

Table des matières

Введение	5
----------------	---

Unité 1. Rédaction de la lettre professionnelle

Leçon 1. Présentation de la lettre professionnelle	8
Leçon 2. Recommandations générales	14
Leçon 3. Variations de formules usuelles	21
Leçon 4. Quelques modèles de lettres	29

Unité 2. Demande. Offre. Commande

Leçon 1. Demandes	37
Leçon 2. Offres	43
Leçon 3. Commandes	49

Unité 3. Renseignements sur la solvabilité

Leçon 1. Demande de renseignements sur la solvabilité	55
Leçon 2. Réponse d'une banque à la demande de renseignements	60

Unité 4. Télécommunications

Leçon 1. Télèx	66
Leçon 2. Télécopie	72
Leçon 3. E-mail	78

Unité 5. Contrat

Leçon 1. Généralités	85
Leçon 2. Objet. Quantité. Qualité	92
Leçon 3. Publicité. Emballage et marquage	98
Leçon 4. Prix et valeur totale. Modalités de paiement	104
Leçon 5. Conditions de livraison. Inspection et réception	111
Leçon 6. Réclamations et sanction. Arbitrage et juridiction	118
Leçon 7. Force majeure. Conditions générales. Signatures	126

Unité 6. Réclamations

Leçon 1.	Généralités	133
Leçon 2.	Réclamations pour un retard de livraison	139
Leçon 3.	Réclamations du client pour non-conformité	144
Leçon 4.	Réclamations du client pour marchandises égarées	150
Leçon 5.	Livraison refusée par le client	155
Leçon 6.	Réclamations du fournisseur	159

Unité 7. Jeux de rôle

Leçon 1.	Echange de correspondance	165
Leçon 2.	Interprète commercial	168

Unité 8. Annexes

Annexe 1.	Modèles complémentaires à traduire	173
Annexe 2.	Incoterms — règles internationales pour l'interprétation des termes commerciaux	184
Annexe 3.	Formes juridiques	204
Annexe 4.	Documents les plus souvent requis	221
Annexe 5.	Abréviations et sigles	236
	Ouvrages cités ou à consulter	246

Введение

Настоящее пособие предназначено для обучения составлению и переводу официально-деловой документации, в том числе административной и коммерческой корреспонденции. Пособие может использоваться как на занятиях по коммерческому, юридическому и/или экономическому переводу, так и самостоятельно, играя в этом случае роль справочного издания.

За последние годы появилось множество учебников по деловому французскому языку, но ни одного пособия по коммерческому или официально-деловому переводу. Специфика нашего предмета такова, что использование учебников и справочников по деловому французскому языку *не служит для обучения переводу*. А прежние пособия, еще советских времен, увы, уже морально устарели. В России и в мире произошли существенные изменения, затронувшие в том числе и сферу бизнеса. Государство, к счастью, более не монополист во внешней торговле. Изменилась техника продаж. Значительно изменилась терминология: регулярно выходят новые редакции международных коммерческих терминов (ИНКОТЕРМС); появились и продолжают появляться новые термины в русском языке (некоторые из них уже устоялись, другие же находятся пока еще в процессе мутации). Эта простая истина подтолкнула к необходимости создания специального пособия по переводу.

Структурно пособие поделено на разделы и уроки, а также снабжено объемными приложениями. Каждый урок разбит на блоки, в первом из которых представлены образцы документов или вводный текст на французском языке, во втором — собственно упражнения (перевод представленных в первом блоке текстов, перевод на французский язык выдержек из соответствующей документации на русском языке, составление писем по заданным параметрам, изучение и перевод типовых фраз...), в третьем — обширный словарь по данному уроку. В большин-

стве случаев дается также и дополнительный словарь по изучаемой теме. Наличие словарной части вызвано недоступностью и неполнотой существующих (немногочисленных) словарей и даже неадекватностью предлагаемых ими эквивалентов. Тексты пособия аутентичны.

