

« Pour la deeptech, l'Europe est un marché trop étroit »

Selon Jarek Kutylowski, le CEO de DeepL, « on ne peut pas être trop européen si l'on veut conquérir le monde entier » **Page 7**

« On ne peut pas être trop européen si l'on veut conquérir le monde entier », concède **Jarek Kutylowski**, le CEO de DeepL

« Pour la deeptech, l'Europe est un marché trop étroit »

Elargir le spectre

Jarek Kutylowski, le CEO de DeepL, a récemment lancé un nouveau service, **Voice, destiné à la traduction vocale en temps réel.**

Interview Grégoire Arnould

JAREK KUTYLOWSKI est le fondateur et dirigeant de DeepL, une deeptech allemande spécialisée dans les services de traduction.

Votre nouvel outil de traduction vocale, DeepL Voice, arrive sur un marché où OpenAI et Google sont déjà présents. Quel est réellement votre avantage concurrentiel ?

Notre avantage, c'est le déploiement. Intégrer la traduction d'appels de service client dans une infrastructure d'entreprise, ce n'est pas une tâche facile. C'est une tâche à haut risque. Les entreprises préféreront avoir un partenaire plutôt qu'une API choisie au hasard, avec un modèle dont elles ne connaissent pas l'avenir. Pour

beaucoup de nos clients, c'est déjà nous qui traduisons leur contenu textuel et leurs documents. DeepL Voice est une extension naturelle de la plateforme. Elle nous permet de couvrir l'ensemble du spectre de leurs activités.

Où en sont les déploiements ?

Il y a beaucoup de démonstrations de faisabilité en ce moment. Les retours sont du genre : « Ça marche vraiment très bien. » Mais la vraie question pour eux est désormais : comment mettre ça en production à grande échelle ? Et comment transformer concrètement leur organisation pour en tirer parti ? Par exemple, Voice permet de rediriger des appels d'un site vers un autre selon les capacités disponibles. Ce n'est pas une question technologique, c'est une question de gestion d'entreprise. Ça demande une réflexion de leur part.

Les LLM traduisent déjà très bien sans entraînement spécifique.

Qu'est-ce qui justifie encore l'existence d'un acteur spécialisé comme DeepL ?

Plusieurs choses. D'abord, les modèles généralistes ne maintiennent pas la même qualité sur l'ensemble des langues. Dès qu'on passe à des langues un peu moins courantes, comme le polonais ou l'italien, la qualité baisse. Ensuite, les entreprises ont besoin de



modèles adaptés à leur produit spécifique, et ce n'est pas pris en compte dans ces modèles généralistes. Il faut leur donner des instructions, et soit on le fait bien, soit c'est catastrophique. C'est difficile à gérer à grande échelle. Et puis, nos modèles sont tout simplement beaucoup plus rapides. Si la traduction fait partie de l'expérience client, si c'est ainsi que fonctionne un chatbot d'assistance, la vitesse est capitale.

Vous avez une thèse plus radicale sur les LLM généralistes : vous estimez qu'ils stagnent en traduction...

Je pense que oui. Ils se sont améliorés, puis, depuis un certain temps, ça n'a plus beaucoup progressé de leur côté.

L'inflation des coûts de tokens pèse sur une partie croissante des entreprises. Est-ce une opportunité pour DeepL ?

Bien sûr, si la concurrence devient plus chère, c'est bon pour nous. Et en interne, ce n'est pas un problème pour nous comme ça l'est pour beaucoup d'autres entreprises, parce qu'on fonctionne selon nos propres modèles. On définit notre propre processus.

Vous avez procédé à des suppressions d'emplois. Comment les justifiez-vous ?

C'est un choix structurel, pas une mesure de crise. La façon dont les entreprises fonctionnaient il y a trois ans est différente de ce qu'elles doivent être aujourd'hui. Beaucoup plus de travail est désormais effectué par l'IA elle-même. Prenez mon propre cas : je suis un assez bon ingénieur, mais je suis vraiment nul en design. Aujourd'hui, grâce aux outils disponibles, je suis bien plus à même de créer des produits de bout en bout qu'auparavant. Ça me donne des super pouvoirs, je peux résoudre un problème complet sans dépendre d'une organisation entière pour m'aider. Nous avons adopté cette réflexion assez tôt. Peut-être que certaines entreprises ne s'en sont pas encore rendu compte.

Vous vous présentez comme une alternative européenne. Pourtant, vous avez racheté une société américaine,

vous êtes partenaires d'AWS, vous visez le marché américain. Qu'est-ce qui reste « européen » chez DeepL ?

Notre héritage, notre base, notre point de départ. Mais je suis très clair : on veut être une entreprise mondiale. On ne peut pas être trop européen si l'on veut conquérir le monde entier. Il faut tirer parti des atouts de l'Europe et de ceux du reste du monde. Le partenariat avec AWS, le rachat de Mixhalo, ce sont des étapes stratégiques pour accompagner nos clients partout, et pour attaquer nos concurrents sur leur propre terrain. L'Europe est aussi un marché structurellement trop étroit pour une entreprise aussi deeptech que DeepL. Nos coûts de R & D sont considérables. Il faut cibler le marché le plus vaste possible.

A VivaTech, les discours sur la souveraineté numérique européenne coexistaient avec une présence massive d'exposants américains et chinois. Vous n'y voyez pas de paradoxe ?

Non. Les entreprises européennes vont devoir s'approvisionner auprès d'entreprises américaines. C'est un fait. Je ne vais pas compter sur elles pour acheter européen par loyauté. Elles vont acheter les meilleures solutions disponibles. Et c'est normal. En tant qu'entreprise, il faut s'efforcer d'avoir les meilleures solutions du marché et d'être compétitif grâce à elles, pas simplement jouer la carte européenne.

L'AI Act entre partiellement en vigueur cet été. Quel regard portez-vous sur la réglementation européenne de l'IA ?

L'Europe devrait faire preuve de prudence pour s'assurer qu'elle dispose d'un écosystème en pleine croissance plutôt qu'un écosystème réglementé. Du côté américain, je ne pense pas qu'on assistera à une réglementation comparable. Les Etats-Unis ont vu à quel point l'IA a stimulé leur croissance boursière ces deux dernières années. Ils savent que commencer à trop réguler ce secteur serait compliqué pour les marchés.

Dans cinq ans, DeepL sera-t-elle encore une entreprise de traduction ?

En grande partie, oui. Mais je pense que la traduction est un peu plus large que ce qu'on entend habituellement par ce mot, c'est une

question de langue, au sens large. Ce qui est sûr, c'est que c'est pour ça que nos clients nous apprécient, et c'est là que nous sommes les meilleurs.

*« Il faut tirer parti
des atouts du continent
et de ceux du reste
du monde »*

*« Les Etats-Unis ont vu
à quel point l'IA a stimulé
leur croissance boursière
ces deux dernières années.
Ils savent que commencer
à trop réguler ce secteur
serait compliqué pour
les marchés »*



DEEPL

Jarek Kutylowski.

