

ΙΟΝΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΤΜΗΜΑ ΞΕΝΩΝ ΓΛΩΣΣΩΝ ΜΕΤΑΦΡΑΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΕΡΜΗΝΕΙΑΣ



ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Μετάφραση κειμένου που αντλήθηκε από τον επίσημο διαδικτυακό τόπο της Ελβετικής
Συνομοσπονδίας με θέμα τη «Δημιουργία και τη διαχείριση των μικρομεσαίων
επιχειρήσεων στην Ελβετική Συνομοσπονδία»

ΜΕΛΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΕΠΟΠΤΕΙΑΣ

ΜΙΧΑΛΗΣ ΠΟΛΙΤΗΣ
ΦΩΤΕΙΝΗ ΚΑΡΛΑΦΤΗ

ΜΑΡΙΑ ΖΑΧΑΡΙΑΔΟΥ
Α.Μ.: Ξ2014097

ΚΕΡΚΥΡΑ, 13 ΙΟΥΝΙΟΥ 2018

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Αρχικά, θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον επιβλέποντα καθηγητή μου κ. Μιχάλη Πολίτη για την ουσιαστική βοήθεια του, καθώς και για τις γνώσεις και τον χρόνο που μου προσέφερε καθ' όλη την διάρκεια της εκπόνησης της πτυχιακής μου εργασίας.

Θερμές ευχαριστίες θα ήθελα να δώσω και στην κυρία Φωτεινή Καρλάφτη για την συμμετοχή της στην εξέταση αυτής της εργασίας.

Ακόμη, θα ήθελα να ευχαριστήσω τους φίλους μου Νικόλαο Κοντογιώργη, Αλεξάνδρα Βλαδίτση, που με στήριξαν ψυχικά κατά την εκπόνηση αυτής της εργασίας, καθώς και τα πολυαγαπημένα αδέρφια μου Γρηγόριο και Στέλα.

Τέλος, το πιο μεγάλο ευχαριστώ το οφείλω στους γονείς μου Ιωάννη και Ελένη που στάθηκαν δίπλα μου και με στήριξαν ψυχικά και υλικά, κάνοντας πολλές «θυσίες» από την αρχή της εισαγωγής μου στο Τμήμα Ξένων Γλωσσών Μετάφρασης και Διερμηνείας μέχρι και σήμερα.

Μετάφραση κειμένου που αντλήθηκε από τον επίσημο διαδικτυακό
τόπο της Ελβετικής Συνομοσπονδίας με θέμα τη «Δημιουργία και τη διαχείριση των
μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελβετική Συνομοσπονδία»

Περιεχόμενα

• ΕΙΣΑΓΩΓΗ	σελ. 6
• ΚΥΡΙΟ ΣΩΜΑ ΚΕΙΜΕΝΟΥ (ΜΕΤΑΦΡΑΣΗ ΣΕ ΔΙΠΛΗ ΑΠΕΙΚΟΝΙΣΗ).....	σελ. 6
• ΣΧΟΛΙΑ ΚΑΙ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ.....	σελ. 30
• ΠΡΟΛΟΓΟΣ	σελ.30
1. ΕΠΟΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΤΗΣ ΜΕΤΑΦΡΑΣΗΣ.....	σελ. 30
2. ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΕΙΜΕΝΟΥ ΑΦΕΤΗΡΙΑΣ	σελ. 31
α) Χρήση ρημάτων	σελ. 32
β) Χρήση συνάψεων και εκφράσεων	σελ. 32
γ) Χρήση ονομασιών οργανισμών, δημόσιων υπηρεσιών, κανονισμών ή νόμων	σελ. 33
δ) Το ύφος του κειμένου αφετηρίας	σελ. 33
ε) Κατακλείδα κειμένου με παραπομπή παραδείγματος (11. Étiquettes, labels, prix: comment faire?)	σελ. 33
3.ΑΙΤΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΛΥΣΕΩΝ ΤΩΝ ΔΙΑΦΟΡΩΝ ΜΕΤΑΦΡΑΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΩΝ	σελ 34
α) Σημασιολογικά και μορφολογικά προβλήματα κατά τη διαδικασία του μεταφραστικού έργου	σελ.34
β) Εξωγλωσσικά προβλήματα και προβλήματα μετάφρασης	σελ. 35
γ) Γραμματικά και συντακτικά προβλήματα	σελ. 35
δ) Λεξιλογικά προβλήματα	σελ. 36
4. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ ΜΕΤΑΦΡΑΣΗΣ	σελ. 37
• ΕΠΙΛΟΓΟΣ	σελ. 38
• ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΑΙ ΠΗΓΕΣ.....	σελ. 39

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στα πλαίσια της εκπόνησης της πτυχιακής μου εργασίας ο επιβλέπων καθηγητής μου κ. Μιχάλης Πολίτης μου ανέθεσε το συγκεκριμένο θέμα μετά από συζήτηση μας και την κοινή απόφασή μας της εκπόνησης ενός ειδικού (νομικού-οικονομικού) κειμένου, με γλώσσες εργασίας τα γαλλικά και τα ελληνικά και θεματικό πλαίσιο τις επιχειρήσεις στην Ελβετική Συνομοσπονδία. Έτσι βρήκα το παρακάτω κείμενο που αφορά στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις και με την σύμφωνη γνώμη των μελών της Επιτροπής Εποπτείας ξεκίνησε η εκπόνηση της εργασίας με τη μετάφραση, η οποία παρουσιάζεται παρακάτω.

ΚΥΡΙΟ ΣΩΜΑ ΚΕΙΜΕΝΟΥ

(ΜΕΤΑΦΡΑΣΗ ΣΕ ΔΙΠΛΗ ΑΠΕΙΚΟΝΙΣΗ)

Création PME	Δημιουργία μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελβετία
1. Caractéristiques des différentes formes juridiques Adapter la structure juridique à ses besoins Celui qui veut créer ou restructurer une entreprise doit opter pour une forme juridique. Attention: toutes les formes juridiques ne conviennent pas à toutes les entreprises. Les futurs entrepreneurs trouveront dans cette rubrique toutes les informations susceptibles de les guider dans le choix de la forme juridique la plus appropriée pour leur entreprise. Les trois formes les plus courantes pour les	1. Χαρακτηριστικά των διαφόρων νομικών τύπων επιχειρήσεων Προσαρμογή της νομικής δομής στις ανάγκες της εκάστοτε επιχείρησης. Όποιος επιθυμεί να δημιουργήσει ή να αναδιαρθρώσει μια επιχείρηση οφείλει να επιλέξει έναν συγκεκριμένο νομικό τύπο. Προσοχή: δεν ταιριάζουν σε όλες τις επιχειρήσεις όλα τα είδη νομικών τύπων. Οι επίδοξοι επιχειρηματίες θα βρουν σε αυτό το άρθρο όλες τις απαραίτητες πληροφορίες που θα τους οδηγήσουν στην επιλογή του πιο κατάλληλου νομικού τύπου για την επιχείρηση τους. Οι τρεις πιο συμβατοί τύποι για τις

PME en Suisse sont: l'entreprise individuelle, la société anonyme (SA) et la société à responsabilité limitée (Sàrl). Les sociétés de personnes et de capitaux se différencient principalement par la prise de risque. Celui qui veut - et qui peut - endosser seul les risques et porter la responsabilité des créances avec son patrimoine privé peut simplement s'inscrire au registre du commerce en tant qu'entreprise individuelle. En revanche, les entrepreneurs qui se lancent avec des collègues seront plus avantagés en créant une société en nom collectif ou en commandite. Celui qui veut prendre moins de risques au niveau financier peut se limiter à une certaine somme en créant une société de capitaux, c'est-à-dire une société à responsabilité limitée (Sàrl) ou une société anonyme (SA). Il est également possible d'endosser une activité commerciale dans une association ou dans une société coopérative. Voici quelques critères à considérer dans le choix de la forme juridique souhaitée: • Capital: les frais de fondation, le besoin de capital et le capital minimum imposé varient selon la forme juridique.	μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην Ελβετία είναι: η Ατομική Επιχείρηση, η Ανώνυμη Εταιρεία (Α.Ε.) και η Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης (Ε.Π.Ε.). Οι προσωπικές εταιρείες και οι κεφαλαιουχικές εταιρείες διαφοροποιούνται κυρίως στην ανάληψη κινδύνων. Όποιος θέλει – και μπορεί – επωμιστεί μόνοι του τους κινδύνους και να αναλάβει την ευθύνη των απαιτήσεων με την περιουσία του έχει πολύ απλά τη δυνατότητα να εγγραφεί στο εμπορικό μητρώο ως ατομική επιχείρηση. Αφ' ετέρου, οι επιχειρηματίες που ξεκινούν με συνεταίρους βρίσκονται σε πλεονεκτική θέση ως προς την δημιουργία μιας ομόρρυθμης ή ετερόρρυθμης εταιρείας. Όσοι θέλουν να λάβουν μικρότερο ρίσκο σε χρηματοοικονομικό επίπεδο μπορούν να περιοριστούν στην καταβολή ενός συγκεκριμένου ποσού, δημιουργώντας μια κεφαλαιουχική εταιρεία, δηλαδή μια Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης (Ε.Π.Ε) ή μια Ανώνυμη Εταιρεία (Α.Ε.). Είναι επίσης δυνατόν να αναλάβουν μια εμπορική δραστηριότητα σε έναν συνεταρισμό ή μία συνεταιριστική εταιρεία. Παρακάτω θα παρουσιάσουμε κάποια κριτήρια που πρέπει να γνωρίζουμε για την επιλογή του επιθυμητού νομικού τύπου επιχείρησης: • Κεφάλαιο: το κόστος ίδρυσης, η ανάγκη κεφαλαίου και το απαιτούμενο κεφάλαιο ποικίλουν ανάλογα με τον νομικό τύπο.
---	---

Il convient notamment de considérer les besoins en capitaux pour l'année en cours ainsi que pour les 3 à 5 prochaines années. • Risque/responsabilité: en règle générale, plus le risque de l'entreprise ou de la contribution financière est grand, plus il est conseillé d'opter pour une société à responsabilité limitée. • Indépendance: selon la forme juridique, la marge de manœuvre est restreinte. Il s'agit donc de déterminer si l'entrepreneur souhaite travailler seul ou avec des partenaires et s'il préfère intégrer des investisseurs ou des partenaires à son activité. • Impôts: selon la forme de la société, les revenus et les actifs de l'entreprise et du propriétaire sont imposés séparément ou ensemble. On a tendance à moins imposer les revenus importants des sociétés de capitaux que des sociétés de personnes ou raisons individuelles. • Sécurité sociale: certaines assurances sociales sont obligatoires, facultatives ou inexistantes, selon la forme	Είναι απολύτως απαραίτητο να προϋπολογίσουμε τις κεφαλαιακές απαιτήσεις του τρέχοντος έτους, όπως και για τα 3 ή 5 επόμενα έτη. • Επιχειρηματικός κίνδυνος/ευθύνη: γενικώς, όσο μεγαλύτερος είναι ο επιχειρηματικός κίνδυνος ή όσο μεγαλύτερη είναι η χρηματική συνεισφορά, περισσότερο συμβουλεύουμε να επιλεγεί η λύση της Ε.Π.Ε. • Ανεξαρτησία: ανάλογα με τον νομικό τύπο, τα περιθώρια ελιγμών είναι περιορισμένα. Εναπόκειται, επομένως, στον επιχειρηματία να αποφασίσει αν θέλει να δουλεύει μόνος ή με συνεταίρους και αν προτιμάει να συνεργαστεί με επενδυτές ή εταίρους σε αυτή την δραστηριότητα. • Φόροι: ανάλογα, με τον τύπο της εταιρείας, τα εισοδήματα και τα περιουσιακά στοιχεία της εταιρείας και του ιδιοκτήτη φορολογούνται μαζί ή ξεχωριστά. Υπάρχει η τάση να φορολογούνται λιγότερο τα σημαντικά εισοδήματα των κεφαλαιουχικών εταιρειών από ότι των προσωπικών ή ατομικών εταιρειών. • Κοινωνική ασφάλιση: άλλες ασφαλιστικές καλύψεις είναι υποχρεωτικές, άλλες προαιρετικές και
--	---

juridique. Ainsi, les propriétaires d'une raison individuelle ne sont pas assurés contre le chômage et l'adhésion à une caisse de pension est facultative. Par contre, dans le cas des SA et des Sàrl, le directeur d'une entreprise est également considéré comme employé et compris dans l'assurance sociale.	άλλες ανύπαρκτες, ανάλογα με τον νομικό τύπο της επιχείρησης. Έτσι, οι ιδιοκτήτες μιας ατομικής επιχείρησης δεν είναι ασφαλισμένοι ενάντια στην ανεργία και η συμμετοχή τους σε ένα συνταξιοδοτικό ταμείο είναι προαιρετική. Από την άλλη πλευρά, στην περίπτωση της ΑΕ και της Ε.Π.Ε, ο διευθυντής της επιχείρησης θεωρείται επίσης υπάλληλος και καλύπτεται από την κοινωνική ασφάλιση.
2. Créer son entreprise: conseils préalables et services d'aide En Suisse, il est relativement simple de créer sa société. Marche à suivre. Que faut-il faire pour créer une entreprise sur le sol helvétique? La création se fait assez facilement. Seuls certains domaines réglementés de la Confédération (professions médicales, pédagogiques, sociales) ou des cantons (circulation, architecture, professions juridiques etc.) requièrent des autorisations spéciales. Conseils préalables Avant de se jeter à l'eau, il convient de suivre quelques étapes incontournables. Parmi celles-ci, on peut citer: • L'analyse de marché	2. Δημιουργία της επιχείρησης σου: συμβουλές πριν την ίδρυση της και υπηρεσίες παροχής συμβούλων. Στην Ελβετία, η δημιουργία μιας εταιρείας είναι μια υπόθεση σχετικά απλή. Διαδικασία. Τι πρέπει να κάνει κανείς για να δημιουργήσεις μια επιχείρηση στο ελβετικό έδαφος; Είναι λοιπόν κάτι αρκετά εύκολο. Μόνο σε συγκεκριμένους τομείς αρμοδιότητας της Συνομοσπονδίας (ιατρικά, παιδαγωγικά, κοινωνικά επαγγέλματα) ή των καντονιών (κυκλοφορία, αρχιτεκτονική, νομικά επαγγέλματα κλπ.) απαιτούν ειδικές άδειες. Συμβουλές πριν την ίδρυση Πριν πέσετε στα βαθιά, πρέπει να ακολουθήσετε κάποια απαραίτητα στάδια. Μερικά από αυτά είναι τα εξής: • Ανάλυση της αγοράς

