Enquête sur les revenus, les tarifs, les méthodes de tarification et la satisfaction des traductrices et traducteurs indépendants en France

Sabrina Girletti, Université de Genève

Marie-Aude Lefer, UCLouvain

Avril 2026

Avec le soutien de la

UNIVERSITÉ DE GENÈVE
FACULTY OF TRANSLATION AND INTERPRETING

UCLouvain
Louvain School of Translation and Interpreting

sft SOCIÉTÉ FRANÇAISE DES TRADUCTEURS syndicat professionnel

Table des matières

Introduction **4**
Préface **6**
Aperçu des principaux résultats **8**
Executive summary **12**
Profils des répondant·es **16**
Genre 16
Âge 16
Combinaisons linguistiques 17
Expérience en tant que traductrice/traducteur 18
Activité professionnelle à titre principal ou secondaire 18
Spécialisation 19
Statuts 24
Affiliation à une association professionnelle 24
Services proposés 25
Traduction *25*
Révision *26*
Post-édition *26*
La PÉ vendue comme de la traduction 27
Chiffres d'affaires en 2024 29
Rémunération nette en 2024 30
Évolution de la rémunération 32
Traduction **33**
Types de clientèle directe 34
Localisation de la clientèle directe 35
Localisation des agences 35

Meilleures méthodes de tarification selon les répondant·es 36
Méthodes de tarification les plus répandues 36
Rabais TAO 37
Révision 38
Types de clientèle directe 39
Localisation de la clientèle directe 40
Localisation des agences 40
Meilleures méthodes de tarification selon les répondant·es 41
Méthodes de tarification les plus répandues 41
Post-édition 42
Types de clientèle directe 43
Localisation de la clientèle directe 43
Localisation des agences 44
Meilleures méthodes de tarification selon les répondant·es 44
Méthodes de tarification les plus répandues 45
Rabais TAO 46
Tarifs 47
Tarifs : vue d'ensemble 47
Tarifs de la traduction 49
Tarifs avec la clientèle directe (traduction) 49
Tarifs avec les agences (traduction) 51
Tarifs de la révision 53
Tarifs avec la clientèle directe (révision) 53
Tarifs avec les agences (révision) 54
Tarifs de la post-édition 55
Tarifs avec la clientèle directe (PÉ) 55
Tarifs avec les agences (PÉ) 56
Satisfaction à l'égard des tarifs (tous les services) 57
Satisfaction 58

Satisfaction à l'égard des méthodes de tarification 58
Traduction 58
Révision 59
Post-édition 59
Satisfaction à l'égard des revenus, par service et type de clientèle 60
Satisfaction à l'égard des revenus 62
Satisfaction professionnelle 64

Introduction

Ce rapport présente les résultats d'une enquête menée en 2025 auprès de traductrices et traducteurs indépendants résidant en France. L'objectif de l'enquête était de recueillir des données sur les méthodes de tarification, les tarifs et le niveau de satisfaction à l'égard des revenus en ce qui concerne trois services : la traduction, la révision et la post-édition (PÉ).

Le questionnaire était anonyme. Il comprenait cinq sections principales : une première section recueillant des données démographiques et professionnelles pour cerner le profil des répondantes et répondants, trois sections spécifiques aux services linguistiques (traduction, révision et PÉ) et une dernière section sur la satisfaction. Dans les sections sur les services, les répondant·es ont indiqué les méthodes de tarification utilisées, les tarifs pratiqués et leur satisfaction à l'égard de ces tarifs pour un maximum de trois client·es direct·es et/ou trois agences par service. Pour tenir compte de la diversité des pratiques tarifaires dans le secteur, les répondant·es pouvaient choisir parmi sept méthodes de tarification prédéfinies : tarif au mot (source ou cible), tarif à la ligne (source ou cible), tarif à la page (source ou cible), tarif horaire, ainsi qu'une catégorie « Autre ». La dernière section du questionnaire évaluait la satisfaction des traductrices et traducteurs à l'égard des méthodes de tarification, des revenus et de la profession en général.

Le questionnaire comprenait jusqu'à 174 questions, dont beaucoup étaient facultatives ou conditionnelles (elles s'affichaient en fonction des réponses fournies aux questions précédentes). L'enquête a été réalisée sur la plateforme LimeSurvey et lancée le 6 mai 2025. Elle s'est clôturée le 27 juin 2025. La diffusion de l'enquête a été assurée par la Société Française des

Traducteurs (SFT) et via nos réseaux sociaux, avec plusieurs rappels. Le questionnaire a fait l'objet de tests préliminaires avec des membres de la SFT avant son lancement en France.

Au total, nous avons recueilli 777 réponses valides, dont 598 complètes (77 %) et 179 partielles (23 %). Pour être valides, les réponses devaient provenir de traductrices et traducteurs indépendants résidant en France et inclure au moins une section complète sur un service (traduction, révision ou PÉ). Les données quantitatives ont été analysées à l'aide de statistiques descriptives, et les réponses aux quinze questions ouvertes ont été codées par nos soins.

Le présent rapport concerne uniquement les données françaises. L'enquête a également été menée en Belgique, en collaboration avec la Chambre Belge des Traducteurs et Interprètes (CBTI/BKVT), et en Suisse, avec le soutien de l'Association Suisse des Traducteurs, Terminologues et Interprètes (ASTTI). Les résultats belges et suisses sont présentés dans deux autres rapports, disponibles en anglais sur les sites de la CBTI et de l'ASTTI.

Avril 2026, Genève et Louvain-la-Neuve

Sabrina Girletti et Marie-Aude Lefer

Préface

Lorsque l'opportunité de rejoindre une enquête universitaire internationale s'est présentée, la SFT s'est saisie de l'occasion pour mesurer la réalité des **revenus annuels** dans notre profession sur le territoire français, ainsi que des tarifs qui en constituent un levier essentiel.

Réalisée dans trois pays (France, Suisse et Belgique), cette enquête ambitieuse est le fruit des travaux de recherche des enseignantes-chercheuses Marie-Aude Lefer (UCLouvain) et Sabrina Girletti (Université de Genève). En tant que présidente de la SFT, je tiens à les remercier pour leur implication et pour les analyses complémentaires qu'elles continueront de mener en 2026.

Les enquêtes de fond sur nos métiers sont rares et précieuses. La SFT en mène régulièrement (*cf. enquêtes en 2022 concernant les traductrices et traducteurs, en 2023 et avec le concours de l'AIIC concernant les interprètes*). Pour chacune et chacun d'entre nous d'une part, les données permettent de faire un état des lieux, de nous situer sur le marché et de nous sensibiliser à certaines pratiques, bonnes ou mauvaises. Pour le syndicat et les autres associations du secteur d'autre part, elles permettent d'orienter la stratégie ainsi que de futures actions auprès des institutions, médias, formations initiales, donneurs d'ordre et professionnels, notamment en matière de formation pour que demain, la traduction soit reconnue à sa juste valeur.

Les données 2025 parlent d'elles-mêmes : la stabilité et le niveau bas des tarifs médians, malgré une inflation à deux chiffres sur la période comparée, sont symptomatiques d'un marché sous tension, d'une course au moins-disant de certains intermédiaires, où la qualité se heurte à la pression

des coûts et à une méconnaissance de la réalité de nos métiers. Ce rapport est un miroir tendu à notre profession dont la valeur sociale et économique contraste avec la précarité des revenus moyens : la moitié des collègues ayant répondu déclare en effet gagner moins de 1 600 € de revenu net mensuel. Il est intéressant de mettre ce chiffre en parallèle avec le fait qu'aujourd'hui, 59 % des traductrices et traducteurs indépendants pratiquent la post-édition.

J'espère que ce rapport vous aidera dans votre pratique professionnelle et qu'il mettra en lumière l'urgence d'agir pour une revalorisation de notre métier.

Agnès Bousteau

Présidente SFT

Aperçu des principaux résultats

Ce rapport présente les résultats d'une enquête menée en 2025 auprès de traductrices et traducteurs indépendants en France. L'étude visait à examiner leurs méthodes de tarification, tarifs et niveau de satisfaction à l'égard de leurs revenus pour trois services : la traduction, la révision et la post-édition. Au total, 777 réponses valides ont été recueillies entre mai et juin 2025 au moyen d'un questionnaire en ligne diffusé par la Société Française des Traducteurs (SFT) ainsi que sur les réseaux sociaux professionnels des autrices de l'étude.

Profils des participant·es et services proposés

L'enquête a permis de recueillir les réponses de 777 traductrices et traducteurs indépendants, majoritairement âgés de 30 à 49 ans (57 %), avec une expérience moyenne de 15 ans dans le secteur. Les femmes sont majoritaires dans l'échantillon (84 %). Les langues de travail principales sont l'anglais, le français et l'allemand, l'anglais vers le français étant la combinaison linguistique la plus répandue (58 %). La quasi-totalité des répondant·es (96 %) offrent des services de traduction. La révision et la post-édition sont également proposées très largement (75 % et 59 % respectivement). Une majorité de répondant·es (86 %) sont spécialisés dans un ou plusieurs domaines, notamment la traduction marketing, la traduction juridique et la traduction médicale. Deux tiers des répondant·es (69 %) sont membres d'au moins une association professionnelle, le plus souvent la SFT (54 % de l'ensemble de l'échantillon). Les services de traduction sont fournis aux agences et à la clientèle directe dans des proportions similaires, tandis que la révision et la post-édition sont

principalement réalisées pour des agences. Les répondant·es déclarent des revenus relativement modestes pour 2024 : pour la moitié de l'échantillon, la rémunération nette annuelle issue de la traduction, de la révision et de la post-édition est inférieure à 20 000 €. Par rapport à 2023, 27 % des répondant·es indiquent que leurs revenus sont restés stables en 2024, tandis que 25 % font état d'une hausse et 43 % d'une baisse.

Méthodes de tarification

Les préférences et pratiques de tarification varient selon le type de service. Les répondant·es considèrent généralement que la tarification au mot est la méthode la plus adaptée à la traduction, tandis que la tarification horaire est privilégiée pour la révision et la post-édition. En pratique, le tarif au mot est effectivement dominant pour la traduction, ce qui correspond bien aux préférences exprimées par les répondant·es. Pour la révision, la tarification horaire est la méthode la plus répandue avec la clientèle directe, tandis qu'avec les agences, elle arrive en seconde position derrière la tarification au mot. Pour la post-édition, la tarification au mot domine largement, malgré la préférence pour la tarification horaire.

Satisfaction à l'égard des méthodes de tarification

Globalement, les méthodes de tarification ne constituent pas une source majeure de mécontentement. Pour la traduction, les répondant·es sont satisfait·es de la tarification horaire, au mot et à la page. Pour la révision et la post-édition, la tarification horaire génère le plus de satisfaction, tandis que la tarification au mot est jugée moins satisfaisante.

Tarifs

Toutes langues confondues, les tarifs médians pour la traduction se situent à 0,14 € par mot source avec la clientèle directe et à 0,09 € avec les agences. Pour la révision, la médiane est de 45 € de l'heure et 0,05 € par mot source avec la clientèle directe et de 30 € de l'heure et 0,04 € par mot source avec les agences. Pour la post-édition, la médiane avec les agences est de 0,05 € par mot source. Les données relatives à la clientèle directe sont insuffisantes pour permettre une analyse fiable. Par ailleurs, on remarque des écarts importants entre les valeurs minimales et maximales des tarifs recueillis.

Les résultats montrent que les tarifs pratiqués par les agences sont nettement inférieurs à ceux qui sont appliqués aux mandats pour la clientèle directe. En moyenne, les tarifs de traduction des agences sont inférieurs de 0,04 € par mot (–29 %). Pour la révision, les tarifs horaires et au mot des agences sont inférieurs de 33 % à ceux de la clientèle directe. Les données indiquent toutefois qu'avec la clientèle directe, les répondant·es pratiquent des tarifs horaires similaires pour la post-édition et la révision, autour de 50 € de l'heure.

Si l'on compare les tarifs de traduction avec ceux de la dernière enquête menée par la SFT en 2022, on observe une quasi-stagnation des tarifs médians, malgré une inflation cumulée de 13,8 % entre janvier 2022 et décembre 2025. Les moyennes sont même en léger recul.

Satisfaction à l'égard des revenus

La satisfaction à l'égard des revenus varie fortement selon le type de service et de clientèle. Pour l'ensemble des services, les répondant·es se montrent

nettement moins satisfait·es des revenus issus des agences que de ceux provenant de la clientèle directe :

- Traduction : 63 % de satisfaction avec la clientèle directe contre 37 % avec les agences ;
- Révision : 61 % contre 37 % ;
- Post-édition : 51 % contre seulement 25 %.

De manière générale, la satisfaction liée aux revenus est plus faible pour la post-édition que pour la traduction et la révision.

Au total, 54 % des répondant·es sont insatisfait·es de leurs revenus, contre seulement 36 % de satisfaction. Ce mécontentement s'explique principalement par la pression tarifaire, la diminution et l'irrégularité des volumes de travail, l'impact grandissant de l'intelligence artificielle, l'imposition de la post-édition, la dépendance aux agences, ainsi qu'un décalage entre les revenus et le niveau de qualification.

Satisfaction professionnelle

Malgré ces conditions économiques difficiles, 55 % des répondant·es sont satisfait·es de leur profession et mettent en avant l'intérêt intellectuel du métier ainsi que l'autonomie associée au statut d'indépendant·e. L'insatisfaction professionnelle est principalement liée à la dégradation des conditions de travail, notamment la montée en puissance de la post-édition, la réduction des délais, la pression tarifaire, la précarité accrue liée à la baisse des volumes et à l'augmentation des charges, ainsi que l'incertitude croissante dans un contexte de concurrence *low-cost* et d'essor de l'intelligence artificielle.