По своему содержанию материалы пособия охватывают различные аспекты официально-деловой документации. Так, раздел 1 посвящен общим правилам составления и перевода корреспонденции и содержит образцы различных по своему жанру писем (приглашения, поздравления, извещения, рекомендации...). Разделы 2 и 3 отражают традиционные этапы коммерческой деятельности, предшествующие заключению договора (запросы, коммерческие предложения [оферты], заказы, предоставление сведений о платежеспособности и репутации потенциального контрагента). Раздел 4, «выпадающий», на первый взгляд, из общей концепции, тематически затрагивает такую актуальную составляющую современной деловой жизни, как электронные средства коммуникации (телекс, факс, электронная почта), а содержательно развивает рассмотренные ранее элементы официально-деловой корреспонденции (коммерческое предложение, встречное предложение, подтверждение заказа). В разделе 5 отражены общие элементы договорного и торгового права и последовательно рассмотрены составные части договора купли-продажи. Раздел 6 посвящен претензиям, что, с одной стороны, является логическим продолжением изученной ранее тематики, а с другой стороны, служит для повторения и закрепления пройденного материала, так как по своей специфике претензии охватывают самый широкий круг проблем (качество, количество, платежи, проблемы поставки и т.д.). В разделе 7 представлены ролевые игры, направленные на отработку накопленных переводческих знаний и умений. В раздел 8 включены приложения к пособию. Тематика приложений довольно широка, и в них последовательно рассматриваются: дополнительные

образцы писем и договоров; элементы корпоративного и торгового права (юридические лица, организационно-правовые формы предприятий); образцы перевода документов, необходимых для поездки за границу; правила перевода и толкования коммерческих терминов (Инкотермс 2000); наиболее употребительные сокращения и аббревиатуры. В заключение приводится обширный список пособий и словарей, использованных в процессе работы над пособием и/или рекомендуемых учащимся.

Каждый урок пособия рассчитан на одно-два занятия в классе, в зависимости от сложности материала и степени подготовки студентов.

Как дополнение к пособию рекомендуется использовать Французско-русский словарь деловой корреспонденции (М.: ФЛИНТА: Наука, 2018). Наличие словаря не освобождает преподавателя от необходимости давать в ходе занятий пространные комментарии.

В настоящем издании были устранены некоторые опечатки и внесены исправления.

UNITÉ 1

RÉDACTION DE LA LETTRE PROFESSIONNELLE

LEÇON 1

PRÉSENTATION DE LA LETTRE PROFESSIONNELLE

Bloc I. Texte

La correspondance professionnelle obéit à des règles particulières, plus formelles que celles qui régissent la correspondance ordinaire. Le maximum de service dans le minimum de temps, telle est donc la formule qui s'impose à toute correspondance de caractère professionnel.

Pour faciliter la rédaction et la lecture de la lettre professionnelle, l'AFNOR (Association Française de Normalisation) recommande une présentation normalisée de celle-ci. Cette norme (Z11.001) détermine la nature et l'emplacement des mentions à porter sur une lettre. Mais elle n'est pas impérative et, comme on le verra, la présentation peut varier d'une entreprise à l'autre et d'un pays à l'autre.

LES ÉLÉMENTS DE LA LETTRE PROFESSIONNELLE (voir le modèle)


1. L'en-tête.

Nom (**dénomination sociale** ou **raison sociale**), **logo**, adresse ou **siège social**, boîte postale (**BP**), numéro de téléphone, de télex et de fax de l'**émetteur (expéditeur)**. Pour les sociétés, **forme juridique** et **montant du capital (capital social)** (obligatoire pour les **S.A.** et les **S.A.R.L.**).

2. Les **mentions sur le destinataire** (la **suscription**).

Mettre en vedette : le **titre** (en entier), le nom (**dénomination sociale** ou **raison sociale**), la **fonction** et l'adresse.

