

Culture et Commerce

Ecole des Hautes Etudes Commerciales

*Programme développé pour les première Année
Master*

Animé par:

Dr. Hassane OUACHERINE

Maître de Conférences « A » à EHEC d'Alger

CV intervenant

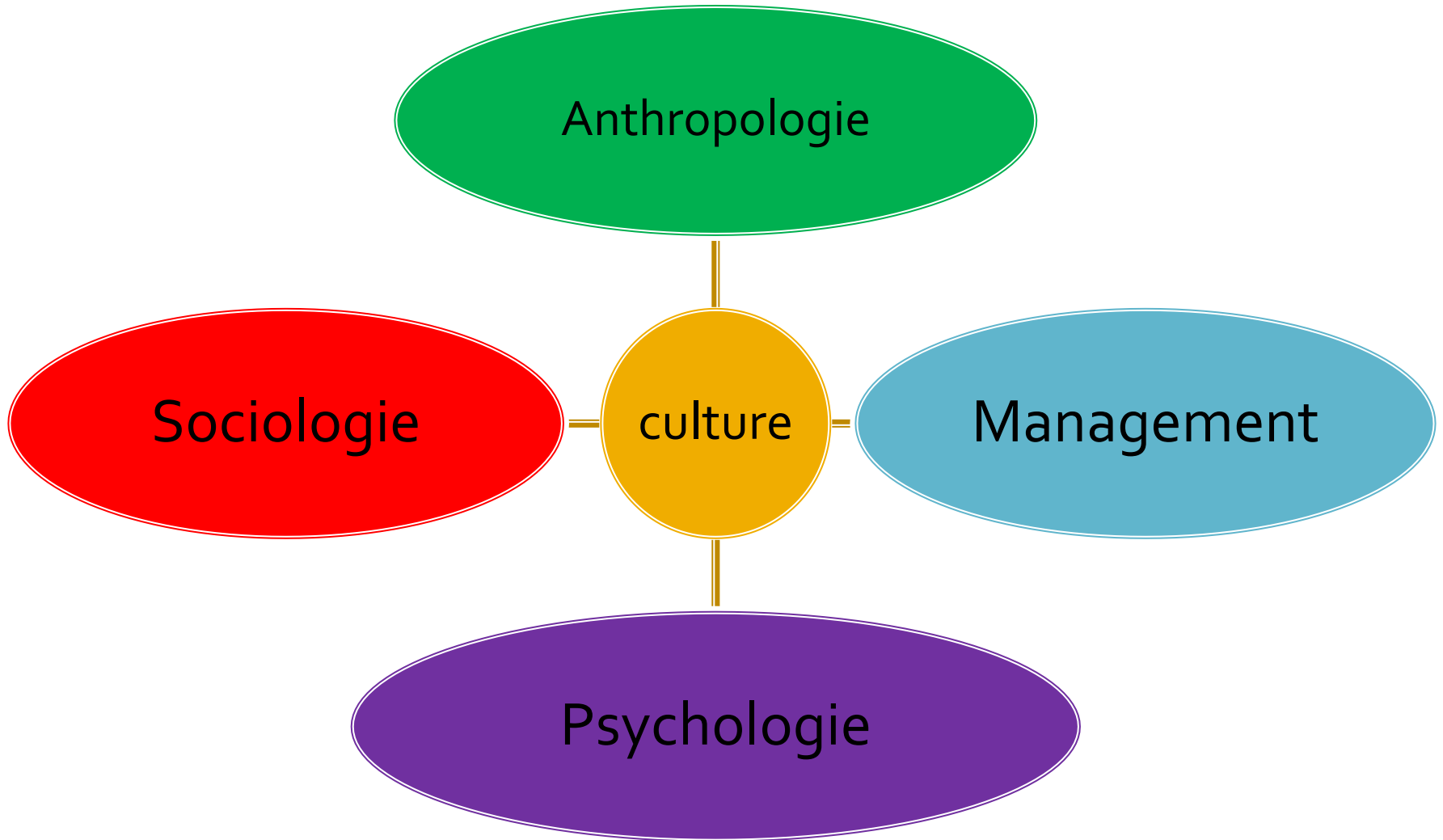
- Enseignant permanent à EHEC d'Alger
- Doctorat en Management (2011)
- Magistère en philosophie (2006)
- Capital expérience: depuis 2001.
- **Domaines d'intervention:**
 - Méthodologie,
 - Principes de Management,
 - Stratégie,
 - Recherche Marketing,
 - Comportement du Consommateur,
 - Analyse de Données avec SPSS,
 - et Management Interculturel.



Objectifs et plan du cours

- Comprendre ce que signifie la culture
 - Repérer les variables de la diversité culturelle,
 - Analyser l'influence des variables culturelles sur les pratiques commerciales.
- Introduction
 - Exploration des variables de la diversité culturelles
 - La culture et les pratiques commerciales
 - La gestion de la diversité culturelle
 - synthèse

Problématique de définition



Problématique de la définition de la culture

- Concept à la fois flou et complexe
- Utilisé par plusieurs disciplines: anthropologie, sociologie, psychologie, management, etc.
- Recouvre des significations multiples selon les auteurs.
- Concept omniprésent (individu, famille, organisation, pays).
- Concept dynamique (évolutif).