Executive summary

This report presents the findings of a survey conducted in 2025 among freelance language professionals based in France. The study aimed to shed light on their pricing models, rates and levels of income satisfaction across three services: translation, revision and post-editing. A total of 777 valid responses were collected between May and June 2025 through an online questionnaire distributed via the *Société Française des Traducteurs* (SFT) and the study authors' professional networks.

Participant profiles and services offered

The survey gathered responses from 777 freelance translators, primarily practitioners aged between 30 and 49 (57%), with an average of 15 years in the industry. Most respondents are female (84%). The predominant working languages are English, French, and German, with English into French as the most common language combination (58%). Most respondents (96%) offer translation services. Revision and post-editing are also widely offered (75% and 59%, respectively). A large majority (86%) specialize in one or more domains, most notably marketing/communication, legal and medical translation. Two-thirds (69%) belong to at least one professional association, most commonly SFT (54% of the total respondents). Translation services are provided to agencies and direct clients in roughly balanced proportions, whereas revision and post-editing are conducted mainly for agencies. Respondents report relatively modest incomes for 2024. For half of them, annual net remuneration from translation, revision, and post-editing work was below €20,000. Compared

with 2023, 27% report stable income in 2024, 25% report an increase, and 43% a decrease.

Pricing methods

Pricing preferences and practices vary by service type. Respondents generally regard word rates as the most appropriate pricing method for translation, while hourly rates are preferred for revision and post-editing. In practice, word rates are the dominant pricing method for translation services, in line with respondents' preferences. For revision, hourly billing is the most common pricing method with direct clients, whereas with agencies it ranks second behind word rates. For post-editing, word rates are the dominant pricing method.

Satisfaction with pricing methods

Overall, pricing methods are not a major source of dissatisfaction. For translation, respondents are most satisfied with hourly, word-, and page-based pricing methods. For revision and post-editing, hourly pricing generates the highest satisfaction, whereas word-based pricing is less satisfactory.

Rates

Across all language pairs, median translation rates are €0.14 per source word when working with direct clients and €0.09 with agencies. For revision, the median rates are €45 per hour and €0.05 per source word with direct clients, compared to €30 per hour and €0.04 per source word with agencies.

For post-editing, the median rate with agencies is €0.05 per source word. The data for direct clients in this category are too limited to support a reliable comparison with agencies. Additionally, significant disparities can be observed between the minimum and maximum rates reported in the survey.

Agency rates are substantially lower than those freelancers charge direct clients. On average, agency translation rates are €0.04 lower per word (–29%). For revision services, agency hourly and word rates are 33% lower than direct client rates. However, the data indicate that freelancers charge similar hourly rates for post-editing and revision when working with direct clients, averaging around €50 per hour in both cases.

Comparing translation rates with those reported in the survey conducted by SFT in 2022, there is near stagnation in median rates, despite cumulative inflation of 13.8% between January 2022 and December 2025. Average rates have even declined slightly.

Income satisfaction

Income satisfaction varies sharply by client type and service. Across all services, freelancers are far less satisfied with income from agencies than from direct clients:

- Translation: 63% satisfied with direct clients vs. 37% with agencies;
- Revision: 61% vs. 37%;
- Post-editing: 51% vs. only 25%.

Also, income satisfaction is lower for post-editing than for translation and revision services.

Overall, 54% of respondents are dissatisfied with their income, while only 36% are satisfied. Income dissatisfaction is mainly linked to downward rate pressure, lower and more unstable workloads, the growing impact of AI and imposed post-editing, dependence on agencies, and a mismatch between earnings and qualifications.

Overall job satisfaction

Despite economic pressures, 55% of respondents report being satisfied with their work. Freelancers highlight intellectual fulfillment and autonomy as key positive factors. Job dissatisfaction is mainly linked to worsening working conditions, including the rise of often unpopular post-editing, tighter deadlines, downward price pressure, growing precarity due to lower volumes and higher taxes, and increasing uncertainty in the face of low-cost competition and AI.

Profils des répondant·es

Cette section décrit les profils des **777 répondant·es** qui ont participé à l'enquête : genre, âge, combinaison linguistique principale, expérience dans le secteur de la traduction, spécialisation, affiliation à des associations professionnelles, services linguistiques proposés, et rémunération en 2024.

Genre

L'analyse de l'échantillon met en évidence une forte prédominance féminine parmi les répondant·es : 84 % sont des femmes, contre 15 % d'hommes (Tableau 1).

GENRE	N	%
Femme	655	84 %
Homme	114	15 %
Non-binaire	3	0,4 %
Je ne souhaite pas partager cette information	5	0,6 %
TOTAL	777	100 %

Tableau 1 – Genre des répondant·es.

Âge

La répartition des tranches d'âge au sein de l'échantillon est équilibrée. La majorité des répondant·es (57 %) ont entre 30 et 49 ans (Tableau 2). Près d'un quart est âgé de 50 à 59 ans. Les personnes de moins de 30 ans et celles de plus de 60 ans sont représentées à hauteur d'environ 10 %.

ÂGE	N	%
18-29	78	10 %
30-39	213	28 %
40-49	228	29 %
50-59	186	24 %
60+	71	9 %
Je ne souhaite pas partager cette information	1	0,1 %
TOTAL	777	100 %

Tableau 2 – Âge des répondant·es.

Combinaisons linguistiques

Dans l'enquête, les répondant·es ont été invité·es à indiquer leur principale combinaison linguistique, en fonction de leur volume de travail. Certaines personnes ont toutefois mentionné plusieurs combinaisons. Le Tableau 3 présente l'ensemble des combinaisons linguistiques déclarées. La plus répandue est l'anglais vers le français (58 %), suivie de l'allemand vers le français (12 %) et du français vers l'anglais (10 %). Toutes les autres combinaisons représentent chacune 5 % des répondant·es ou moins. Par ailleurs, pour 7 % des répondant·es, la réponse fournie ne permettait pas d'identifier avec certitude la combinaison linguistique (par exemple, la direction de traduction n'était pas mentionnée).

COMBINAISON LINGUISTIQUE	N	%
EN>FR	452	58,2 %
DE>FR	90	11,6 %
FR>EN	74	9,5 %
FR>DE	27	3,5 %
ES>FR	18	2,3 %
IT>FR	18	2,3 %
EN>DE	12	1,5 %
FR>ES	8	1,0 %

FR>NL	7	0,9 %
FR>SV, JA>FR, SV>FR	4 mentions chacune	0,5 % chacune
DE>EN, EN>ES, FR>JA, FR>PT, KO>FR, NL>FR, PT>FR	3 mentions chacune	0,4 % chacune
EN>AR, EN>IT, EN>PT, ES>EN, FR>AR, FR>IT, FR>ZH, ZH>FR	2 mentions chacune	0,3 % chacune
AR>FR, BCMS>FR, EL>FR, EN>DA, EN>ET, EN>SV, EN>TH, EN>ZH, FR>BR, FR>DA, FR>EL, FR>HU, FR>NB, FR>PL, FR>RO, FR>TR, HE>FR, IT>DE, IT>EN, PL>FR, PT>DE, PT>EN, RO>FR, RU>FR, SQ>FR, ZH>EN	1 mention chacune	0,1 % chacune

Tableau 3 – Combinaisons linguistiques principales des répondant·es (N=777).

Expérience en tant que traductrice/traducteur

Les répondant·es ont entre 6 mois et 50 ans d'expérience dans le domaine de la traduction. La moyenne s'élève à 15 ans, tandis que la médiane[1] est légèrement inférieure, à 14 ans.

Activité professionnelle à titre principal ou secondaire

La traduction constitue l'activité professionnelle principale de la grande majorité des répondant·es (N=691 ; 89 %). Parmi ce groupe, 64 % exercent à temps plein (Tableau 4).

[1] La médiane est la valeur qui partage une série de données en deux parties égales : 50 % des observations se situent en dessous de cette valeur et 50 % au-dessus. Contrairement à la moyenne, elle est peu influencée par les valeurs extrêmes et reflète donc souvent mieux la position « centrale » d'une distribution.

TAUX D'OCCUPATION	N	%
100 %	444	64 %
75-99 %	119	17 %
50-74 %	92	13 %
20-49 %	14	2 %
Réponses aberrantes (<20 %)	22	3 %
TOTAL	691	100 %

Tableau 4 – Traduction à titre principal.

À l'inverse, parmi les 11 % qui exercent la profession à titre secondaire (N=86), la majorité (57 %) y consacre entre un quart temps et un mi-temps (Tableau 5).

TAUX D'OCCUPATION	N	%
50 %	15	17 %
25-49 %	34	40 %
Moins de 25 %	31	36 %
Réponses aberrantes (>=51 %)	6	7 %
TOTAL	86	100 %

Tableau 5 – Traduction à titre secondaire.

Spécialisation

Au total, 670 répondant·es (86 %) déclarent au moins un domaine de spécialisation. En moyenne, deux à trois domaines sont mentionnés. Neuf répondant·es n'ont pas renseigné leur(s) domaine(s) de spécialisation.

Les spécialisations citées sont très diverses (N=353), allant de domaines assez larges à des secteurs très pointus (Tableau 6). Les trois

spécialisations les plus représentées dans l'échantillon sont la traduction **marketing** (22 % des répondant·es), la traduction **juridique** (21 %) et la traduction **médicale** (15 %). On retrouve ensuite le tourisme, l'informatique, la traduction technique, les jeux vidéo, la traduction financière et l'environnement. Les autres spécialisations représentent chacune moins de 5 % des répondant·es.

SPÉCIALISATION	N	%
marketing/communication	**174**	**22,4 %**
juridique	**160**	**20,6 %**
médical	**120**	**15,4 %**
tourisme	65	8,4 %
informatique	61	7,9 %
technique	57	7,3 %
jeux vidéo	51	6,6 %
finance	45	5,8 %
environnement	40	5,1 %
audiovisuel	36	4,6 %
littéraire	28	3,6 %
pharmaceutique	28	3,6 %
sciences humaines et sociales	26	3,3 %
cosmétique	22	2,8 %
économie	20	2,6 %
mode	19	2,4 %
développement durable	18	2,3 %
commerce	17	2,2 %
luxe	16	2,1 %
culture	15	1,9 %
RH	15	1,9 %
sport	15	1,9 %
art	14	1,8 %
automobile	14	1,8 %
bancaire	13	1,7 %
agriculture	12	1,5 %
éducation	12	1,5 %
institutionnel	12	1,5 %
administratif	10	1,3 %
droits humains	10	1,3 %

gastronomie	10	1,3 %
scientifique	10	1,3 %
tech	10	1,3 %
électronique	9	1,2 %
vin	9	1,2 %
énergie	9	1,2 %
histoire de l'art, industrie, musique	8 mentions chacune	1,0 %
assurances, brevets, chimie, développement international, écologie, localisation de logiciels, localisation de sites internet, organisations internationales, rédactionnel, transports	7 mentions chacune	0,9 %
aéronautique, agroalimentaire, énergies renouvelables, ferroviaire, transcréation, nutrition	6 mentions chacune	0,8 %
architecture, e-commerce, histoire, horlogerie, musées, responsabilité sociale des entreprises, technologies de l'information	5 mentions chacune	0,6 %
académique, aide humanitaire, beauté, cuisine, électrotechnique, formation, jeunesse, mécanique, ONG, patrimoine, politique, SEO, UE, télécommunications	4 mentions chacune	0,5 %
communication institutionnelle, coopération internationale, défense, dispositifs médicaux, édition, études de marché, géopolitique, humanitaire, jeux de société, localisation, logistique, machines agricoles, migration, nautisme, optique, parfumerie, propriété intellectuelle, relations internationales, religion, sciences de la vie, viticulture, sciences naturelles	3 mentions chacune	0,4 %
accompagnement/conseil, aide au développement, art contemporain, beaux-arts, beaux-livres, biodiversité, brevets d'invention, crises humanitaires et sanitaires, cryptomonnaies, décoration d'intérieur, divertissement, économie circulaire, e-learning, électroménager, enseignement supérieur, expositions, finance durable, génie, hôtellerie, hygiène, immobilier, imprimerie, informatique de gestion, joaillerie, lifestyle, loisirs, magazines pour enfants, mangas, manuels techniques, maritime, matériaux, musicologie, nature, œnologie, opéra, pêche, pharmacologie, politiques européennes,	2 mentions chacune	0,3 %

presse, production alimentaire, protection de l'environnement, romans, sécurité, spiritueux, technique industrielle, textile, tourisme durable, transition écologique, transition énergétique, webtoons, médias, théologie		
accessibilité, acier, action humanitaire, activités de plein air, actualité internationale, aérospatial, affaires sociales, agroécologie, agroforesterie, agronomie, agrotechnique, alimentation végétale, alpinisme, animaux de compagnie, anti-colonialisme, anti-pollution, anti-racisme, apiculture, appareillage médical, apps, archéologie, aromathérapie, art moderne, arts du fil, ascenseurs-escalators, assainissement des sites pollués, assurance santé, assurances sociales, audio guide, audit interne, aviation, bandes dessinées, bâtiment et construction, bâtiments et travaux publics, bien-être, biogéochimie, biomédical, biomimétisme, brevets techniques, capteurs, catalogues, catalogues d'expositions, champagne, changement climatique, chine, cloud, collectivités locales françaises, commerce international, communication de crise, communication interne, condominiums, conseil en organisation, construction, contentieux des brevets d'invention, coopération au développement, couture, création multimédia, criminalité internationale, cultures caribéennes, cybersécurité, cyclisme, dentaire, deux-roues, développement, développement personnel, diabète, diffusion des connaissances, diplomatie, droit international humanitaire, DUE, écodesign, économie du développement, égalité hommes-femmes, électricité, emballages, engins agricoles, enseignement public, équipements et procédés industriels, essais cliniques, études critiques genre/race, fiscalité, fitness, football, formation professionnelle, génie mécanique, géologie, gestion de crise, gestion des déchets, grande distribution, graphisme, handicap, histoire du livre, histoire naturelle, horlogerie de luxe, HSE, implants, industrie 4.0, industrie du cacao, industrie verte, industries lourdes (pompes, moteurs, compresseurs, filtres), informatique musicale, ingénierie, ingénierie audio, ingénierie/BTP, instrumentation scientifique, internet, investissements, IOT, jardinage, jeux de rôle, jeux et jouets, jeux mobiles, justice sociale, langage clair, livres audio, livres pour enfants, machine-outil, machines industrielles, management, manhua, manuels, marketing digital,	1 mention chacune	0,1 %