Modèle

1		U.S.V. SARL au capital de 15000 € 128, rue de Rivoli, 06 400 CANNES Tel. 93 12 00 08
2		Société HAUT-BRANE 35, rue Jourdan 33020 BORDEAU CEDEX
3	V/Ref : N/Ref : JMD/JC 83	
4	Objet : V/Demande 233	
5		Cannes, Le 9 juin 2005
6	Messieurs,	
7	<p>Suite à votre demande du 1 juin 2005, nous avons le plaisir de vous adresser ci-joint le catalogue de nos produits.</p> <p>Nous restons à votre disposition pour tout complément d'information.</p> <p>Dans l'espoir d'avoir répondu à votre attente, nous vous prions d'agréer, Messieurs, nos sentiments les meilleurs.</p>	
8		Le Directeur [signature] J.M. Diguët
9	P.J. : 1 Catalogue	
10	RCS. Cannes 922.834 521. CB 20 230. CCP. Cannes 18 523 R	

3. Les **références**.

V/Réf. (= vos références) : références de la lettre reçue.

N/Réf. (= nos références) : références de la lettre qu'on écrit.

Elles comportent généralement les initiales de l'auteur de la lettre, suivies de celles du (de la) dactylo et, parfois, un numéro d'enregistrement.

4. L'**objet**.

Indication très brève du motif de la lettre. On écrit : **Objet :** (les formules **Concerne :** et **Conc. :** sont vieilles).

5. Le **lieu et la date de création de la lettre**.

Ecrire en préférence le mois en lettres. Cette date sera importante en cas de contestation.

6. Le **titre de civilité** (l'**appellation**, l'**interpellation**).

Titre du (des) destinataire(s).

7. Le **corps de la lettre**.

Il comprend : l'**introduction** (la **formule d'attaque**) ; le **développement** ; la **conclusion** ; la **formule de politesse**.

8. La **signature**.

Manuscrite de l'auteur de la lettre, précédée de sa fonction. Si elle est illisible, elle doit être suivie de son nom. Les mentions **P.O.** (**par ordre**) ou **P.P.** (**par procuration**) signifient que le signataire signe au nom du responsable indiqué et que sa signature engage ce dernier. Elle est faite à droite.

9. Les **pièces jointes (P.J.)** et les **annexes**.

Cette mention est ajoutée lorsqu'un ou plusieurs documents sont joints à la lettre à l'intérieur de l'enveloppe. Indiquer leur nombre et leur nature. La lettre peut porter cette mention soit en haut de page

(à gauche, sous l'indication des références et de l'objet), soit en bas de page (toujours à gauche, après la signature).

10. Certains renseignements et mentions de l'en-tête peuvent parfois être placés en bas de page : le numéro du **registre du commerce et des sociétés (RCS)**, les numéros des **comptes bancaire et postal (CB-compte bancaire, CCP-compte courant postal)**, les **succursales**, l'adresse des usines, l'adresse des maisons dont on est représentant ou concessionnaire, les récompenses obtenues aux expositions etc.

N.B. Pour ne pas tomber dans un piège le traducteur russe doit distinguer bien la **succursale** et la **filiale**. La **filiale** représente une société dont la **société mère** détient plus de la moitié du capital social, et jouit de la **personnalité morale**. L'équivalent russe : **дочернее предприятие**. La **succursale** est un établissement dépendant d'un autre, non doté de la personnalité morale bien que jouissant d'une certaine autonomie. L'équivalent russe : **филиал**.

Bloc II. Exercices _____

Exercice 1. Lisez et traduisez le texte.

Exercice 2. Expliquez quelles mentions doit porter toute lettre commerciale.