- En 1952, KROEBER et KLUCKHON identifiaient :
- 160 définitions sensiblement différentes de la culture dans la littérature managériale
 - (et plusieurs milliers de définitions légèrement différentes les unes des autres)

Culture: définitions

Déf 1: c'est la façon dont nous faisons ce que nous faisons, parce que « **c'est comme ça** », ou parce que nous avons toujours fait comme cela. Nous n'avons pas besoin de faire intervenir notre conscience : il s'agit d'automatismes.
Sylvie LAINE

Déf 2:

« La programmation collective de l'esprit qui distingue les membres d'un groupe ou d'une catégorie de personnes par rapport un autre »
G. HOFSTEDÉ

Niveaux de programmation mentale

PSYCHOLOGIQUEMENT DÉVELOPPÉ

Ex: Éducation familiale, expériences personnelles, choix individuels

NIVEAU INDIVIDUEL
Personnalité

COLLECTIVEMENT APPRIS

Ex: Programmation mentale collective

NIVEAU COLLECTIF

Langage, traditions, normes, etc.

SOUS-GROUPES

Classe sociales, différences régionales, etc

GÉNÉTIQUE

Ex: Comportements sexuels, émotions humaines, capacité de traitement, grégairisme

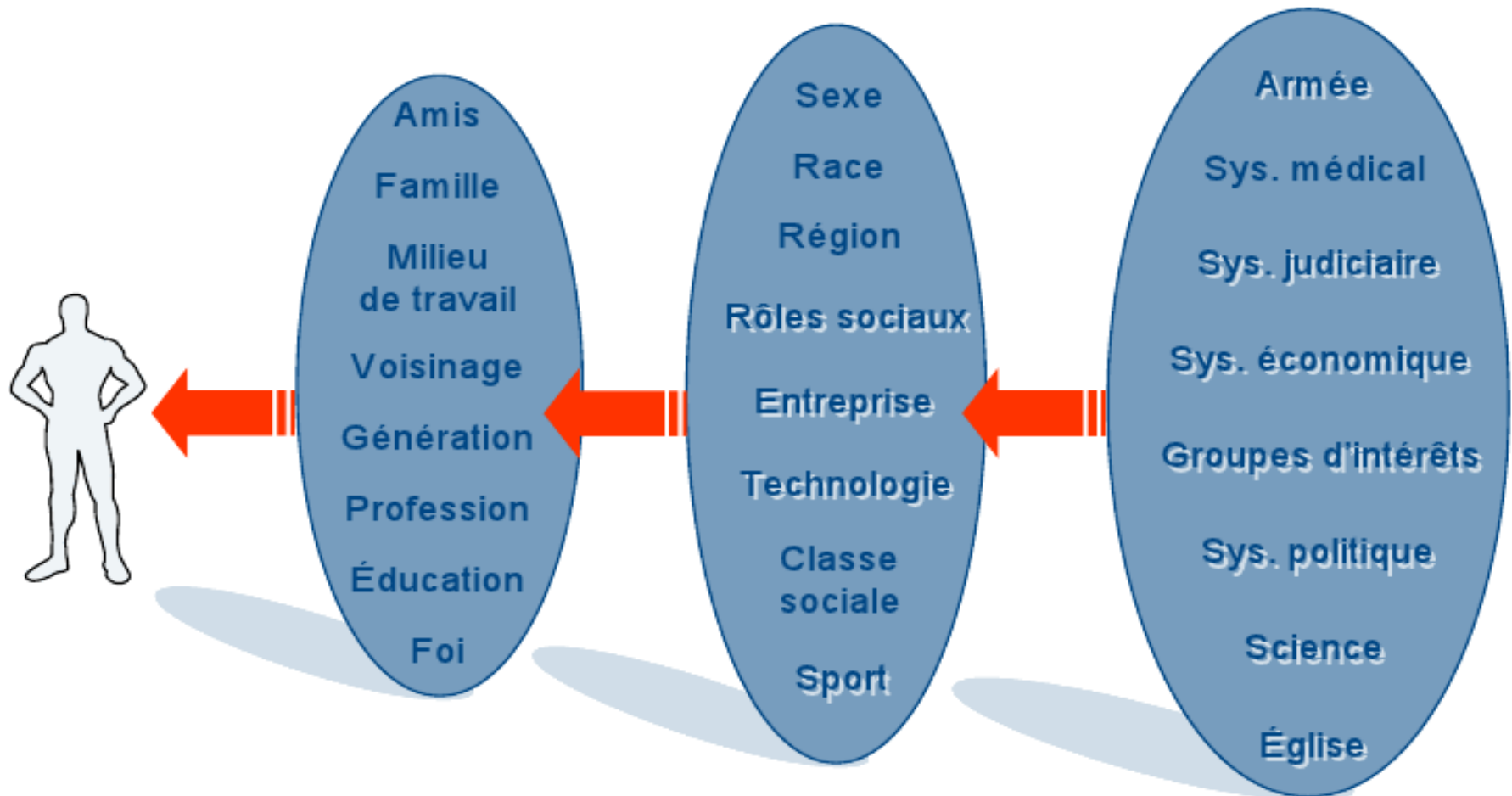
NIVEAU UNIVERSEL

Fonctionnement biologique

Culture: définition de synthèse

Ensemble des usages, des coutumes, des manifestations artistiques, religieuses, intellectuelles qui définissent et distinguent un groupe, une société. Ensemble de convictions partagées, de manière de voir et de faire qui orientent plus ou moins consciemment le comportement d'un groupe ou d'un individu.