marketing digital pour le secteur informatique, maroquinerie, médecine intégrative, médico-social, métaux précieux, mines et minéraux, montagne, musique classique, normes, œnotourisme, oncologie, orthèse, orthotypographie française, panneaux solaires, pédagogie, philosophie du travail, photographie, photographie numérique, phytothérapie, poésie, polar / thriller, politique économique, politique spatiale, politiques environnementales, prévoyance, private equity, protection des animaux, protection des forêts, protection sociale, prothèses, prothèses pour genoux et hanche, psychologie, rapports de durabilité, rapports financiers, recherche, recommandations internationales, réglementation bancaire, réglementation des produits thérapeutiques, réglementation des technologies numériques, relation clientèle, relations publiques, réparations, reportages nature/aventure/patrimoine, réseaux et télécommunications, réseaux sociaux, revendications de brevet, santé féminine, science ouverte, science participative, sciences politiques, sciences sociales et économiques, sécurité au travail, sécurité de l'information, sécurité des machines, sécurité et réseaux, sécurité ferroviaire, sécurité industrielle, smart home, solaire, solidarité internationale, spatial, spiritualité, sports mécaniques, sports outdoor, stratégie d'entreprise, supports de formation interne, surtitrage, sylviculture, technique médicale, techniques d'analyse de laboratoire, téléphonie, tourisme et valorisation du patrimoine, tourisme responsable, traduction inclusive, tricot, UIS, universitaire, vannes de régulation, véhicules motorisés, vétérinaire, web, wellness		
Spécialisation non précisée	9	1,2 %
Pas de spécialisation	107	13,8 %

Tableau 6 – Spécialisations des répondant·es (N=777).

Statuts

Les statuts les plus répandus sont l'entreprise individuelle (63 % en microentreprise, 23 % au réel) et le statut d'artiste-auteur·rice (12 %). Les autres statuts sont moins représentés dans l'échantillon (Tableau 7).

STATUTS	N	%
EI Micro-entreprise	490	63 %
EI au réel	180	23 %
Artiste-auteur·rice	95	12 %
SASU/SAS, EURL/SARL, autre société	47	6 %
Portage salarial	13	2 %
Salarié·e (même à temps partiel)	4	1 %
En portage de projet	1	0,1 %
TOTAL	777	100 %

Tableau 7 – Statuts des répondant·es.

Affiliation à une association professionnelle

Sur les 777 répondant·es, 240 (31 %) ne sont affilié·es à aucune association professionnelle (Figure 1).

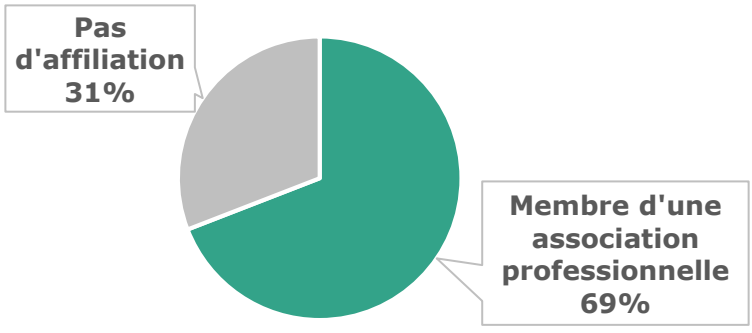


Figure 1 – Affiliation à une association professionnelle (N=777).

Parmi les 537 personnes affiliées (69 % de l'échantillon), on retrouve des membres de la SFT uniquement (56 %), des membres d'une autre association uniquement (22 %) et des membres de plusieurs associations, dont la SFT (22 %) (Tableau 8). Les personnes affiliées à la SFT représentent donc 78 % des affilié·es à une association professionnelle, et près de 54 % de l'échantillon total.

Association(s) professionnelle(s)	N	%
SFT uniquement	298	56 %
Autre association uniquement	119	22 %
SFT et autre association	120	22 %
TOTAL	537	100 %

Tableau 8 – Types d'affiliation à une association professionnelle.

Services proposés

Traduction

La quasi-totalité des répondant·es, soit 749 sur 777 (96 %), proposent des services de traduction.

Part de la traduction dans la charge de travail en tant que traductrice/traducteur indépendant·e[2]

En moyenne, les mandats de traduction représentent **61 %** de la charge de travail des répondant·es qui proposent ce service (médiane : 70 %) (N=664).

[2] Pour quelques répondant·es, la somme des trois services dépasse 100 %. Ces réponses aberrantes ont été exclues des résultats présentés dans cette section.

Révision

581 répondant·es sur 777 (75 %) proposent des services de révision. Les personnes qui n'offrent pas ce service citent fréquemment le manque de demande de la part de la clientèle, le manque d'intérêt pour ce type de prestations et une préférence pour la traduction. Les autres raisons invoquées sont une rentabilité jugée insuffisante, des réserves quant à la qualité des traductions à réviser, un volume de travail en traduction déjà suffisant, le manque d'expérience ou de formation, ou encore le caractère chronophage de la révision.

Part de la révision dans la charge de travail en tant que traductrice/traducteur indépendant·e

En moyenne, les mandats de révision représentent **18 %** de la charge de travail des répondant·es qui offrent ce service (médiane : 10 %) (N=481).

Post-édition

Plus de la moitié des répondant·es, soit 459 sur 777 (59 %), proposent des services de post-édition. Les raisons avancées par les personnes qui n'offrent pas de post-édition sont multiples. Les répondant·es évoquent avant tout des tarifs jugés trop bas, une rémunération insuffisante et une activité peu, voire pas rentable. Vient ensuite un manque d'intérêt marqué pour ce type de prestation. Dans une moindre mesure, certaines personnes mentionnent des motifs éthiques ou environnementaux. Les répondant·es citent aussi le caractère chronophage de la post-édition, son aspect ennuyeux ou pénible, voire abrutissant. Enfin, quelques personnes soulignent qu'elle leur parait peu adaptée à la traduction de textes littéraires ou créatifs, expriment une opposition de principe à l'égard de la traduction

automatique, disent détester cette activité ou estiment qu'elle nuit à leur créativité.

Part de la post-édition dans la charge de travail en tant que traductrice/traducteur indépendant·e

En moyenne, les mandats de PÉ représentent **36 %** de la charge de travail des répondant·es qui proposent ce service (médiane : 30 %) (N=391).

La PÉ vendue comme de la traduction

Les répondant·es ont indiqué à quelle fréquence ils et elles vendent des prestations de post-édition comme de la traduction, c'est-à-dire dans des cas où la traduction automatique est utilisée sans que la clientèle en soit informée, la prestation étant facturée au tarif habituel de la traduction. La Figure 2 présente la répartition des réponses (N=773).

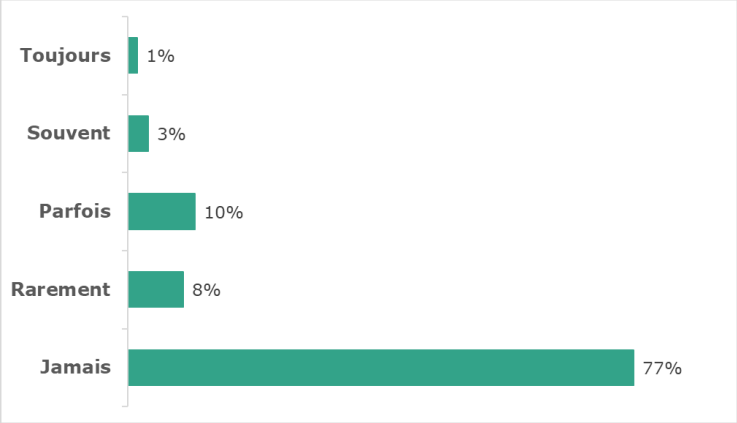


Figure 2 – Réponses à la question "Combien de fois vous arrive-t-il de vendre la post-édition comme un service de traduction (c'est-à-dire sans informer la clientèle que vous avez utilisé la traduction automatique) ?" (N=773).

Les résultats montrent qu'une majorité de répondant·es (77 %) déclarent ne jamais vendre de prestations de post-édition comme des prestations de traduction. Une minorité le fait rarement (8 %) ou parfois (10 %), tandis que 3 % disent le faire souvent et seulement 1 % systématiquement.

Plusieurs raisons sont avancées par les répondant·es qui vendent de la post-édition comme de la traduction. Certaines personnes évoquent des délais trop serrés ou des tarifs jugés insuffisants, qui les conduisent à recourir à la traduction automatique pour gagner du temps. D'autres précisent que la traduction automatique n'est utilisée que de manière ponctuelle (pour certains segments ou comme source d'inspiration), comme un outil d'aide à la traduction parmi d'autres, sans que son utilisation ne relève de la post-édition. Dans certains cas, la traduction automatique sert uniquement de premier jet, qui est ensuite fortement retravaillé. Enfin, plusieurs personnes mentionnent que la traduction automatique permet de réduire l'effort technique. À l'inverse, les répondant·es qui disent ne pas vendre de post-édition comme de la traduction présentent cette pratique comme contraire à la déontologie professionnelle et à l'éthique, voire comme malhonnête à l'égard de la clientèle. Certaines personnes précisent toutefois qu'elles utilisent la traduction automatique dans le cadre de mandats de traduction, mais sans considérer que cet usage relève de la post-édition.

Chiffres d'affaires en 2024

Les résultats mettent en évidence des niveaux de revenus 2024 globalement modestes. Ainsi, 74 % des répondant·es déclarent un chiffre d'affaires total, toutes activités confondues, inférieur à 50 000 €, et cette proportion atteint 79 % pour le seul chiffre d'affaires tiré des mandats de traduction, révision et post-édition (Figure 3). Plus encore, 52 % des répondant·es indiquent un chiffre d'affaires issu de ces mandats inférieur à 30 000 €.

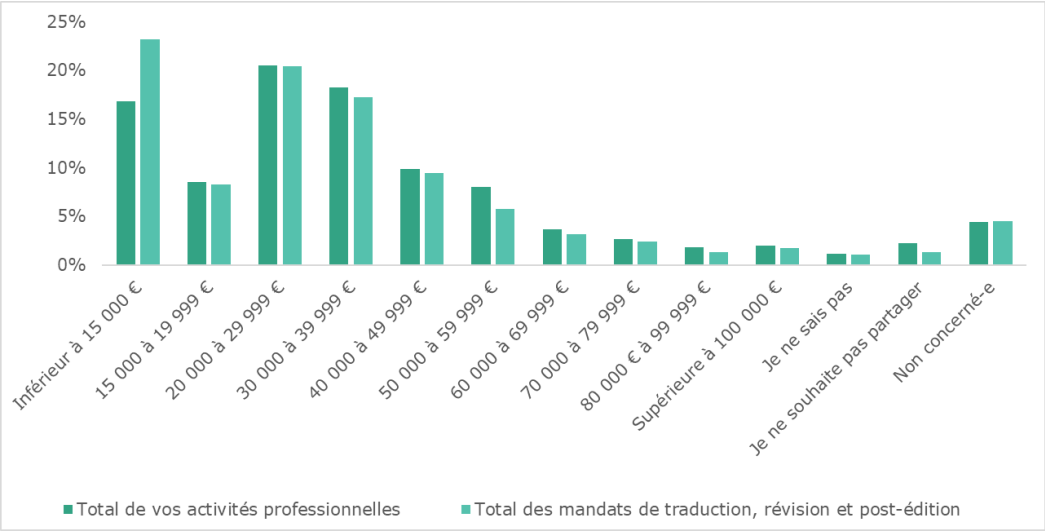


Figure 3 – Chiffre d'affaires des répondant·es en 2024 (total des activités : N=761 ; total des mandats de TRAD-RÉV-PÉ : N=749).

Lorsque l'analyse est limitée aux seules personnes exerçant **à temps plein**, on remarque que 71 % des répondant·es déclarent un chiffre d'affaires total, toutes activités confondues, inférieur à 50 000 € ; 72 % pour le seul chiffre d'affaires tiré des mandats de traduction, révision et post-édition (Figure 4). 41 % des répondant·es indiquent un chiffre d'affaires issu de ces mandats inférieur à 30 000 €.

