

Websites: 10 Reasons You Need a Website

Carole Zabbal, EAC member

What's the worst thing that could happen if a client types your name into a search engine (and believe me, sooner or later, one will!)? What would they find?

Scenario 1: Nothing.

Scenario 2: That racy Facebook photo your friend tagged you in (you did remember to edit your privacy options, right?).

Scenario 3: Even worse than the two previous ones: Your competition.

Editors are friendly and collaborative, for the most part, but does that mean that you should be giving away your business to your colleagues? Because if you don't have a website, that's exactly what you're doing.

Having an online presence is an absolute necessity in today's business world. You may not be interested in looking up people or businesses online, but your clients are. If feast or famine is getting tiresome, then it's time you got a website. Still not convinced? Read on...

1. Credibility and professionalism

When it comes to doing business, nothing sparks fear in clients as much as the dreaded "@videotron.ca" and "@gmail.com" (or ye-gads, "@hotmail.com") email addresses. What does this say to them?

- a) You don't have enough money for a *real* email address (are you any good, if you're not making any dough?).
- b) You could be some recreational editor living it up in Bouvet Island (who are you, really?).
- c) You don't care about branding (do you care about your client's branding?).

Having your own website tells your clients that you are credible and professional—an expert who cares about your image and reputation. What will this say to clients? You're a professional who can be trusted.

2. Websites never sleep

Even though it may be time for siesta, your website will be hard at work educating your clients. Clients can browse your site in their own time and check you out. This is a great benefit for those who are curious but don't want to commit to a phone call yet.

3. Educating clients

Proofreading? Editing? Rewriting? Let's face it, it can wear you down repeating the same information over and over again. Why not simply create a page on your site that deals with your most frequently asked questions? Make sure your clients have access to the information they need to make up their minds.

4. Showcasing your portfolio

You've done the work, so get the credit. Show your clients what you're able to do. The format doesn't matter so much as the fact that it's accessible. An online portfolio is a powerful instrument for persuasion and can help establish your expertise.

5. Branding

A website is a powerful ingredient in a successful marketing strategy. Since you're not living it up in Bouvet Island, set yourself apart from amateurs and show your professionalism. Brand your website and streamline your look with business cards, brochures, templates, and your site.

Your site is often your client's first impression: if it looks like it was designed by your neighbour's cousin's son from his basement back in the 1990s, it's time to invest some hard-earned money into a new design. It's actually better to have no site at all than one that makes you look bad.

6. International exposure

If you are living in Bouvet Island (but you're a bona fide editor), you can still get business from Canada. Alternatively, a client who does live in the far reaches of nowhere but has internet access can still hire you for the job.



The Start of Another Season

Barbara Dylla, Chair, QAC

Hello QAC members,

The slower, relaxed pace of summer is officially over. For the QAC Executive Committee, this means getting back into gear to organize meetings, seminars, workshops, and events. This also means getting back into “active participation” mode.

Many of you will have completed EAC’s survey entitled “How much do editors make?” Aside from questions about how members earn their income, there were also a couple of sections about what they expect from EAC and what they value most about being an EAC member.

Whether you completed the survey or not, please take the time to consider why *you* joined: what do you expect to get

out of your EAC membership and how can you enhance the value of your investment?

If nothing else, networking is probably the easiest and most effective way to connect with people, make friendships, and build relationships. Anyone working or seeking work, freelancer or employee, wishing to promote themselves or their business should reach out to like-minded professionals, peers, and colleagues for validation, for camaraderie, for support and to share tips, advice, experiences, knowledge, success stories, and opportunities.

Our branch works hard to bring you seminars, events, and meetings. Develop or re-awaken your “active participation” mode and join us to strengthen *your* professional and personal network!

Le début d’une nouvelle saison

Barbara Dylla, Présidente, RQA

Chers membres de la RQA,

Le rythme estival, lent et détenu, appartient maintenant au passé, ce qui signifie que les membres du conseil de direction de la RQA ont de nouveau entrepris d’organiser des réunions, des séminaires et autres événements. Le temps plus frais invite aussi à passer en mode « participation active ».

Beaucoup d’entre vous ont répondu au sondage de l’ACR intitulé *Combien gagnent les réviseurs?* Outre les questions touchant la façon dont vous obtenez vos revenus, le formulaire comportait quelques sections au sujet de ce que vous attendez de l’ACR et appréciez le plus de votre adhésion.

Que vous ayez rempli ou non le questionnaire, il serait intéressant que vous preniez un moment pour réfléchir aux raisons qui vous ont motivé à devenir membre. Qu’espérez-

vous retirer de votre adhésion? Comment pourriez rehausser la valeur de votre investissement?

À tout le moins, le réseautage est sans doute la manière la plus facile et la plus efficace de rencontrer des gens, de nouer des amitiés et d’établir des relations. Tout travailleur, autonome ou salarié, souhaitant se faire valoir ou faire connaître son entreprise aurait avantage à se tourner vers des professionnels, des pairs et des collègues ayant la même vision des choses pour confirmer des idées, trouver de la camaraderie et du soutien, et partager des trucs, des conseils, des expériences, des connaissances, des succès et des occasions de collaboration.

La direction de votre section travaille fort pour vous offrir des séminaires, des rencontres et des événements. Passez en mode « participation active » et joignez-vous à l’équipe pour élargir votre réseau professionnel et personnel!