Bloc III. Vocabulaire _____

AFNOR (Association *f* Française de Normalisation)
annexe *f*

Французская ассоциация по стандартизации
приложение

appellation <i>f</i>	обращение (<i>напр., в письме</i>); название, наименование
boîte <i>f</i> postale (BP)	абонентский ящик (а/я)
capital <i>m</i> social	уставный капитал
compte <i>m</i> bancaire (CB)	банковский счет
compte <i>m</i> (courant) postal (CCP)	почтовый счет, (текущий) счет в почтово-сберегательной кассе
concessionnaire <i>m</i>	концессионер; дилер
contestation <i>f</i>	(юр.) спорный вопрос, спор, оспаривание
corps <i>m</i> de la lettre	основная часть / (основной) текст письма
destinataire <i>m</i>	адресат, получатель
dénomination <i>f</i> sociale	официальное наименование (<i>компания</i>)
émetteur <i>m</i>	отправитель
en-tête <i>m</i>	заголовок, «шапка»
papier <i>m</i> à en-tête	бланк (<i>напр., предприятия</i>)
expéditeur <i>m</i>	отправитель
filiale <i>f</i>	дочернее предприятие
fonction <i>f</i>	должность; функция
forme <i>f</i> juridique	организационно-правовая форма
formule <i>f</i> d'attaque	начальная фраза (письма), вступление
formule <i>f</i> de politesse	заключительная фраза (<i>письма</i>)
interpellation <i>f</i>	обращение (<i>в письме</i>)
logo (logotype) <i>m</i>	логотип
maison <i>f</i> = société <i>f</i> = firme <i>f</i> =	фирма, предприятие, компания
compagnie <i>f</i>	реквизиты (<i>к-л документа</i>); пометки;
mentions <i>f pl.</i>	примечания, сведения
normalisation <i>f</i>	стандартизация
normaliser <i>f</i>	стандартизировать
normalisé	стандартный, стандартизированный
norme <i>f</i>	стандарт; норма
objet <i>m</i>	предмет письма

par ordre (P.O.)	по поручению
par procuration (P.P.)	по доверенности (<i>в подписи: за такого-то</i>)
personnalité <i>f</i> morale	правосубъектность (юридического лица)
personne <i>f</i> morale	юридическое лицо
pièces <i>f</i> jointes (P.J.)	приложение (<i>к документу</i>)
raison <i>f</i> sociale	официальное наименование товарищества (<i>состоит из имени или имен учредителей: X и Компания</i>)
p. ex. : X et C^{ie}	
registre <i>m</i> du commerce et des sociétés (RCS)	реестр для регистрации предприятий; торговый реестр, реестр предприятий
référence <i>f</i>	ссылка (<i>в документе</i>)
S.A. (société <i>f</i> anonyme)	АО (акционерное общество)
S.A.R.L. (société <i>f</i> à responsabilité limitée)	ООО (общество с ограниченной ответственностью)
siège <i>m</i>	главный офис (компании), правление (<i>как главный офис, но не как орган</i>)
siège <i>m</i> social	юридический адрес, место регистрации юридического лица
société <i>f</i> mère	головная / материнская компания
succursale <i>f</i>	филиал, отделение
suscription <i>f</i>	адрес получателя (<i>указываемый на письме или конверте</i>)
titre <i>m</i>	должность, звание; ценная бумага; обращение (<i>напр.: господин, госпожа</i>)
titre <i>m</i> de civilité	обращение (<i>в письме</i>): господин, госпожа N; господин директор...

LEÇON 2

RECOMMANDATIONS GÉNÉRALES

Bloc I. Texte

Pour éviter toute erreur d'interprétation, pour soigner l'image de marque de l'entreprise, une lettre doit être bien écrite, avoir un style agréable, être orientée clientèle et être attrayante. Pour atteindre ces objectifs, quelques règles de rédaction doivent être respectées. Voici quelques conseils.

- N'écrivez que l'essentiel. La lettre doit être concise, elle n'a pas le droit de renfermer quoi que ce soit d'inutile.

- Exprimez-vous clairement : en supprimant les phrases ambiguës, en étant précis, en évitant la moindre inexactitude (p.ex. : ~~Veuillez classer la lettre que je vous ai remise dans le dossier~~ ⇒ Veuillez classer dans le dossier la lettre que je vous ai remise. ~~Nous avons bien reçu votre dernière commande~~ ⇒ Nous avons bien reçu votre commande n°215 du 12 avril 2005).

- Adaptez le ton à la situation : en évitant le style familier (p.ex. : ~~Je suis drôlement content de la dernière livraison~~ ⇒ Votre dernière livraison nous a donné entière satisfaction) ; en faisant preuve de mesure, de modération, pas de débordements affectifs ; en employant des termes positifs (p.ex. : ~~Vos calculs semblent faux.~~ ⇒ Vos calculs ne semblent pas exacts.).