• Le business plan • Le choix d'une forme juridique appropriée • L'inscription au registre du commerce • La propriété intellectuelle Une simple société de personnes peut être créée sans grandes formalités. Ce n'est que plus tard que l'entrepreneur doit disposer d'un <u>numéro d'identification des entreprises (IDE)</u> et qu'il peut chercher une structure d'entreprise qui, du point vue juridique et fiscal, convient mieux. Services d'aide à la création Il existe de nombreux outils et services d'aide pour accompagner le créateur d'entreprise durant ces différentes étapes. Le SECO soutient la fondation de sociétés par le biais de son portail <u>EasyGov.swiss</u>. Chaque année, quelque 3'800 entrepreneurs créent leur société sur ce guichet électronique. D'autres institutions et organisations partenaires proposent des aides efficaces: • Les promotions économiques cantonales peuvent fournir des renseignements préalables. • La Commission pour la technologie et l'innovation (CTI) a mis sur pied un	• Επιχειρηματικό σχέδιο • Επιλογή του σωστού νομικού τύπου • Εγγραφή στο εμπορικό μητρώο • Πνευματική ιδιοκτησία Μια απλή ομόρρυθμη εταιρεία μπορεί να δημιουργηθεί χωρίς πολλές διαδικασίες. Ο επιχειρηματίας οφείλει απλά να διαθέτει έναν αριθμό μητρώου επιχειρήσεων (Γ.Ε.ΜΗ.) και να εντοπίσει τον τύπο επιχείρησης, που από νομικής και δημοσιονομικής άποψης, του ταιριάζει καλύτερα. Υπηρεσίες παροχής συμβούλων για τη σύσταση Υπάρχουν πάρα πολλά μέσα και υπηρεσίες παροχής συμβούλων, τα οποία μπορεί να συμβουλευθεί ο δημιουργός της επιχείρησης κατά τη διάρκεια των διάφορων σταδίων που πρέπει να ακολουθήσει. Η SECO υποστηρίζει τη δημιουργία εταιρειών μέσω του δικτυακού τόπου της EasyGov.swiss. Κάθε χρόνο περίπου 3.800 επιχειρηματίες προχωρούν στην δημιουργία της επιχείρησης τους μέσω του ηλεκτρονικού κέντρου εξυπηρέτησης. Άλλοι οργανισμοί και οργανώσεις εταίρων προτείνουν αποτελεσματικές λύσεις: • Οι φορείς προώθησης της οικονομικής δραστηριότητας των καντονίων μπορούν να παρέχουν υπηρεσίες παροχής συμβούλων • Η Επιτροπή Τεχνολογίας και
--	---

programme de coaching spécifique intitulé CTI Start-up. • Venturelab est une initiative de la Commission pour la technologie et l'innovation (CTI) destinées aux jeunes entrepreneurs. Elle a permis la naissance et le développement de nombreuses start-up. • Genilem est une association à but non lucratif dont la mission consiste à augmenter les chances de succès d'entreprises en phase de démarrage. • Le programme de soutien Eurostars s'adresse aux projets d'innovation dans l'espace européen. Il offre la possibilité aux start-up et spin-off de solliciter une aide financière. Pour faire face aux diverses démarches administratives, de nombreuses structures de soutien existent. Elles peuvent même, selon les cas, proposer des locaux ou services personnalisés à des conditions avantageuses. L'Etat n'accorde pas de soutien financier direct pour la création de nouvelles entreprises. Seule l'assurance-chômage fait exception et met en place des mesures de soutien pour les chômeurs désireux de créer leur propre société.	Καινοτομίας (CTI) δημιούργησε ένα ειδικό πρόγραμμα προετοιμασίας που ονομάζεται CTI start-up. • Το Venturelab είναι μια πρωτοβουλία της Επιτροπής Τεχνολογίας και Καινοτομίας (CTI) που προορίζεται για νέους επιχειρηματίες. Αυτή επέτρεψε την «γέννηση» και την ανάπτυξη πάρα πολλών start-up. • Το Genilem είναι μια μη κερδοσκοπική οργάνωση, της οποίας ο σκοπός είναι να αυξήσει τις πιθανότητες επιτυχίας των επιχειρήσεων στη φάση του ξεκινήματος. • Το πρόγραμμα υποστήριξης Eurostars απευθύνεται σε καινοτόμα σχέδια στο ευρωπαϊκό έδαφος. Προσφέρει τη δυνατότητα χρηματοδοτικής υποστήριξης σε start-up ή spin-off επιχειρήσεις. Για την αντιμετώπιση της γραφειοκρατίας, υπάρχουν αρκετές δομές στήριξης. Ανάλογα με την περίπτωση, μπορούν μάλιστα να προτείνουν κτιριακές εγκαταστάσεις ή εξατομικευμένες υπηρεσίες σε πλεονεκτικές συνθήκες. Το κράτος δεν παρέχει άμεση χρηματοδοτική στήριξη για την δημιουργία νέων εταιρειών. Μόνο το ταμείο ανεργίας κάνει την εξαίρεση και λαμβάνει μέτρα για τους άνεργους που επιθυμούν να δημιουργήσουν την δική τους επιχείρηση.
---	---

Gestion PME Conseils pratiques pour gérer une entreprise avec succès: méthodes d'innovation, instruments marketing, certification de produits et bien d'autres choses encore. 1. Marketing et concept de marketing: outils pour augmenter ses ventes Toute entreprise, quelle que soit sa taille, devrait se doter d'une stratégie de marketing pour augmenter ses ventes. Mode d'emploi. On pense souvent que le marketing se résume au lancement d'une campagne de publicité ou à la réalisation d'une étude de marché. Mais il s'agit d'un domaine bien plus riche, qui comprend à la fois des actes fondateurs pour l'entreprise - comme le fait de développer un produit qui plaît - mais aussi des petits gestes qui vont fidéliser le client et améliorer l'image de marque de la société - comme le fait de proposer des promotions ou d'entretenir un dialogue avec sa clientèle. Les méthodes de marketing ne sont pas réservées aux grandes entreprises disposant de moyens considérables pour les mettre en	Διαχείριση μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελβετία Χρήσιμες συμβουλές για τη διαχείριση μιας επιχείρησης με επιτυχία: καινοτόμοι μέθοδοι, εργαλεία εμπορικής προώθησης, πιστοποίηση προϊόντων και πολλά ακόμη πράγματα. 1. Το μάρκετινγκ και η έννοιά του: εργαλεία για την αύξηση των πωλήσεων Κάθε επιχείρηση, ανεξαρτήτως μεγέθους, σκόπιμο είναι να ακολουθεί μια στρατηγική μάρκετινγκ για να αυξήσει τις πωλήσεις της. Οδηγίες. Υπάρχει η πεποίθηση ότι το μάρκετινγκ συνοψίζεται στη διεξαγωγή μιας διαφημιστικής καμπάνιας ή στην πραγματοποίηση μιας έρευνας αγοράς. Ωστόσο πρόκειται για έναν τομέα πιο περίπλοκο, ο οποίος περιλαμβάνει τόσο τις θεμελιώδεις πράξεις της εταιρείας – όπως τον τρόπο ανάπτυξης του επιθυμητού προϊόντος – όσο και χειρισμούς μικρότερης σημασίας, με τους οποίους θα κερδίσουν τον πελάτη και θα βελτιώσουν τη φήμη της εταιρείας – όπως οι προτάσεις προώθησης προϊόντων ή η επικοινωνία με τους πελάτες. Οι μέθοδοι του μάρκετινγκ δεν αφορούν αποκλειστικά τις μεγάλες επιχειρήσεις που διαθέτουν σημαντικά μέσα για την εκτέλεση
--	--

œuvre. Cette rubrique présente des outils souvent simples et bon marché, adaptés aux besoins des entrepreneurs indépendants, des fondateurs de start-up et des responsables de PME. Elle offre une vue d'ensemble sur les techniques classiques, comme la publicité, mais aussi les possibilités générées par les canaux de communication sur internet. 2. Propriété intellectuelle: protéger ses innovations et ses créations Une entreprise peut déposer des marques, des brevets ou encore des designs. Il est crucial de réfléchir assez tôt à ce que l'on veut protéger et de veiller à ne pas entrer en conflit avec d'autres sociétés. Les créations originales et les innovations techniques sont le fruit d'un gros investissement de l'entreprise: en imagination, en efforts, en temps et en argent. Si la copie et l'utilisation abusive de biens ou services novateurs sont malheureusement monnaie courante, elles peuvent être empêchées efficacement par la protection des droits de propriété intellectuelle.	τους. Αυτό το κείμενο παρουσιάζει μέσα που είναι συχνά απλά και ανέξοδα, τα οποία υιοθετούνται για τις ανάγκες των ανεξάρτητων επιχειρηματιών, των ιδρυτών start-up εταιρειών και των υπεύθυνων μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Προσφέρει μια γενική εικόνα για τις κλασσικές τεχνικές, όπως η διαφήμιση, αλλά επίσης τις δυνατότητες που προσφέρουν τα μέσα επικοινωνίας στο Διαδίκτυο. 2. Πνευματική ιδιοκτησία: προστασία των καινοτομιών και των δημιουργιών τους Μια επιχείρηση μπορεί να κατοχυρώσει σήματα, διπλώματα ευρεσιτεχνίας ή ακόμα και σχεδιασμούς. Είναι ζωτικής σημασίας να σκεφτούμε αρκετά νωρίς αυτά που θέλουμε να προστατεύσουμε και να φροντίσουμε για να μην έρθουμε σε σύγκρουση με άλλες εταιρείες. Οι πρωτότυπες δημιουργίες και οι τεχνικές καινοτομίες αποτελούν καρπό μιας μεγάλης επένδυσης της επιχείρησης. Αξιοποιούνται η φαντασία, οι προσπάθειες, ο χρόνος και το χρήμα. Αν και η αντιγραφή και η παράνομη χρήση αγαθών ή καινοτόμων υπηρεσιών είναι δυστυχώς σύνθητες φαινόμενο, μπορούν να παρεμποδιστούν αποτελεσματικά με βάση τη νομοθεσία περί προστασίας των δικαιωμάτων της πνευματικής ιδιοκτησίας.
---	---