Newsletter Editor/ Rédactrice en chef :	Josephine E. Sciortino josiesciortino@yahoo.ca
Translator/Traductrice :	Nathalie Vallière
Designer/ Concepteur-graphiste :	Carol Anderson Wordstyle Productions wordstyleproductions.com
Contributors/ Contributeurs :	Barbara Dylla, Josephine Sciortino, Fanny Vittecoq, Lynne Wright, Carole Zabbal

Quebec/Atlantic Canada (QAC) Branch
<http://www.editors.ca/branches/qac/index.html>
**Editors’ Association of Canada/L’Association
canadienne des réviseurs**
Quebec/ Atlantic Canada Branch/Section Québec-Atlantique
P.O. Box 46042, Pointe Claire, QC, H9R 5R4

Administrator/ Karen Schell
Administratrice : rqa-qac@editors.ca

“Like” us on Facebook (<http://on.fb.me/Oq8Cte>)

Follow us on Twitter @RQA_QAC



Continued from page 1

A website is the best way to reach a global audience. Time zones can work to your advantage: whip out your sundial and bump up your rush rates for Europe.

7. Show me the money

The cheque is in the mail? Sure. Get paid faster – and in full. Offer PayPal as a payment option on your website. It's not all that complicated to do, and it's easy for customers to remember how to pay you. How easy is that?

8. Market yourself and establish your expertise

If you have expertise, let it show. Content is the new black. Keep 'em coming back for more: provide tips, advice, industry news, and more, and change the content often. Integrate email marketing into your marketing plan and you'll stay at the top of their minds. They could be on your site in a matter of seconds. Set up analytics for some basic market research and you'll even know exactly how many seconds. Fun stuff!

9. Use the power (of technology)

New generations demand new technologies. Still emailing files? Link your website to Dropbox or set up a secure FTP site for your clients. They'll appreciate you not hogging their email

Why You Need a Website

Clients will look for you on the Internet

Establishes your expertise

Potential clients can reach you anytime, 24/7

Showcases your talent (online portfolio) and establishes credibility

Helps you reach a global audience (time zones can work to your advantage for rush jobs)

Cuts down on phone calls, emails from clients (FAQ)

Allows clients to pay you online (e.g. PayPal)

Your competitor already has one!

systems with that 100-page manuscript you've just edited for them. Send your clients information about your services, your testimonials, your process, or your list of previous projects with a single click of a mouse. Your clients will be happy to skip on the viruses.

10. Your competitor has one

You need to stay competitive. 'Nuff said.

Editors' Association of Canada

NATIONAL CONFERENCE | JUNE 7-9, 2013 | LORD NELSON HOTEL, HALIFAX

**Are you a grammar stickler?
Do typos make you cringe?
Want to meet more people like you?**

Join Canada's editors as they converge on Halifax from June 7 to 9, 2013, for the national conference of the Editors' Association of Canada.

Registration opens in February.
Visit www.editors.ca/conference for more information.

Internationally renowned journalist

Robert MacNeil
will give the keynote address.

For 20 years Robert MacNeil was executive editor and co-anchor of *The MacNeil/Lehrer Report* on PBS. As an investigative reporter, he covered the JFK assassination and the Watergate scandal, but junior newshounds may know him best for his *Sesame Street* Special Report "Cooklegate."

EDITORS' ASSOCIATION OF CANADA
REVISEURS

Les sites Web, 1^{re} partie : 10 bonnes raisons d'avoir son propre site Web

Carole Zabbal, membre de l'ACR

Que se produira-t-il lorsqu'un client tapera votre nom dans un moteur de recherche (et croyez-moi, tôt ou tard, quelqu'un le fera)?

Scénario no 1 : Rien.

Scénario no 2 : Il tombera sur cette photo osée de vous qu'un ami a publiée sur Facebook en prenant soin de vous identifier (mais vous avez sûrement coché les options de vie privée, n'est-ce pas?).

Scénario no 3, encore pire que les deux précédents : Il trouvera vos concurrents.

En général, les réviseurs sont sympas et amicaux, mais faut-il pour autant que vous donniez vos contrats à vos collègues? Si vous n'avez pas de site Web, c'est exactement ce que vous êtes en train de faire.

Aujourd'hui, dans le monde des affaires, une présence en ligne est incontournable. Vous ne vous servez peut-être pas d'Internet pour chercher des personnes ou des entreprises, mais n'oubliez pas que vos clients, eux, utilisent cet outil. Si les cycles caractérisés par trop, puis trop peu de travail vous causent du souci, il est temps que vous ayez un site Web. Vous n'êtes pas encore convaincu? Alors, lisez ce qui suit.

1. Crédibilité et professionnalisme

En affaires, rien n'éveille autant la peur que des adresses courriel telles que @videotron.ca et @gmail.com (ou, ô horreur : @hotmail). Que révèlent-elles à propos de vous?

- a) Vous n'avez pas assez d'argent pour vous payer votre propre nom de domaine et une adresse correspondante. (Comment conclure que vous êtes très compétent si vous n'arrivez pas à gagner votre vie?)
- b) Vous pourriez être un réviseur du dimanche, qui mène la belle vie sur l'île de Rimatara. (Qui êtes-vous, en fait?)
- c) Vous ne vous préoccupez pas de votre image de marque. (Celle de vos clients a-t-elle de l'importance à vos yeux?)

Votre propre site Web envoie à vos clients un message de professionnalisme et de crédibilité. Ils verront que vous êtes un

expert qui soigne son image et sa réputation. Qu'en penseront-ils? Que vous êtes un professionnel digne de confiance!

