースロー空港では、5 つのターミナルの案内に、国際的に通用する絵記号を使っています。



文章を使うのは、言葉でなければ説明できない内容や、言葉で伝えるのが最も効果的な場合に限定しましょう。

国際化は日本語版から始まる

日本文化やスポーツ、文学、社会慣習等に根ざした慣用句や比喻、故事成語などは、日本人には理解できても海外の読者には通じないため、翻訳の際には説明を加えたり、わかりやすく書き換える等の手間がかかります。それだけ誤訳・悪訳の原因にもなりやすいので、なるべく避けましょう。

文章表現だけではなく視覚情報にも配慮しましょう。同じ絵を見ても、外国人が日本人と同じ印象を受けるとは限りません。例えば、寺を表す地図記号のまんじは、海外ではナチスの鉤十字と誤解されることが多く、国によっては法律に抵触します。「夏休みの話だからカブトムシの絵」といった連想も、外国では通じません。

1998年1月に日本企業の代表者と面談した英国のブレア首相は、英国経済立て直しのために“full monty”で行く所存だと語りました。すべてをかなぐり捨てて全力を尽くす、というジョークだったのですが、あいにく映画「フル・モンティ」は日本ではまだ未公開。相手にポカンとされたただけでした。




ときには日本らしさを出すのが効果的な場合もありますが、現地に通じるかどうか確認しておく必要があります。電話番号、単位などを現地に合わせることもお忘れなく。

この翻訳、いくらかかりますか？

翻訳料金にはかなりの幅があります。高額イコール高品質とは限らないものの、「安かろう悪かろう」の落とし穴は翻訳にも当てはまります。コンビニの学生バイト料程度の報酬で働く翻訳者に、業界専門知識を駆使したプロの翻訳を求めるのは、所詮無理な話です。

あなたの会社の顔となる翻訳文をしっかりと推敲し、効果的な文書に仕上げるには、それなりの時間がかかります。多大な時間と人件費を掛けて練り上げた原文が、翻訳費用節約のために台無しになってしまうとなれば惜しいものです。

何億円もかけて開発した商品なのに、海外販売用の翻訳には数万円の予算しか割り当てていない会社もあります。これでは、せっかくの商品の魅力が確実に伝わる翻訳文が出来上がるかどうかは疑問です。価値の高い商品だからこそ、それに見合った翻訳料金を予算に組み入れることが大切です。


 **多言語・大量の翻訳では、翻訳作業の他に、プロジェクト管理、品質管理、標準化などの作業が必要です。そこで力を発揮するのが翻訳会社。付加価値サービスの分だけ料金も個人翻訳者より割高になりますが、社内での作業時間やコストが節約できます。**

原文の意味が伝わるだけでは駄目？

マレーシアのフジエアー社が日本で発売した DVD プレーヤーの画面表示は、「ディスク無」、「オーポン」、「再生ジタン押し続くり」等、日本風の社名に不釣り合いなお粗末さが話題になりました。

日本語のできない人が機械翻訳ソフトや辞書を使ってひねり出した珍訳は、笑いのネタにはなっても、会社のイメージには大打撃です。

このように明らかにひどい翻訳はもちろん論外ですが、一方、内容は正確であるものの、ごちなくて読みにくい翻訳もあります。原文にひきずられた直訳調の不自然な語順や訳語を使っているからです。このような翻訳は、最低限の情報伝達には充分かもしれません。しかし、単なる情報以上の訴求力が求められる、製品やサービスの宣伝文には使えません。

 宣伝広告などでは、読み手を念頭に置いて情報をさらに翻案し、新たに外国語版を制作する必要があります。単に「翻訳を発注した場合、情報伝達の翻訳が納入されるのが普通です。誤解を防ぐため、発注の際にはどちらが必要なのかを書面で明確にしておきましょう。