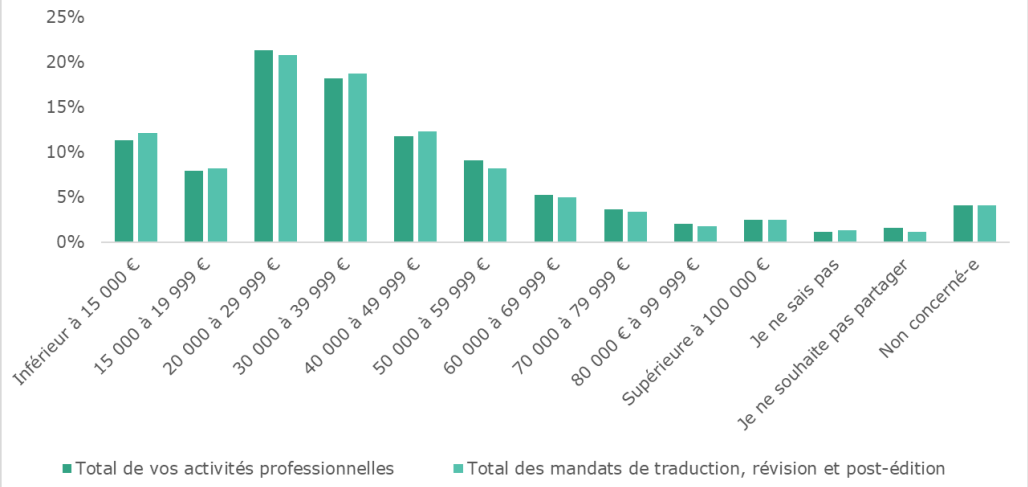


Figure 4 – Chiffre d'affaires des répondant·es à temps plein en 2024 (total des activités : N=440 ; total des mandats de TRAD-RÉV-PÉ : N=437).

Rémunération nette en 2024

Du côté de la rémunération nette, 44 % des répondant·es se situent en dessous de 20 000 € pour l'ensemble de leurs activités, et 50 % pour les seuls mandats de traduction, révision et post-édition (Figure 5). Ces montants sont relativement bas, en particulier en regard du SMIC net annuel (16 839 €) et du salaire net médian du secteur privé (26 280 €) la même année.

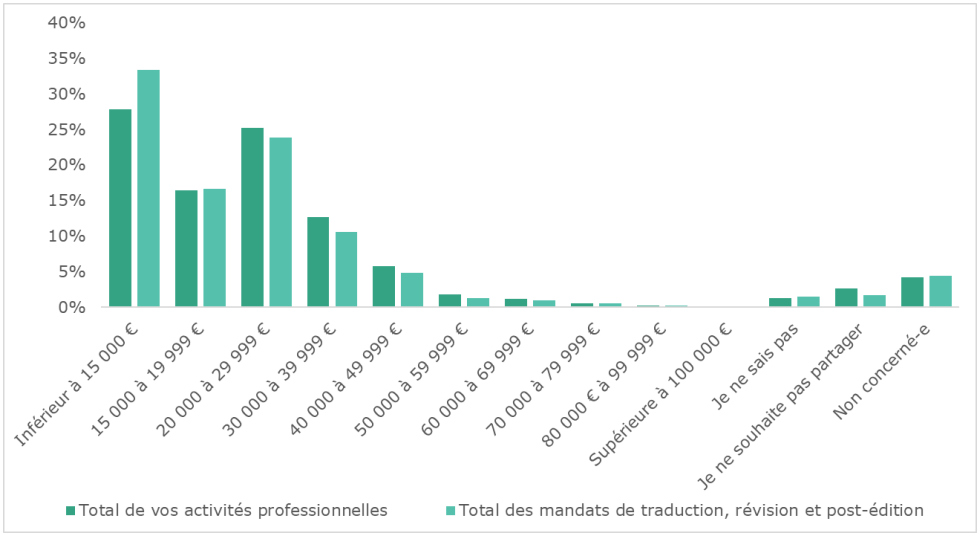


Figure 5 – Rémunération nette des répondant·es en 2024 (total des activités : N=758 ; total des mandats de TRAD-RÉV-PÉ : N=746).

Lorsque l'analyse est limitée aux seules personnes exerçant **à temps plein**, on observe que 38 % des répondant·es se situent en dessous de 20 000 € pour l'ensemble de leurs activités, et 39 % pour les seuls mandats de traduction, révision et post-édition (Figure 6).

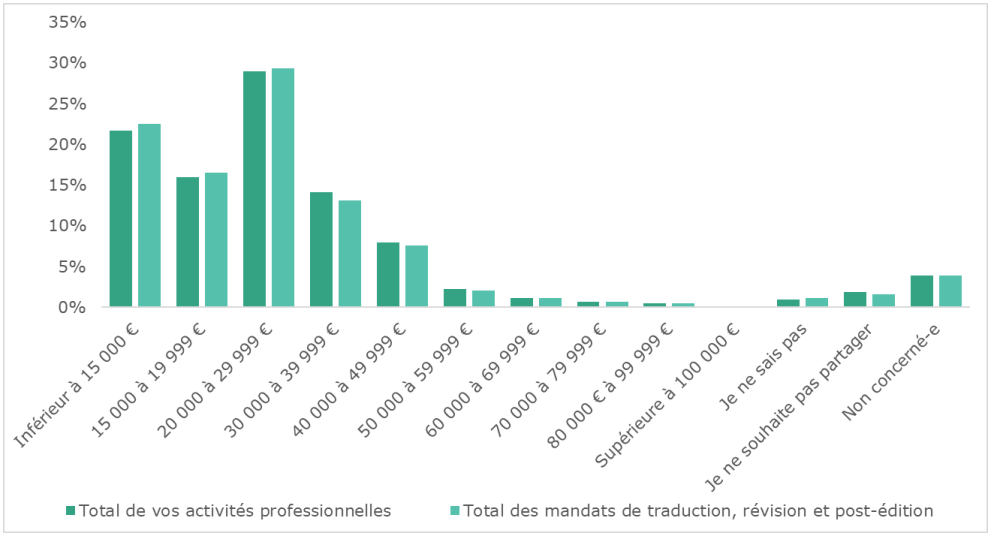


Figure 6 – Rémunération nette des répondant·es à temps plein en 2024 (total des activités : N=438 ; total des mandats de TRAD-RÉV-PÉ : N=436).

Évolution de la rémunération

Environ 25 % des répondant·es signalent une hausse de revenus en 2024, dont une minorité (5 %) une forte hausse (Figure 7). Pour 27 %, la rémunération est restée stable. En revanche, près de 43 % indiquent que leur rémunération a baissé en 2024 par rapport à 2023, dont 14 % qui font état d'une baisse telle qu'ils et elles envisagent de mettre un terme à leur activité.

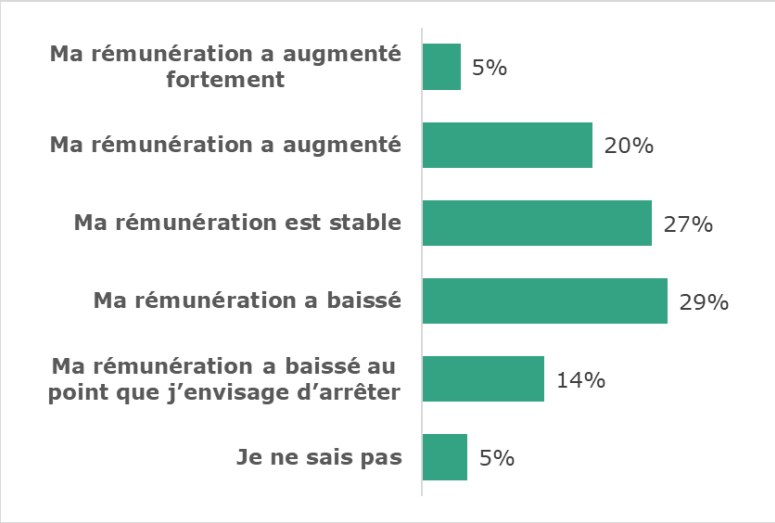


Figure 7 – Évolution de la rémunération en 2024 par rapport à 2023 (N=771).

Traduction

Cette section présente les résultats de l'enquête relatifs aux services de **traduction**.

La plupart des répondant·es proposent des services de traduction à la clientèle directe (75 %) et aux agences (81 %) (Figure 8). Plus de la moitié (57 %) travaillent avec ces deux types de clientèle, tandis que 24 % collaborent exclusivement avec des agences (N=169) et 18 % uniquement avec leur clientèle directe (N=123).

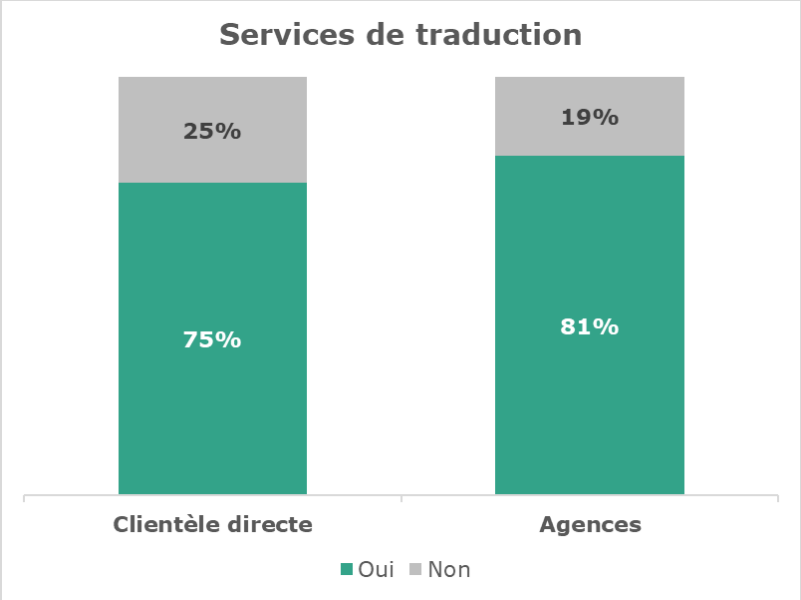


Figure 8 – Traduction avec les deux types de clientèle (N=694).

Le Tableau 9 présente le nombre de répondant·es ayant fourni des données pour un·e, deux ou trois client·es direct·es et/ou agences. La majorité des répondant·es ont fourni des données sur trois client·es direct·es et sur trois agences.

TRADUCTION		N
Clientèle directe	*Un·e*	147
	Deux	128
	Trois	212
Agences	*Une*	129
	Deux	156
	Trois	235

Tableau 9 – Nombre de répondant·es qui ont fourni des données pour un·e, deux ou trois client·e(s) ou agence(s) (traduction).

Types de clientèle directe

Les entreprises constituent de loin la principale catégorie de clientèle directe (585 mentions) (Tableau 10), devant les organisations internationales (171 mentions), les organisations nationales (82 mentions) et les collègues (64 mentions). Parmi les autres catégories (139 mentions), les plus fréquemment citées sont les particuliers et les particulières, les établissements d'enseignement et de recherche, les associations et fondations, les autorités judiciaires, les ONG, ainsi que les notaires, les maisons d'édition, les hôpitaux et les musées.

Types de clientèle directe (traduction)	N mentions
Entreprise	585
Organisation internationale	171
Organisation nationale	82
Collègue	64
Autre	139

Tableau 10 – Types de clientèle directe pour la traduction.

Localisation de la clientèle directe

Plus de la moitié de la clientèle directe est située en France (Figure 9).

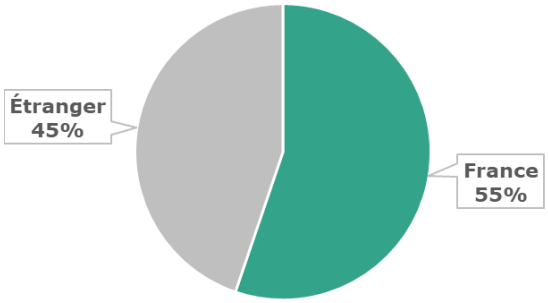


Figure 9 – Localisation de la clientèle directe, traduction (N=958).

Localisation des agences

Parmi les agences avec lesquelles les répondant·es collaborent pour la traduction, 40 % sont situées en France et 60 % à l'étranger (Figure 10), ce qui reflète un ancrage plus international que pour la clientèle directe.

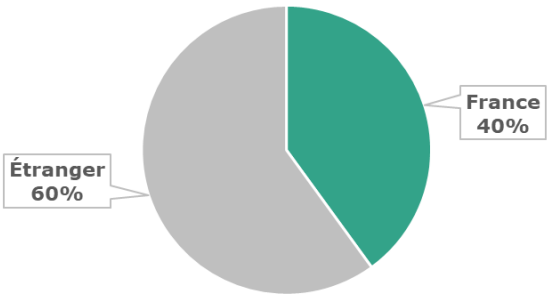


Figure 10 – Localisation des agences, traduction (N=1147).

Meilleures méthodes de tarification selon les répondant·es

Pour la traduction, la méthode privilégiée est le **tarif au mot** calculé sur le texte source (N=277/558, soit 50 %). Cette approche est perçue comme la plus prévisible et la plus sécurisante : le volume est connu à l'avance, ce qui permet d'estimer la charge de travail et la rémunération attendue. Vient ensuite le tarif horaire (N=156/558, soit 28 %).

Méthodes de tarification les plus répandues

Pour les deux types de clientèle, le tarif au mot, calculé sur la base du texte source, est largement utilisé (Tableau 11). Il constitue d'ailleurs la méthode dominante avec les agences.

Méthode de tarification	Clientèle directe	Agences
Tarif au mot (source)	**678**	**995**
Tarif au mot (cible)	20	21
Tarif à la ligne (source)	29	21
Tarif à la ligne (cible)	5	8
Tarif à la page (source)	**80**	12
Tarif à la page (cible)	17	1
Tarif horaire	**100**	43
Autre	110	45

Tableau 11 – Méthodes de tarification pour la traduction (nombre de mentions).