2. Un site Web ne dort jamais

Même pendant que vous vous offrez une sieste, votre site Web travaille fort pour vous faire connaître auprès de vos clients. Ces derniers peuvent explorer votre site à leur convenance et se renseigner sur vous. C'est un outil très utile pour ceux qui sont curieux à votre sujet, mais qui ne veulent pas se montrer trop intéressé en vous téléphonant tout de suite.

3. Informez les clients

Correction d'épreuves? Révision linguistique? Nouvelle rédaction? Soyons francs, c'est lassant de toujours donner les mêmes renseignements. Pourquoi ne pas créer une page sur votre site pour répondre aux questions qu'on vous pose le plus souvent? Assurez-vous que vos clients ont accès à toute l'information nécessaire pour qu'ils puissent prendre leur décision.

4. Une vitrine pour vos réalisations

Vous avez fait le travail, alors le mérite vous revient. Montrez à vos clients ce que vous êtes en mesure de leur offrir. Le format importe peu; il faut surtout que vos réalisations soient facilement accessibles. Une vue d'ensemble de vos réalisations présentée en ligne est un puissant outil de

persuasion, qui peut aussi contribuer à faire reconnaître votre expertise.

5. L'image de marque

Un site Web fait partie d'une bonne stratégie de marketing. Puisque vous ne menez pas la belle vie sur l'île de Rimatara, distinguez-vous des amateurs et faites preuve de professionnalisme. Créez une image de marque et reproduisez-en les éléments principaux sur votre site Web, vos cartes professionnelles, vos dépliants et formulaires.

C'est souvent par votre site Web qu'un client se fera une première impression de vous. Si vos pages Web ont l'air d'avoir été conçues par le fils du cousin de votre voisin qui avait un bureau dans son sous-sol dans les années 1990, il est temps d'investir de l'argent durement gagné dans un nouveau concept graphique. Si votre site ne véhicule pas une bonne image, il est préférable que vous n'ayez pas de présence sur Internet.

Suite à la page 5



6. De la visibilité à l'échelle mondiale

Si vous vivez sur l'île de Rimatara (mais que vous êtes bel et bien un réviseur), vous pouvez quand même obtenir du travail au Canada. Inversement, rien n'empêche un client établi à l'autre bout du monde de faire appel à vos services, s'il dispose d'une connexion Internet.

Un site Web représente la meilleure façon de se faire connaître internationalement. Les fuseaux horaires peuvent même jouer en votre faveur : oubliez le cadran solaire et, pour votre clientèle européenne, gonflez vos tarifs pour les mandats urgents.

7. Parlons argent

On vous affirme que le chèque a été posté? Obtenez vos paiements plus rapidement et en entier. Sur votre site Web, offrez à vos clients la possibilité de vous payer par l'intermédiaire du service PayPal. Ça n'a rien de compliqué et les clients retiendront facilement la manière de vous verser vos honoraires. Simple, non?

8. Faites connaître vos services et votre expertise

Si vous êtes un expert, montrez-le. Le contenu, c'est la grande nouveauté. Veillez à ce que vos clients en redemandent : offrez des trucs, des conseils, des nouvelles de l'industrie et plus encore. Changez souvent le contenu de votre site. Intégrez le marketing par courriel dans votre plan marketing et les clients penseront à vous. En une seconde, ils seront sur votre site et le consulteront.

Configurez des paramètres de base pour mesurer la circulation sur votre site afin de découvrir en combien de secondes – exactement – ils y atterriront. Passionnant!

De bonnes raisons pour avoir un site Web

- Les clients utilisent Internet pour trouver des collaborateurs.
- Un site fait connaître votre expertise. Vos clients potentiels peuvent le consulter 24 heures sur 24, 7 jours sur 7.
- Il promeut vos talents (montre vos réalisations en ligne) et renforce votre crédibilité.
- Il vous donne une visibilité internationale (vous pouvez tirer avantage des fuseaux horaires pour des mandats urgents).
- Il réduit le nombre d'appels téléphoniques et de courriels de la part de clients (FAQ).
- Il permet à vos clients de vous payer électroniquement (par ex. : PayPal).
- Vos concurrents en ont déjà un!

9. Tirez profit de la technologie

Les nouvelles générations utilisent les nouvelles technologies. Vous courriellez toujours vos fichiers? Reliez votre site Web à Dropbox ou configurez un site ftp sécurisé pour vos clients. Ils vous seront reconnaissants de ne pas ralentir leur système de messagerie avec le document de 100 pages que vous venez de réviser. Envoyez-leur en un seul clic des renseignements sur vos services, les recommandations qu'on vous a faites, votre liste de réalisations et vos conditions de services. Ils seront ravis d'éviter le balayage des fichiers par le système de messagerie pour débusquer les virus.

10. Vos concurrents en ont un.

Vous devez affronter la concurrence. Alors, êtes-vous convaincu, maintenant?

* Question-sondage concernant un séminaire *

Seriez-vous intéressé par un séminaire de deux jours consécutifs (vendredi et samedi) en mai concernant la révision de texte traduits?

Le séminaire serait donné par Louise Saint-André à Montréal. Mme Saint-André est traductrice-révisoire, membre de l'ACR et passionnée de la langue. Elle est également une oratrice expérimentée et a déjà offert quelques séminaires pour l'ACR.

RSVP avant le 2 novembre à valerie.maranda@gmail.com

Valérie Maranda

Responsable du perfectionnement professionnel en français

ACR – L'Association canadienne des réviseurs

Région Québec-Atlantique (RQA)

Meet Your QAC Executive!

