

Leçon 11 **Le business dans les différentes cultures**

Rencontrez-vous souvent des collègues de différentes cultures ? 

Si cela arrive, que savez-vous sur leurs cultures ? 

Est-ce important pour vous de bien les connaître ?

Quelles sont vos attentes professionnelles ?



Le point clé : *Connaître les différences culturelles dans des circonstances professionnelles.*

Lisez les articles suivants écrits par Julien Leconte et Paul Teissier au sujet des différentes traditions culturelles et la manière de comprendre et de bien gérer les relations dans des circonstances professionnelles. D'où viennent le costume et la cravate ? Quelle culture est la plus ancienne ? Celle d'Asie ou celle d'Europe ?

Définition : **La culture (f) :** la manière de vivre.

Durée 60 minutes

Vocabulaire Le business dans les différentes cultures

Le point clé *Connaître les différences culturelles dans des circonstances professionnelles.*

Grammaire Le COI complément d'objet indirect

Objectifs Développer le vocabulaire des différentes cultures

Révision : Leçon 10 avancé

Vocabulaire et expressions

ÉCOUTER ET REPETER

La génération (f) : Ensemble de personnes d'une même période

La génération de mes parents voyage moins que la nôtre.

Sensible : impressionnable

Florent est très sensible aux remarques.

Un produit phare (m) : un nouveau produit mis en avant

Le nouveau parfum du couturier est le produit phare de la rentrée.

Signifier : ce qui veut dire

Ce panneau signifie qu'il est interdit de rentrer.

Mettre en œuvre : mettre en place

Il mettra en œuvre le projet en janvier.

Essentiellement : principalement

Marie se nourrit essentiellement de produits frais.

Etre désorienté : être perdu

Il a pris la mauvaise route et est désorienté.

Soulager : libérer

Nous sommes soulagés d'apprendre que notre société ne va pas être délocalisée.

Aguerri : qui maîtrise son sujet

C'est un skieur aguerri.

Un constructeur (m) : un fabricant

Un constructeur automobile.

Un cauchemar (m) : un mauvais rêve

Quand elle est stressée Aurore fait des cauchemars.

Un officiel (m) : une personnalité

Il y a plusieurs gardes du corps pour protéger les officiels.

Compromettant : plus que gênant

Un article compromettant.

L'impact (m) : la répercussion

Le licenciement de plusieurs des employés a eu un fort impact les salariés.

Mondial : international ou universel

L'économie américaine a un impact mondial.

Le potentiel : quelque chose ou quelqu'un d'éventuel

C'est un client potentiel.

Multiples facettes : qui a plusieurs faces

C'est un projet à multiples facettes, il y a beaucoup de cultures impliquées.

Construction de phrases

Lors de déplacements professionnels il peut nous arriver d'être mal à l'aise lorsque nous sommes confrontés à des scénarios multiculturels.

Dans certaines circonstances il est préférable de suivre le mouvement.
L'impact de la mondialisation a un effet non négligeable sur les entreprises internationales
Le nouveau produit phare de la société a un fort potentiel.

Quelques anecdotes.

Dois-je vous serrer la main ?

Etre conscient des différences culturelles.
Par André Lefranc, Magazine Management

Avec nos activités mondiales en expansion et la consolidation générale des industries, il nous est nécessaire d'avoir des connaissances culturelles bien plus importantes que les générations précédentes.

Avant nous étions en contact avec des personnes de la même culture que la nôtre, maintenant nous avons besoin de formation à la sensibilité culturelle, de parler trois langues, et d'être vraiment informé en ce qui concerne l'actualité internationale.

Lisez cet article à propos de trois personnes qui nous disent comment recevoir des personnes de différentes cultures et quelques histoires anecdotiques.

Le salon automobile de Genève, Suisse.

Lucas Humble, Mercedes.

« Le salon de l'automobile annuel à Genève est l'un des points phare de l'industrie automobile, il attire des visiteurs du monde entier. Nous allons présenter nos derniers modèles et voulons que notre produit phare soit vu de tous. Nous recevons des représentants du monde entier, particuliers ou du secteur de l'industrie de l'automobile. Le Moyen-Orient et plus particulièrement Dubaï est bien représenté alors qu'en général ces personnes se déplacent rarement en Europe. Cela signifie que nous devons être en alerte et être capable d'identifier l'origine de ces clients potentiels immédiatement. Souvent nous les remarquons grâce à leur entourage et devons mettre tout en œuvre afin d'attirer leur attention ».

Une foire commerciale à Séoul.

Sung Park, hôtel Shilla.

« J'ai reçu des gens de partout qui sont venus à cette foire. Il y a quelques temps nous avons reçu un important PDG américain vivant à New-York qui désirait organiser une série de grandes conférences dans notre hôtel. Il a ensuite voulu s'intéresser de près à la véritable culture coréenne et s'immerger complètement, nous lui avons donc montré la ville. Inutile de vous dire que s'asseoir sur le sol, qui est très commun dans la culture coréenne, et prendre un petit déjeuner constitué essentiellement de riz, n'est pas commun aux Etats-Unis, même avec toute la bonne volonté du monde, cela a pris du temps pour que notre client se sente complètement à l'aise. Il était soulagé d'avoir un petit déjeuner continental le matin suivant. Je pense que la cuisine et nos différences sont un vrai défi pour les personnes étrangères à notre culture ».

Rencontrer des clients à Mexico.

Alphonse Rodriguez, représentant de Ford - pièces automobiles.