Patrimoine à protéger Les titulaires de droits de propriété intellectuelle ont, pendant une durée déterminée, le droit exclusif de décider qui est autorisé à exploiter leurs innovations et créations à des fins économiques, c'est-à-dire à les fabriquer, les employer, les vendre ou les promouvoir. Les utilisations peuvent être interdites ou, au contraire, autorisées, par exemple par l'octroi de licences. Les droits de propriété intellectuelle font donc partie du patrimoine d'une entreprise et ont une valeur commerciale. Une protection est-elle nécessaire? Il appartient à chaque entreprise de juger et de décider si une protection est nécessaire, ce qu'il faut protéger exactement et de quelle manière, et ce, si possible, avant que ses idées ne soient divulguées. Il est recommandé de concevoir une stratégie de protection et, au besoin, de consulter un avocat spécialisé (conseil en brevets ou en marques). Eviter les conflits Veillez également à ne pas porter atteinte à la propriété intellectuelle d'autrui. Dans le cas contraire, vous vous exposez à un avertissement, voire à une action en justice. Des recherches vous permettront de savoir ce	Προστασία της περιουσίας Οι κάτοχοι των δικαιωμάτων της πνευματικής ιδιοκτησίας έχουν, κατά τη διάρκεια μιας καθορισμένης περιόδου, το αποκλειστικό δικαίωμα να αποφασίσουν ποιος μπορεί να εκμεταλλευτεί τις καινοτομίες και τις δημιουργίες της για οικονομικούς σκοπούς, δηλαδή την παραγωγή, τη χρήση, την πώληση και την προώθηση. Η χρήση αυτή μπορεί να απαγορευθεί ή αντίθετα να επιτραπεί, για παράδειγμα, με τη χορήγηση αδειοδότησης. Συνεπώς, τα δικαιώματα της πνευματικής ιδιοκτησίας αποτελούν μέρος της περιουσίας μιας επιχείρησης και έχουν εμπορική αξία. Είναι απαραίτητη η προστασία; Κάθε επιχείρηση οφείλει να κρίνει και να αποφασίσει αν η προστασία είναι απαραίτητη, τι ακριβώς είναι απαραίτητο να προστατεύσει και με ποιόν τρόπο, και αυτό, αν είναι δυνατόν, πριν κοινοποιηθούν οι ιδέες της. Συνιστάται να σχεδιάσει μια στρατηγική προστασίας και, αν χρειαστεί, να λάβει τις συμβουλές ενός εξειδικευμένου δικηγόρου (σύμβουλο διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας ή εμπορικών σημάτων). Αποφύγετε τις συγκρούσεις Προσέξτε επίσης να μην παραβιάζετε την πνευματική ιδιοκτησία άλλων. Σε αντίθετη περίπτωση, εκτίθεστε σε γραπτή υπόμνηση ή ακόμη και δικαστική αγωγή. Η έρευνα θα σας επιτρέψει να γνωρίζετε τι έχει προστατευθεί από
---	---

qui a été protégé par des tiers. L'Institut fédéral de la propriété intellectuelle L'Institut fédéral de la propriété intellectuelle (IPI), à Berne, est le guichet central de la Confédération pour toutes les questions relatives aux marques, aux brevets, aux indications de provenance, à la protection des designs et au droit d'auteur. Vous pouvez vous adresser à l'IPI pour déposer une marque, un brevet ou un design dans l'optique d'une protection en Suisse ou, dans certains cas, d'une protection internationale. L'IPI offre de nombreuses possibilités de recherche sur les marques, les brevets et les technologies; il propose en outre des informations utiles et des services aux PME. 3. Innovation: développer un produit exclusif L'innovation n'est pas réservée aux grands groupes. Les PME peuvent elles aussi produire des nouveautés. Mode d'emploi. Face aux besoins en constante évolution des clients et à la pression croissante de la concurrence, la capacité d'innovation d'une	τρίτους. Ομοσπονδιακό Ινστιτούτο της πνευματικής ιδιοκτησίας της Ελβετίας Το Ομοσπονδιακό Ινστιτούτο Πνευματικής Ιδιοκτησίας (IPI), στη Βέρνη, είναι η αρμόδια υπηρεσία της Ελβετικής Συνομοσπονδίας για όλα τα θέματα που είναι σχετικά με τα εμπορικά σήματα, τα διπλώματα ευρεσιτεχνίας, τις ενδείξεις προέλευσης, την προστασία σχεδιασμών και πνευματικών δικαιωμάτων. Μπορείτε να απευθυνθείτε στο IPI για να καταθέσετε ένα εμπορικό σήμα, ένα δίπλωμα ευρεσιτεχνίας ή ένα σχεδιασμό για προστασία στην Ελβετία ή, σε συγκεκριμένες περιπτώσεις, για διεθνή προστασία. Ο IPI προσφέρει πάρα πολλές ερευνητικές δυνατότητες για εμπορικά σήματα, διπλώματα ευρεσιτεχνίας και τεχνολογίες. Επιπρόσθετα, προτείνει χρήσιμες πληροφορίες και υπηρεσίες σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις. 3. Καινοτομία: ανάπτυξη αποκλειστικού προϊόντος Η καινοτομία δεν κατοχυρώνεται μόνο από μεγάλους ομίλους. Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις μπορούν επίσης να παράγουν νέα προϊόντα. Οδηγίες χρήσης. Ως απάντηση στις συνεχώς μεταβαλλόμενες ανάγκες των πελατών και την αυξανόμενη πίεση του ανταγωνισμού, η ικανότητα καινοτομίας
---	---

entreprise est devenue le facteur décisif de son succès ou de son échec. La capacité d'innovation est l'art de combiner les idées et les savoirs, ainsi que l'aptitude à positionner sur le marché des produits et services lucratifs.	μιας εταιρείας έχει καταστεί αποφασιστικός παράγοντας για την επιτυχία ή την αποτυχία της. Η ικανότητα καινοτομίας είναι η τέχνη του συνδυασμού ιδεών και γνώσεων, όπως και η ικανότητα τοποθέτησης προσοδοφόρων προϊόντων και υπηρεσιών στην αγορά.
Il serait faux de penser que l'innovation est uniquement l'affaire des grandes entreprises. Elle n'est pas forcément synonyme de technologies exceptionnelles, onéreuses et complexes. Il s'agit en fait moins d'une question de technologie que d'une approche philosophique et de la manière déterminée dont l'entreprise se définit et se situe par rapport à son environnement.	Θα ήταν λάθος να σκεφτούμε πως η καινοτομία συναντάται μόνο στην περίπτωση των μεγάλων επιχειρήσεων. Δεν είναι υποχρεωτικά συνώνυμο των εξαιρετικών, δαπανηρών και σύνθετων τεχνολογιών. Πρόκειται στην πραγματικότητα, πολύ περισσότερο για μια φιλοσοφική προσέγγιση και έναν καθορισμένο τρόπο με τον οποίο η επιχείρηση οριοθετείται και βρίσκεται σε σχέση με το περιβάλλον της, παρά για ένα ζήτημα τεχνολογίας.
4. La responsabilité sociétale des entreprises (RSE)	4. Η εταιρική κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων (ΕΚΕ)
Se tourner vers la responsabilité sociétale des entreprises est une façon pour une PME de devenir plus verte et sociale et par cela d'optimiser sa production.	Η στροφή προς την εταιρική κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων είναι ένας τρόπος για μια μικρομεσαία επιχείρηση να γίνει πιο «πράσινη» και κοινωνική και έτσι να πετύχει τη βελτιστοποίηση της παραγωγής της.
La <u>Responsabilité sociétale des entreprises (RSE)</u> désigne la responsabilité des entreprises quant aux effets de leur activité sur la société et l'environnement. Elle embrasse une large palette de thèmes dont les entreprises doivent tenir compte.	Η εταιρική κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων (ΕΚΕ) είναι η ευθύνη των επιχειρήσεων που αφορά στις επιπτώσεις της δραστηριότητας της στην κοινωνία και το περιβάλλον. Καλύπτει ένα τεράστιο εύρος θεμάτων, τα οποία οι επιχειρήσεις οφείλουν να λαμβάνουν υπόψη.

En font notamment partie les conditions de travail (y compris la protection de la santé), les droits de l'homme, l'environnement, la prévention de la corruption, la concurrence équitable, les intérêts des consommateurs, la fiscalité et la transparence. La mise en œuvre de la RSE requiert la prise en considération des intérêts des parties prenantes, tels que les actionnaires, les employés, les consommateurs, les communautés locales, les organisations non gouvernementales, etc. Elle implique par exemple de veiller à l'égalité des traitements entre hommes et femmes, ou à l'impact écologique d'une activité sur une région. La RSE implique de respecter les dispositions légales et les conventions entre partenaires sociaux. Il s'agit, en outre, de prêter attention aux attentes de la société qui peuvent aller au-delà des obligations juridiques. En Suisse, différents termes sont utilisés pour désigner la RSE. On peut citer, responsabilité sociétale des entreprises (RSE), conduite responsable ou durabilité de l'entreprise. 5. Réseaux sociaux: guide des bonnes pratiques	Σε αυτές περιλαμβάνονται κυρίως οι συνθήκες εργασίας (συμπεριλαμβανομένης της προστασίας της υγείας), τα ανθρώπινα δικαιώματα, το περιβάλλον, η πρόληψη της διαφθοράς, ο θεμιτός ανταγωνισμός, τα συμφέροντα των καταναλωτών, η φορολογία και η διαφάνεια. Η εφαρμογή της ΕΚΕ απαιτεί τη συνεκτίμηση των συμφερόντων των ενδιαφερόμενων μελών, όπως οι μέτοχοι, οι υπάλληλοι, οι καταναλωτές, οι τοπικές κοινότητες, οι μη κυβερνητικές οργανώσεις, κλπ. Εμπεριέχει για παράδειγμα τη διασφάλιση της ίσης μεταχείρισης ανδρών και γυναικών, ή την οικολογικές επιπτώσεις μιας δραστηριότητας σε μια περιοχή. Η ΕΚΕ συμπεριλαμβάνει την τήρηση νομικών διατάξεων και συμβάσεων μεταξύ των κοινωνικών εταίρων. Αφορά, συν τοις άλλοις, να λάβει υπόψη τις προσδοκίες της κοινωνίας, οι οποίες μπορούν να υπερβούν τις νομικές υποχρεώσεις. Στην Ελβετία, χρησιμοποιούνται διάφοροι όροι για να καθορίσουν την ΕΚΕ. Παραδείγματος χάρη, η εταιρική κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων (ΕΚΕ), είναι πιθανό περιλαμβάνει την υπεύθυνη στάση ή τη βιωσιμότητα της επιχείρησης. .5. Κοινωνικά δίκτυα: οδηγός ορθής πρακτικής Τα κοινωνικά δίκτυα παρέχουν μια ευκαιρία
--	--

Les réseaux sociaux offrent une opportunité pour le marketing des PME. Conseils et explications. Les canaux de communication des entreprises se sont métamorphosés ces dernières années. Après l'arrivée et l'expansion d'internet dans les années 1990, la fin de la première décennie du 21ème siècle a vu le développement extrêmement rapide des réseaux sociaux. Cette évolution d'un internet figé vers un internet participatif (web 2.0) a bouleversé notre manière de communiquer. Les consommateurs et les partenaires commerciaux potentiels sont désormais à portée de clics et peuvent être atteints beaucoup plus facilement et efficacement qu'auparavant. Une excellente nouvelle pour les PME, qui peuvent obtenir une résonance planétaire pour peu de frais, et rivaliser ainsi avec les plus grands en s'épargnant les dépenses pharamineuses des campagnes publicitaires d'autrefois. Une bonne communication sur internet nécessite cependant une maîtrise efficace des réseaux sociaux. De la manière dont seront utilisés ces outils dépendra l'impact, positif ou négatif, de la communication de l'entreprise. Internet a ceci de particulier qu'il agit comme	για το μάρκετινγκ των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Συμβουλές και διευκρινίσεις. Τα μέσα επικοινωνίας των επιχειρήσεων έχουν αλλάξει τα τελευταία χρόνια. Μετά την άφιξη και την ανάπτυξη του διαδικτύου τη δεκαετία του '90, το τέλος της πρώτης δεκαετίας του 21ου αιώνα έφερε την εξαιρετικά γρήγορη ανάπτυξη των κοινωνικών δικτύων. Αυτή η εξέλιξη από ένα στάσιμο διαδίκτυο σε ένα συμμετοχικό διαδίκτυο (web 2.0) αναστάτωσε τον τρόπο επικοινωνίας μας. Οι καταναλωτές και οι πιθανοί εμπορικοί εταίροι πλέον βρίσκονται μόνο μερικά πατήματα του ποντικιού μακριά και μπορούν να προσεγγίζονται πολύ πιο εύκολα και αποτελεσματικά από ότι στο παρελθόν. Πρόκειται για ένα εξαιρετικό νέο για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, οι οποίες μπορούν να αποκτήσουν παγκόσμια απήχηση με λιγότερο κόστος κι έτσι να ανταγωνίζονται με τους πιο μεγάλους, αποφεύγοντας τα υπέρογκα έξοδα, που άλλοτε χρειαζόνταν για τις διαφημιστικές καμπάνιες. Ωστόσο, μια καλή επικοινωνία στο διαδίκτυο καθιστά αναγκαίο τον αποτελεσματικό έλεγχο των κοινωνικών δικτύων. Από τον τρόπο με τον οποίο θα χρησιμοποιηθούν αυτά τα εργαλεία, θα εξαρτηθεί η θετική ή αρνητική επίπτωση από την επικοινωνία της εταιρείας. Το διαδίκτυο έχει λοιπόν ειδικούς που δρουν ως μια ισχυρή
---	---