Imogen Brian, Marketing/Public Relations Chair

A long-time member of EAC, I am an editor, proofreader, and occasional writer. I love reading (what editor doesn't?), spending time with my family, going out with friends, travelling, skiing, and exploring Montreal's wild places with my dog.

Barbara Dylla, Chair

Translator, editor, reader, gardener, daughter, sister, aunt. Proud of my age and experience, love to help others. Fall is my favourite season and dusk is my favourite time of day.

Diane Ferland, Past Chair

Editor, translator, and member of the QAC Executive Committee since 2004, I'm now phasing out my life as a freelancer and devoting more time to personal interests such as reading, travel, nature, and wildlife. But I do maintain a love for QAC and will serve one more year, my last one I promise, on the executive committee as past chair.

David Johansen, Treasurer

When not singing with the Lakeshore Light Opera and trying to fill seats, I am busy teaching English as a second language and seeking new challenges in proofreading and editing.

Namita Kumar, Professional Development Chair (English)

I am a copyeditor, proofreader, and medical writer. I love baking, playing guitar, singing karaoke, and merrymaking with friends. As your branch's Professional Development Chair (English), I look forward to bringing you exciting workshops and seminars this year!

Valérie Maranda, Professional Development Chair (French)

Journaliste de formation, je me suis tournée plutôt vers la révision et la rédaction à la fin de mon baccalauréat. Je suis une passionnée de la langue française, de musique et surtout de danse swing.

Jennifer McMorran, Secretary

Full-time travel magazine editor, former and aspiring freelance lifestyle writer, and occasional newsletter editor. More importantly: mum, runner, handy-woman, and recent convert to the serial comma.

Sven Pinczewski, Social Media Guru

I am a medical editor/project manager, foreign language addict, urban beekeeper, part-time Welsh teacher, and future Canadian. Currently based in the UK, I am very much looking forward to lowering the Maple Leaf and the Fleur-de-lis from the makeshift pole on the balcony and moving them (and myself) to Montreal within the next few months. Made in Germany.

Josephine E. Sciortino, Newsletter Editor

Publisher, editor, and writer, I am the Newsletter Editor for the QAC. I am an avid reader and love curling up with a good book – my current favourite is Stephen's King's "On Writing." My two girls (5 and 7) have also inherited the love of reading and publishing; they currently work on their own "magazine!"

Imogen Brian, Marketing/Relations publiques

Membre de l'ACR depuis longtemps, je suis réviseure, correctrice d'épreuves et aussi rédactrice à l'occasion. J'adore lire (comme tous les réviseurs), passer du temps avec ma famille, sortir avec mes amis, voyager, faire du ski et découvrir les espaces verts de Montréal en compagnie de mon chien.

Barbara Dylla, présidente

Traductrice, réviseure, lectrice, jardinière, fille, sœur, tante. Fière de mon âge et de mon expérience; j'aime aider les autres. L'automne est ma saison préférée et le crépuscule est pour moi le meilleur moment de la journée.

Diane Ferland, ancienne présidente

Réviseure, traductrice et membre du conseil de direction de la RQA depuis 2004, je cesse progressivement mes activités professionnelles au profit de mes intérêts personnels tels que la lecture, les voyages, la nature, la faune et la flore. Mon attachement à la RQA persiste et c'est pourquoi je vais remplir un tout dernier mandat (oui, le dernier) à titre d'ancienne présidente.

David Johansen, trésorier

Si je ne chante pas avec le Lakeshore Light Opera ou tente de vendre des billets de concert, j'enseigne l'anglais, langue seconde, et reste à l'affût de nouveaux défis en correction d'épreuves et en révision.

Namita Kumar, responsable du perfectionnement professionnel en anglais

Je suis réviseuse linguistique, correctrice d'épreuves et rédactrice dans le domaine médical. J'adore préparer des pâtisseries, jouer de la guitare, chanter au karaoké et faire la fête avec mes amis. En tant que responsable du perfectionnement professionnel (langue anglaise), je compte organiser pour vous des séminaires passionnants cette année!

Valérie Maranda, responsable du perfectionnement professionnel en français

Journaliste de formation, je me suis tournée plutôt vers la révision et la rédaction à la fin de mon baccalauréat. Je suis une passionnée de la langue française, de musique et surtout de danse swing.

Jennifer McMorran, secrétaire

Réviseuse à temps plein pour un magazine de voyage, ancienne rédactrice de chroniques mode de vie qui aspire à le redevenir à la pige, et rédactrice en chef à l'occasion. Plus important encore : je suis maman, coureuse, femme à tout faire, et nouvelle adepte de la *serial comma**.

*Dans les textes anglais, il s'agit de la virgule placée avant la conjonction de coordination dans une énumération.

Sven Pinczewski, responsable, Médias sociaux

Je suis réviseur et chargé de projet dans le domaine médical, passionné des langues, apiculteur urbain, prof de gaélique à temps partiel et futur Canadien. J'ai très hâte d'abaisser la feuille d'érable et le fleurdelisé de la hampe de fortune fixée à mon balcon et de les hisser à Montréal dans les prochains mois. Né en Allemagne.

Josephine E. Sciortino, rédactrice en chef, La Perluète

Éditrice, réviseuse et rédactrice, je suis aussi rédactrice en chef à la RQA. Avidue lectrice, j'adore me blottir sous la couette avec un bon livre; mon préféré, en ce moment : *On Writing** de Stephen King. Mes deux filles (5 et 7 ans) ont hérité de mon amour de la lecture et de l'édition, car elles préparent actuellement leur propre magazine!