Avec la clientèle directe, le tarif horaire et le tarif à la page (texte source) sont également répandus. Parmi les autres méthodes de tarification figurent notamment le tarif au projet, surtout utilisé avec la clientèle directe, et la

tarification à la minute (pour la traduction audiovisuelle), principalement pratiquée avec les agences. Des méthodes mixtes sont aussi utilisées avec les deux types de clientèle.[3]

Rabais TAO

Les résultats indiquent que les remises liées aux outils de TAO sont beaucoup plus fréquentes avec les agences (79 %) qu'avec la clientèle directe (28 %) (Figure 11).

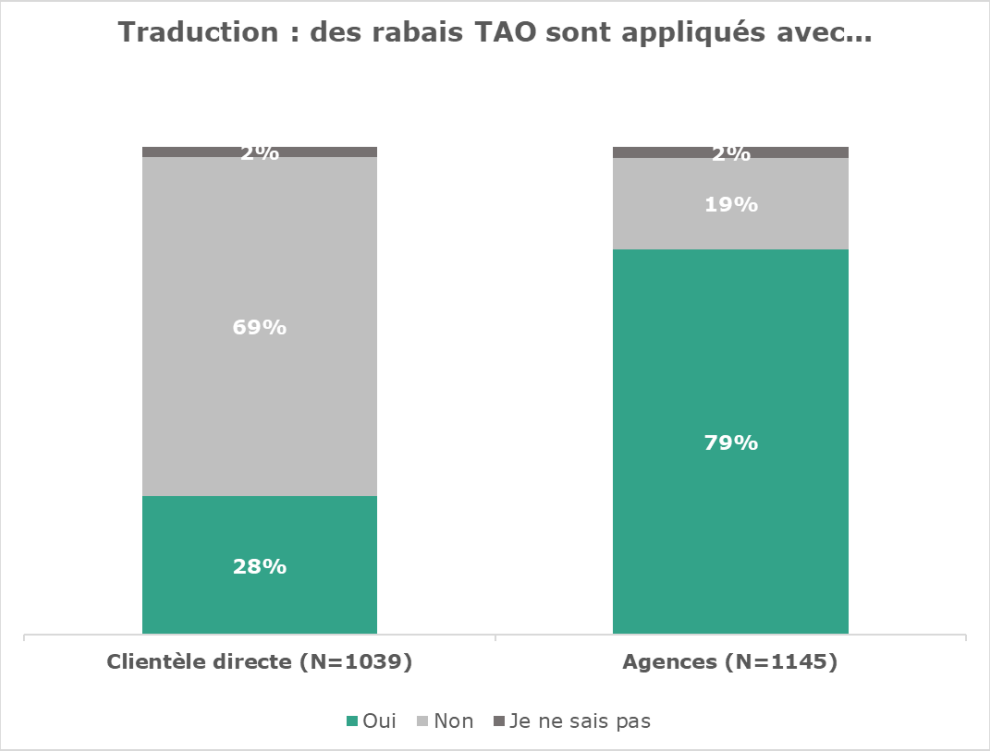


Figure 11 – Rabais TAO (traduction).

[3] Les répondant·es ont précisé que les tarifs à la page correspondent, pour la plupart, à des pages de 1 500 caractères, espaces comprises. Les tarifs à la ligne correspondent majoritairement à des lignes de 55 caractères (espaces comprises).

Révision

Parmi les 500 répondant·es qui proposent des services de révision, 45 % travaillent avec une **clientèle directe**, tandis que 77 % collaborent avec des **agences** (Figure 12). Parmi eux, 16 % ne travaillent qu'avec une clientèle directe (N=82) et 48 % uniquement avec des agences (N=238).

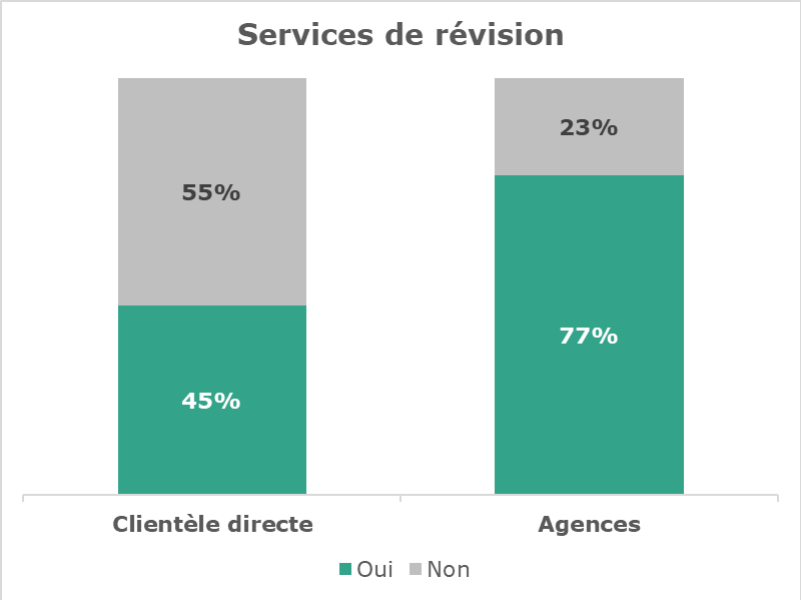


Figure 12 – Révision avec les deux types de clientèle (N=500).

Le Tableau 12 présente le nombre de répondant·es ayant fourni des données pour un·e, deux ou trois client·es direct·es et/ou agences. La plupart des répondant·es ont communiqué des données portant sur un·e client·e direct·e ou une agence.

RÉVISION		N
Clientèle directe	*Un·e*	131
	Deux	40
	Trois	41
Agences	*Une*	216
	Deux	93
	Trois	59

Tableau 12 – Nombre de répondant·es qui ont fourni des données pour un·e, deux ou trois client·e(s) ou agence(s) (révision).

Types de clientèle directe

Chez les répondant·es qui proposent des services de révision, les **entreprises** constituent de loin la principale catégorie de clientèle directe (189 mentions) (Tableau 13), devant les organisations internationales (54 mentions) et les collègues (49 mentions). Parmi les autres catégories (23 mentions), on retrouve les particuliers et les particulières, les établissements d'enseignement et de recherche, les ONG, les maisons d'édition et les hôpitaux.

Types de clientèle directe (révision)	N mentions
Entreprise	189
Organisation internationale	54
Collègue	49
Organisation nationale	20
Autre	23

Tableau 13 – Types de clientèle directe pour la révision.

Localisation de la clientèle directe

La répartition de la clientèle directe entre la France et l'étranger est globalement comparable (Figure 13).

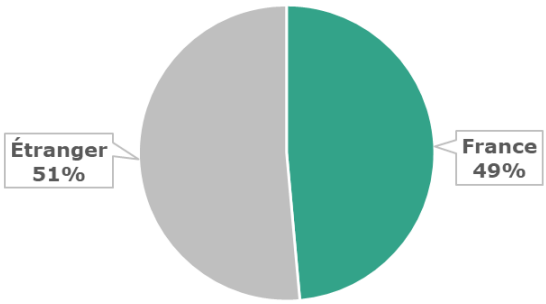


Figure 13 – Localisation de la clientèle directe, révision (N=315).

Localisation des agences

Pour la révision, 62 % des agences sont situées à l'étranger (Figure 14).

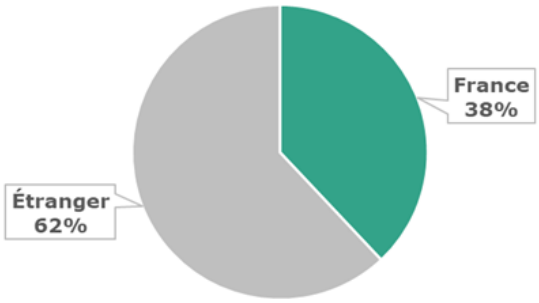


Figure 14 – Localisation des agences, révision (N=579).

Meilleures méthodes de tarification selon les répondant·es

Pour la révision, le **tarif horaire** est considéré comme le plus adapté (N=350/502, soit 70 % des répondant·es à cette question), notamment en raison du caractère parfois imprévisible de la qualité de la traduction à réviser. Le tarif au mot, calculé sur la base du texte source, arrive loin derrière (N=99/502, soit 20 %).

Méthodes de tarification les plus répandues

Avec la clientèle directe, le **tarif horaire** est le plus répandu (190 mentions), devant le tarif au mot source (105 mentions). Avec les agences, c'est au contraire le **tarif au mot** qui prédomine (307 mentions), suivi de près par le tarif horaire (246 mentions).

Méthode de tarification	Clientèle directe	Agences
Tarif au mot (source)	**105**	**307**
Tarif au mot (cible)	14	11
Tarif à la ligne (source)	3	0
Tarif à la ligne (cible)	0	0
Tarif à la page (source)	2	1
Tarif à la page (cible)	3	0
Tarif horaire	**190**	**246**
Autre	17	14

Tableau 14 – Méthodes de tarification pour la révision (nombre de mentions).

Post-édition

Cette section porte sur les services de **post-édition**, proposés par 59 % des répondant·es à l'enquête.

Parmi les 371 personnes ayant fourni des informations détaillées sur la post-édition, seules 19 % proposent ce type de prestation à une **clientèle directe**, contre 85 % aux **agences** (Figure 15).

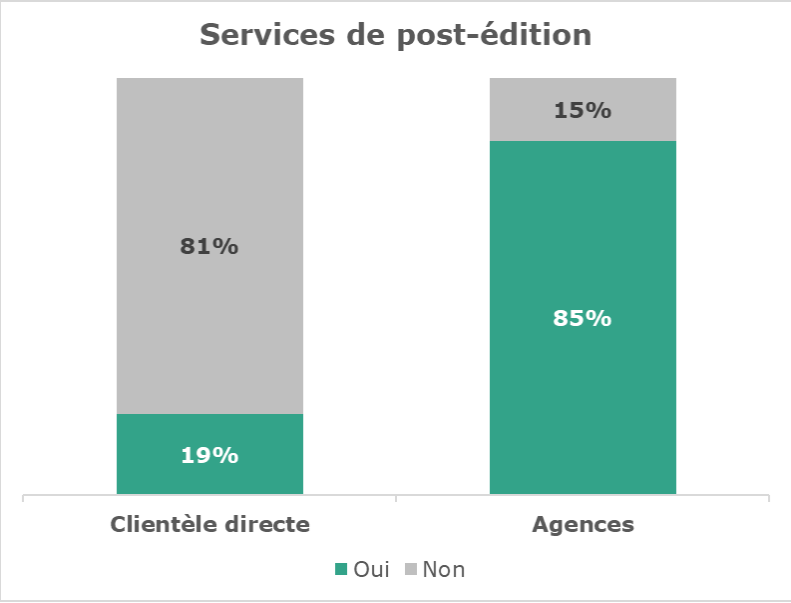


Figure 15 – Post-édition avec les deux types de clientèle (N=371).

Le Tableau 15 présente le nombre de répondant·es ayant indiqué un·e, deux ou trois client·es direct·es et/ou agences pour la post-édition. Les données montrent que, pour ce type de prestations, de nombreuses personnes dépendent d'un·e seul·e client·e direct·e ou d'une à deux agences.

POST-ÉDITION		N
Clientèle directe	*Un·e*	54
	Deux	11
	Trois	3
Agences	*Une*	186
	Deux	91
	Trois	35

Tableau 15 – Nombre de répondant·es qui ont fourni des données pour un·e, deux ou trois client·e(s) ou agence(s) (post-édition).

Types de clientèle directe

Comme le montre le Tableau 16, parmi la clientèle directe pour la post-édition, on retrouve majoritairement des **entreprises** (53 mentions) et, dans une moindre mesure, les organisations internationales (17 mentions).

Types de clientèle directe (post-édition)	N mentions
Entreprise	53
Organisation internationale	17
Organisation nationale	8
Collègue	5
Autre	2

Tableau 16 – Types de clientèle directe pour la post-édition.

Localisation de la clientèle directe

Deux tiers de la clientèle directe pour la post-édition sont situés à l'étranger (Figure 16).

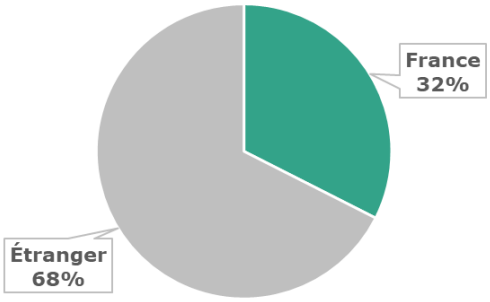


Figure 16 – Localisation de la clientèle directe, post-édition (N=77).

Localisation des agences

Près de 60 % des agences avec lesquelles collaborent les répondant·es pour la post-édition sont situées à l'étranger (Figure 17).

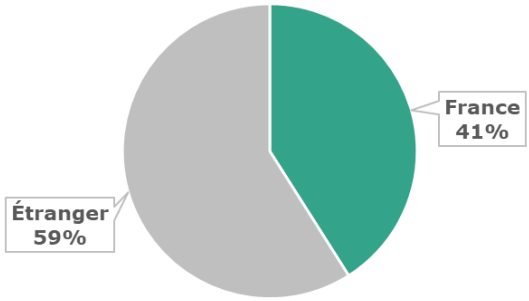


Figure 17 – Localisation des agences, post-édition (N=473).