Facteurs de programmation mentale



La culture: avantage ou inconvénient

Exemples

Stylos de luxe



La bière Carlsberg et les deux éléphants



La Pub de Nescafé



La voiture NOVA de General Motors



Mecca Cola



Les sachets noirs en Algérie



Les supermarchés et les hypermarchés en Algérie



Le journal Elheddaf



Les vaches en Inde



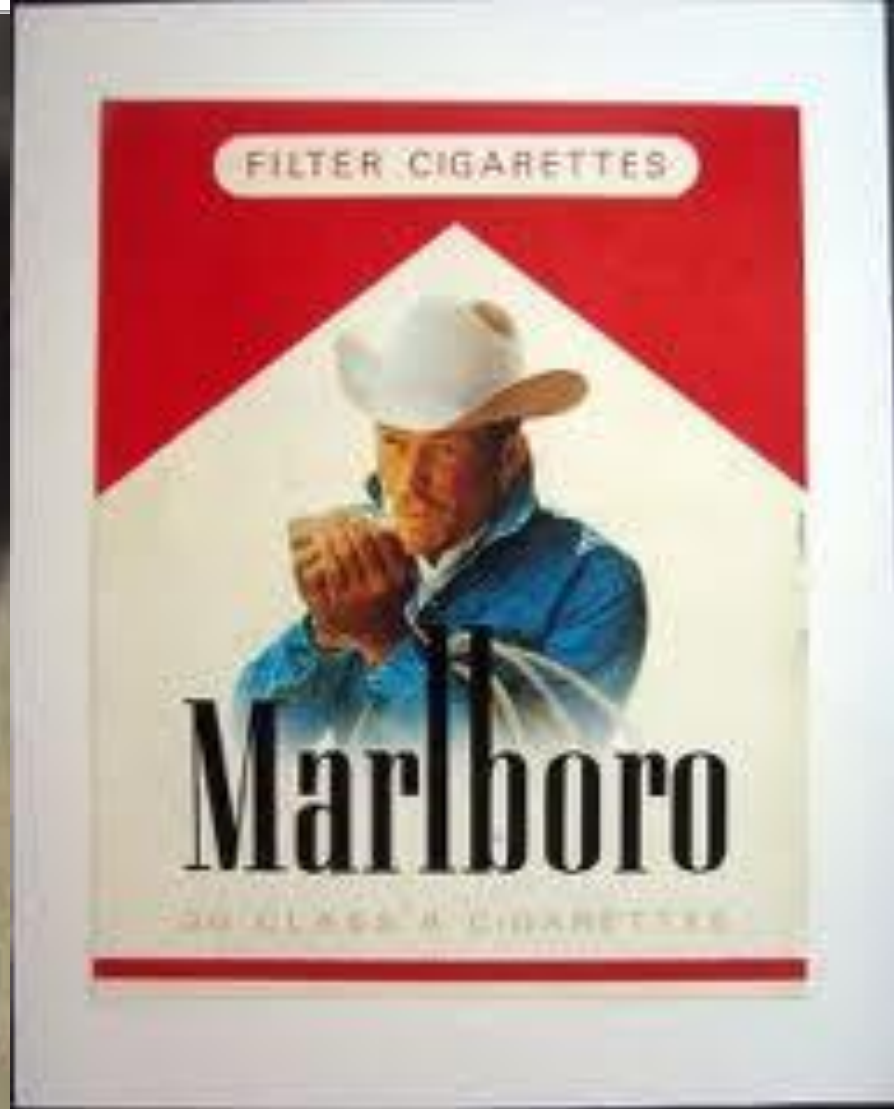
Elkhomeini en France



Elkedhafi en France



Marlboro



Le succès du jean



Les sous vêtements en Arabie Saoudite



Le thé en Angleterre



Caractéristiques de la culture

- La culture est partagée par la plupart des membres de la société en question.
- Elle est apprise.
- Elle est évolutive.

Attention aux stéréotypes

Stéréotype : c'est une représentation simpliste de l'autre, un cliché.