*Paru en français sous le titre *Écriture : Mémoire d'un métier*.

Association canadienne des réviseurs

CONGRÈS NATIONAL DU 7 AU 9 JUIN 2013 HÔTEL LORD NELSON, HALIFAX

Vous respectez rigoureusement les règles de grammaire, et les coquilles orthographiques vous font grincer des dents?

Venez rencontrer des gens comme vous en vous joignant aux réviseurs du Canada qui se rassembleront à Halifax du 7 au 9 juin 2013 pour participer au congrès national de l'Association canadienne des réviseurs.

La période d'inscription commencera en février. D'ici là, visitez la page www.reviseurs.ca/congres pour obtenir plus de renseignements.

Le journaliste de renommée internationale

Robert MacNeil présentera le discours principal.

Pendant 20 ans, Robert MacNeil a été directeur de la rédaction et co-chef d'antenne de l'émission *The MacNeil/Lehrer Report* sur la chaîne de PBS. En tant que journaliste d'enquête, il a couvert l'assassinat de John F. Kennedy ainsi que le scandale du Watergate. Mais pour les plus jeunes journalistes, il demeure à l'origine du rapport spécial intitulé « Coolidge » diffusé à l'émission *Sesame Street*.

EDITORS' ASSOCIATION OF CANADA ASSOCIATION CANADIENNE DES RÉVISEURS

La petite histoire d'une expression : Un vent à (d)écorner les bœufs

Fanny Vittecoq

L'expression désigne un vent très fort, violent. Dans la francophonie internationale, on ne dira pas un vent à écorner les bœufs, canadianisme considéré comme vieilli, mais plutôt un vent à décorner les bœufs. Les anglophones, pour leur part, emploient *it's blowing great guns*, *the wind is fierce* ou *it's blowing up a storm* pour rendre la même réalité.

Une vieille expression

Selon les dictionnaires modernes, l'expression est attestée depuis 1832. On l'employait à l'époque au sens figuré, comme en témoignent ces deux extraits :

... le marin n'a pas ce vague d'expression, il trouve dans sa langue de quoi nommer tous les degrés, et, pour ainsi dire, toutes les nuances du vent; il a : brise, faible brise, jolie brise, bonne brise et brise carabinée. Et s'il a besoin d'exprimer par une idée comparative, ou la sensation que le vent lui fait éprouver ou la violence de ses efforts, il dit qu'il vente la peau du diable ou bien qu'il vente à décorner des bœufs [...] L'hyperbole n'est-elle pas belle? (Augustin Jal, *Scènes de la vie maritime*, 1832)

Prov. et par exagération, Il fait un vent à écorner les bœufs. Le vent souffle avec violence. (Dictionnaire de l'Académie française, 6^e édition, 1835)

Autrement dit, un vent assez fort... par hyperbole, métaphore ou exagération... pour décorner les bœufs. On s'en doute bien, même la plus forte rafale du monde ne parviendrait pas à arracher les cornes de la tête d'un bœuf. Mais cette figure de style est bien partie de quelque part, non?

Les origines

Je vais mettre la charrue devant les bœufs et commencer par une théorie absente des ouvrages traitant de l'origine des expressions. Je l'ai déniché par hasard dans un seul ouvrage, *Le correspondant*, recueil périodique publié en 1876, que j'ai trouvé sur Internet.

Les bovins sur les navires

Selon cette théorie, l'expression aurait vu le jour sur les navires transportant des bovins.

Par grosse mer et par grand vent, la force du roulis poussait les bœufs la tête la première contre la paroi du navire. Sous le choc, leurs cornes se brisaient, s'arrachaient même, ce qui causait parfois leur mort. Le verbe *décorner* prend ici un sens concret : il vente assez fort pour littéralement décorner les bœufs.

En milieu rural

Gagnons maintenant le plancher des vaches.

Une autre théorie, la plus répandue sur Internet, a trait à l'écornage des bœufs que l'on pratique dans les champs depuis au moins l'an 1200, époque où l'on recense pour la première fois le verbe *écorner*.

Jadis, les paysans écornaient les bœufs une fois par année pour éviter qu'ils se blessent les uns les autres ou que leurs cornes les gênent pendant qu'ils s'alimentaient. On procédait à l'opération par jour de grand vent, puis on faisait courir les bovins dans les champs, car cela permettait d'assécher la plaie et d'accélérer ainsi la cicatrisation. C'était également une façon d'empêcher la plaie de s'infecter au contact des mouches et autres



Creative Commons

insectes, qui sont attirés par le sang mais fuient le vent. Un vent à écorner les bœufs signifie ici « un vent propice à l'écornage des bœufs ».

Cela aurait été bien plus simple si je n'étais tombée sur cet ouvrage de 1876 qui situe l'origine de l'expression sur les navires...

Doit-on invalider cette explication sous prétexte que je ne l'ai rencontrée qu'une fois? Les exemples d'emploi de la locution dans un contexte maritime reviennent fréquemment dans mes recherches. Après tout, les occasions de dire qu'il faisait un vent à décorner les bœufs se sont sûrement offertes plus souvent aux éleveurs de bovins qu'aux capitaines de bateau, mais les deux théories me semblent plausibles.

Quoi qu'il en soit, j'aurais tendance à suivre le troupeau en adhérant à la théorie la plus répandue.