Meilleures méthodes de tarification selon les répondant·es

Selon les répondant·es, la **tarification horaire** est la méthode la plus adaptée à la post-édition (N=268/423, soit 63 %), dans la mesure où elle permet de tenir compte du travail réellement effectué, lequel dépend

notamment de la qualité de la traduction automatique à post-éditer. Comme pour la révision, le tarif au mot, calculé sur la base du texte source, arrive en seconde position, loin derrière la tarification horaire (N=108/423, soit 26 %).

Méthodes de tarification les plus répandues

Bien que les répondant·es jugent la tarification horaire la plus adaptée à la post-édition, la méthode la plus répandue reste le **tarif au mot** source, tant avec les agences (388 mentions) qu'avec la clientèle directe (47 mentions). Le **tarif horaire** n'arrive qu'en seconde position, loin derrière le tarif au mot dans le cas des agences (Tableau 17).

Méthode de tarification	Clientèle directe	Agences
Tarif au mot (source)	**47**	**388**
Tarif au mot (cible)	1	7
Tarif à la ligne (source)	2	1
Tarif à la ligne (cible)	0	0
Tarif à la page (source)	1	2
Tarif à la page (cible)	0	0
Tarif horaire	**29**	**65**
Autre	5	10

Tableau 17 – Méthodes de tarification pour la post-édition (nombre de mentions).

Rabais TAO

Pour la post-édition, les remises liées aux outils de TAO sont régulièrement imposées par les agences (77 % ; Figure 18). Les données relatives à la clientèle directe sont insuffisantes pour tirer des conclusions.

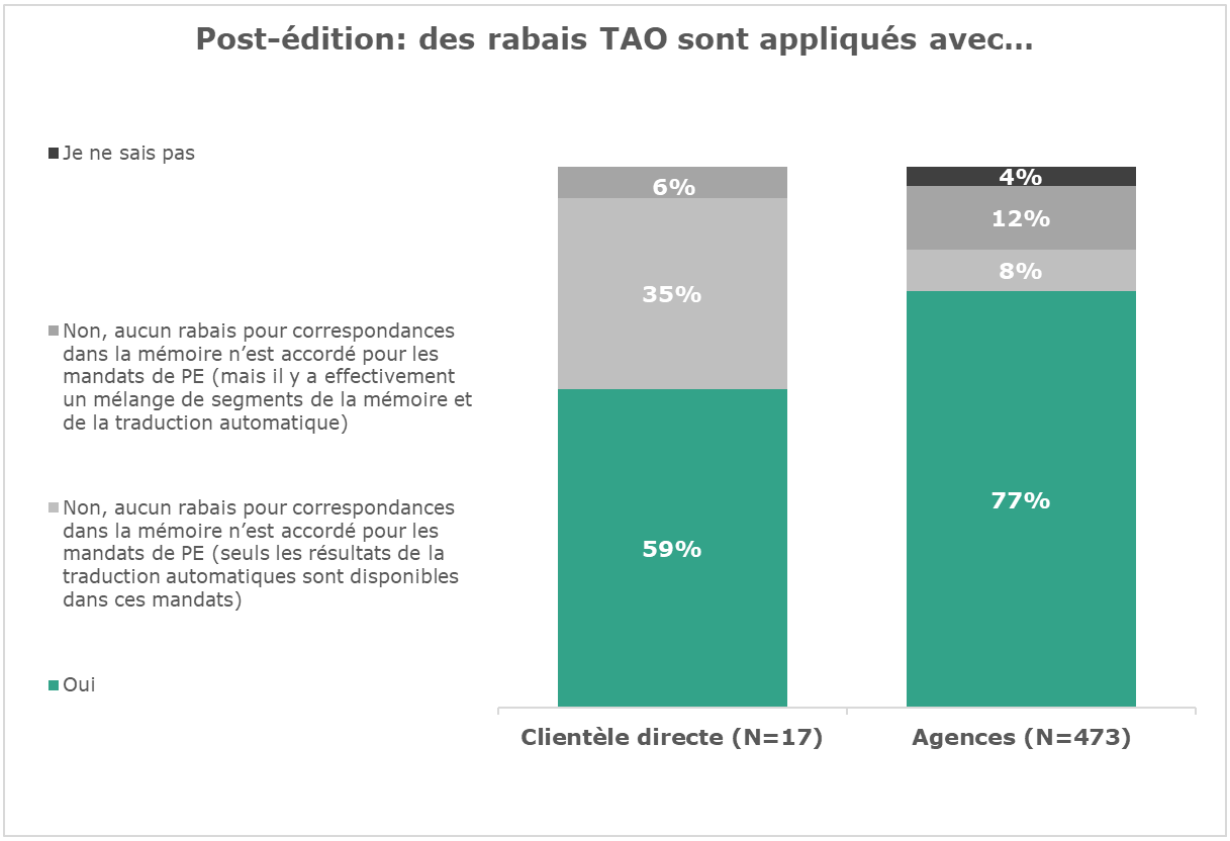


Figure 18 – Rabais TAO (post-édition).

Tarifs

Cette section présente les données relatives aux **tarifs**. Seuls les **montants précis** ont été pris en compte ; les fourchettes tarifaires ont été écartées. L'analyse détaillée par combinaison linguistique est limitée aux données fournies par les répondant·es ayant indiqué une seule combinaison de langues au début de l'enquête.

Tarifs : vue d'ensemble

Les Tableaux 18 à 23 ci-dessous présentent les tarifs, en euros, pour les trois services étudiés, en distinguant la clientèle directe et les agences. Lorsque les répondant·es ont indiqué plusieurs tarifs sous la forme de montants précis, associés à différent·es client·es ou différentes agences, un tarif moyen par répondant·e a été calculé. Les tableaux précisent également le nombre de répondant·es (N). Les tarifs fournis par une seule personne pour une combinaison linguistique donnée ont été exclus des données par combinaison, faute de représentativité.

Toutes combinaisons linguistiques confondues, les tarifs médians pour la **traduction** se situent à 0,14 € par mot source avec la clientèle directe et à 0,09 € avec les agences. Pour la **révision**, la médiane est de 45 € de l'heure et 0,05 € par mot source avec la clientèle directe et de 30 € de l'heure et 0,04 € par mot source avec les agences. Pour la **post-édition**, la médiane avec les agences est de 0,05 € par mot source. Les données relatives à la clientèle directe sont insuffisantes pour permettre une comparaison fiable avec les agences pour la post-édition. Par ailleurs, on remarque des écarts importants entre les valeurs minimales et maximales des tarifs recueillis.

De manière générale, les tarifs pratiqués par les agences sont nettement inférieurs à ceux facturés à la clientèle directe : l'écart est de 0,04 € par mot pour la traduction (–29 %), de 0,02 € par mot pour la révision (–33 %), et de 16 € pour les tarifs horaires de révision (–33 %). Les données montrent également qu'avec la clientèle directe, les traductrices et traducteurs facturent des tarifs horaires similaires pour la post-édition et la révision, soit environ 50 € dans les deux cas.

Si l'on compare les tarifs de traduction avec ceux de la dernière enquête menée par la SFT en 2022, on observe une quasi-stagnation des tarifs médians, malgré une inflation cumulée de 13,8 % entre janvier 2022 et décembre 2025. Les moyennes sont même en léger recul.

Tarifs de la traduction

Tarifs avec la clientèle directe (traduction)

Méthode de tarification	Combinaison linguistique	Moyenne	Médiane	Min.	Max.	N
MOT (SOURCE)	Toutes	0,14	0,14	0,03	0,43	331
MOT (CIBLE)	Toutes	0,15	0,15	0,08	0,25	16
LIGNE (SOURCE)	Toutes	1,63	1,55	0,60	3,30	24
LIGNE (CIBLE)	Toutes	1,03	0,90	0,88	1,30	3
PAGE (SOURCE)	Toutes	35,97	32,00	6,00	115,00	38
PAGE (CIBLE)	Toutes	24,32	23,00	17,00	38,50	12
HEURE	Toutes	52,60	50,00	20,00	180,00	63

MOT (SOURCE)	EN>FR	0,14	0,14	0,03	0,29	179
	FR>EN	0,16	0,14	0,05	0,30	38
	DE>FR	0,16	0,15	0,08	0,43	34
	FR>DE	0,15	0,14	0,08	0,25	13
	IT>FR	0,14	0,12	0,06	0,30	6
	FR>ES	0,15	0,14	0,08	0,24	5
	EN>DE	0,16	0,13	0,10	0,25	3
	EN>ES	0,11	0,11	0,08	0,13	2
	EN>IT	0,15	0,15	0,14	0,16	2
	ES>FR	0,10	0,10	0,10	0,10	2
	FR>PT	0,11	0,11	0,09	0,13	2
	FR>SV	0,11	0,11	0,11	0,11	2
	JA>FR	0,12	0,12	0,11	0,12	2

MOT (CIBLE)	EN>FR	0,14	0,14	0,10	0,18	6
	DE>FR	0,16	0,15	0,12	0,22	4
LIGNE (SOURCE)	DE>FR	1,78	1,63	0,60	3,30	16
	EN>FR	0,98	0,70	0,60	1,65	3
	FR>DE	0,85	0,85	0,70	1,00	2
LIGNE (CIBLE)	DE>FR	1,09	1,09	0,88	1,30	2
PAGE (SOURCE)	EN>FR	26,38	23,00	17,00	40,00	15
	DE>FR	59,00	45,00	20,00	115,00	5
	FR>EN	33,33	35,00	25,00	40,00	3
	FR>NL	56,42	56,42	52,83	60,00	2
	IT>FR	48,38	48,38	40,00	56,75	2
PAGE (CIBLE)	EN>FR	21,31	22,75	17,00	25,00	8
HEURE	EN>FR	48,78	45,25	25,00	94,00	32
	FR>EN	60,15	50,00	22,00	180,00	11
	DE>FR	56,17	55,00	35,00	93,33	8

Tableau 18 – Tarifs de la traduction avec la clientèle directe, par méthode de tarification : valeurs générales et par combinaison linguistique (au moins deux répondant·es par combinaison).

Tarifs avec les agences (traduction)

Méthode de tarification	Combinaison linguistique	Moyenne	Médiane	Min.	Max.	N
MOT (SOURCE)	Toutes	0,10	0,09	0,03	0,28	444
MOT (CIBLE)	Toutes	0,10	0,10	0,07	0,23	13
LIGNE (SOURCE)	Toutes	1,20	1,15	0,60	1,80	15
LIGNE (CIBLE)	Toutes	1,11	1,10	0,70	1,40	7
PAGE (SOURCE)	Toutes	24,19	26,00	5,00	35,00	8
HEURE	Toutes	29,27	27,00	15,00	50,00	28

MOT (SOURCE)	EN>FR	0,09	0,08	0,03	0,24	267
	DE>FR	0,11	0,10	0,06	0,18	58
	FR>EN	0,11	0,08	0,06	0,23	27
	FR>DE	0,10	0,10	0,08	0,14	13
	IT>FR	0,07	0,07	0,05	0,08	8
	EN>DE	0,11	0,10	0,09	0,15	4
	ES>FR	0,08	0,07	0,04	0,14	4
	FR>NL	0,09	0,10	0,08	0,10	3
	EN>ES	0,07	0,07	0,06	0,08	2
	FR>ES	0,13	0,13	0,09	0,18	2
	FR>JA	0,22	0,22	0,18	0,25	2
	JA>FR	0,08	0,08	0,07	0,10	2
MOT (CIBLE)	EN>FR	0,10	0,08	0,07	0,23	8
	DE>FR	0,12	0,12	0,10	0,13	2
LIGNE (SOURCE)	DE>FR	1,21	1,15	0,60	1,80	13
	EN>FR	1,10	1,10	0,90	1,30	2

LIGNE (CIBLE)	DE>FR	1,18	1,20	0,90	1,40	6
PAGE (SOURCE)	EN>FR	27,38	28,50	22,50	30,00	4
	FR>EN	20,00	20,00	5,00	35,00	2
HEURE	EN>FR	29,35	27,00	15,00	50,00	24
	FR>EN	27,50	27,50	25,00	30,00	2

Tableau 19 – Tarifs de la traduction avec les agences, par méthode de tarification : moyenne générale et valeurs par combinaison linguistique (au moins deux répondant·es par combinaison).

Tarifs de la révision

Tarifs avec la clientèle directe (révision)

Méthode de tarification	Combinaison linguistique	Moyenne	Médiane	Min.	Max.	N
MOT (SOURCE)	Toutes	0,06	0,05	0,02	0,15	70
MOT (CIBLE)	Toutes	0,06	0,05	0,03	0,15	9
LIGNE (SOURCE)	Toutes	0,90	0,40	0,30	2,00	3
PAGE (SOURCE)	Toutes	9,45	9,45	3,90	15,00	2
PAGE (CIBLE)	Toutes	4,75	4,75	1,50	8,00	2
HEURE	Toutes	48,89	45,00	20,00	180,00	107
MOT (SOURCE)	EN>FR	0,06	0,05	0,03	0,15	50
	FR>EN	0,05	0,05	0,04	0,07	5
	DE>FR	0,07	0,06	0,06	0,10	3
	JA>FR	0,05	0,05	0,04	0,06	2
MOT (CIBLE)	EN>FR	0,05	0,06	0,03	0,08	5
	FR>EN	0,10	0,10	0,05	0,15	2
LIGNE (SOURCE)	DE>FR	0,90	0,40	0,30	2,00	3
PAGE (CIBLE)	EN>FR	4,75	4,75	1,50	8,00	2
HEURE	EN>FR	43,62	40,00	22,00	90,00	57
	FR>EN	57,42	45,00	20,00	180,00	19
	DE>FR	58,61	66,00	20,00	80,00	9

Tableau 20 – Tarifs de la révision avec la clientèle directe, par méthode de tarification : valeurs générales et par combinaison linguistique (au moins deux répondant·es par combinaison).