- 翻訳業界では、訳は正確でも表現を吟味していない翻訳を、「情報用翻訳・内部向け翻訳」等と呼びます。このタイプの翻訳は、「一般公開用翻訳・外部向け翻訳」と較べて早く安く出来上がるのが普通です。
- しかし、あなたの会社や商品のイメージをアピールすることが目的なら、料金は高くても「公開用、外部向け翻訳」が必要です。


「自分でやっちゃおうか」の落とし穴

翻訳は文章を書く専門職です。TOEFL や TOEIC で満点を取った人や、日頃から英語や中国語を駆使して商談をまとめ、海外経験も豊富な国際派ビジネスマンでも、外国語の文章を書くとなると難しいもの。なんとか意味は通じて、やはりネイティブの書いた文章とはインパクトが違います。

場合によっては、それでもかまわないこともあります。訳が多少ごちなくてもかまわないケースの例を挙げると、

安さがセールスポイントである場合（価格重視のクライアントは、多少の欠点は我慢してくれます）。


外国人らしさをあえて強調したい場合（「変なガイジン」を売りにするタレントのように）



しかし国際企業というイメージを打ち出したいのであれば、ネイティブが書いた自然な文章が必須です。相手国の言語を正しく使えないことは、多くの文化圏では笑いのネタにはならず、むしろ侮辱と受け取られることさえあります。

原稿決定前に翻訳を始める危険

できるだけ早く翻訳プロジェクトを開始したいと思うのはもっともですが、未確定の文書案をベースに翻訳を始めて後から修正をかけた場合、最終版の文書が出るのを待って作業を開始するよりもかえって時間がかかることが多く、コストも(そしてストレスも)余計に増えてしまいます。しかも、違う内容のバージョンがたくさん存在すれば、それだけ最終版に間違いが出る可能性も高くなるのです。


 時には納期が厳しくて、最終稿を待たずに翻訳を始めておかなければどうしても間に合わないこともあるでしょう。そういう場合には必ず版数を記録し、変更履歴記録機能などを使用して改訂履歴を残してください。翻訳者だけでなく、DTP など後工程の担当者にも有益な情報となります。

機械翻訳は使えるか？

自分で読むため(情報取得用)の資料の大まかな内容を手早く確認したい時には、無料サイトやアプリによる機械翻訳が役に立つこともあります。でも実際に使ってみると、機械翻訳の訳文は意味不明で間違いも多いのが現状です。

一方、クライアントや一般読者が読むため(情報発信用)の文書を機械翻訳で作成することは、クライアントの事前承諾がない限り原則的に許されません。相手に悪印象を与え、大恥をかくのが関の山です。

では機械翻訳の出力をプロの翻訳者に渡して修正してもらうのはどうか？プロの翻訳者がそんな仕事を請負うことはまずありません。最初から自分で翻訳するほうが、時間もストレスもずっと少なくてすむからです。




特許など特定の分野と言語に特化した機械翻訳ソフトウェアも開発されており、大量の外国語文書の内容を大雑把に確認する作業(業界用語では翻訳と区別して「ジスティング」と呼びます)に利用されています。非常に高額の特許ソフトですが、それでも出力結果をそのまま使うには無理があり、専門家による後修正が必要です。

- 震災で落ち込んだ東北観光を振興しようと 2012 年に観光庁が立ち上げた「東北観光博」キャンペーンサイトでは、自動機械翻訳を採用した外国語ページで詩人「啄木」が鳥の「キツツキ」にされるなど珍訳誤訳が続出。新聞でも取り上げられ、ページは一時閉鎖される顛末となりました。
- 2011 年に翻訳出版された伝記「アインシュタイン その生涯と宇宙」で、下巻の一部が機械翻訳されていたことが問題になりました。「パレードは二〇〇台の酔っぱらっていて旗の包茎の車を含んでいた」など意味不明な文章に苦情が殺到。出版社は下巻初版の全面回収、修正訳の再出版に追い込まれました。