Source : Bureau de la Traduction, <http://www.btb.gc.ca>

Where Medical Illustrators Meet Technical Writers

Lynne Wright, *Ars Communica*

Report on the seminar “Collaborating with Medical Illustrators” by Roula Drossis of IC Axon, held August 28 at Allo Inde restaurant in Montreal.

Medical illustrators are similar to technical writers, in that they are tasked with communicating complex information in a concise, easily digestible way – they just do it primarily with visuals, rather than with words.

The profession is an old one, dating back to the 1500s when the first book of anatomical drawings based on human models was published. Traditionally centered on drawings for medical textbooks and journals, today the field encompasses everything from museum models to the full spectrum of digital media, including web-based interactive learning programs, 3-D animation, and sequences for film and television.

It’s a pretty exclusive club: only five medical schools in North America offer accredited graduate programs, with each program accepting about 15 students each year. In addition to their degree, candidates can go through a rigorous testing and portfolio assessment process to attain certification by an independent board.

In addition to their biomedical knowledge, medical illustrators are trained in communications, learning theory, and content development. As such, they can be valuable partners when developing content delivery systems. Although illustrators are born of artists, like technical writers, they also need a solid background in science, and are sticklers for accuracy and useability.

So if your writing work takes you into the medical or pharmaceutical fields, consider illustrators to be valuable allies. All it takes for a successful collaboration is to respect each others’ expertise, communicate, and keep your mind open to fresh perspectives.

Resources

Association for Medical Illustrators

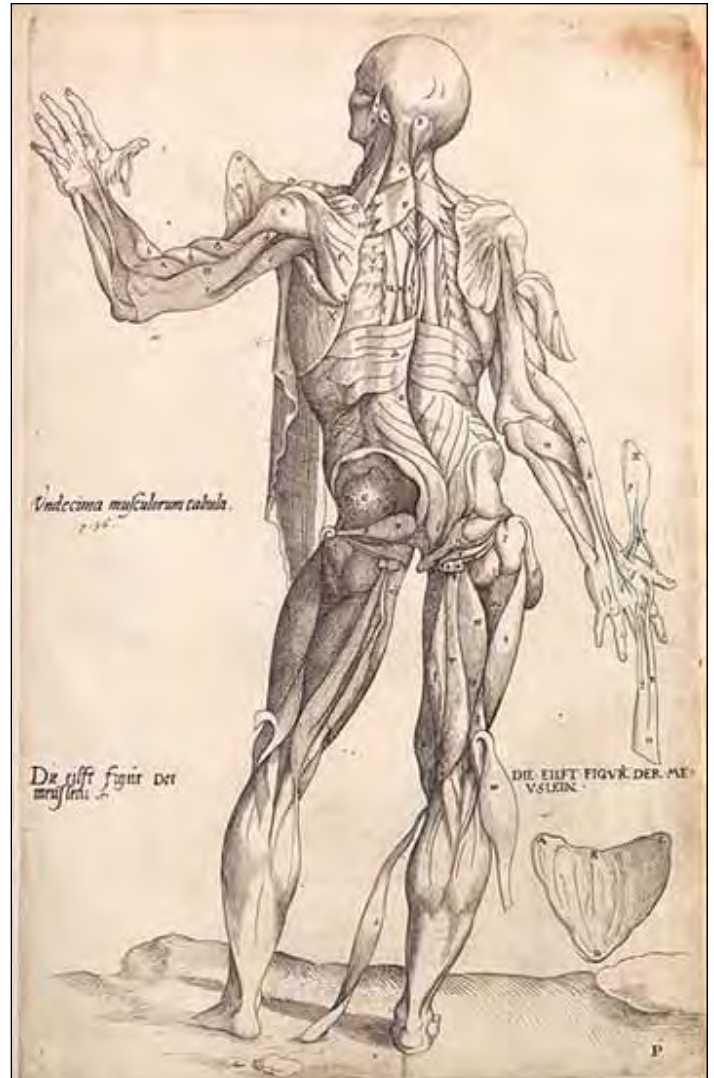
<http://www.ami.org>

University of Toronto, Biomedical Communications program

<http://www.bmc.med.utoronto.ca/bmc/>

Reprinted with permission from *Ars Communica* (an association of professional technical communicators):

<http://arscommunica.org/where-medical-illustrators-meet-technical-writers/>



From *De humani corporis fabrica* (*On the Structure of the Human Body*), published in 1543 by Flemish physician and anatomist Andreas Vesalius

EAC-QAC Seminars for Editors 2012-2013

EAC-QAC, in partnership with ATAMESL, is pleased to present:

Plain Language: Building Results – Quebec City

Many documents have one basic goal: to deliver information to a particular audience. But all too often, the message gets buried by weak organization, wordiness, abstract language, jargon, poor page design, and other barriers to readability.

This one-day introduction to plain language shows you how to remove those barriers and build a document that says what it means. We'll start by defining plain language and examining its benefits. Next we'll discuss readers, including the different types and their different reading needs. Then we'll cover seven practical techniques for creating plain language documents. We'll finish with a look at page design and ways of evaluating readability.



The workshop will include individual and group exercises to help you apply plain language to real-life passages. You will also receive handouts and a list of recommended resources.