une puissante caisse de résonance, pour le meilleur ou pour le pire. Les maladroites ou les erreurs en communication des entreprises peuvent ainsi faire très vite le tour du web et se retourner contre ceux qui en sont à l'origine.	ομάδα διαφήμισης ή δυσφήμισης, δηλαδή προς το καλύτερο ή το χειρότερο. Η αδεξιότητα και τα λάθη στην επικοινωνία των επιχειρήσεων μπορούν έτσι να κάνουν αρκετά γρήγορα τον γύρο του διαδικτύου και να στραφούν εναντίον εκείνων, που είναι οι υπεύθυνοι.
6. E-commerce: créer un site ergonomique et sécurisé	6. Ηλεκτρονικό εμπόριο: δημιουργείστε μια εργονομική και ασφαλή σελίδα.
Le commerce en ligne permet à une PME d'accéder à de nombreux clients potentiels, tout en abaissant le nombre d'intermédiaires et les coûts. Comment exploiter au mieux cette opportunité? Conseils pratiques.	Το ηλεκτρονικό εμπόριο επιτρέπει σε μια μικρομεσαία επιχείρηση να πλησιάσει πάρα πολλούς πιθανούς πελάτες, μειώνοντας τον αριθμό των μεσαζόντων και το κόστος. Πρακτικές συμβουλές.
En Suisse, le shopping sur internet se développe à une allure fulgurante depuis quelques années. Les consommateurs ont bien compris ses avantages. Désormais, ils peuvent mieux se renseigner sur les produits, les comparer, échanger des avis, et régler des achats depuis n'importe quel endroit.	Στην Ελβετία, οι αγορές στο διαδίκτυο αυξάνονται με ταχύτητα φωτός τα τελευταία χρόνια. Οι καταναλωτές έχουν αντιληφθεί τα πλεονεκτήματά τους. Στο εξής, μπορούν να πληροφορηθούν καλύτερα για τα προϊόντα, να τα συγκρίνουν, να ανταλλάξουν απόψεις και να πληρώσουν για αγορές από οπουδήποτε.
Pour une PME, la vente en ligne représente une opportunité de croissance inégalée. Mais aussi un défi à relever, car la concurrence progresse rapidement. Les PME se retrouvent directement confrontées aux grandes multinationales, qui bénéficient en règle générale de moyens beaucoup plus importants pour développer et	Για μια μικρομεσαία επιχείρηση, το ηλεκτρονικό εμπόριο καθιστά μια ευκαιρία εξαιρετικής ανάπτυξης. Επίσης, αποτελεί πρόκληση, καθώς ο ανταγωνισμός αυξάνεται συνεχώς. Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις βρίσκονται άμεσα αντιμέτωπες με μεγάλες πολυεθνικές, οι οποίες επωφελούνται κατά γενικό κανόνα από πολύ πιο σημαντικά μέσα για

entretenir leur boutique en ligne. Toutefois, pour le consommateur, il suffit d'un clic de souris pour passer d'un site à l'autre. A ses yeux, grandes et petites sociétés se trouvent sur un pied d'égalité. Dans ce contexte, une PME peut faire valoir des atouts incontestables, comme sa proximité avec le marché. Cette rubrique explique les principaux points à prendre en compte lors de la création et de l'exploitation d'un site de e-commerce. 7. Normes et labels de qualité: l'offre en Suisse Les certifications et les certificats revêtent une importance considérable pour l'économie et les PME. Seuls quelques produits et services ne sont pas encore touchés par ces termes. Les entreprises se soumettent à une procédure de certification afin de faire évaluer par un tiers (indépendant) la conformité de leurs produits, processus de travail, services ou les connaissances et compétences de leurs collaborateurs et d'attester leur convenance à l'aide de certificats. Les critères de contrôle sont définis par des normes ou des spécifications techniques.	την ανάπτυξη και διατήρηση του ηλεκτρονικού τους καταστήματος. Ωστόσο, για τον καταναλωτή, αρκεί ένα πάτημα του ποντικιού για να περάσει από τη μια σελίδα στην άλλη. Στα μάτια του, μεγάλες και μικρές εταιρείες βρίσκονται στο ίδιο επίπεδο. Σε αυτό το πλαίσιο, μια μικρομεσαία επιχείρηση μπορεί να επικαλεστεί αδιαμφισβήτητα πλεονεκτήματα, όπως την εγγύτητα της με την αγορά. Αυτό το κείμενο εξηγεί τα κύρια ζητήματα που πρέπει να ληφθούν υπόψη κατά δημιουργία και τον τρόπο εκμετάλλευσης μιας ιστοσελίδας ηλεκτρονικού εμπορίου. 7. Κανόνες και σήματα ποιότητας: η προσφορά στην Ελβετία. Οι πιστοποιήσεις και τα πιστοποιητικά έχουν μεγάλη σημασία για την οικονομία και τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Μόνο μερικά προϊόντα και υπηρεσίες δεν επηρεάζονται ακόμη από αυτούς τους όρους. Οι επιχειρήσεις υποβάλλονται σε μια διαδικασία πιστοποίησης με σκοπό να αξιολογηθεί από τρίτους (ανεξάρτητους) η καταλληλότητα των προϊόντων τους, η διαδικασία της εργασίας, των υπηρεσιών ή των γνώσεων και των δεξιοτήτων των συνεργατών τους και να διαπιστώσει την συμφωνία των ικανοτήτων και των πιστοποιητικών τους. Τα κριτήρια ελέγχου ορίζονται από τα πρότυπα ή τις τεχνικές προδιαγραφές.
---	--

Malgré les dépenses engendrées, une certification sous-entend des produits et des services qui confèrent à l'acheteur (peu importe qu'il s'agisse d'une entreprise ou d'un privé) une certaine sécurité et qualité. Ces garanties ne concernent pas uniquement les aspects de qualité liés à la fabrication, mais se fondent également sur des critères sélectifs. Ces critères bénéficient, entre autres, de labels (de qualité), de certificats et d'attestations de conformité.	Παρά τα έξοδα που προκύπτουν, μια πιστοποίηση συνεπάγεται προϊόντα και υπηρεσίες, που παρέχουν στον αγοραστή (είτε πρόκειται για επιχείρηση είτε για ιδιώτη) συγκεκριμένη ασφάλεια και ποιότητα. Αυτές οι εγγυήσεις δεν αφορούν μόνο τις πτυχές της ποιότητας που σχετίζονται με την παραγωγή, αλλά βασίζονται επίσης σε επιλεκτικά κριτήρια. Αυτά τα κριτήρια επωφελούνται μεταξύ άλλων από σήματα (ποιότητας), πιστοποιητικά και πιστοποιήσεις συμμόρφωσης.
8. Créativité: méthodes pour générer des idées	8. Δημιουργικότητα: Μέθοδοι για την παραγωγή ιδεών
La créativité forme la matière première des entreprises innovantes. Il existe des méthodes simples à mettre en place pour la stimuler. Mode d'emploi.	Η δημιουργικότητα είναι η πρώτη ύλη των καινοτόμων επιχειρήσεων. Υπάρχουν απλές μέθοδοι που πρέπει να τεθούν σε εφαρμογή για να τη διεγείρουν. Οδηγίες χρήσης.
Qui n'a jamais eu soudainement une idée, à un moment inattendu de la journée, comme en se levant de sa chaise ou en discutant avec un collègue? Dans les PME, ce genre de révélations constitue la matière première de l'innovation. Une simple idée, à condition qu'elle soit saisie quand elle arrive puis utilisée de manière appropriée, peut aider à résoudre un problème, voire se transformer en produit, et ainsi contribuer à la croissance de l'entreprise.	Ποιος δεν συλλαμβάνει ξαφνικά μια ιδέα, σε μια αναπάντεχη στιγμή της ημέρας, καθώς σηκώνεται από την καρέκλα του ή μιλάει με έναν συνάδελφό του; Στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις αυτός ο τρόπος σύλληψης ιδεών αποτελεί την πρώτη ύλη της καινοτομίας. Μια απλή ιδέα, υπό τον όρο ότι την αρπάζουν την στιγμή της σύλληψης και στη συνέχεια χρησιμοποιείται κατάλληλα, μπορεί να βοηθήσει στην επίλυση ενός προβλήματος ή ακόμα και να συμβάλει στην ανάπτυξη της επιχείρησης.
Si les PME bénéficient déjà quotidiennement	Παρόλο οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις ήδη σε

de la créativité de leurs employés, souvent sans même le soupçonner, certains outils permettent de rendre la génération d'idées encore plus efficace. Les idées sont en effet d'une nature fragile: les faire émerger, et surtout les saisir, requiert un savoir-faire adéquat. Les méthodes pour favoriser la créativité ne sont pas réservées aux grandes entreprises disposant de moyens considérables. Au contraire, les PME, avec leur structure plus ouverte, souple et réactive, sont les premières à pouvoir pleinement en tirer parti. Comment faire de la créativité l'un de ses principaux atouts? Cette rubrique présente des techniques testées en pratique et vise à inspirer les entrepreneurs et leurs employés.	καθημερινή βάση επωφελούνται από τη δημιουργικότητα των υπαλλήλων τους, συχνά χωρίς να το αντιλαμβάνονται, υπάρχουν συγκεκριμένα εργαλεία που καθιστούν την παραγωγή ιδεών ακόμα πιο αποτελεσματική. Οι ιδέες είναι πράγματι ένα περίπλοκο θέμα: η εμφάνιση τους και ειδικά η αξιοποίηση τους, απαιτεί επαρκή τεχνογνωσία. Οι μέθοδοι για την προώθηση της δημιουργικότητας δεν αφορούν μόνο τις μεγάλες επιχειρήσεις, που διαθέτουν σημαντικά μέσα. Αντίθετα, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, με την ανοιχτή, ευέλικτη και ευπροσάρμοστη δομή τους, είναι οι πρώτες που μπορούν να τις αξιοποιήσουν πλήρως. Πώς να καταστήσετε τη δημιουργικότητα ένα από τα κύρια προτερήματα της επιχείρησής σας; Αυτό το άρθρο παρουσιάζει τεχνικές που δοκιμάζονται στην πράξη και στοχεύει να εμπνεύσει τους επιχειρηματίες και τους υπαλλήλους τους.
9. Informatique, sécurité TI et infrastructure: conseils Une infrastructure de bureau optimale, la sécurité TI et la technologie de l'information efficaces ainsi que des moyens de communication adéquats contribuent grandement au succès d'une entreprise.	9. Πληροφορική, ασφάλεια συστημάτων πληροφοριών και υποδομής: συμβουλές Η βέλτιστη υποδομή ηλεκτρονικών συστημάτων, η αποτελεσματική τεχνολογία πληροφοριών και η ασφάλεια της, όπως και τα κατάλληλα μέσα επικοινωνίας συμβάλλουν σημαντικά στην επιτυχία μιας επιχείρησης. Εκτός από μια λειτουργική, ευέλικτη και φθηνή

Outre une infrastructure de bureau fonctionnelle, flexible et bon marché, une nouvelle entreprise a surtout besoin d'une technologie de l'information (TI) efficace, sûre, avantageuse et adaptée à la taille de la société. Une PME doit aussi se doter de moyens de communication adéquats. 10. Marchés publics: répondre à un appel d'offres Les marchés publics représentent une part importante de l'économie suisse. Guide à l'attention des PME intéressées par un appel d'offres. Afin de stimuler la concurrence et assurer l'égalité des chances pour toutes les entreprises, il est important que l'accès aux marchés publics reste le plus transparent possible. D'autant que ces derniers représentent un poids considérable dans l'économie suisse: les besoins de la Confédération, des cantons et des communes s'élèvent environ à CHF 40 milliards par an, soit environ 25% de toutes les dépenses publiques ou 8% du PIB helvétique. Procédures facilitées Dans ce contexte, les possibilités de standardisation offertes par internet n'ont rien	υποδομή ηλεκτρονικών συστημάτων, μια νέα επιχείρηση χρειάζεται περισσότερο μια αποτελεσματική, ασφαλή, συμφέρουσα και προσαρμοσμένη στο μέγεθος της επιχείρησης τεχνολογία πληροφοριών. Μια μικρομεσαία επιχείρηση οφείλει επίσης να διαθέτει τα κατάλληλα μέσα επικοινωνίας. 10. Δημόσιες συμβάσεις: απαντήστε σε μια πρόσκληση υποβολής προσφορών. Οι δημόσιες συμβάσεις αποτελούν σημαντικό κομμάτι της ελβετικής οικονομίας. Οδηγός για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις που ενδιαφέρονται για προσκλήσεις υποβολής προσφορών. Προκειμένου να τονωθεί ο ανταγωνισμός και να διασφαλιστεί η ισότητα των ευκαιριών για όλες τις επιχειρήσεις, είναι απαραίτητο η πρόσβαση στις δημόσιες συμβάσεις να παραμένει όσο το δυνατόν πιο διαφανής. Ειδικότερα από τη στιγμή που αντιπροσωπεύουν ένα μεγάλο μέρος της ελβετικής οικονομίας: οι ανάγκες της Συνομοσπονδίας, των καντονιών και των δήμων ανέρχονται περίπου στα 40 δισεκατομμύρια CHF ετησίως, δηλαδή περίπου το 25% όλων των δημοσίων εξόδων ή το 8% του ελβετικού ΑΕΠ. Απλοποίηση των διαδικασιών Στο πλαίσιο αυτό, οι δυνατότητες τυποποίησης που προσφέρει το Διαδίκτυο δεν είναι αμελητέες. Η πλατφόρμα simap.ch, που
--	--

de négligeables. La plateforme simap.ch, utilisée par la Confédération, les cantons et les communes permet de faciliter les procédures, aussi bien du côté des autorités publiques que des entreprises privées intéressées à répondre à un appel d'offres.