この翻訳、何に使うんですか？

文章を作成するときには、あらかじめ用途が決まっているものです。同じ事件の記事でも、掲載するのが産経新聞かサンケイスポーツかで書き方は変わらでしょう。同じ製品に関する文書でも、販売パンフレットと保守マニュアルでは表現スタイルが全く違います。どこに掲載するのか、何が目的で誰が読むのかによって、どんなスタイルや用語、表現を使うべきかが決まります。


翻訳の場合も同じで、プロの翻訳者は、用途に合わせて適切な訳文を作成します。従って、翻訳を発注する際には「何の目的でどんな媒体に使う翻訳なのか」を翻訳者に伝えることが重要であり、そのためには発注者自身が翻訳文書の用途を知っている必要があります。

 さらに、翻訳者または翻訳チームと長期的な関係を築くことが、最良の翻訳を生む秘訣です。共有する時間が長いほど、翻訳者もあなたの会社の経営哲学や方針、製品についての理解が深まり、効果的な訳文を作成できるようになります。

「語学の先生や学生に頼む」という落とし穴

初めて外国語の文書を扱うことになった会社が、近くの語学スクールや大学の外国語学部に助けを求めることがあります。海外資料の和訳など社内だけで読む翻訳(情報取得用)ならそれでも大丈夫かもしれませんが、宣伝文書を外国語に翻訳する場合(情報発信用)には、失敗する危険が非常に大きいので要注意です。

外国語を教えるのは特殊な技能を必要とする難しい仕事ですが、日本語の文章を自然な外国語に翻訳したり、外国語のニュアンスを正確に反映し、用途に合わせた適切な日本語に翻訳することは、それとはまったく違う技能です。ましてや、コスト節約のため語学部学生に翻訳のアルバイトをさせるのは無謀です。

 **簡単な手術だからと医学生アルバイトに執刀を任せたり、コスト節約のために会社の会計報告書を経営学部の学生に作成させたりするでしょうか？製品カタログやビジネスレター、年次報告書や社長スピーチの翻訳を語学学生に任せるのも同じことです。**

翻訳者なら和訳も外国語訳もできる？

外国語の文書を母国語に翻訳するのがプロの原則です。例えば、日本語文書を英語に訳す場合、英語ネイティブスピーカーの翻訳者を使います。日本語ネイティブスピーカーの翻訳者には、外国語文書の和訳を依頼するのが基本です。翻訳を発注する側にはあまり知られていませんが、これは翻訳の世界共通基本原則。日本語でも同じです。

確かに例外もありますが、日本語から外国語へ優れた翻訳ができる日本人はごく少数です。できると主張する翻訳者には、過去に手掛けた外国語訳のサンプルを要求して、必ず品質レベルを確認しましょう。

なお、特殊分野の難解な文書の場合、専門知識が豊富な日本人翻訳者に、例外的に外国語訳を依頼することもあります。この場合は、言語能力が高いネイティブスピーカーに訳文を入念にチェックしてもらうことが必須です。




母国から離れて暮らす翻訳者の母国語力の衰えを心配する人がいますが、プロの翻訳者なら、どこに住んでいても言語スキルを維持する努力を常に怠りません。

読者はどんな言葉を使っているのか、知っていますか？

英語訳と一口に言っても、アメリカ向けかイギリス向けかで変わってきます。例えば“first floor”は米国では1階、英国では2階を指します。また中国語の場合も、中国と台湾では使う文字からして簡体と繁体という大きな違いがあり、語彙も異なります。

読者層に合わせた言葉づかいも大切です。ヘルスケア分野の英語文書と一口で言っても、対象読者が医師か一般消費者かで、使う用語は変わります。一般預金者向け貯蓄商品と大口投資家向けファンドの売り込みに、同じ表現は使えません。また、公用語が複数ある国の場合、各言語で文書を用意するよう義務付けられていることもあるので注意が必要です。