- Allégez, simplifiez vos phrases : en remplaçant une proposition par un nom (p.ex. : ~~Bien que nous vous ayons adressé trois rap-~~

~~pels, vous n'avez toujours pas payé notre facture du 26 octobre~~ ⇒ Malgré nos trois rappels, vous n'avez toujours pas payé notre facture du 26 octobre) ; en remplaçant les relatifs dès que c'est possible (p.ex. : ~~Nous vous tenons responsables du dommage qu'a causé ce retard~~ ⇒ Nous vous tenons responsables du dommage dû à ce retard) ; en supprimant les répétitions, les pléonasmes (p.ex. : ~~Il vous suffit simplement de remplir la carte ci-jointe~~ ⇒ Il vous suffit de remplir la carte ci-jointe).

- Nuancez, adoucissez vos phrases : en remplaçant l'impératif (p.ex. : ~~Envoyez-moi votre catalogue~~ ⇒ Veuillez m'adresser votre catalogue) ; en remplaçant l'interrogation directe (p.ex. : ~~Quand pourrez-vous nous livrer les marchandises ?~~ ⇒ Veuillez nous indiquer la date de livraison) ; en utilisant le conditionnel (p.ex. : ~~Pouvez-vous nous renseigner sur ces produits ?~~ ⇒ Pourriez-vous...).

- Enrichissez vos phrases : en remplaçant les verbes banals (être, avoir, faire...) (p.ex. : ~~Il fait souvent des erreurs~~ ⇒ Il commet souvent des erreurs) ; en liant vos idées avec les mots de liaison (p.ex. : ~~Nous comprenons votre situation actuelle. Nous ne pouvons vous accorder le délai de paiement demandé~~ ⇒ Nous comprenons votre situation actuelle, mais nous ne pouvons vous accorder le délai de paiement demandé).

- Valorisez le destinataire : parlez-lui de lui, pas de vous, évitez l'abus des pronoms « moi », « je », « nous » en tant que sujet de la phrase (p.ex. : ~~Je vous adresse ci-joint...~~ ⇒ Vous trouverez ci-joint...).

COMMENT ENVOYER UNE LETTRE PAR LA POSTE

DIFFÉRENTS TYPES D'EXPÉDITION

L'envoi d'une lettre peut se faire de différentes manières :

En lettre ordinaire

Elle doit porter la mention « lettre » lorsqu'elle dépasse 20 g. Elle peut être envoyée en recommandée avec une surtaxe.

En exprès [ekspres]

Ces envois sont distribués par porteur spécial dès réception dans le bureau de poste destinataire. Ce système ne fonctionne que dans les grandes villes.

En recommandé

Grâce au recommandé, vous avez la certitude que votre lettre a été remise à son destinataire (qui doit signer un reçu pour disposer de votre envoi). De plus, en cas de perte ou de détérioration, vous pouvez bénéficier d'une indemnité de remboursement.

En recommandé avec accusé de réception

Ce mode d'expédition vous permet d'obtenir la preuve écrite (date de remise et signature du destinataire) de la distribution de votre lettre.

Par chronopost

Ce service assure le porte-à-porte, en un temps record (généralement moins de 24 heures), pour les documents et marchandises (jusqu'à 25 kg) dans la plupart des pays du monde.

COMMENT PRÉSENTER L'ENVELOPPE

Pour faciliter le travail de la poste, il est recommandé de respecter la norme suivante de présentation.

Le numéro de **code postal** (5 chiffres) doit obligatoirement précéder le nom de la **localité** (ville), dont il est séparé par un seul espace. Les deux premiers chiffres désignent le département ; le trois autres identifient le bureau de poste distributeur.

Le **nom de la ville** doit être entièrement écrit en lettres capitales. Pour l'étranger, précisez le pays (en majuscules également).

La mention **CEDEX (courrier d'entreprise à distribution exceptionnelle)** accélère la remise du courrier au destinataire.

Конец ознакомительного фрагмента.

Приобрести книгу можно

в интернет-магазине

«Электронный универс»

e-Univers.ru