Tarifs avec les agences (révision)

Méthode de tarification	Combinaison linguistique	Moyenne	Médiane	Min.	Max.	N
MOT (SOURCE)	Toutes	0,04	0,04	0,01	0,45	204
MOT (CIBLE)	Toutes	0,04	0,04	0,02	0,08	7
HEURE	Toutes	32,97	30,00	15,00	105,00	163
MOT (SOURCE)	EN>FR	0,04	0,03	0,01	0,45	124
	DE>FR	0,04	0,04	0,02	0,07	26
	FR>EN	0,03	0,03	0,02	0,05	12
	IT>FR	0,04	0,03	0,03	0,05	4
	FR>DE	0,05	0,05	0,04	0,05	3
	EN>DE	0,04	0,04	0,03	0,05	2
	ES>FR	0,03	0,03	0,03	0,04	2
	JA>FR	0,03	0,03	0,03	0,04	2
MOT (CIBLE)	DE>FR	0,04	0,04	0,03	0,04	2
	EN>FR	0,03	0,03	0,02	0,04	2
HEURE	EN>FR	31,33	30,00	15,00	60,00	106
	DE>FR	36,66	35,00	20,00	55,00	19
	FR>EN	31,25	30,00	20,00	45,00	8
	EN>DE	46,17	46,17	40,00	52,33	2
	EN>ES	35,00	35,00	30,00	40,00	2
	FR>NL	27,50	27,50	25,00	30,00	2
	IT>FR	27,50	27,50	25,00	30,00	2

Tableau 21 – Tarifs de la révision avec les agences, par méthode de tarification : valeurs générales et par combinaison linguistique (au moins deux répondant·es par combinaison).

Tarifs de la post-édition

Tarifs avec la clientèle directe (PÉ)

Méthode de tarification	Combinaison linguistique	Moyenne	Médiane	Min.	Max.	N
MOT (SOURCE)	Toutes	0,08	0,07	0,03	0,21	32
HEURE	Toutes	50,24	42,00	26,50	110,00	19
MOT (SOURCE)	EN>FR	0,08	0,08	0,03	0,21	20
	DE>FR	0,10	0,11	0,05	0,15	4
	FR>EN	0,06	0,06	0,04	0,08	4
HEURE	DE>FR	46,25	45,00	30,00	65,00	4
	EN>FR	37,75	35,50	30,00	50,00	4
	FR>EN	45,00	45,00	40,00	50,00	2

Tableau 22 – Tarifs de la post-édition avec la clientèle directe, par méthode de tarification : valeurs générales et par combinaison linguistique (au moins deux répondant·es par combinaison).

Tarifs avec les agences (PÉ)

Méthode de tarification	Combinaison linguistique	Moyenne	Médiane	Min.	Max.	N
MOT (SOURCE)	Toutes	0,05	0,05	0,02	0,12	241
MOT (CIBLE)	Toutes	0,06	0,06	0,04	0,09	5
HEURE	Toutes	31,06	30,00	15,00	60,00	54

MOT (SOURCE)	EN>FR	0,05	0,05	0,02	0,10	151
	DE>FR	0,06	0,06	0,04	0,10	30
	FR>EN	0,05	0,04	0,03	0,06	10
	FR>DE	0,06	0,06	0,04	0,08	8
	IT>FR	0,05	0,05	0,04	0,06	5
	EN>DE	0,05	0,05	0,05	0,05	2
	FR>NL	0,05	0,05	0,04	0,07	2
MOT (CIBLE)	EN>FR	0,05	0,05	0,04	0,06	2
HEURE	EN>FR	30,35	30,00	19,00	43,00	32
	DE>FR	38,86	37,00	30,00	60,00	7
	FR>EN	23,33	20,00	20,00	30,00	3
	EN>IT	32,50	32,50	25,00	40,00	2

Tableau 23 – Tarifs de la post-édition avec les agences,
par méthode de tarification : valeurs générales et par combinaison linguistique (au moins deux répondant·es par combinaison).

Satisfaction à l'égard des tarifs (tous les services)

La plupart des répondant·es se déclarent soit satisfait·es, soit neutres à l'égard des tarifs de la **clientèle directe** (Figure 19). Cette part atteint 87 % des mentions pour la traduction (N=1037), 88 % pour la révision (N=334) et 79 % pour la post-édition (N=85). La situation est en revanche nettement moins favorable du côté des **agences** : pour la traduction comme pour la post-édition, la majorité des répondant·es se disent insatisfait·es des tarifs pratiqués. Cet écart est particulièrement marqué pour la post-édition, où l'insatisfaction est la plus élevée (51 %, N=473), contre 37 % pour la traduction (N=1145). S'agissant de la révision, les appréciations des tarifs proposés par les agences sont davantage partagées, avec une tendance plutôt neutre.

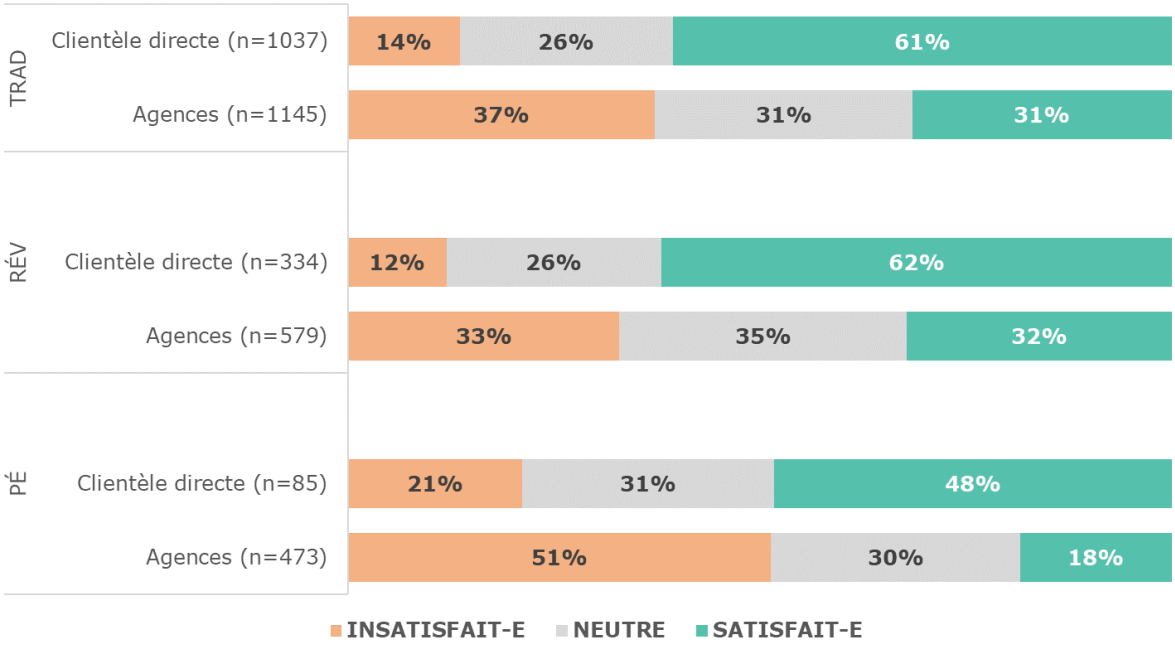


Figure 19 – Satisfaction à l'égard des tarifs, par service et type de clientèle.

Satisfaction

Cette dernière partie du rapport présente les résultats de l'enquête relatifs à différents aspects de la satisfaction, notamment la satisfaction à l'égard des **méthodes de tarification** selon le type de service, la satisfaction liée aux **revenus** (par type de service et de clientèle, et de manière générale), ainsi que la satisfaction **professionnelle** dans son ensemble.

Satisfaction à l'égard des méthodes de tarification

Cette section porte sur la satisfaction à l'égard des méthodes de tarification selon le type de service : traduction, révision et post-édition. Ici, l'accent est mis sur les méthodes elles-mêmes plutôt que sur les tarifs pratiqués.

Traduction

Les répondant·es sont satisfait·es de la tarification au mot source (68 % ; N=529), de la tarification horaire (82 % ; N=106) et de la tarification à la page source (68 % ; N=57) (Figure 20).

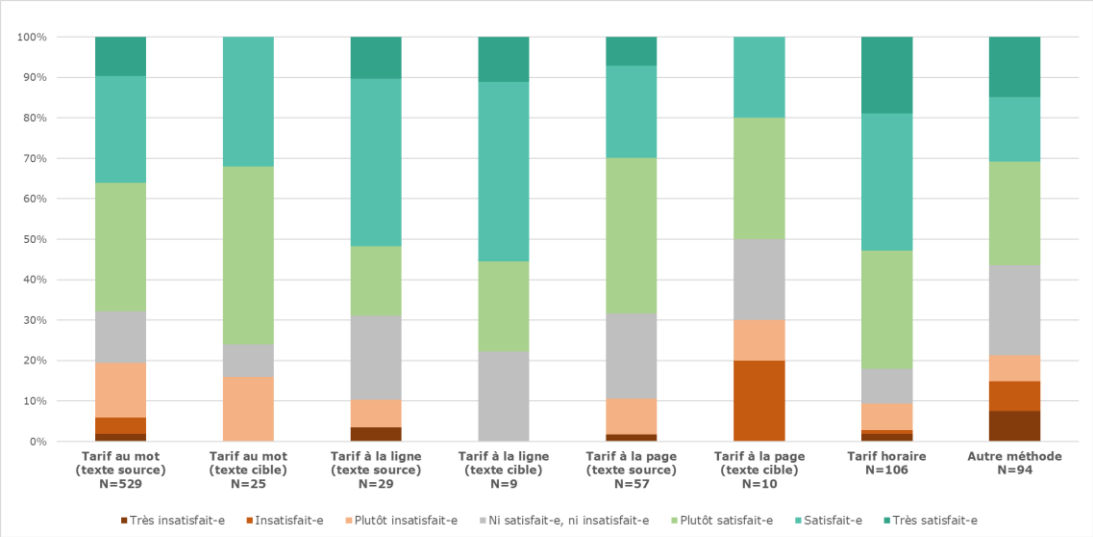


Figure 20 – Satisfaction à l'égard des méthodes de tarification (traduction).

On observe néanmoins un écart marqué entre la tarification horaire et la tarification au mot source, bien que cette dernière soit considérée comme la méthode la plus adaptée à la traduction par les répondant·es à l'enquête.

Révision

Les répondant·es sont largement satisfait·es de la tarification horaire (86 % de satisfaction ; N=250) (Figure 21). En revanche, on observe une satisfaction bien plus basse pour la tarification au mot source (50 % ; N=254).

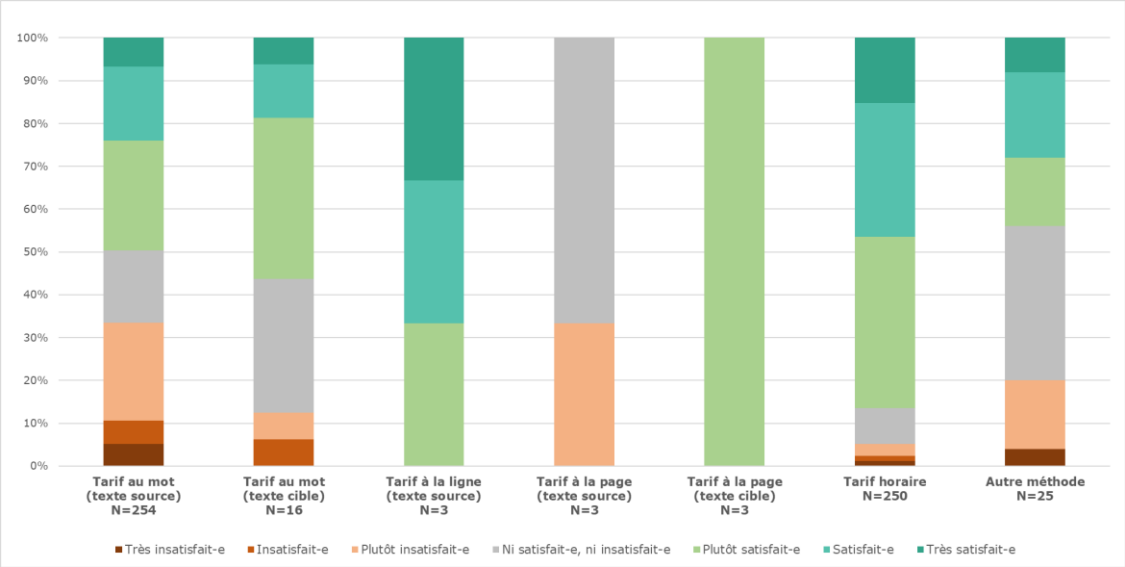


Figure 21 – Satisfaction à l'égard des méthodes de tarification (révision).

Post-édition

Pour la post-édition (Figure 22), on remarque un mécontentement plus marqué à l'égard de la tarification au mot (seulement 41 % de satisfaction, pour 41 % d'insatisfaction ; N=276). La tarification horaire, en revanche, suscite davantage de satisfaction (67 % ; N=78).