 **海外の読者に読ませるには、相手の使う言語や表現に合わせた翻訳が必要です。日本で大ヒットした広告をそのまま外国語に訳しても、成功すると限りません。翻訳だけでなく原文の段階から、誰が読むのかを考え、読者のニーズに応える適切な文章を書くことが大切です。**

質問の多い翻訳者は良い翻訳者

原文に向かっている翻訳者ほど、文章を一語一句注意して読む人はいません。もし原文に不明確な箇所があれば、翻訳作業中に気づくはずです。翻訳者からの内容確認の問い合わせは文書の見直しと改善につながるのです、面倒と思わずむしろ歓迎すべきなのです。

欧州のあるビデオゲーム会社では、自社ストックオプション規定の英語翻訳版が納品されるまで、経営陣も実はその内容をよく理解していなかったのだそうです。が、翻訳者は細かく意味を確認し、原文よりもずっとわかりやすく書きなおした翻訳を納品しました。


「原文を公開する前に、なるべく翻訳が戻ってくるのを待つようにしています」と、パリに拠点をもつある大手銀行のチーフエコノミストは語ります。「専門分野をよく勉強している翻訳者が批判的な目で文書を読むことで、原文の問題点が浮かび上がってくるからです。」

 **プロの翻訳者は、原文を読み通して完全に咀嚼してから、その内容を別の言語で新たに文書化します。このためには内容を正確に理解する必要があり、原文に曖昧な箇所や矛盾点がある場合、プロの翻訳者は発注者に確認の質問をしてくるものです。**

専門文書は専門知識のある翻訳者へ

本を1冊渡して、その内容を1枚にまとめよ、という課題を出せば、10人が10通りの答案を書きます。明快で読みやすい文章もあれば、要領を得ない文章もあるでしょう。その本が専門的であればあるほど、予備知識の差が明らかに文章に出るものです。その分野をよく知っている人でないと的確な要約は書けません。翻訳についても、これとまったく同じことが言えます。専門性が高い文書ほど、翻訳者にも専門知識が求められるのです。


翻訳会社に発注する場合でも、翻訳会社のプロジェクトマネージャー任せにせず、翻訳を実際に担当する翻訳者本人ともできるだけ直接コミュニケーションを取るようにしましょう。また、翻訳者に発注元について知ってもらうことも大切です。

 翻訳者とのやり取りの中で、「この人、本当に分かっているのだろうか?」と疑問に思うことがあれば、直ちに別の翻訳者を探すべきです。仕事を引き受けてからその分野のにわか勉強を始める翻訳者とその分野に精通した翻訳者では、出来に差があるのが当然です。

「最後の仕上げ」にひそむ落とし穴

出版公開用の翻訳文書の場合、印刷前の校正刷りは、必ず翻訳者にもチェックさせてください。優秀なプロ翻訳者が原稿を作成していても、外国語のわからない版組み担当者による見出し・キャプションの追加や用語差し替えなどの変更で、文書が台無しになってしまうこともあるからです。

英国のある地方議会が、投資誘致のため日本語で地域紹介の小冊子を作りました。しかし、完成した冊子では印刷業者のミスで 1 ページの日本語が裏返しに印刷されていました。翻訳者によるゲラ校正を怠ったために起きたミスで、結局日本からこの地域に対する投資はありませんでした。

 **必ず言語能力の高いネイティブスピーカーに、最終版に加えた変更を確認してもらうようにしましょう。また、外国語文書の変更を電話で確定するのは避けましょう。聞き間違いが起きる可能性が非常に高いからです。**

タイポグラフィの規則は世界共通？

印刷・DTP 業者の多くは、タイポグラフィ(文字印刷体裁)の規則が言語によって異なることを知らないか、知っていても重視せず、外国語の文章を自国語の規則に合わせて「調整」してしまいがちです。

例えば、言語によって句読点や引用記号は異なります。数字の桁区切りも、日本語と英語では€1,234.50 等と書きますが、これは世界共通ではなく、€1.234,50、€1 234,50、€1'234.50 など、言語によって様々な表記法があります。標準キーボードで入力できない記号付き文字も要注意です。