Empêcher la corruption

Le Conseil fédéral met tout en œuvre pour prévenir les cas de corruption dans l'administration fédérale. Il a publié en 2003 un rapport dans lequel il présente l'ensemble des mesures et des instruments prévus pour combattre ce phénomène. Les marchés publics constituent un des domaines les plus sensibles en la matière et font donc l'objet de mesures spécifiques, tels la clause relative à l'intégrité morale dans les marchés publics, des cours destinés aux cadres et les séminaires de formation de la Confédération ou encore des systèmes de contrôle internes.

11. Etiquettes, labels, prix: comment faire?

Entre les consommateurs qui exigent de plus en plus d'informations et les réglementations qui évoluent régulièrement, difficile de savoir quelles indications faire figurer sur un produit et de quelle manière. Présentation des éléments-clés de

χρησιμοποιείται από τη Συνομοσπονδία, τα καντόνια και τους δήμους, επιτρέπει την απλοποίηση των διαδικασιών τόσο για τις δημόσιες αρχές, όσο και για τις ιδιωτικές επιχειρήσεις που ενδιαφέρονται να ανταποκριθούν σε μια πρόσκληση υποβολής προσφορών.

Αποτροπή της διαφθοράς

Το Ομοσπονδιακό Συμβούλιο καταβάλλει κάθε δυνατή προσπάθεια για να αποτρέψει τις περιπτώσεις διαφθοράς στην ομοσπονδιακή διοίκηση. Το 2003 δημοσίευσε μια έκθεση, στην οποία παρουσιάζει όλα τα μέτρα και τα μέσα που προβλέπονται για την καταπολέμηση αυτού του φαινομένου. Οι δημόσιες συμβάσεις αποτελούν έναν από τα πιο ευαίσθητα πεδία σε αυτόν τον τομέα και ως εκ τούτου αντικείμενο ειδικών μέτρων, όπως είναι η ρήτρα σχετικά με την ηθική ακεραιότητα στις δημόσιες συμβάσεις, τα μαθήματα για τα στελέχη και τα σεμινάρια κατάρτισης της Συνομοσπονδίας ή ακόμα των συστημάτων εσωτερικού ελέγχου.

11. Ετικέτες, σήματα, τιμή: ποια διαδικασία ακολουθείται;

Μεταξύ των καταναλωτών, οι οποίοι απαιτούν όλο και περισσότερες πληροφορίες και των κανονισμών που εξελίσσονται τακτικά, είναι δύσκολο να γνωρίζουμε ποιες ενδείξεις πρέπει να εμφανίζονται σε ένα

L'étiquetage en Suisse. M. Laufen est boulanger à Muotathal (SZ). Pour répondre à la demande des touristes souhaitant acheter des souvenirs, il a eu l'idée de réaliser des petits assortiments. Ils se composent d'une planche de bois gravée au nom du village, de deux saucissons au poivre, d'un petit fromage emballé. Il agrmente le tout d'un drapeau et de l'indication "Swiss made", puisque ce sont des entreprises du canton qui lui ont fourni ces produits. Une fois le lot composé, M. Laufen aimerait logiquement l'agrémenter d'une étiquette comportant un prix. Pour être sûr de ce qu'il faut y faire figurer, il entame quelques recherches. Et se retrouve rapidement pris dans un tourbillon administratif. Le fromage, comme tout aliment préemballé doit comporter des informations sur sa date limite d'utilisation optimale. Il est possible de faire figurer également des indications sur sa valeur nutritive. Une exigence qui est régie par l'ordonnance du Département fédéral de l'intérieur (DFI) sur l'étiquetage et la publicité des denrées alimentaires (OEDA), actuellement en révision. C'est au fabricant que cette responsabilité incombe, mais pour s'en assurer M. Laufen contacte l'Office fédéral de	προϊόν και με ποιόν τρόπο. Παρουσίαση των βασικών στοιχείων επισήμανσης στην Ελβετία. Ο κ. Λάουφεν είναι αρτοποιός στο Muotathal (SZ). Για να ικανοποιήσει την ζήτηση των τουριστών που επιθυμούν να αγοράσουν σουβενίρ, είχε την ιδέα να κάνει μικρές ποικιλίες, οι οποίες αποτελούνται από μια ξύλινη σανίδα με χαραγμένο το όνομα του χωριού, δύο πιπεράτα λουκάνικα, ένα μικρό συσκευασμένο τυρί. Τις καλύπτει με μια σημαία και την ένδειξη "Swiss made", δεδομένου ότι τα προϊόντα αυτά, τα προμηθεύεται από εταιρείες του καντονιού. Μόλις δημιουργηθεί η παρτίδα, ο κ. Λάουφεν λογικά θα ήθελε να την «στολίσει» με μια ετικέτα που να φέρει την τιμή. Για να είναι σίγουρος τι να συμπεριλάβει, ξεκινάει να κάνει κάποιες έρευνες και βρίσκεται σύντομα μπροστά σε ένα διοικητικό ανεμοστρόβιλο. Το τυρί, όπως και κάθε προπαρασκευασμένο τρόφιμο, πρέπει να περιλαμβάνει οδηγίες σχετικά με την προβλεπόμενη ημερομηνία λήξης. Είναι επίσης πιθανό να συμπεριληφθούν ενδείξεις σχετικά με τη θρεπτική του αξία. Μια απαίτηση που διέπεται από το διάταγμα του Ομοσπονδιακού Υπουργείου Εσωτερικών (DFI) για την επισήμανση και τη διαφήμιση των προϊόντων τροφίμων (OEDA), το οποίο αυτή τη στιγμή βρίσκεται υπό αναθεώρηση. Η πράξη αυτή εμπίπτει στην ευθύνη του κατασκευαστή,
--	---

la sécurité alimentaire et des affaires vétérinaires (OSAV). La planchette en bois, elle, relève de l'ordonnance sur la déclaration concernant le bois et les produits en bois. M. Laufen découvre qu'il est impératif de signaler au consommateur l'essence utilisée sous son nom commercial et son nom scientifique ainsi que sa zone géographique de provenance. Une information qu'il doit donc demander à l'artisan qui a réalisé l'objet. Le poids, la dimension et les quantités totales de l'assemblage réalisé par le boulanger doivent figurer sur l'étiquette du lot. Le saucisson comporte deux boucles en métal, ce qui complique un peu le processus: ces dernières doivent-elles être prises en compte dans le calcul du poids de l'objet? Ces précisions relèvent de l'Institut fédéral de métrologie, et de l'ordonnance sur les déclarations de quantité dans la vente en vrac et sur les préemballages (ODqua). Le prix total du lot est soumis au respect de l'ordonnance sur l'indication des prix (OIP). Qu'il soit mentionné sur l'étiquette finale ou sur l'a petite affichette que le commerçant a placardée sur sa vitrine, il doit respecter certains critères.	αλλά για να βεβαιωθεί σχετικά με αυτό, ο κ. Λάουφεν επικοινωνεί με την Ομοσπονδιακή Υπηρεσία Ασφαλείας Τροφίμων και Κτηνιατρικών Υποθέσεων (OSAV) . Η ξύλινη σανίδα εμπίπτει στον κανονισμό της δήλωσης που αφορά στην ξυλεία και τα προϊόντα της. Ο κ. Λάουφεν ανακαλύπτει ότι είναι επιτακτική η επισήμανση προς τον καταναλωτή των χρησιμοποιημένων προϊόντων υπό την εμπορική τους επωνυμία και την επιστημονική τους ονομασία, όπως και της γεωγραφικής ζώνης προέλευσης τους. Μια πληροφορία που πρέπει να ζητήσει ο τεχνίτης που δημιούργησε αυτό το αντικείμενο. Το βάρος, το μέγεθος και οι συνολικές ποσότητες της συσκευασίας που φτιάχνεται από τον αρτοποιό πρέπει να αναγράφονται στην ετικέτα της παρτίδας. Το λουκάνικο διαθέτει δύο μεταλλικούς βρόχους, γεγονός που περιπλέκει λίγο τη διαδικασία: αυτά πρέπει να συμπεριληφθούν στον υπολογισμό βάρους του αντικειμένου; Αυτές οι διευκρινίσεις εμπίπτουν στην ευθύνη του Ομοσπονδιακού Ινστιτούτου Μετρολογίας και της Διάταξης για την Ποσότητα Μαζικής Παραγωγής και της Διαδικασίας Προσυσκευασίας (ODqua). Η συνολική τιμή της παρτίδας υπόκειται σε συμμόρφωση με το Διάταγμα Αναφοράς Τιμών (OIP). Είτε αναγράφεται στην τελική επιγραφή ή στη μικρή πλακέτα που έχει τοποθετήσει ο έμπορος στη βιτρίνα του, πρέπει να ακολουθεί
--	--

Enfin, le commerçant découvre que la dénomination "Swiss made" et l'utilisation du drapeau sont réglementées. Comme l'explique l'Institut fédéral de la propriété intellectuelle (IPI), l'emploi de la croix suisse ou du drapeau suisse en lien avec des produits ou leur emballage est interdit, même pour des produits suisses. Cela contrevient en effet à la loi fédérale pour la protection des armoiries publiques et autres signes publics (LPAP). En revanche, l'usage de la croix suisse est admis à des fins décoratives, en lien avec des services, ainsi que sur des supports publicitaires, pour autant qu'il n'induit pas en erreur sur la provenance des produits ou des services. De plus, la désignation "Swiss made" constitue une indication de provenance selon la loi fédérale sur les marques et les indications de provenance (LPM) et ne peut s'appliquer à un produit que si le processus essentiel de fabrication a lieu en Suisse et que la quote-part du travail effectué en Suisse pour produire ce bien représente au minimum 50 % du prix de revient. Les conditions actuelles sont vagues et difficiles à mettre en œuvre. Une modification de ces règles a été adoptée par le Parlement fédéral en juin 2013, et la nouvelle réglementation entrera en vigueur le 1er janvier	ορισμένα κριτήρια. Τέλος, ο έμπορος ανακαλύπτει ότι η ονομασία "Swiss made" και η χρήση της σημαίας κατοχυρώνονται. Όπως εξηγείται από το Ομοσπονδιακό Ινστιτούτο Πνευματικής Ιδιοκτησίας (IPI), η χρήση του ελβετικού σταυρού ή της ελβετικής σημαίας σε σχέση με τα προϊόντα ή την συσκευασία τους απαγορεύεται, ακόμη και για τα ελβετικά προϊόντα. Η πράξη αυτή έρχεται σε αντίθεση με τον ομοσπονδιακό νόμο για την προστασία των δημοσίων ειδών όπλων και άλλων δημοσίων σημάτων (LPAP). Από την άλλη πλευρά η χρήση του ελβετικού σταυρού επιτρέπεται για διακοσμητικούς σκοπούς, σε σχέση με υπηρεσίες, όπως και για διαφημιστικά μέσα, υπό την προϋπόθεση ότι δεν παραπλανά την προέλευση των προϊόντων ή των υπηρεσιών. Επιπλέον η ονομασία "Swiss made" αποτελεί μια ένδειξη προέλευσης σύμφωνα με τον ομοσπονδιακό νόμο για τα εμπορικά σήματα και τις ενδείξεις προέλευσης (LPM) και δεν μπορεί να εφαρμοστεί σε ένα προϊόν μόνο εάν η βασική διαδικασία παραγωγής πραγματοποιείται στην Ελβετία και το μερίδιο της εργασίας που έγινε στην Ελβετία για την παραγωγή αυτού του προϊόντος αντιπροσωπεύει τουλάχιστον το 50% της τιμής κόστους. Οι τρέχουσες συνθήκες είναι ασαφείς και δύσκολες στην εφαρμογή. Μια τροποποίηση αυτών των κανόνων ψηφίστηκε από το ομοσπονδιακό κοινοβούλιο τον Ιούνιο
---	--