Rocheblave-Spenle (1974) : « un stéréotype est un cliché, une idée toute faite qui dirige les attentes des membres d'un groupe, détermine essentiellement des opinions, vise un groupe particulier... »

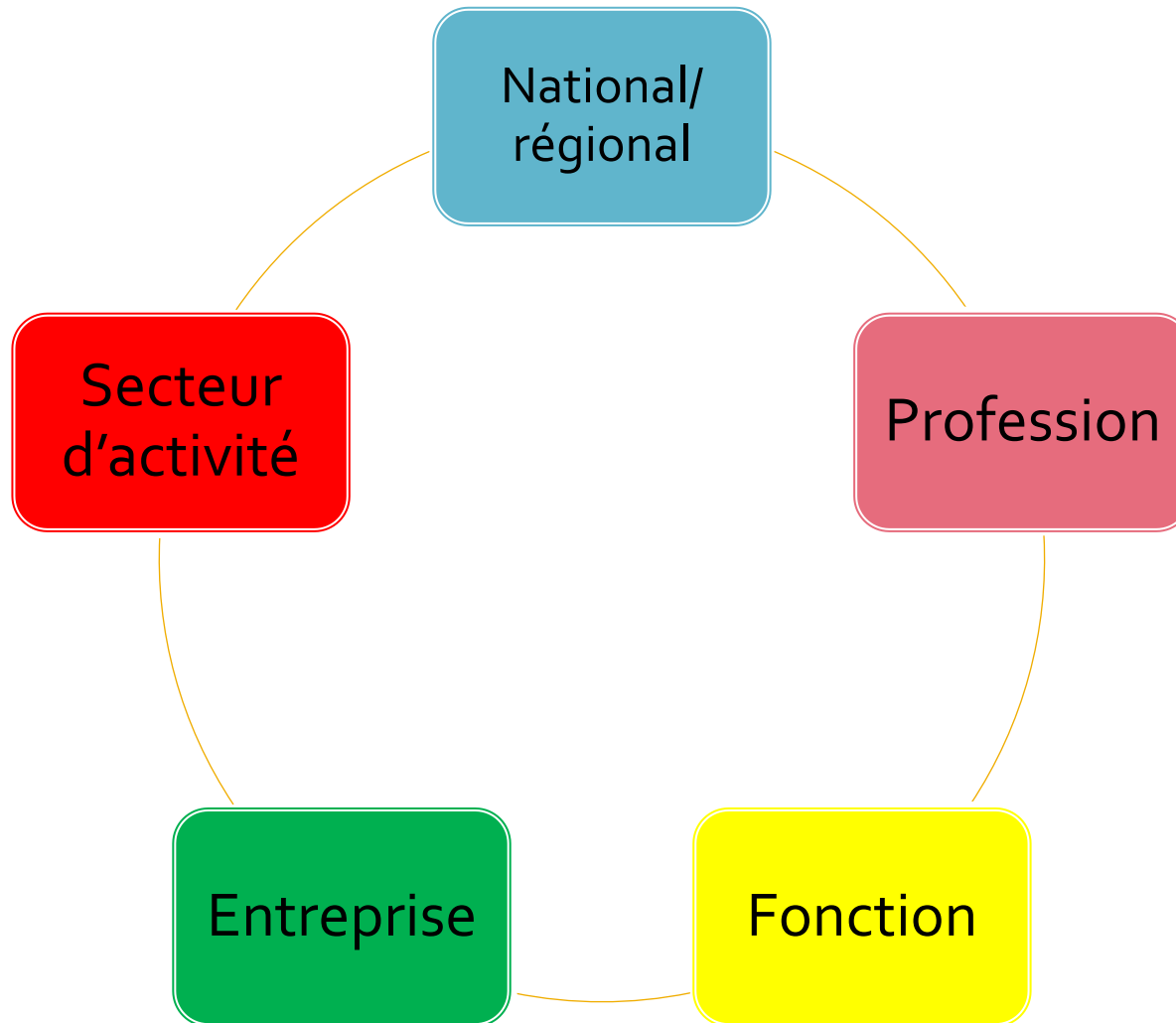
Exercice

Groupe	Stéréotype	Groupe	Stéréotype
Belges		Russes	
Juifs		Allemands	
Italiens		Suisses	
Français		Arabes	
Japonais		Noirs	
Américains		Blancs	
Grecs		scandinave	
Femmes occidentales		Filles de l'Europe de l'Est	

Les stéréotypes en Algérie

Groupe	Stéréotype	Groupe	Stéréotype
Algérois		Gens de l'est	
Blédiens		Gens de l'ouest	
kabyles		Jijiliens	
Chaouis		Sétifiens	
mozabites		Oranais	
Gens du sud			
Gens du centre			

Les sphères culturelles



La langue régionale



Les différences entre villes



Les différences entre villes



Les différences entre villes



Michelin



Les entreprises japonaises à l'ouest américain (Tennessee)



Electrolux et Zanussi



Thinking of you
Electrolux

ZANUSSI


THOMSON

La culture sectorielle

Degré de risque	Élevé	Culture d'enjeux	Culture machiste
	Faible	Culture de procédures	Culture d'engagement
		Faible	Elevé
		Vitesse de feedback	

