



Renforcer les compétences interculturelles

Contexte

En tant que coordonnateurs des partenariats de la LAPHO, nous rencontrons et établissons quotidiennement des relations avec de petites et moyennes entreprises au sein de notre province multiculturelle. En 2015, l'économie canadienne totalisait 1,17 million d'entreprises employeurs selon Statistique Canada. De ce

« Étudier la culture sans éprouver un choc culturel, c'est comme pratiquer la natation sans toucher l'eau. »
– Geert Hofstede

nombre, 1,14 million (**97,9 %**) était de petites entreprises; et **l'Ontario est la province qui compte le plus grand nombre de petites entreprises**, soit un peu plus de 407 000 entreprises.

Bon nombre de ces petites entreprises appartiennent et sont exploitées par de nouveaux Canadiens et des immigrants. Nous avons mené des activités de sensibilisation pour informer les petites entreprises de la LAPHO, et nous avons été confrontés à des obstacles interculturels lors

de nos échanges avec elles. Le présent document fournit des conseils sur les meilleures pratiques en matière de communication interculturelle.



Qu'est-ce qu'une culture? La culture est une « lentille » à travers laquelle on voit le monde. Elle est au cœur de ce que vous percevez, de la



façon dont vous comprenez ce que vous voyez, et de la manière dont vous vous exprimez. La culture n'est pas inhérente, mais plutôt acquise au fil du temps. La culture est la base de l'identité personnelle et de la communauté, ce qui la rend dynamique.

Qu'est-ce que la communication interculturelle?

L'étude et l'application des connaissances portent sur les « perceptions culturelles et les systèmes de codes » de gens de cultures différentes. Ce style de communication consiste à sensibiliser les gens et à leur permettre d'adopter la culture des autres lorsqu'ils communiquent entre plusieurs parties. Évidemment, nos organisations sont maintenant plus diversifiées que jamais, ce qui explique pourquoi l'intégration des compétences interculturelles en milieu de travail est devenue très importante.

Qui est l'informateur culturel?

L'expression « informateur culturel (IC) » est utilisée dans le domaine de l'anthropologie pour désigner les individus de la culture observée afin d'élucider des questions ethnographiques pertinentes. Les informateurs culturels sont généralement des amis de confiance, des collègues et des confidents qui connaissent la culture en profondeur et qui sont disposés à l'expliquer de manière non analytique. Au sein de notre équipe, nous sommes tous des informateurs culturels, car nous pouvons partager nos connaissances et notre expérience d'une culture et d'une région géographiques données.



L'importance d'établir des compétences interculturelles

La **globalisation** consiste en un mouvement transfrontalier des gens, des biens et des données; il s'agit de la mise en contact d'un mélange de cultures les unes avec les autres, entraînant une augmentation de la communication interculturelle éventuelle. Les avantages de la mondialisation incluent :



- Amélioration de la contribution des employés au sein d'un effectif diversifié
- Plus de possibilités d'emplois et improvisation des talents

Différences à considérer dans la communication interculturelle

✚ Distance physique
✚ Utilisation du prénom/titre
✚ Volume de la voix
✚ Usage d'expressions faciales

✚ Fréquence du contact visuel
✚ Affirmation de soi
✚ Mains/gestuelle en parlant
✚ Débit de la parole



Culture à contexte prépondérant ou non-prépondérant de Geert Hofstede

Qui est Geert Hofstede?

Geert Hofstede est un psychologue social néerlandais bien connu pour ses recherches sur les organisations et les groupes interculturels. Geert Hofstede a réalisé une étude sur la manière de comparer et de différencier les cultures basées sur des contextes « prépondérants » et « non-prépondérants ».

Culture à contexte prépondérant : Ces cultures reposent sur le développement de relations étroites avec les gens au fil du temps. Elles requièrent plus de temps pour prendre des décisions et effectuer des transactions. Les gens de ce type de culture ne vous diront jamais « non » directement parce qu'ils vous apprécient et respectent votre relation, et ils hésitent à manifester un désaccord avec vous. Il y a beaucoup de situations où il faut « lire entre les lignes ».

Exemples de cultures à contexte prépondérant :

- ✚ Japon, Chine, Inde, Thaïlande, et autres pays en Asie
- ✚ Brésil, Argentine, Pérou, et autres pays en Amérique du sud
- ✚ Somalie, Nigéria, Afrique du Sud, Éthiopie, Kenya et autres pays de l'Afrique
- ✚ Iraq, Liban, Jordanie, Koweït, Yémen et la majorité des pays du Moyen-Orient



Cultures à contexte non-prépondérant : Ces cultures tendent à être individualistes et s'appuient sur une communication directe avec la partie adverse. Les membres des cultures à contexte non-prépondérant ont de nombreuses relations qui durent peu de temps ou qui existent pour une raison spécifique. Il est important de suivre les procédures et de garder l'objectif en tête dans la réalisation de toute transaction, alors que les cultures de contexte prépondérant ne priorisent pas l'objectif lorsqu'elles transigent, car elles privilégient leurs relations avec les autres. Contrairement aux cultures à contexte prépondérant, les messages verbaux ont tendance à être explicites, directs et concis dans les cultures à contexte non-prépondérant.