2017. Au final, M. Laufen aura touché aux principales réglementations suisses en matière d'étiquetage. Cette dernière comporte quelques spécificités à connaître. 1. Les normes suisses en matière d'étiquetage sont propres à la Confédération, mais en grande partie compatibles et en lien avec les évolutions européennes et mondiales dans le domaine. Cela s'explique par la mondialisation, l'importance de réduire les obstacles à l'exportation et à l'importation pour les entreprises suisses, et la nécessité pour les consommateurs de bénéficier de repères compréhensibles, gage de sécurité. Les prescriptions d'efficacité énergétique pour de nombreux appareils électriques sont par exemple adaptées à l'état actuel de la technique et aux nouvelles prescriptions édictées par l'UE. Un nouveau système général harmonisé de classification et d'étiquetage des produits chimiques développé par les Nations unies sera par ailleurs introduit en Suisse d'ici 2017. 2. Il est encore important de souligner qu'en ce qui concerne l'indication de l'origine suisse, les règles du droit douanier diffèrent en partie de celles du droit des indications de provenance. Une marchandise désignée comme suisse en vertu du droit douanier, ne le sera pas	του 2013 και ο νέος κανονισμός θα τεθεί σε ισχύ την 1η Ιανουαρίου 2017. Τελικά, ο κ. Λάουφεν άπτεται των κύριων ελβετικών κανονισμών για την επισήμανση. Ο τελευταίος διαθέτει κάποιες ιδιαιτερότητες που πρέπει να γνωρίζουμε. 1. Τα ελβετικά πρότυπα επισήμανσης είναι συγκεκριμένα στη Συνομοσπονδία, αλλά σε μεγάλο βαθμό συμβατά και σχετικά με τις ευρωπαϊκές και παγκόσμιες εξελίξεις σε αυτό τον τομέα. Αυτό οφείλεται στην παγκοσμιοποίηση, τη σημασία της μείωσης φραγμών στις εξαγωγές και τις εισαγωγές για τις ελβετικές επιχειρήσεις και την ανάγκη για τους καταναλωτές να επωφελούνται από κατανοητά σημεία αναφοράς, που εγγυώνται την ασφάλεια. Οι απαιτήσεις ενεργειακής απόδοσης για πολλές ηλεκτρικές συσκευές είναι για παράδειγμα προσαρμοσμένες στην τρέχουσα κατάσταση της τεχνολογίας και στις νέες προβλεπόμενες διατάξεις της Ε.Ε. Ένα νέο, γενικό, εναρμονισμένο σύστημα ταξινόμησης και επισήμανσης για χημικά προϊόντα που αναπτύσσεται από τα Ηνωμένα Έθνη θα εισαχθεί επίσης στην Ελβετία έως το 2017. 2. Είναι επίσης σημαντικό να επισημανθεί ότι όσον αφορά την ένδειξη της ελβετικής προέλευσης, οι κανόνες του τελωνειακού δικαίου διαφέρουν εν μέρει από τους κανόνες του δικαίου ενδείξεων προέλευσης. Τα προϊόντα που ορίζονται ως ελβετικά δυνάμει του
---	---

forcément en vertu du nouveau droit des indications de provenance les entreprises exportatrices doivent être attentives à cette différence.	τελωνειακού δικαίου δεν μπορούν να υπαχθούν στον νέο νόμο ενδείξεων προέλευσης. Οι εταιρείες εξαγωγής οφείλουν να γνωρίζουν αυτήν τη διαφορά.
3. Un certain nombre de labels privés et semi-publics sont gérés par des organes indépendants. Le Bureau fédéral de la consommation a rédigé une liste de tous les labels actuellement utilisés en Suisse. Ce document distingue les labels de vérification ou de conformité, les labels écologiques ou environnementaux, les labels sociaux, les labels de qualité, les labels régionaux ou d'origine.	3. Ορισμένες ιδιωτικές και ήμι-δημόσιες ετικέτες εκτελούνται από ανεξάρτητους φορείς. Η Ομοσπονδιακή Υπηρεσία Καταναλωτών έχει καταρτίσει κατάλογο με όλες τις ετικέτες που χρησιμοποιούνται επί του παρόντος στην Ελβετία. Το παρόν έγγραφο διακρίνει ετικέτες επαλήθευσης ή συμμόρφωσης, οικολογικά ή περιβαλλοντικά σήματα, κοινωνικές ετικέτες, ετικέτες ποιότητας, περιφερειακά σήματα ή σήματα προέλευσης.
4. Les règles relatives à l'étiquetage des produits et marchandises dépendent, comme nous l'avons vu, de différentes réglementations et sont sous la responsabilité d'offices fédéraux spécifiques. Vous trouverez, dans les cinq articles thématiques en haut, à gauche, des informations utiles et des liens vers les sites Internet des offices concernés.	4. Οι κανόνες σχετικά με την επισήμανση των προϊόντων και των εμπορευμάτων, εξαρτάται όπως είδαμε, από διαφορετικούς κανονισμούς και αποτελούν αρμοδιότητα συγκεκριμένων ομοσπονδιακών γραφείων. Θα βρείτε στα πέντε θεματικά άρθρα στην κορυφή, στα αριστερά, χρήσιμες πληροφορίες και συνδέσμους προς τους διαδικτυακούς τόπους των σχετικών γραφείων.

ΣΧΟΛΙΑ ΚΑΙ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ**ΠΡΟΛΟΓΟΣ**

Για την εκπόνηση της πτυχιακής μου εργασίας επέλεξα να μεταφράσω το παραπάνω κείμενο με θέμα τη «Δημιουργία και τη διαχείριση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελβετική Συνομοσπονδία». Κατέληξα στο συγκεκριμένο θέμα λοιπόν μετά από συζήτηση με τον επιβλέποντα καθηγητή μου κύριο Μιχάλη Πολίτη, ο οποίος με προέτρεψε να ασχοληθώ με κάποιο κείμενο που να σχετίζεται με την οικονομία της Ελβετίας, την επιχειρηματικότητα στην Ελβετία, εξετάζοντας επιπλέον κάποια νομικά ζητήματα. Πιο συγκεκριμένα μου πρότεινε να προχωρήσω στην εύρεση ενός κειμένου που να αναγράφονται όλες οι πληροφορίες που αφορούν όχι μόνο επιχειρηματίες που ενδιαφέρονται να επενδύσουν στην Ελβετία, αλλά και όσους ανθρώπους θα επιθυμούσαν να εγκατασταθούν στην Ελβετία και να ασχοληθούν με τις επιχειρήσεις.

Έτσι σκέφτηκα να ερευνήσω τα είδη επιχειρήσεων και μετά από την έρευνα μου κατέληξα στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Πρόκειται για έναν κλάδο που ανθεί στην Ελβετία και το γεγονός αυτό ήταν που με ώθησε περισσότερο να μεταφράσω το συγκεκριμένο κείμενο. Σκέφτηκα πως η μετάφραση αυτού του κειμένου αποτελεί έναν οδηγό πληροφοριών από τα γαλλικά προς τα ελληνικά, που προσφέρει ένα βήμα υπεροχής στους Έλληνες που ενδιαφέρονται να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά στην Ελβετία, διαθέτοντας στην μητρική τους γλώσσα όλες τις πληροφορίες και τις συμβουλές που αν δεν υπήρχε, θα έπρεπε να τις ερευνήσουν σε μια γλώσσα, όπως τα γαλλικά, που πιθανότατα να μην έχουν όλοι άριστη εξοικείωση.

1. ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΤΗΣ ΜΕΤΑΦΡΑΣΗΣ

Το επικοινωνιακό πλαίσιο για την εκπόνηση της συγκεκριμένης εργασίας αφορά τη μετάφραση ειδικού κειμένου με γλώσσα πηγή την γαλλική και γλώσσα στόχο την ελληνική. Το εν λόγω κείμενο αντλήθηκε από τον διαδικτυακό τόπο της Ελβετικής Συνομοσπονδίας (<https://www.kmu.admin.ch/kmu/fr/home.html>) μετά από προσωπική έρευνα και συζήτηση με τον επιβλέποντα καθηγητή κ. Μιχάλη Πολίτη. Το θέμα του κειμένου πηγή είναι η «Δημιουργία και η διαχείριση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελβετική Συνομοσπονδία». Το κείμενο αυτό διαθέτει αρκετή ειδική ορολογία

κυρίως οικονομική αλλά και νομική, εμπεριέχει ονομασίες διάφορων οργανισμών και υπηρεσιών. Συνεπώς για την επίλυση των ενδεχόμενων προβλημάτων και τη σωστή μετάφραση του ήταν απαραίτητη η έρευνα τεκμηρίωσης αλλά και η αξιοποίηση των σωστών ηλεκτρονικών ή έντυπων λεξικών για την εύρεση της αντίστοιχης ορολογίας στη γλώσσα στόχο. Επίσης το προς μετάφραση κείμενο θα λέγαμε πως αποτελεί έναν «χάρτη» οδηγίων για τους ανθρώπους που επιθυμούν να επενδύσουν στη συγκεκριμένη χώρα, έτσι μεταφράζοντας το κείμενο για το ελληνόφωνο κοινό που επιθυμεί να κάνει το ίδιο, πρέπει να υπάρχει ο γνώμονας της αμεσότητας του ύφους αλλά και της επιστημότητας της γλώσσας, δηλαδή το μετάφρασμα πρέπει να προσφέρει στον αναγνώστη μόνο χρήσιμες πληροφορίες, οι οποίες να αναλύονται από τις πιο σημαντικές στις λιγότερο σημαντικές, ώστε να μην μπερδεύεται ο αναγνώστης με την υπερπληροφόρηση, και σαφώς να διαθέτει γλώσσα υψηλού επιπέδου, αφού πρόκειται για επίσημο κείμενο. Έτσι βλέπουμε μες το προς μετάφραση κείμενο να ξετυλίγονται σιγά-σιγά όλα τα αντικείμενα πιθανού ενδιαφέροντος, όπως η πληροφορική και το μάρκετινγκ, που πιθανώς να βοηθούν τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις να λειτουργήσουν με τον πιο σωστό τρόπο και σύμφωνα με τις συνθήκες της σύγχρονης εποχής. Επίσης, αναπτύσσονται στο κείμενο η διαδικασία ίδρυσης μιας επιχείρησης και όλοι οι σωστοί χειρισμοί που οφείλει ένας επιχειρηματίας ακολουθεί.

Επειδή το κείμενο εντοπίστηκε σε επίσημο δικτυακό τόπο της Ελβετικής Συνομοσπονδίας, υπάρχει και σε δύο άλλες γλώσσες, στα Γερμανικά και τα Ιταλικά, αλλά όχι στα Ελληνικά. Ωστόσο το όφελος μετάφρασης είναι πολύ μεγάλο και μπορεί να εμπνεύσει πολλούς ελληνόφωνους που θα επιθυμούσαν να ασκήσουν επιχειρηματική δράση στην Ελβετία.

2. ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΕΙΜΕΝΟΥ ΑΦΕΤΗΡΙΑΣ

Το κείμενο αφετηρίας είναι στη γαλλική γλώσσα και περιέχει πολλά στοιχεία της επίσημης γαλλικής ελβετικής γλώσσας. Διαθέτει συνοχή και συνεκτικότητα. Το ύφος είναι επίσημο, σοβαρό και ταυτόχρονα άμεσο, όπως αναφέρθηκε και παραπάνω. Αντλήθηκε από τον επίσημο διαδικτυακό τόπο της Ελβετικής Συνομοσπονδίας όπου υπάρχουν όλες οι πληροφορίες που αφορούν τις επιχειρήσεις, τη διοίκηση των καντονιών κλπ.

Το κείμενο εισάγεται με την παράγραφο για τη «Δημιουργία μικρομεσαίων επιχειρήσεων» (Création PME) εξηγώντας αυτή τη διαδικασία, παρουσιάζοντας τα είδη των επιχειρήσεων και δίνοντας διάφορες συμβουλές στους αναγνώστες. Στη συνέχεια ο συντάκτης αναφέρεται στη «Διαχείριση μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελβετία» (Gestion PME). Σε αυτή την ενότητα αναπτύσσονται περισσότερες θεματικές ενότητες που αφορούν το μάρκετινγκ και το ηλεκτρονικό εμπόριο, την προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας, την χρησιμότητα των καινοτόμων ιδεών και της δημιουργικότητας. Έπειτα, γίνεται ανάλυση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, διάφορων κανόνων που οφείλουν να γνωρίζουν οι ενδιαφερόμενοι επιχειρηματίες και τέλος υπάρχει αναφορά στις δημόσιες συμβάσεις και τις διαδικασίες που ακολουθούνται σχετικά τις ετικέτες, τα σήματα και τις τιμές. Έτσι λοιπόν, μόλις παρουσιάστηκαν όλες οι ενότητες που παρουσιάζονται στο κείμενο αφετηρίας και όπως μπορούμε να διακρίνουμε είναι από την μια πλευρά ένα κείμενο συνοπτικά γραμμένο, αλλά περιέχει όλες τις σημαντικές πληροφορίες και τις κινήσεις των ενδιαφερόμενων επιχειρηματιών.

α) Χρήση ρημάτων

Στους τίτλους του κειμένου πηγή είναι συχνή η χρήση των απαρεμφάτων, για παράδειγμα «Adapter», «Créer», «Protéger», «Éviter», καθώς είναι γενικά συνήθης η χρήση τους στη γαλλική γλώσσα όταν θέλουμε να δηλώσουμε την προτροπή. Αντιθέτως, στην ελληνική συνηθίζουμε να χρησιμοποιούμε ουσιαστικά σε αυτή την περίπτωση. Επίσης μέσα στο κείμενο πολύ συχνή είναι η χρήση γ' πληθυντικού (peuvent, convient) ή γ' ενικού (a permi, accorde) και δεν υπάρχει η χρήση β' ενικού ή πληθυντικού σε μεγάλο βαθμό. Με αυτό τον τρόπο το ύφος του κειμένου παραμένει περισσότερο απρόσωπο και εξυπηρετεί σωστότερα το σκοπό του κειμένου που είναι συμβουλευτικός και ενημερωτικός, συνεπώς απαιτεί μια προσέγγιση πιο απρόσωπη.