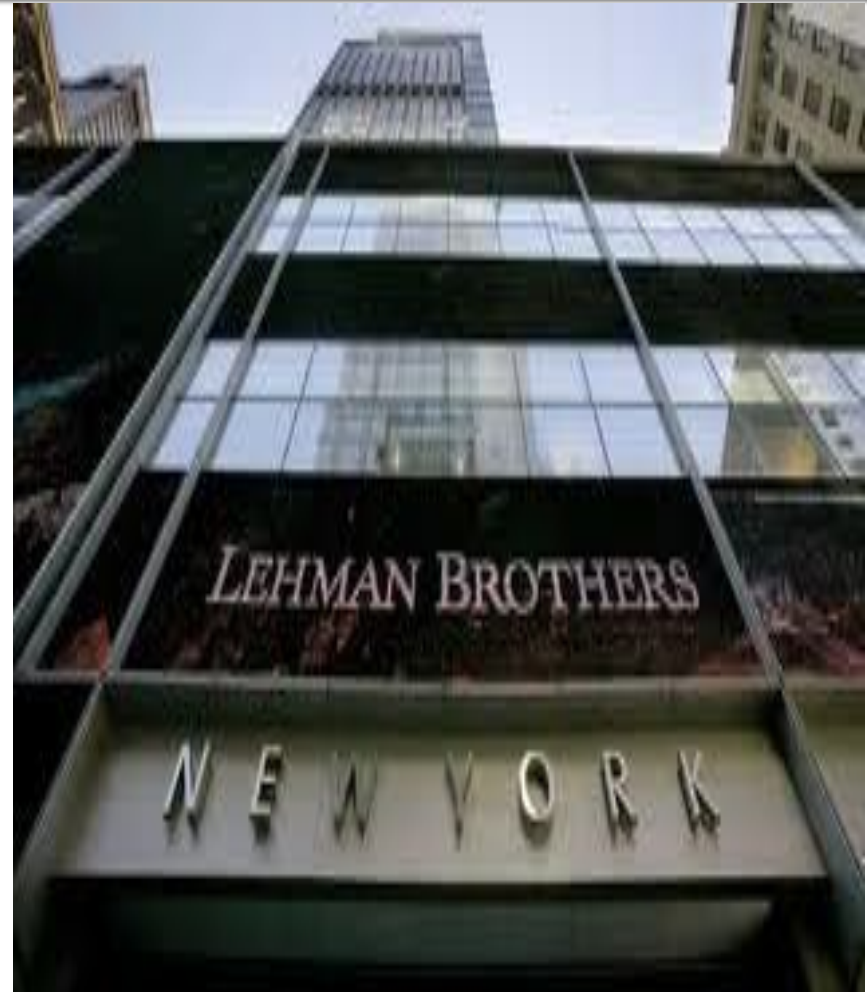
Culture d'enjeux

- Investir beaucoup de ressources pour une longue période.
- L'échec est fort possible
- Secteurs (biotechnologie, cinématographie, ..)



La culture machiste

- Enjeux sont grands (gains comme pertes)
- L'issue arrive rapidement
- Marché des obligations



La culture d'engagement/ culture de procédures

ENGAGEMENT

- Risque faible
- Vitesse de feedback élevé
- La vente au détail

PROCÉDURES

- Risque faible
- Vitesse de feedback faible
- Prestataires de service (consultants,...)

La technologie

La France
subventionne les
secteurs de pointe:
TGV, Aérospatial, et
lanceur de satellites.



La culture professionnelle (le métier)

Les grandes écoles
garantes de talents
et de compétences:

- Harvard business schols
- HEC Montréal
- Cambridge schols
- HEC Paris
- **MBA:** Une approche plus généraliste, Des compétences pour travailler en équipe, Postes de management général au sein de grandes entreprises.
- **MIT:** plus spécialisés, compétents dans des missions individuels, et recrutés souvent dans des entreprises de moindre envergure.

Samsung VS Sony



Les avocats et la pub aux USA



Glorification des professions

- En Allemagne et au Japon: être un **enseignant** signifie posséder compétences et sagesse.
- Aux USA: une personne détachée du monde réel, par contre le **chef d'entreprise** est considéré comme un héros local.
- En Europe: le **chef d'entreprise** ou l'**autodidacte** sont regardés avec scepticisme car ils sont assimilés à des **arrivistes**. En France, surtout, réussir professionnellement sans les études correspondantes paraît toujours **louche**.

Glorification des professions

- Aux USA: être **autodidacte** (self-starter) est une source de fierté.
- Celui qui échoue au titre d'**ingénieur** peut s'orienter vers la carrière de dentiste.
- En Grande Bretagne: **les ingénieurs** sont considérés comme des **réparateurs**.

La concentration des professions

- Au USA: les médecins et les avocats
- En Europe: les ingénieurs (surtout en Allemagne et en France)
- Au Royaume-Uni: les comptables

Découpage régional

- Ingénieurs informatiques dans la Silicon Valley
- Analystes financiers à Wall Street
- Producteurs de films à Hollywood

- Exercice : découpage régional en Algérie

La culture fonctionnelle

La priorité accordée à chaque fonction:

- Les scientifiques pour les industries pharmaceutiques.
- Les ingénieurs en informatique
- Les financiers en bourse
- Le marketing en grande consommation.