La ville de Mexico est énorme. La visiter peut désorienter les voyageurs les plus aguerris. Je travaille pour une entreprise qui fournit des pièces de voiture pour les constructeurs automobiles américains. En conséquence, nous rencontrons beaucoup d'acheteurs du monde entier. Une des expériences les plus intéressantes a été récemment quand un acheteur de Toyota a visité notre usine de production. Nous avons organisé plusieurs réunions, mais certains des gestionnaires n'étaient pas au courant d'un changement dans le calendrier. Se déplacer dans Mexico et la région est un véritable cauchemar. Nous avons dû réorganiser plusieurs réunions. Je pense que notre client japonais n'a pas été très impressionné ! Nous avons cependant obtenu le contrat ».

Une conférence IT.

Ali Hasan, Casablanca, en visite à Rabat.

“J’ai récemment eu la possibilité d’assister à un congrès sur la technologie informatique entre l’UE et le Maroc. La conférence de deux jours a eu lieu dans un hôtel chic appelé la Tour Hassan, situé dans la ville de Rabat. Peut-être l’un des moments où nous étions le plus mal à l’aise était de voir la manière dont les européens se permettaient d’aborder nos officiels. Notre ministre de l’Industrie était présent, deux spécialistes IT danois n’ont cessé de l’aborder. Chez nous le protocole est très strict.

J’ai été en mesure d’éviter une situation compromettante en distrayant nos hôtes danois, mais il était évident qu’ils ne travaillent pas beaucoup dans notre pays”.

QUESTIONS

1. La solidité internationale d’une entreprise demande _____.

- a) une formation à la sensibilité culturelle
- b) de rien connaître des cultures étrangères
- c) une compréhension de la gestion multinationale

2 Avant le dialogue avec les cultures étrangères était _____.

- a) rare
- b) souvent
- c) quotidien

3. Certaines cultures sont habituées au luxe, _____.

- a) elles peuvent intimider les autres
- b) ce n’est pas acceptable
- c) il faut faire comme elles

4 Dans certaines cultures approcher une personnalité signifie _____.

- a) dépasser les limites culturelle
- b) que nous connaissons bien les sensibilités culturelles
- c) une approche tout à fait acceptable

Deuxième partie.

Différents styles

Le Devoir

Jean Laurier

Jean Laurier est un spécialiste culturel, ses séminaires traitent des différentes cultures dans des circonstances professionnelles, et particulièrement de de l’aspect vestimentaire de la question.

Le journal Le Devoir, quotidien de Montréal l’a interviewé à ce sujet.

Tout d’abord, l’analyse des différentes possibilités culturelles entraînerait trop de scénarios à évaluer correctement. Peut-être, serait-il plus facile de n’en retenir que quelques-uns. J’ai consacré la majorité de mes efforts à trois continents : l’Asie, l’Europe et l’Amérique.

L’Asie est un des défis culturels à multiples facettes. Leurs marchés émergents arrivent à une certaine maturité, ils ont tendance à garder une approche plus conservatrice en affaires.

Le style de l'entreprise au Japon a changé considérablement après le miracle de l'ère post-économique des années 50 et 60. Les jeunes cadres japonais ont choisi un style qui est semblable au style des bureaux outremer, contrairement à celui de leurs prédécesseurs. En contraste le style coréen a tendance à s'aligner plus sur les européens. A Séoul on porte des costumes. La même chose à Shanghai. L'histoire nous apprend que les économies émergentes ont tendance à avoir un style plus formel avec cependant une libéralisation générale à ne pas négliger.

Si vous y allez, il est préférable de privilégier une approche formelle. De cette façon, vous ne vous sentirez pas gêné.

En Europe, Copenhague et Madrid sont aussi différents qu'Amsterdam et Paris. Plus vous vous déplacerez vers le nord plus le style sera décontracté. Il ya une génération, Amsterdam été considérée comme une ville où l'on vivait en costume cravate. Maintenant, si vous allez travailler avec une cravate, vos collègues vont penser que vous avez un entretien d'embauche. Savez-vous d'où viennent le costume et la cravate ? D'Angleterre. Le costume est un terme inventé pour "tenue d'affaires". Il était sous-entendu que les accessoires suivraient dans le même style : manteau, cravate, chaussures...

Quand à Athènes, la ville a maintenu un style conservateur. Similaire à l'Asie les femmes sont souvent en robe.

Les Etats-Unis : on pourrait penser que tous les américains s'habillent de la même manière or les différences sont assez notables : de Miami à New York ou de San Francisco au Texas. Cela pourrait devenir un handicap majeur dans un futur proche. Similaire à l'Europe, l'Amérique avait l'habitude d'avoir un style plus conservateur. En dehors de villes comme New York et Washington DC, qui ne sont pas vraiment des villes typiquement américaines, à l'heure actuelle les américains ont plutôt un style décontracté.

Les tendances aujourd'hui indiquent que notre style est de plus en plus décontracté. Comment pensez-vous que nous nous habillerons dans 100 ans?

QUESTIONS

1 Jean Laurier a concentré ses efforts sur trois continents parce-qu'il pense _____.

- a) ce sont les trois continents où il y a des problèmes
- b) que sinon il y aurait trop de scénarios
- c) le reste n'a pas d'importance

2 L'expansion du marché économique a quel effet sur les styles culturels ? _____.

- a) une grande partie du marché peut acheter des costumes
- b) il a permis d'améliorer la qualité du style.
- c) il a libéré la manière de s'habiller.

3 L'attitude mono linguistique et culturelle et l'isolation culturelle marchent seulement _____.

- a) quand vous avez de l'argent pour contrôler vos affaires
- b) quand vous travaillez uniquement dans votre région
- c) quand quelqu'un de plus sensible aux différentes cultures vous remplace en déplacement

4 Le costume a été inventé _____.

- a) à New York
- b) en France
- c) en Angleterre