β) Χρήση συνάψεων και εκφράσεων

Στο κείμενο αφετηρίας απαντώνται αρκετές εκφράσεις και συνάψεις, καθώς αποτελεί δείγμα φυσικότητας την γλώσσας. Το κακό σε αυτή την περίπτωση βρίσκεται στο επίπεδο της μετάφρασης, καθώς είναι δύσκολο να εντοπίσουμε κάποια αντίστοιχη έκφραση ή σύναψη στα ελληνικά, ώστε να είναι και το μεταφρασμένο κείμενο εξίσου φυσικό, να ρέει και να μη «μυρίζει» μετάφραση. Τέτοια παραδείγματα είναι τα εξής: «Marche à suivre», «Mode d'emploi», «comment faire» κλπ..

γ) Χρήση ονομασιών οργανισμών, δημόσιων υπηρεσιών, κανονισμών ή νόμων

Στο κείμενο πηγή είναι φυσικό λόγω του περιεχομένου του να αναφέρονται διάφοροι οργανισμοί, δημόσιες υπηρεσίες, κανονισμοί και νόμοι που αποσκοπούν στη βελτίωση των συνθηκών δημιουργίας επιχειρήσεων και στη βοήθεια των επιχειρηματιών ή ακόμη στη σωστή λειτουργία των επιχειρήσεων τους με βάση τους κανονισμούς και τους κανόνες που έχει θεσπίσει η Ελβετική Συνομοσπονδία π.χ. «la loi fédérale sur les marques et les indications de provenance (LPM)», «l'Institut fédéral de la propriété intellectuelle (IPI)», «l'ordonnance sur l'indication des prix (OIP)». Αυτό το γεγονός προκαλεί προβληματισμό στον εκάστοτε μεταφραστή που συναντά τέτοιες περιπτώσεις και αποτελεί μια μεταφραστική δυσκολία, καθώς χρειάζεται έρευνα για να βρεθεί, αν υπάρχει, επίσημα μεταφρασμένος όρος στην ελληνική γλώσσα, ώστε να τον χρησιμοποιήσουμε με την εκάστοτε παραπομπή της ελβετικής ονομασίας, ώστε να ξέρει ο αναγνώστης που να απευθυνθεί. Συνήθως υπάρχουν επίσημες μεταφράσεις που εξυπηρετούν τους μεταφραστές στην επίτευξη μια έγκυρης μεταφραστικής λύσης.

δ) Το ύφος του κειμένου αφετηρίας

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω το κείμενο αφετηρίας διαθέτει το δικό του ύφος το οποίο είναι να μεν άμεσο με την αποφυγή επεξήγησης διαφόρων πληροφοριών, δηλαδή ο συντάκτης δεν πλατειάζει και δεν επιμένει αρκετά στην επεξήγηση λεπτομερειών, αλλά προτιμά να δίνει τις πληροφορίες με έναν άμεσο τρόπο, ώστε να είναι ξεκάθαρες προς τον αναγνώστη. Από την άλλη το ύφος καθότι είναι πληροφοριακό είναι απρόσωπο και επίσημο.

ε) Κατακλείδα κειμένου με παραπομπή παραδείγματος (11. Étiquettes, labels, prix: comment faire?)

Παρά τον πληροφορικό χαρακτήρα του κειμένου αφετηρίας ο συντάκτης προσπαθεί με έναν πολύ ευφυή τρόπο να δείξει τις αδυναμίες του συστήματος και τις δυσκολίες που υπάρχει πιθανότητα να αντιμετωπίσει ο εκάστοτε επιχειρηματίας κάνοντας το εγχείρημα να ιδρύσει μια επιχείρηση και να τη διατηρεί κερδοφόρα στα πλαίσια του νόμιμου με βάση τους κανόνες της Ελβετικής Συνομοσπονδίας. Έτσι λοιπόν, επιλέγει να παραθέσει ένα εκτενές παράδειγμα στο τελευταίο μέρος του κειμένου του για να γίνουν όλα αυτά απολύτως κατανοητά. Σε αυτό το σημείο θα λέγαμε πως ο συντάκτης δίνει στο κείμενο του ένα ύφος περιγραφικό, εξηγώντας και την παρά μικρή λεπτομέρεια. Σαν εγχείρημα, η

παραπομπή παραδείγματος θεωρείται αρκετά έξυπνο, καθώς είναι μια τακτική που πολλές φορές ακολουθείται από συντάκτες τέτοιων κειμένων για να γίνει μια σύνοψη όλων όσων έχουν παρουσιασθεί παραπάνω ελαφρύνοντας το επίσημο και αυστηρό ύφος του κειμένου. Επιπλέον, δίνεται η ευκαιρία να παρουσιάζει βασικές νομοθεσίες και οργανισμούς και να «κλείσει» το κείμενο του με έναν διαφορετικό και πιο απλό τρόπο που ακόμα και στο τέλος κρατάει τον αναγνώστη σε εγρήγορση.

3. ΑΙΤΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΛΥΣΕΩΝ ΤΩΝ ΔΙΑΦΟΡΩΝ ΜΕΤΑΦΡΑΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΩΝ

Κατά τη μεταφραστική διαδικασία αντιμετώπισα αρκετές μεταφραστικές δυσκολίες. Έχουν αναφερθεί σε γενικές γραμμές και στο κείμενο που προηγείται. Σε αυτό το σημείο θα ήταν σκόπιμο να τις παρουσιάσω με βάση τη θεωρία της μετάφρασης.

α) Σημασιολογικά ή μορφολογικά προβλήματα κατά τη διαδικασία του μεταφραστικού έργου

Είναι η πρώτη φορά που κλήθηκα να μεταφράσω ένα ειδικό κείμενο τέτοιας έκτασης, το οποίο έπρεπε να είναι αλάνθαστο. Έτσι αντιμετώπισα πολλά σημασιολογικά προβλήματα. Αρχικά, σε κάποια σημεία δυσκολευόμουν να αποδώσω σωστά το κείμενο καθώς δε μπορούσα να αντιληφθώ ακριβώς τη σημασία κάποιων προτάσεων ή συγκεκριμένου όρου. Ωστόσο μετά από πολλές αναγνώσεις και έρευνα κατέληγα στη σωστή σημασία πχ. «Qui n'a jamais eu soudainement une idée, à un moment inattendu de la journée, comme en se levant de sa chaise ou en discutant avec un collègue?» μετέφρασα αυτή την πρόταση αρχικά «Οι ξαφνικές ιδέες είναι ένα προσόν που έχει κάθε άνθρωπος, σε μια αναπάντεχη στιγμή της ημέρας, καθώς σηκώνεται από την καρέκλα του ή μιλάει με έναν συνάδελφο» και έπειτα «Ποιος δεν συλλαμβάνει ξαφνικά μια ιδέα, σε μια αναπάντεχη στιγμή της ημέρας, καθώς σηκώνεται από την καρέκλα του ή μιλάει με έναν συνάδελφό του;». Βλέπουμε λοιπόν με αυτό το παράδειγμα πως πρόκειται για μια κατά λέξη μετάφραση, ενώ στη δεύτερη, το κείμενο ρέει πιο φυσικά. Δεύτερον, θεωρώ πως ξεκινώντας αυτή τη διαδικασία δεν ακολούθησα μια επαρκή έρευνα τεκμηρίωσης και δεν με βοήθησε καθώς σε συνδυασμό με το γεγονός πως ακόμη δεν διαθέτω επαρκή γνώση ορολογίας για τη μετάφραση ειδικών κειμένων και τη δυσκολία επεξεργασίας των νέων πληροφοριών που αντιμετωπίζουν σχεδόν όλοι οι νέοι

μεταφραστές, ήταν αναγκαίο να ξεκινήσω να κάνω μια καλύτερη έρευνα τεκμηρίωσης, ώστε να είμαι πιο σίγουρη για τις τελικές μου αποδόσεις.

Από την άλλη πλευρά όσον αφορά τα μορφολογικά προβλήματα, το βασικότερο που έκανα θεωρώ πως ήταν η δυσκολία μου να αποστασιοποιηθώ από τις γλωσσικές δομές του κειμένου αφετηρίας κατά την απόδοση του στη γλώσσα άφιξης πχ. «Une entreprise peut déposer des marques...» που το μετέφρασα αρχικά «μπορεί να αιτηθεί σήματα...» και τελικά επέλεξα τη χρήση της φράσης «μπορεί να κατοχυρώσει σήματα...» που δεν αποτελεί κατά λέξη μετάφραση, αλλά ανταποκρίνεται επαρκώς στο νόημα του κειμένου πηγή.

β) Εξωγλωσσικά προβλήματα και προβλήματα μεταφοράς

Όπως είναι λογικό, για να μεταφράσουμε ένα κείμενο δεν είναι σημαντικό να γνωρίζουμε επαρκώς μόνο τις γλώσσες του κειμένου πηγή ή στόχου ή να κάνουμε έρευνα τεκμηρίωσης, αλλά πρέπει να έχουμε μια εξοικείωση με τον πολιτισμό και τους θεσμούς του εκάστοτε κράτους, τη γλώσσα του οποίου καλούμαστε να μεταφράσουμε. Έτσι, πρέπει να ενημερωνόμαστε συχνά για αυτά τα ζητήματα. Κατά τη διάρκεια λοιπόν της εκπόνησης αυτής της εργασίας επέλεξα να ταξιδέψω και να ζήσω για ένα μικρό χρονικό διάστημα στην Ελβετία, ώστε να κάνω μια έρευνα για αυτά τα θέματα από κοντά. Ένα βασικό πρόβλημα που αντιμετώπισα είναι η ύπαρξη των καντονιών στην Ελβετία που αρχικά σκέφτηκα να τα αντιπαραβάλλω με τους δήμους. Παρόλα αυτά μετά την έρευνα που έκανα αναθεώρησα χρησιμοποίησα τον όρο «καντόνια», θεωρώντας πως το μεγαλύτερο μέρος των αναγνωστών στο οποίο αναφέρεται το μετάφρασμα μου γνωρίζει τι είναι τα καντόνια και τον τρόπο που λειτουργεί ένα ομοσπονδιακό κράτος όπως η Ελβετία.

γ) Γραμματικά και συντακτικά προβλήματα

Συχνά αντιμετώπισα κατά τη μεταφραστική διαδικασία γραμματικά και συντακτικά προβλήματα με αποτέλεσμα κάποια αποσπάσματα της μετάφρασης να χάνουν το νόημα και το ύφος του πρωτότυπου κειμένου, καθώς και να δυσκολεύουν την κατανόηση του αναγνώστη του μεταφράσματος πχ. Στο κείμενο υπήρχε η φράση «Celui qui veut - et qui peut - endosser seul les risques et porter la responsabilité des créances avec son patrimoine» και θα μπορούσαμε να πούμε πως πρόκειται για μια σύνθετη πρόταση και είχα πρόβλημα στην απόδοσή της που αρχικά ήταν «Όποιος θέλει – και μπορεί – να

αντιμετωπίσει τέτοιου είδους κινδύνους και να αναλάβει την ευθύνη των οικονομικών αυτών απαιτήσεων» που όπως βλέπουμε όχι μόνο η επιλογή των ρημάτων δεν είναι η κατάλληλη αλλά και η σύνταξη περιπλέκει το νόημα της, ενώ με τη δεύτερη επιλογή που είναι η εξής: «Όποιος θέλει – και μπορεί – να επωμιστεί μόνος του τους κινδύνους και να αναλάβει την ευθύνη των απαιτήσεων με την περιουσία του», βλέπουμε ότι η ποιότητα της μετάφρασης είναι αρκετά καλύτερη. Ένα άλλο παράδειγμα είναι το πρόβλημα της παρακάτω πρότασης «peut se limiter à une certaine somme», όσον αφορά το ρήμα «limiter» το οποίο είχα αποδώσει «να αρκεστούν», λόγω κακής έρευνας τεκμηρίωσης χρήσης του συγκεκριμένου ρήματος και έπειτα το απέδωσα «να περιοριστούν». Ένα ακόμα παράδειγμα δυσκολίας της μετάφρασης που οφείλεται στην αδυναμία απομάκρυνσης μου από το κείμενο αφετηρίας αλλά και την περίπλοκη σύνταξη του, είναι το εξής: έχοντας την πρόταση «Il s'agit donc de déterminer si l'entrepreneur souhaite...» που είχα αποδώσει « Πρόκειται λοιπόν για την απόφαση του επιχειρηματία αν θέλει...», ωστόσο είναι εύκολο να διακρίνουμε την κακή ποιότητα της μετάφρασης, κατέληξα στη φράση «Εναπόκειται, επομένως, στον επιχειρηματία να αποφασίσει αν επιθυμεί...». Επιπλέον, ένα άλλο πρόβλημα που αντιμετώπισα σε μεγάλο βαθμό ήταν οι ρηματικοί τύποι των τίτλων, φαινόμενο που γενικά στη γαλλική γλώσσα είναι σύνηθες, όμως στην ελληνική είναι απίθανο να δούμε την χρήση του απαρεμφάτου στον τίτλο, καθότι δεν χρησιμοποιείται όσο στα γαλλικά. Έτσι στην φράση «Créer son entreprise» η απόδοση θα είναι το ουσιαστικό του ρήματος «δημιουργώ», συνεπώς «Δημιουργία της επιχείρησης».