La valorisation des fonctions

- Le département financier occupe la première place en terme de rémunération en Grande Bretagne, la cinquième en Allemagne et la sixième aux Pays-Bas.
- Les hollandais privilégient les ventes.
- Les français favorisent le Marketing
- Les allemands avantagent la R&D (dernier rang en Grande Bretagne)

La culture d'entreprise

La culture d'entreprise correspond à la somme des pratiques professionnelles, des valeurs, des mentalités et des comportements partagés par les membres de l'entreprise

Les fondateurs: héros

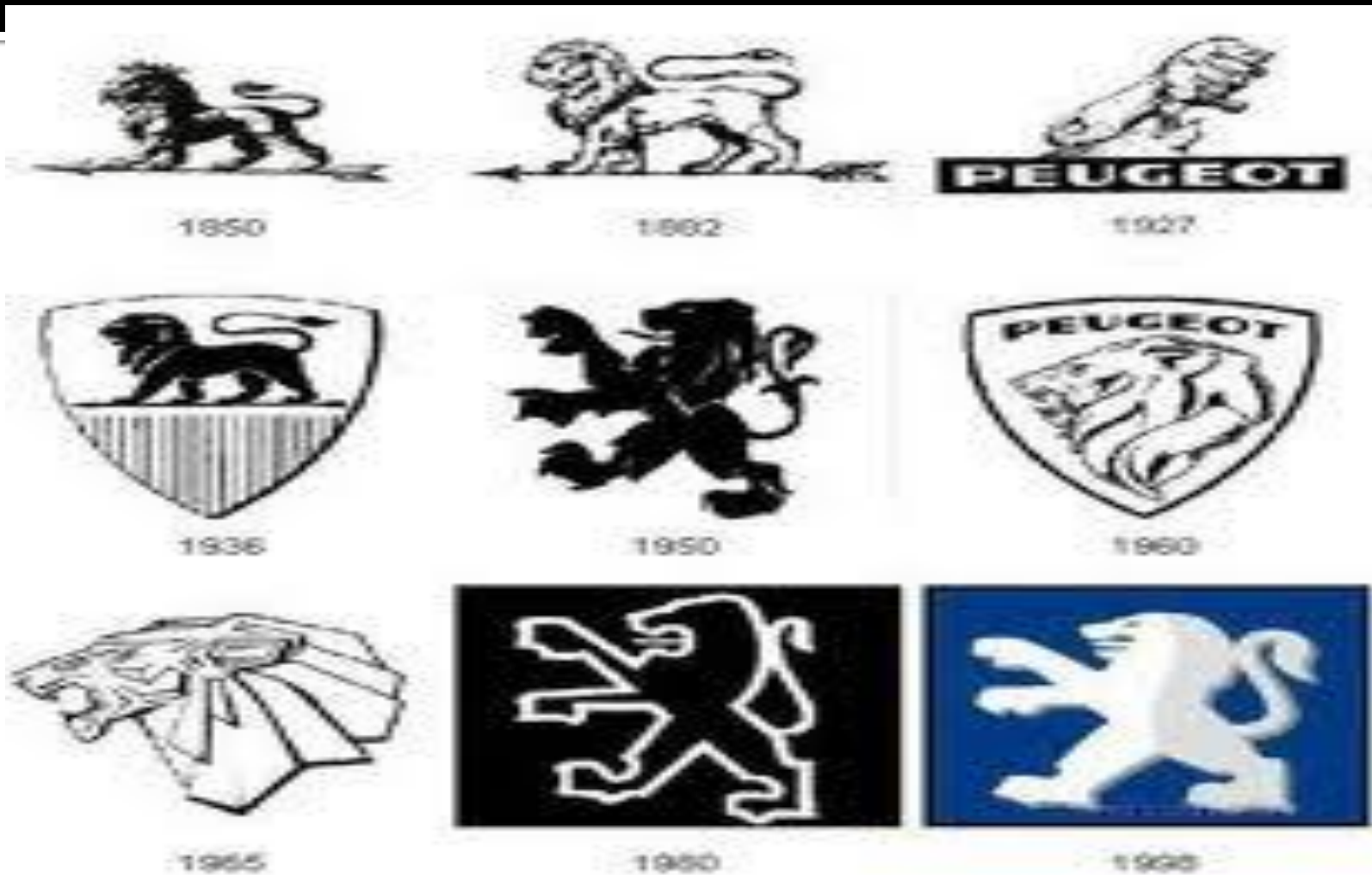
Steve Jobs
1955-2011



Les héros: fondateurs



Symboles et rites



Exercice

Entreprise	Symbole	signification

Code vestimentaire



Code vestimentaire



Les logos

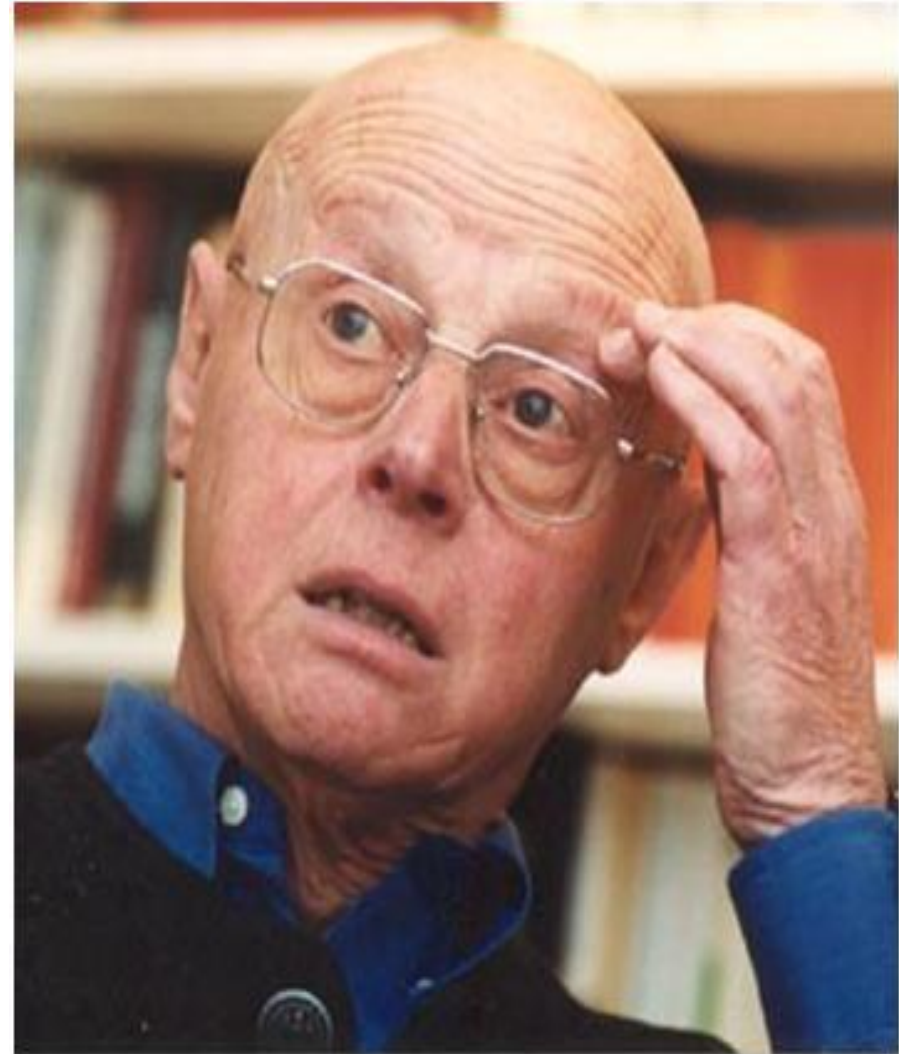


Modèles d'analyse de l'interculturel

- Le modèle fondateur d'HOFSTEDE
- Les sept dimensions de F. TROMPENAARS
- Les valeurs d'orientation de KLUCKHON-STRODTBECK
- Les contextes riche et pauvre d'E. T. HALL

Le modèle d'Hofstede (1982)

- Étude qui a porté sur 50 pays des 5 continents.
- Les échantillons portaient sur des employés d'IBM.