Exemples de cultures à contexte non-prépondérant :

- ✚ Canada et les États-Unis
- ✚ Allemagne (contexte non-prépondérant marqué)
- ✚ Australie et Nouvelle-Zélande
- ✚ Grande-Bretagne et Irlande
- ✚ Suisse
- ✚ Scandinavie



Exemples de courriels en contexte prépondérant et non-prépondérant :

Contexte prépondérant

Courriel d'un client :

Madame,
Monsieur,

J'espère que vous allez bien. Je suis terriblement désolé de vous déranger, mais je voudrais vous poser la question suivante : notre période d'essai expirera bientôt, mais mes gestionnaires n'ont pas encore eu le temps de tout examiner. Si cela ne vous pose pas de problème, pourriez-vous nous accorder plus de temps? Nous vous serions très reconnaissants de votre aide.

Merci beaucoup!

Cordialement,
M. Alex Smith

Réponse :

Bonjour Alex,

Il n'y a absolument aucun problème! Il nous ferait plaisir de vous accorder une prolongation d'une semaine. Si vous avez besoin de plus de temps, n'hésitez pas à nous en faire part. Nous sommes là pour vous aider!

Nous vous souhaitons une très belle journée!

Amanda Fong
Soutien à la clientèle Scout



Contexte non-prépondérant

Courriel d'un client :

Salut l'équipe de soutien!

Pouvez-vous prolonger notre essai gratuit pour une semaine de plus? On découvre de bons trucs jusqu'à maintenant, mais nous n'avons pas eu le temps de tout tester.

Merci!

Alex

Réponse :

Salut Alex!

Bien sûr! Nous allons prolonger votre essai gratuit pour une autre semaine avec plaisir. Je suis heureux d'apprendre que vous appréciez notre produit jusqu'à présent! :)

Faites-nous savoir si vous avez besoin de notre aide à nouveau!

Amanda Fong

Soutien à la clientèle Scout

La réponse **contextuelle prépondérante** commence par un message d'accueil standard, puis réutilise certains mots du client pour répondre à sa question. Il est bon de rassurer le client dans ce cas à savoir que ses questions sont les bienvenues, afin d'aider à établir la relation.



La réponse **contextuelle non-prépondérante** va droit au but avec moins de formalités (en utilisant « salut » en introduction avec des émoticônes).

Les deux réponses sont rédigées en employant un ton similaire, mais elles sont adaptées au client respectif. La clé est de refléter le style de communication du client, sans trop en faire.

Un aspect à considérer...

Les propriétaires d'entreprises ont des antécédents culturels variés et ont une perspective différente du concept de « gouvernement ». Certains propriétaires d'entreprises au Canada ont peut-être eu des problèmes avec le gouvernement de leur pays d'origine, et ils se sont installés au Canada pour échapper à de nombreux problèmes, tels que la violence, la guerre, la terreur, les gouvernements corrompus, l'instabilité politique et bien plus. Nous devons garder à l'esprit que certains propriétaires d'entreprises se sentiront mal à l'aise si nous mentionnons que nous informons les propriétaires sur la LAPHO à la demande du gouvernement de l'Ontario. Il est important d'être chaleureux, amical et compréhensif, tout en introduisant ce que la LAPHO comporte en quelques phrases simples. Le fait de rassurer les propriétaires d'entreprise sur notre rôle, qui est d'éduquer et de promouvoir le projet de la LAPHO et du PAIRE, a tendance à mettre les propriétaires dans un état d'esprit plus calme. Ils comprennent alors que notre présence ne consiste pas à modifier leurs activités d'affaires de quelque manière que ce soit, ni à créer des problèmes pour leur entreprise.



Conseils pour aborder les différences culturelles

- ✚ Observez le style, la décoration et l'organisation de l'entreprise que vous visitez.
- ✚ Questionnez un informateur culturel (CI), car ils ont tendance à disposer d'une grande expertise sur une culture que vous aimeriez surement découvrir!
- ✚ Soyez à l'affut des communications non verbales telles que les gestes, le ton de la voix, la distance physique et les expressions faciales.
- ✚ Soyez respectueux des différences.
- ✚ Exercez la pleine conscience.
- ✚ Connaissez la signification du contact visuel – certaines cultures jugent qu'il est irrespectueux de regarder une personne dans les yeux pendant une conversation.
 - Par exemple, les cultures de régions à contexte prépondérant comme l'Inde, la Chine et le Moyen-Orient considèrent que regarder directement les yeux de quelqu'un lors d'une conversation est trop direct et parfois irrespectueux.
 - D'autre part, les régions à contexte non-prépondérant comme le Canada et les États-Unis considèrent le contact visuel direct comme un signe de respect qui démontre que vous êtes engagé dans une conversation avec l'autre partie.
- ✚ L'anglais ou le français n'est peut-être pas la première langue de la personne. Parlez lentement, utilisez des mots simples et essayez d'être le plus précis possible.





- ✚ Si vous remarquez qu'un propriétaire d'entreprise ou un employé ne parle pas anglais ni français, assurez-vous toujours de demander à parler à quelqu'un d'autre qui travaille au sein de l'entreprise. Demandez la carte professionnelle ou le numéro de téléphone de cette personne.
 - Par exemple, il y aura certainement quelqu'un qui gère les factures, les finances ou peut-être une personne plus jeune dans les entreprises familiales.
- ✚ Dans l'ensemble, soyez authentique!

Nous espérons sincèrement que ce document pourra vous éclairer lors de vos interactions quotidiennes avec les gens des petites et des moyennes entreprises, et que les renseignements précieux sur la communication interculturelle vous seront utiles. Comme nous traitons avec des entreprises de divers secteurs et milieux culturels, nous croyons fermement qu'il est important de démontrer du respect envers tous. Voilà pourquoi il est essentiel d'intégrer les compétences interculturelles et le respect de la diversité au sein des milieux de travail de l'Ontario.

Octobre 2017