米国のある地方自治体が 100 年の歴史を祝う 2 カ国語の垂れ幕を飾りましたが、スペイン語では“100 anos”を祝うと書かれていました。Año は年のことですが、ano だと肛門になってしまいます。(もし日本語の文章から濁点を省略したら、とんな文かててくるか考えてみてください。)



植字ミスひとつひとつは大きな問題ではないかもしれませんが、こうした間違いがいくつもあると、読者は不快に感じます。外国語のタイポグラフィの規則はきちんと守るようにしましょう。

「バイリンガルなら翻訳もできるだろう」の落とし穴

プロの翻訳者は、本質的には「物書き」です。訳文といえど、読ませる力のある文章を書けてこそプロなのです。言語に堪能であるだけでなく、ふたつの言語を結ぶ架け橋として、原文のメッセージを読み取り、適切な文体と用語で母国語の文章に昇華させることができるのが翻訳者です。

一方、バイリンガルとはふたつの言語を流暢に話せることですが、情報を一方の言語からもう一方の言語に変換する能力に優れているとは限りません。さらに、自称バイリンガルの人が自分のコミュニケーション能力を過大評価する傾向があるというのは、多くの人が認めるところです。

フランスの高級サンドイッチチェーン Lina's は、海外フランチャイズ募集広告に、自称バイリンガルの従業員が考案した英文を使いましたが、意味不明のスローガンを見て応募して来る人は誰もいませんでした。




バイリンガルだからというだけでは、文章力や翻訳スキルが高いという保証にはならないのです。

「技術翻訳は単純作業」って本当？

確かに、シンプルな製品の図解つき部品リストなどは、比較的簡単に翻訳できて問題もあまりないのが普通です。

しかし、専門家が母国語で書いた技術文書でも、ミスを犯すことはあります。また、同じ用語の定訳が分野によって違う場合など、専門知識が必須な場合も多いのです。

技術翻訳でも、少なくとも原文のレベルに見合う訳文を書かなくてはならないのは他分野と同じ。時には原文よりも翻訳の質の方が高くなることもあります。翻訳者という第二の専門家が文章を注意深く読み推敲するのですから、驚くには当たりません。翻訳で専門用語の誤りがあるのは、たいてい翻訳者が能力にあまる仕事を引き受けたせいです。専門外の翻訳者を起用する場合、その分野の専門家に情報提供や訳文チェックを依頼する必要があります。

 一般公開用の翻訳では、必ずプロの翻訳者に最終版の文法や構文、句読点、スタイル等の再チェックを頼みましょう。ネイティブスピーカーではない分野専門家が訳文を修正した後は特に、翻訳者による再チェックが不可欠です。

翻訳者・翻訳会社の選び方は？

見栄えの良いホームページやパンフレットがあるから高い実績があるとか、営業に熱心だから優秀とは限りません。

翻訳業者が過去に取引先に納品した実際の翻訳文サンプルを提示するよう求めましょう。例えば、ウェブサイトの外国語版製作の入札なら、その業者が手掛けた外国語サイトを見せてもらいましょう。受け取ったサンプルを言語能力の高いネイティブスピーカーに見せ、意見を聞きましょう。

守秘義務があるとは言っても、自信のあるサンプルをひとつも提示できないような翻訳業者は要注意です。

完成した外国語版文書には翻訳業者名を掲載すると伝えましょう。名前が載るとなれば、翻訳者も最高の翻訳を納品しようとするもの。高品質を保証する良い方法です。



注：その場合、翻訳者が校正刷りの確認をさせてほしいと要求する可能性があります。これは最終文書の品質保証にもなるので、断る理由はありません。時間や手間を惜しまずOKしましょう。