- 90 000 personnes interviewées, en deux vagues (1967-1969 et 1971-1973).
- 183 questions, 120000 questionnaires (dont 73267 exploitables)



Le modèle de Geert HOFSTEDE

La distance hiérarchique

Individualisme Vs communautarisme

Masculinité Vs féminité

Contrôle de l'incertitude

La distance hiérarchique

La distance hiérarchique est la perception du degré d'inégalité de pouvoir entre celui qui détient le pouvoir hiérarchique et celui qui y est soumis.

Distance hiérarchique

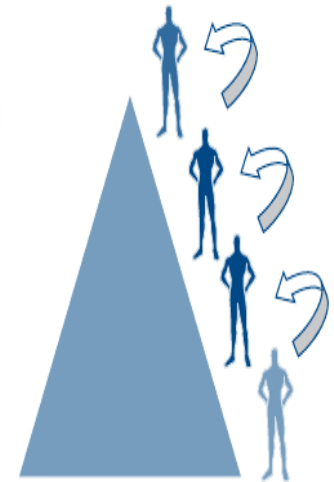
L'**INÉGALITÉ** entre les individus est-elle perçue comme naturelle ?

NON **OUI**



Faible distance hiérarchique

1. Autorité statutaire
2. Autorité morale



Forte distance hiérarchique

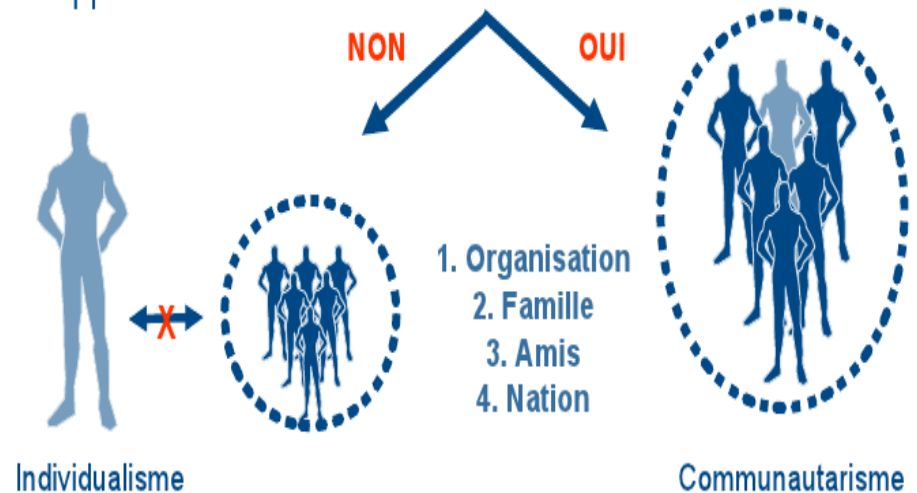
Scandinavie Allemagne France Mexique Sénégal Chine
Québec Canada Espagne Russie Maroc Pérou
États-Unis Japon Thaïlande

Individualisme Vs collectivisme

Elle vise à mesurer le degré comparé d'individualisme et d'orientation vers le collectif comme à qualifier les rôles respectifs de l'individu et du groupe au sein d'une société donnée.