δ) Λεξιλογικά προβλήματα

Όπως ανέφερα και παραπάνω η ορολογία του κειμένου με δυσκόλεψε αρκετά, έτσι έκανα κάποια λάθη λόγω της μη επαρκούς εξοικείωσης μου με τέτοιου είδους κείμενα. Για παράδειγμα στην πρόταση «l'entrepreneur doit disposer d'un numéro d'identification des entreprises (IDE)» την οποία απέδωσα ως «Ο επιχειρηματίας οφείλει απλά να διαθέτει έναν αριθμό μητρώου επιχειρήσεων (Α.Φ.Μ.)» έκανα ένα σοβαρό λάθος λόγω επιλογής έρευνας σε λανθασμένα συγκρίσιμα κείμενα, τοποθετώντας λόγω αυτού στην παρένθεση το αρκτικόλεξο «Α.Φ.Μ» που αντιστοιχεί στον «Αριθμό Φορολογικού Μητρώου», ενώ το αρκτικόλεξο του αντίστοιχου φορέα είναι το «Γ.Ε.ΜΗ.». Στο επόμενο παράδειγμα που αφορά τη φράση «Les promotions économiques» αρχικά μετέφρασα τη φράση κατά λέξη ως «οικονομικές προωθήσεις» και η μετάφραση αυτή δεν προσέφερε το σωστό νόημα έτσι επέλεξα την απόδοση «Οι φορείς προώθησης της οικονομικής δραστηριότητας», καθώς αρχικά πίστευα πως επρόκειτο για μια συγκεκριμένη οικονομική κατάσταση, ενώ έπειτα από την έρευνα που έκανα κατάλαβα πως επρόκειτο για ένα είδος φορέα.

Ένα ακόμα πρόβλημα που έπρεπε να αντιμετωπίσω είναι πως το κείμενο περιείχε διάφορους οικονομικούς ή νομικούς όρους στην αγγλική γλώσσα, όπως «CTI Start-up», τους οποίους δεν ήμουν σίγουρη αν έπρεπε να τους αφήσω ως είχαν ή να τους μεταφράσω. Αυτό είναι ένα συχνό πρόβλημα που μπορεί να αντιμετωπίσουμε σαν μεταφραστές και η λύση σε αυτό το πρόβλημα είναι να αφήνουμε αυτούς τους όρους στην αγγλική όπως συνέβη εδώ, καθώς πρόκειται για έγκυρους νομικούς όρους που χρησιμοποιούνται παγκοσμίως όσον αφορά τη διοίκηση των επιχειρήσεων, το εμπόριο κλπ.. Άλλοι όροι για παράδειγμα που μεταφράστηκαν λάθος αρχικά είναι οι παρακάτω: «instruments marketing» → «όργανα marketing» → «εργαλεία εμπορικής προώθησης», «les canaux de communication» → «πλατφόρμες επικοινωνίας» → «μέσα επικοινωνίας», «peut déposer» → «μπορεί να αιτηθεί» → «μπορεί να κατοχυρώσει», «le guichet central» → «κεντρικό παράθυρο» → «αρμόδια υπηρεσία» και κάποια άλλα παρόμοια παραδείγματα. Ένα άλλο ζήτημα ήταν αυτό της μεταγραφής όρων. Έχοντας γνώμονα τον όρο «marketing», ο οποίος χρησιμοποιείται στα ελληνικά αυτούσιως και ευρέως, επέλεξα τη μέθοδο της μεταγραφής στη συγκεκριμένη περίπτωση «μάρκετινγκ», καθώς πρόκειται για ένα όρο που γίνεται απόλυτα αντιληπτός από τους Έλληνες αναγνώστες. Η άλλη λύση ήταν να παραθέσω τον όρο στα αγγλικά, ωστόσο μετά την έρευνα που έκανα πάνω στον συγκεκριμένο όρο σε συγκρίσιμα κείμενα στα ελληνικά, παρατήρησα πως στις περισσότερες και πιο έγκυρες περιπτώσεις, ακολουθείται η λύση της μεταγραφής.

4. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ ΜΕΤΑΦΡΑΣΗΣ

Με βάση όλα όσα παρουσιάστηκαν παραπάνω για την εκπόνηση της συγκεκριμένης μετάφρασης, είμαστε σε θέση να αξιολογήσουμε την ποιότητα της, αλλά και τη μεταφραστική διαδικασία. Όπως μπορούμε να διακρίνουμε από το κείμενο αφίξεως, οι γλωσσικές επιλογές είναι οι κατάλληλες, ώστε το κείμενο να μην απομακρύνεται από το ύφος και το νόημα του κειμένου αφετηρίας, διατηρώντας το κατάλληλο γλωσσικό επίπεδο. Έγινε μεγάλη έρευνα τεκμηρίωσης όσον αφορά το επίπεδο της ειδικής γλώσσας, καθώς επίσης και μετά από τις παρατηρήσεις του επιβλέποντα καθηγητή μου κυρίου Πολίτη, κατάφερα να καταλήξω σε ένα πολύ καλό αποτέλεσμα. Όσον αφορά το μακροδομικό επίπεδο του κειμένου συνεπώς, θεωρώ πως είναι αρκετά υψηλό, αφού η επικοινωνιακή του λειτουργία του εξυπηρετεί το σκοπό του κειμένου αφίξεως. Ακόμη

όσον αφορά τις ορολογικές επιλογές, που πρέπει να αναποκρίνονται στην ειδική και συγκεκριμένα στη νομική-οικονομική μετάφραση, πιστεύω πως λόγω της έρευνας μου και της καθοδήγησης μου από τον επιβλέποντα καθηγητή είναι οι κατάλληλες και το μεταφρασμένο κείμενο δεν υστερεί σε επίπεδο ορολογίας. Προσπάθησα λοιπόν στα πλαίσια του εφικτού λόγω της μικρής μου μεταφραστικής εμπειρίας να βρω τις κατάλληλες αντιστοιχίες και να μην υπάρχουν τέτοιου είδους λάθη. Πιστεύω πως κατάφερα σε έναν αρκετά καλό βαθμό να επανεκφράσω το πληροφοριακό μου υλικό με βάση τους μορφοσυντακτικούς κανόνες της γλώσσας αφίξεως. Επιπροσθέτως, ένα άλλο θέμα είναι η μορφή του μεταφράσματος μου που επιχείρησα να είναι ίδια με το κείμενο αφετηρίας και θεωρώ είναι όμοιο μορφολογικά μέχρι και στην πιο μικρή λεπτομέρεια.

Τέλος, σχετικά με την αξιολόγηση μιας μετάφρασης και ειδικά προσανατολισμένης στη γλώσσα αφίξεως δύο είναι οι σημαντικοί άξονες που πρέπει να λαμβάνουμε υπόψη, αυτός της μικροδομής (μορφοσύνταξη, λεξιλόγιο-σημασιολογία) όσο και μακροδομής (πραγματολογία, υφολογία) και σε όλα αυτά αναφερθήκαμε παραπάνω. Ωστόσο δεν σχολιάστηκε ο βαθμός δυσκολίας του κειμένου, που πιστεύω πως ήταν αρκετά υψηλός, λόγω της ορολογίας που διέθετε αλλά και του ύφους του, το οποίο αποτέλεσε ένα δύσβατο μονοπάτι ώστε να το διατηρήσουμε, συνεπώς με βάση τον βαθμό δυσκολίας του κειμένου μπορούμε αναλόγως να κρίνουμε και το βαθμό της μεταφραστικής προσπάθειας.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Με βάση όλα όσα αναφέρθηκαν παραπάνω, η εκπόνηση της συγκεκριμένης μετάφρασης ήταν αρκετά δύσκολη και χρειάστηκε πολύ χρόνο για να φτάσει σε ένα υψηλό γλωσσικό επίπεδο. Μέσα όμως από τις δυσκολίες που αντιμετώπισα και τα μεταφραστικά προβλήματα μπόρεσα να συντάξω ένα άρτιο μετάφρασμα και να υλοποιήσω πρακτικά όλα όσα διδάχτηκα κατά τα χρόνια της φοίτησης μου στο Τμήμα Ξένων Γλωσσών Μετάφρασης και Διερμηνείας.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΑΙ ΠΗΓΕΣ**ΜΟΝΟΓΛΩΣΣΑ ΛΕΞΙΚΑ**

- Μπαμπινιώτης, Γ. (2011). *ΕΤΥΜΟΛΟΓΙΚΟ ΛΕΞΙΚΟ ΤΗΣ ΝΕΑΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ*, Αθήνα, Κέντρο Λεξικολογίας
- Désirat, C., Genouvrier, E., Hordé, T. (2013). *Dictionnaire des Synonymes*, Paris, Larousse et couronné par l'Académie française
- Maloux, M. (2014). *Dictionnaire des proverbes sentences et maximes*, Paris, Larousse et couronné par l'Académie française
- Robert, P. (2016). *LE PETIT ROBERT DE LA LANGUE FRANÇAISE*, Paris, Le Robert

ΔΙΓΛΩΣΣΑ ΛΕΞΙΚΑ

- Fortsakis, T. (2013). *ΓΑΛΛΟ-ΕΛΛΗΝΙΚΟ– ΕΛΛΗΝΟ-ΓΑΛΛΙΚΟ ΛΕΞΙΚΟ ΝΟΜΙΚΩΝ ΟΡΩΝ*, Αθήνα, Νομική Βιβλιοθήκη
- Kaïtéris, C., Pandélodimos, T. (2012). *ΕΛΛΗΝΟ-ΓΑΛΛΙΚΟ ΛΕΞΙΚΟ*, Αθήνα, Εκδόσεις Τσιγαρίδα
- Πατάκης, Σ. (2012). *ΓΑΛΛΟ-ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΛΕΞΙΚΟ ΣΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΟΝ ΕΚΔΟΤΙΚΟ ΟΙΚΟ LAROUSSE*, Αθήνα, Εκδόσεις Πατάκη

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΛΕΞΙΚΑ

- Larousse dictionnaire online. Retrieved from: <http://www.larousse.fr/>
- IATE, InterActive Terminology for Europe. Retrieved from: <http://iate.europa.eu/SearchByQuery.do>
- Glosbe, Multilingual online dictionary. Retrieved from: <https://el.glosbe.com/>

ΕΝΤΥΠΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Τσίγκου, Μ. (2012). *Γλωσσολογία και Μετάφραση*, Αθήνα, Εκδόσεις Δίαυλος
- Γούτσος, Δ. (2012). *Γλώσσα (Κείμενο, ποικιλία, σύστημα)*, Αθήνα, Εκδόσεις Κριτική

ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

- Institut fédéral de la propriété intellectuelle, (2018, mai 13). Retrieved from https://fr.wikipedia.org/wiki/Institut_fédéral_de_la_propriété_intellectuelle
- E-commerce (2018, june 9). Retrieved from <https://en.wikipedia.org/wiki/E-commerce>
- Conseils en marques. Retrieved from: <https://www.ige.ch/fr/proteger-votre-pi/marques/avant-le-depot/strategie-de-protection/conseils-en-marques.html>
- Qu'est-ce que la propriété intellectuelle?. Retrieved from <https://www.ige.ch/fr/propriete-intellectuelle.html>
- Αράπη, Δ., Μόλλα, Α. (2013). «ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ». Retrieved from: <http://www.csringreece.gr/files/research/CSR-1421418434.pdf?user>
- Ακριβού, Μ. (2015). Μια «πράσινη» ελληνική εταιρεία στις κορυφαίες της Ευρώπης. Retrieved from <http://www.fortunegreece.com/article/mia-prasini-elliniki-eteria-stis-korifees-tis-evropis/>
- Υπουργείο Οικονομίας και Ανάπτυξης, Ορισμός ΕΚΕ (Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη) (2014, Ιουλίου 28). Retrieved from <http://www.opengov.gr/ypoian/?p=5185>
- Ordonnance sur l'indication des prix (1979, janvier 1). Retrieved from <https://www.admin.ch/opc/fr/classified-compilation/19780313/index.html>
- CNBusiness (2018). Ίδρυση – σύσταση Εταιρείας στην Ελβετία. Retrieved from <http://www.cnbusiness.net/ιδρυση-σύσταση-εταιρείας-στην-ελβετία>
- Société à responsabilité limitée (Sàrl) (2018). Retrieved from <https://www.kmu.admin.ch/kmu/fr/home/savoir-pratique/creation-pme/differentes-formes-juridiques/societe-a-responsabilite-limitee.html#1271671560>

- Ίδρυση εταιρίας στην Ελβετία (2018). Retrieved from <https://www.callamus.com/el/company-formations/non-eu/incorporate-in-switzerland>
- Journal officiel des Communautés européennes (1985, Mai 22). Communication de la Commission concernant un appel à propositions pour la promotion de la coopération transnationale entre services consultatifs en matière de technologie et de gestion de l'innovation auprès des petites et moyennes entreprises. Retrieved from https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=OJ:JOC_1985_125_R_0003_01&qid=1511618000803&from=EL