Title: Plain Language: Building Results
Date: Wednesday, October 31, 2012
Time: 9:00 am – 4:00 pm
Place: ADJ-2300, pavillon Alphonse-Desjardins
Address: Université Laval, 2325, rue de l'Université, Québec (QC) G1V 0A6
Instructor: Frances Peck

Frances Peck, an editor and writer, has been working with words for over 20 years. She teaches editing at Simon Fraser University and Douglas College, and gives workshops for EAC and other groups of editors, writers, and translators across Canada. She prepared the Canadian edition of *The St. Martin's Workbook*, a grammar exercise book; co-authored the popular *HyperGrammar* website; wrote *Peck's English Pointers*, an e-book available through the Language Portal of Canada; and writes a regular column for the journal *Language Update*. Frances lives in Vancouver and is a partner with West Coast Editorial Associates.

Copy Editing II – Montreal

“Superb copy editors need good judgment as much as language skills, and they must vary their decisions depending on the author they are working with and the conventions of his particular subject area.” Rosemary Shipton in Darcy Cullen, ed., *Editors, Scholars, and the Social Text*.

Copy editors constantly need to make editorial and process decisions: the English language allows a variety of ways to edit most texts, and client needs vary from project to project. Copy editors also can offer value through their wide knowledge of language and content, as well as their skill with electronic editing tools.

Participants will practise on a variety of documents and learn tips and tricks from two experienced copy editors. Content includes when and how to make decisions on handling a document, value add-ons (such as creating a style sheet, fact checking, and formatting), and a variety of advanced techniques.

Dates for Upcoming Meetings 2012-2013

November 21, December 12, January 16, February 20, March 20, April 17, May 15

www.editors.ca/content/monthly-meetingspeakers-night

Dates des prochaines réunions mensuelles 2012-2013

21 novembre, 12 décembre, 16 janvier, 20 février, 20 mars, 17 avril, 15 mai.

<http://www.reviseurs.ca/fr/sections/rqa/rencontres/index.html>

Continued on page 11

Continued from page 10

Because this hands-on seminar focuses on electronic editing, participants are strongly encouraged to bring a laptop computer equipped with MS Word 2000 or newer. Sample documents for exercises will be emailed to participants several days before the seminar.

Date: Thursday, December 13
Time: 9:00 am – 4:00 pm
Place: Concordia University – Hall Building
Instructors: Elizabeth Macfie and Moira White
Cost:

Early registration (by November 29)

\$80 for student members
\$170 for EAC members
\$190 for related organizations and non-member students
\$240 for non-members

After November 29:

\$110 for student members
\$200 for EAC members
\$220 for related organizations and non-member students
\$270 for non-members

Registration closes: December 6, 2012

Register online at: www.editors.ca/branches/qac/pd/index.html

Elizabeth Macfie has been a freelance proofreader and editor since 1997. After working as a coordinator of provincial park visitor services and then as a manager of adult education, she has chosen a career clarifying written communication. Her clients include federal government departments and agencies, book publishers, research organizations, and a university publications service. Elizabeth is an EAC-certified Proofreader, Copy Editor and Stylistic Editor, a past chair of EAC's National Capital Region branch, a co-chair of EAC's Publications Committee, and a past president of the Indexing Society of Canada.

Moira Rayner White entered the work world as a social worker and later moved into social policy. In both professions, she found that her organizational skills, attention to detail, and love of words were pointing her in a new direction: the world of editing. Currently a freelance editor, writer, and trainer with both public and private sector clients, she has a decade of experience editing print and electronic publications. Moira is Director of Professional Standards for EAC and a past president.



Top 8 Resources For Freelancers—The Countdown

Josephine E. Sciortino, EAC member

8. Listen and learn

Take as many courses as you can. This year the QAC-RQA branch is hosting many interesting courses – such as Copyediting and Proofreading (go to page 10-11 for a list of upcoming seminars). Also, take advantage of online courses. One particular one that I have been enjoying is offered by Coursera. You get a wide variety of courses for free (www.coursera.org). Right now, I am taking the Writing in the Sciences class – but I am finding the class very useful in my editing work as well. Also, follow interesting blogs on editing – I like one from Kate Blackham from the UK (www.kateblackham.co.uk). Another good one and it's Canadian from fellow EAC member, Adrienne Montgomerie (www.catchthesun.net). If you have a blog or want to share a good one you've been reading, send it to me at josiesciortino@yahoo.ca.

7. Toot your own horn

There's a whole community of freelancers out there sharing experiences, offering advice, and ready to help you market yourself effectively. Getting more involved in the Editors' Association of Canada and attending the monthly meetings are a good start! The annual EAC conference for 2013 will be held in Halifax; this would be an excellent way to meet other editors and branch out! In addition to EAC, you can get involved in topic-specific associations. For example, if you are a science/medical editor, you can join the Council of Science Editors (www.councilscienceeditors.org). In 2013, the annual meeting of the CSE is in Montreal – take a look!

6. Get friendly with social media

In today's marketplace, being savvy about social media is not only good for you personally, it's essential for your business. If you don't have a presence on Facebook, Twitter, and LinkedIn, you're missing out on countless opportunities. Our QAC-RQA branch has also entered the social medial realm. "Like" us on Facebook (<http://on.fb.me/Oq8Cte>). If you're on Twitter, follow us @RQA_QAC.

5. Be a joiner

Most freelancers work alone. Joining EAC is a perfect way to extend your network, learn from your peers, and be part of a team. Broaden your horizons by volunteering! The association gets better with every new volunteer. Consider joining the team.

4. Get support

There's a lot more to being a freelancer than great ideas or top notch copy. You need to be a multi-tasking whirlwind to handle all the administration, tax filing, IT, and accounting tasks that are vital to a healthy bottom line. But you don't have to do it all yourself – get the help you need so that you can concentrate on the editing tasks at hand.