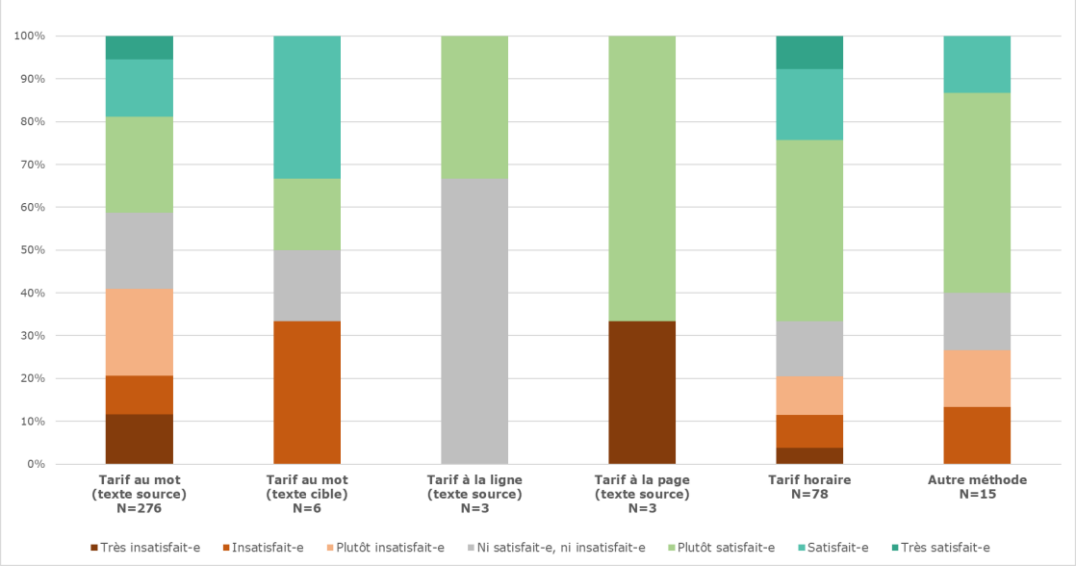


Figure 22 – Satisfaction à l'égard des méthodes de tarification (post-édition).

Satisfaction à l'égard des revenus, par service et type de clientèle

Deux tendances principales se dégagent de l'enquête concernant la satisfaction à l'égard des revenus, selon le type de service et de clientèle (Figure 23). D'une part, pour les trois services étudiés, les répondant·es se montrent systématiquement moins satisfait·es des revenus tirés des **agences** que de ceux provenant de la clientèle directe. D'autre part, la **post-édition** se distingue par des niveaux de satisfaction plus faibles que la traduction et la révision.

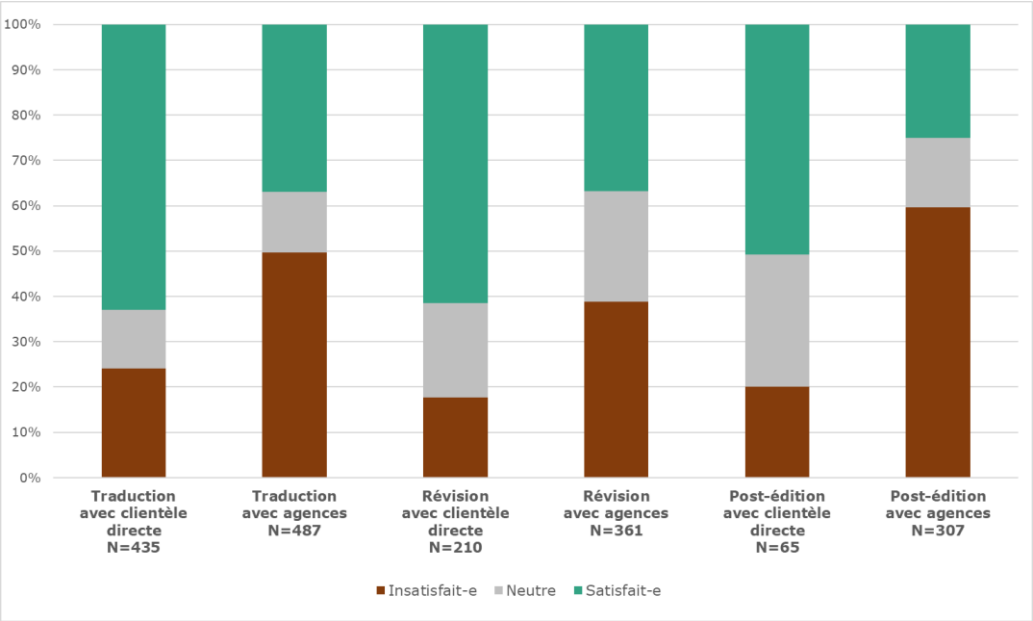


Figure 23 – Satisfaction à l'égard des revenus, par service et type de client.

Pour la **traduction**, les répondant·es se disent majoritairement satisfait·es des revenus provenant de la clientèle directe (63 %, contre 24 % d'insatisfaction ; N=435), tandis que la tendance s'inverse avec les agences, où l'insatisfaction domine (50 %, contre 37 % de satisfaction ; N=487). Le même contraste apparait pour la **révision** : avec la clientèle directe, la satisfaction est largement majoritaire (61 %, contre 18 % d'insatisfaction ; N=210), alors qu'avec les agences, les avis sont beaucoup plus partagés, avec 39 % d'insatisfaction contre 37 % de satisfaction (N=361). En **post-édition**, la satisfaction reste majoritaire avec la clientèle directe (51 %, contre 20 % d'insatisfaction ; N=65), mais la situation est beaucoup plus défavorable avec les agences, où l'insatisfaction atteint 60 %, pour seulement 25 % de satisfaction (N=307).

Satisfaction à l'égard des revenus

Sur les 607 répondant·es, **54 %** se déclarent **insatisfait·es** de leurs revenus en tant que traductrice ou traducteur, tandis que 36 % s'en disent satisfait·es. Les 10 % restants adoptent une position neutre (Figure 24).

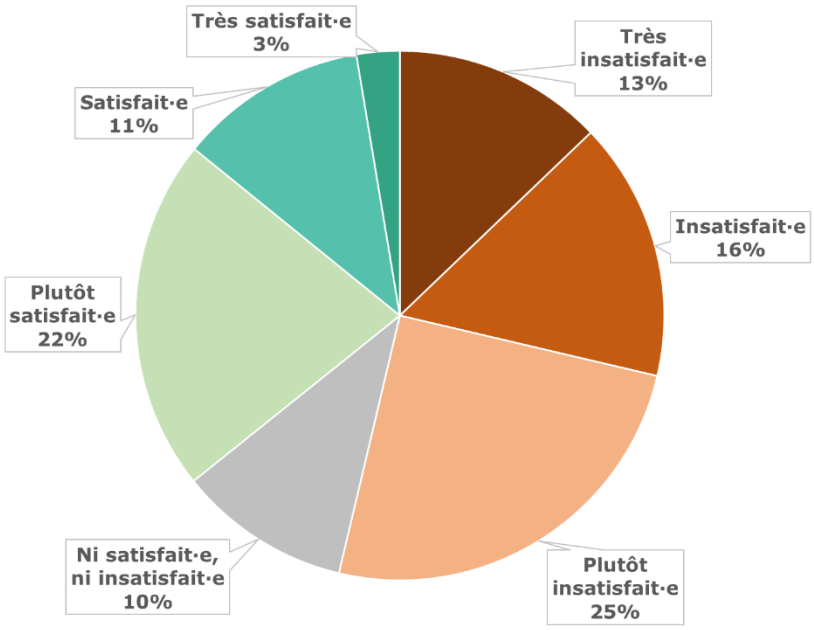


Figure 24 – Satisfaction générale à l'égard des revenus (N=607).

Le **mécontentement** exprimé à l'égard des revenus (54 %) s'explique principalement par une combinaison de facteurs économiques et structurels. Les répondant·es évoquent d'abord la baisse des tarifs et la pression tarifaire, qui se traduisent par des revenus jugés trop faibles, voire en recul, et rendent difficile le fait de vivre décemment de la traduction. Ce constat est d'autant plus préoccupant dans un contexte d'inflation, qui accentue l'écart entre les revenus et le coût de la vie. Les répondant·es mentionnent également la diminution du volume de travail et l'instabilité des mandats, qui accentuent la précarité des revenus. L'impact de l'IA et

de la traduction automatique est aussi mis en avant, en particulier lorsque la post-édition est imposée, au détriment de mandats de traduction mieux rémunérés. À cela s'ajoutent le manque de client·es direct·es et une forte dépendance aux agences, qui sont souvent associées à des pratiques perçues comme déloyales, telles que l'imposition des tarifs et une marge de négociation limitée. Enfin, plusieurs personnes soulignent le décalage entre leurs revenus et leur niveau de qualification, dans un contexte où les études universitaires, l'expérience professionnelle et l'expertise pointue leur paraissent insuffisamment reconnues, ce qui alimente un sentiment de dévalorisation de la profession.

Chez les répondant·es qui se déclarent **satisfait·es** de leurs revenus (36 %), le discours reflète le plus souvent un optimisme modéré. Ces personnes évoquent une certaine stabilité financière et la possibilité de vivre de leur activité, tout en restant conscientes des difficultés que connait la profession. Plusieurs mentionnent notamment la disparition progressive de petites agences, la diminution du volume de travail avec certain·es client·es, ainsi qu'une incertitude croissante quant à l'avenir, notamment en ce qui concerne l'IA et les charges des indépendantes et indépendants.

Chez les répondant·es qui adoptent une **position neutre** à l'égard de leurs revenus (10 %), on retrouve en grande partie les mêmes éléments. Les répondant·es évoquent notamment l'irrégularité de la demande, une baisse des volumes, ainsi qu'un sentiment d'incertitude pour l'avenir qui se traduit par une sérénité financière limitée. Plusieurs mentionnent également des revenus ou des tarifs jugés relativement faibles. Certaines de ces personnes ont diversifié leurs activités ou exercent la traduction à titre accessoire, ce qui contribue à atténuer l'insatisfaction liée aux revenus tirés de la traduction au sens large.

Satisfaction professionnelle

Malgré les inquiétudes liées aux revenus, la satisfaction professionnelle des traductrices et traducteurs demeure plutôt positive. Parmi les 602 répondant·es à cette question, **55 %** se déclarent **satisfait·es** de leur travail, 12 % adoptent une position neutre et 33 % expriment une insatisfaction, le plus souvent modérée plutôt que marquée (Figure 25).

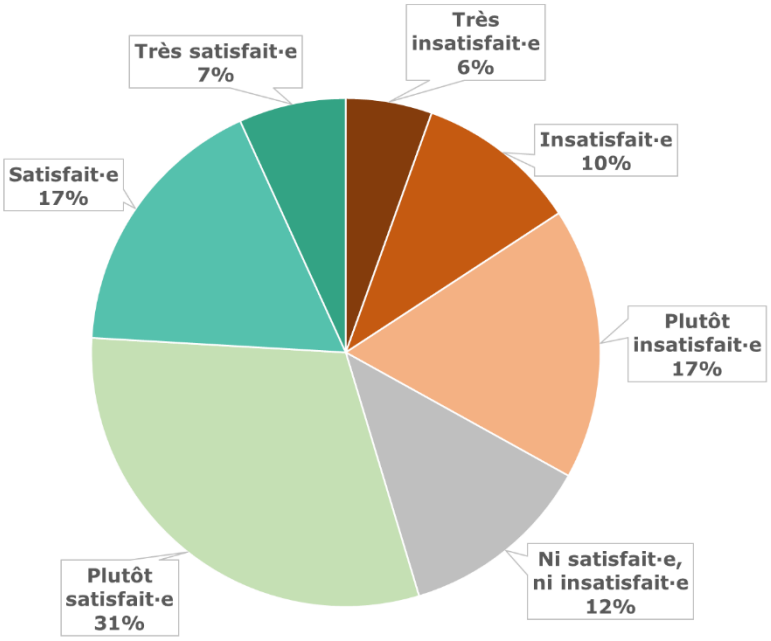
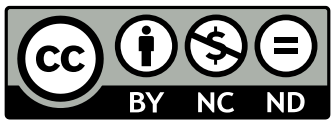


Figure 25 – Satisfaction professionnelle (N=602).

La **satisfaction** professionnelle exprimée par les répondant·es tient en grande partie au statut d'indépendant·e. Ces personnes mettent en avant la liberté d'organisation, la flexibilité dans la gestion du temps de travail et la possibilité de préserver un bon équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle. Beaucoup soulignent également que la traduction est un métier-passion, stimulant intellectuellement.

L’**insatisfaction** professionnelle exprimée par certain·es répondant·es tient principalement à la dégradation perçue des conditions d’exercice du métier. Plusieurs évoquent la montée en puissance de la post-édition, souvent jugée inintéressante, ainsi que des conditions de travail qui se détériorent, marquées par des délais de plus en plus courts, des demandes urgentes et des tarifs tirés vers le bas. À cela s’ajoute un sentiment de précarité lié à la baisse des volumes et à la hausse des impôts et des charges, notamment pour les micro-entreprises. Les répondant·es mentionnent également l’incertitude quant à l’avenir de la profession, dans un contexte de concurrence accrue, qu’elle provienne de fournisseurs à bas coût ou de l’IA.

Dans l’ensemble, la satisfaction professionnelle des traductrices et traducteurs est **contrastée**. Si l’autonomie du statut d’indépendant·e et l’intérêt intellectuel du métier restent des sources importantes de satisfaction, celles-ci coexistent avec des préoccupations croissantes liées aux revenus, aux conditions de travail et aux évolutions du marché, notamment l’essor de l’IA.



Comment citer ce rapport :

Girletti, Sabrina, et Lefer, Marie-Aude. (2026). *Enquête sur les revenus, les tarifs, les méthodes de tarification et la satisfaction des traductrices et traducteurs indépendants en France*. Rapport disponible à l'adresse : https://www.sft.fr/fr/nos-metiers/enquetes-1145