Individualisme / communautarisme

L'individu a-t-il **DES OBLIGATIONS** envers son groupe d'appartenance?

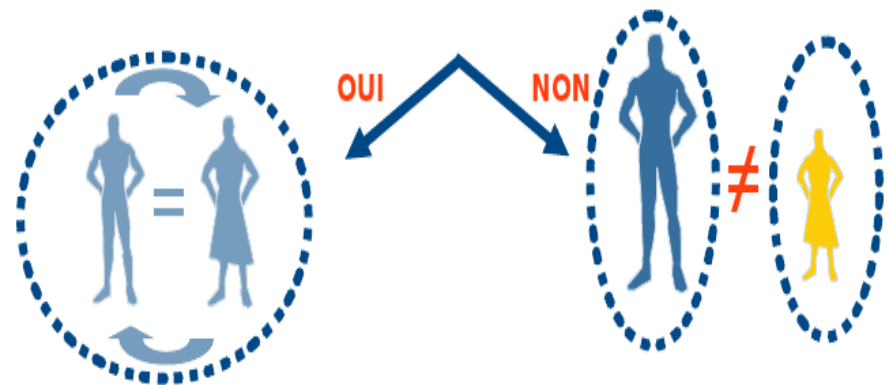


Masculinité Vs Féminité

- Valeurs masculines: valeurs de réussite, de performance, d'efficacité...(Japon, Allemagne, Venezuela, Mexique, Colombie...)
- Valeurs féminines: valeurs liées à l'environnement social et à l'entraide, la solidarité... (Pays scandinaves, les Pays-Bas...)

Différenciation sexuelle

Les RÔLES entre hommes et femmes sont-ils INTERCHANGEABLES ?



Mobilité des rôles, valeurs féminines dominantes

Rôles traditionnels, valeurs masculines dominantes

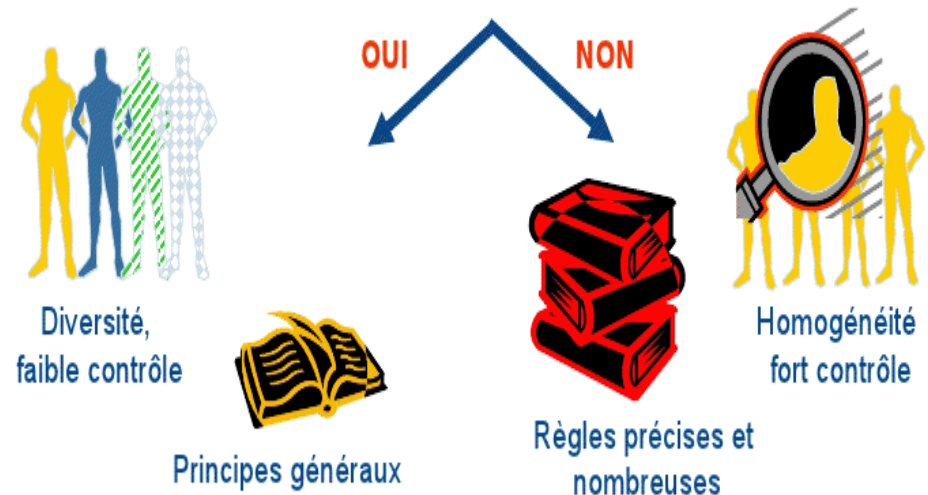


Le contrôle de l'incertitude

- Revoie à la capacité de l'entreprise à faire face à l'imprévisibilité de son environnement.
- Fait référence à la manière dont les individus appréhendent le risque dans une société.
- Certaines cultures encouragent la prise de risque, d'autres favorisent sa maîtrise.

Contrôle de l'incertitude

La société tolère-t-elle l'INCERTITUDE et les COMPORTEMENTS DÉVIANTS ?



Scandinavie
Canada Québec
États-Unis
Allemagne
Thaïlande Mexique
Espagne
France
Maroc
Sénégal
Pérou
Japon
Russie
Chine

HEC MONTRÉAL | © École des HEC de Montréal, 2004. Tous droits réservés.

page 14

Les sept dimensions de F. TROMPENAARS

- Universalisme vs Particularisme
- Individualisme vs Collectivisme
- Relations Neutres vs Relations Affectives
- Relations Spécifiques vs Relations diffuses
- Réussite et parcours personnel vs Statut social
- Cultures séquentielles vs synchrones
- Respect de l'environnement vs maîtrise et contrôle de l'environnement



Modèles culturels et Commerce

- Modèle japonais
- Modèle indien
- Modèle scandinave
- Modèle allemand
- Modèle brésilien
- Modèle marocain

Misk Elkhitam

Chokran
Thanmirth

Muchas
gracias



Contacts

hassaneouacherine@yahoo.fr

philohassane@yahoo.fr

Mlih Docteur Zizouf (facebook)