3. Get paid what you're worth

How much should you charge your clients? What are others are getting paid? The monetary truth about freelancing isn't a mystery. Check out: <http://www.editors.ca/content/what-do-editors-charge>. Use this resource as a starting place and start getting paid what you're worth.

2. Talk to a mentor in person

Want to know how to grow your business and find your ideal clients? Want to know how to improve your editing? Find an editor who can be a mentor. For EAC members, take a look at the membership list on the EAC site (<http://www.editors.ca/membership-list/search>) and find an editor.

1. Track time and projects

If you don't already track your time and projects, you're missing out on increased efficiency, greater productivity, and most importantly, higher profits!

Modified for our QAC-RQA members from the International Freelancers Day group. Access their 2012 report: <http://www.internationalfreelancersday.com/2012report/>

Formations du Bureau de la traduction

Plusieurs places sont encore disponibles pour assister aux différentes formations organisées par le Bureau de la traduction. Diverses dates sont annoncées pour les mois d'octobre et de novembre. Vous pouvez consulter le site du Bureau où un calendrier détaillé présente toutes les formations. Ces dernières se déroulent notamment dans les régions de Gatineau, Montréal, Québec et Moncton.

www.btb.gc.ca/btb.php?lang=fra&cont=042

Get certified by the Editors' Association of Canada!

<http://www.editors.ca/certification/index.html>

WHY?

- Certification gives editors official recognition of excellent editing knowledge and skill—and a marketing advantage.
- Certification ensures employers can recruit staff and freelancers who meet industry standards—and lets you give your employees an unmatched professional development opportunity.

EAC's certification program is for editors of written material who work in English. Successful candidates can become Certified Professional Editors or earn certification in proofreading, copy editing, and/or structural and stylistic editing. For more information, read Requirements and The Tests.

The program is open to EAC members and non-members. Members pay lower test fees. Join us.

EAC's 2012 certification tests will be written on Saturday, November 17, 2012.

Two tests will be offered in 2012:

1. Proofreading
2. Structural Editing

The Copy Editing test and the Stylistic Editing test will be offered in 2013.

Test Locations

The following test locations are planned, demand and resources permitting: Vancouver, Edmonton, Calgary, Saskatoon, Winnipeg, Toronto, Ottawa, Montreal, and Halifax.

Test fees

	EAC members	Non-members
Two tests	\$750	\$950
One test	\$400	\$500



Contest/Concours

**ANSWER THIS QUESTION FOR YOUR CHANCE TO WIN A \$20 Gift Certificate at Chapters:
RÉPONDEZ À LA QUESTION SUIVANTE ET COUREZ LA CHANCE DE GAGNER
une carte-cadeau de 20 \$ chez Chapters :**

*What is the editing mistake you made once, and will never do again?
Quelle erreur avez-vous déjà commise que vous ne referiez plus jamais?*

We will select the most interesting mistake and publish it in the next edition of the newsletter.
As Newsletter Editor, I will also do my part and publish my worst mistake as well.
Nous publierons la réponse la plus intéressante dans le prochain bulletin. En tant que rédactrice en chef,
je participerai aussi en révélant mes pires gaffes.

*Au plaisir de vous lire!
We look forward to hearing from you!*

Tech-talk: English and French/ Branché sur les technologies : anglais-français

How do you say “tweet” in French? Although the Internet world is mostly an English one, there are French equivalents to be mindful of. This list will help you navigate the world of social media in French.

Si vous êtes actifs sur les réseaux sociaux, vous aimerez sans doute le petit lexique suivant. Il ne faut toutefois pas oublier que la terminologie évolue, notamment en ce qui a trait à Twitter, et que les recommandations officielles ne parviennent pas toujours à s’implanter dans l’usage.

ENGLISH	FRANÇAIS
aggregator	agrégateur (n.m.)
Atom feed	fil Atom (n.m.)
blog (n.)	blogue (n.m.)
blog (v.)	bloguer
blogger	blogueur (n.m.)
consumer social network	réseau social de consommateurs (n.m.)
corporate social network	réseau social d’entreprise (n.m.)
hashtag	mot-clic (n.m.)
participatory Web	Web participatif (n.m.)
personal social network	réseau social personnel (n.m.)
professional social network	réseau social professionnel (n.m.)
retweet (n.)	gazouillis partagé (n.m.)
retweet (v.)	partager un micromessage
RSS feed	fil RSS (n.m.)
RSS feed aggregator	agrégateur de fils RSS (n.m.)
RSS format	format RSS (n.m.)
semantic Web	Web sémantique (n.m.)
social network	réseau social (n.m.)
social Web	Web social (n.m.)
tweet (n.)	micromessage (n.m.)
tweet (v.)	microbloguer
twitterer (n.)	microblogueur (n.m.)
twittering	microblogage (n.m.)
Web 2.0	Web 2.0 (n.m.)
Web feed	fil de nouvelles (n.m.)
white label social network	réseau social à étiquette blanche (n.m.)
wiki	wiki (n.m.)
wiki contributor	contributeur wiki (n.m.)
wikify	wikifier
wikignome	wikignome (n.m.)
wikipedian	wikipédiste (n.m./n.f.)

Source: Bureau de la Traduction, <http://www.btb.gc.ca> et Office québécois de la langue française, <http://www.gdt.oqlf.gouv.qc.ca>.