- **翻訳は計画的に。**あなたの会社が海外市場進出を考えているのであれば、今から翻訳依頼先を探しておきましょう。原文作成の際には、翻訳者の作業時間をできるだけ長く確保できるよう配慮しましょう。
- **管理できる部分は、しっかり管理。**社内用語集の作成を検討してください。(これは、原文の均一性を高める手段としても非常に役立ちます。)翻訳者、社内スタッフと協力し合ってバイリンガル用語集を作りましょう。


適材適所、そして適切な翻訳予算

まず、どんな翻訳が必要なのかをはっきりさせましょう。一般公開用?社内配布情報?それとも主旨を知りたいだけ?用途によって必要な予算も変わってきます。

ひとつの目安になるのが、その翻訳を読む人の数です。新製品の全国広告キャンペーンと、社内チームしか読まない連絡文書では、かけるべき予算は当然異なります。また、誤訳・悪訳で企業イメージが傷ついたり法的問題に発展する可能性など、リスクの大きさも考慮する必要があります。

上記を念頭に置いて、予算を再検討してみましょう。

「一般公開用翻訳」と一口に言っても多くの分野があります。ソフトウェアマニュアル翻訳で完璧な仕事をしたチームが、会計報告書の翻訳にも最適であるとは限りません。



高級雑誌の広告や多額の設置費用がかかる公共標識など、小さな間違いが大損害につながる可能性がある場合には、料金が高くても品質を最優先するのが合理的。一方、読む人が限られた文書なら、比較的安価な翻訳で足りる場合もあります。

翻訳発注の 5W1H

Why? 何の目的で翻訳するのか?情報収集?情報発信?商品・会社の宣伝?主旨を知りたいだけ?

Who? 誰が翻訳を読むのか?想定する対象読者が誰なのか、具体的に、人数も含めて確認。

What? どの情報を伝達する必要があるのか?本当に必要な情報だけを取捨選択して翻訳。

Where? 読み手はどここの国の、どんなグループに属している人?翻訳はどこに掲載される?

When? いつ翻訳するのか?翻訳に必要な時間をあらかじめスケジュールの中に確保。

How much? プロジェクト全体にかけている予算・投資額は?翻訳で失敗した場合の予想損害額は?



こうした情報を確認し、発注の際に相手に伝えることで、翻訳の落とし穴にはまる可能性を大きく減らすことができます。

翻訳を人任せにするリスク

自分で翻訳プロセスに関与せず丸投げにしてしまうのは、失敗への直行コースです。希望通りの訳文を得るには、翻訳者にきちんと情報や要望を伝える時間と手間を惜しまないことが大切です。

1 分 1 秒も惜しいほど忙しいのに、翻訳者にブリーフィングを行う時間など割けない、と思うかもしれません。でも、ほんの 10 分でも翻訳者やプロジェクトマネージャーと直接話をするだけで、先々のコストやストレスを大きく減らすことができます。

原題: Translation: Getting It Right – A guide to buying translation

原文: Chris Durban ©2011 和訳: 杉本優 ©2012

協力: 高橋真理・高橋聡・Ben Jones・グリーン裕美

構成: Mark Richardson 日本語 DTP: Ben Jones

外国語がわからない人にとって、翻訳の発注は品質の確保が難しい、頭の痛い仕事。知らずに陥りやすい落とし穴は、無数にあります。無理な納期設定、不明瞭な原文、使いどころを間違えた機械翻訳、大規模プロジェクトの管理不手際、翻訳者や翻訳会社の能力不足、チェック不足、コストへの過度のこだわり、発注の際の情報提供不足…。挙げればきりがありません。



このガイドブックには、どうすればこうした落とし穴を避け、国際市場で狙い通りの効果を発揮する翻訳を手に入れることができるか、ポイントをまとめました。

協賛



英国翻訳通訳協会 (ITI) www.iti.org.uk



日本翻訳連盟 (JTF) www.jtf.jp



日本翻訳者協会 (JAT) www.jat.org



全米翻訳者協会 (ATA) www.atanet.org



フランス翻訳者協会 (SFT) www.sft.fr