

Un an de séminaires interculturels : Jacques Pateau fait le bilan

SMP doit devenir « notre entreprise »

Selon Jacques Pateau, conseiller d'entreprise de Compiègne et accompagnateur du processus d'intégration de SMP, nous avons passé un cap important : l'année dernière, de nombreux cadres et collaborateurs travaillant dans les différents sites français et allemands ont eu l'occasion de faire connaissance lors de séminaires interculturels. Maintenant, il s'agit de consolider la fusion de SMP en tant qu'entreprise et d'en souder les liens plus solidement.

Au cours des séminaires, les participants ont découvert à quel point il est important de comprendre et de respecter les comportements et les manières de penser typiques de part et d'autre de la frontière. Mais il nous reste une étape essentielle à franchir : « À présent, il s'agit de fusionner les process et les structures de travail », explique le spécialiste en intégration franco-allemande. « Tous les collaborateurs doivent penser à SMP avec les termes de « notre entreprise » et cela, même si le chemin pour y parvenir est encore long et parsemé d'écueils ».

Un terrain favorable

Les séminaires animés jusqu'à présent par Jacques Pateau et son équipe d'intervenants traitaient principalement de thèmes interculturels, ce qui a permis de créer un terrain favorable à l'entente et à une compréhension réciproque chez les cadres et les collabora-



Le professeur Jacques Pateau anime les séminaires interculturels.

teurs. « Les différences de mentalité ont été identifiées et assimilées, mais cela ne signifie pas forcément que les personnes concernées savent toujours exactement comment s'y prendre. C'est à cela qu'il faudra travailler lors des prochains séminaires », voilà comment Jacques Pateau résume la situation actuelle. Mais au bout du compte, selon le spécialiste en intégration franco-allemande,

les collaborateurs ont apprécié l'ambiance et la cordialité entre les participants.

Deuxième série à partir de l'automne

Avec une deuxième série de séminaires prévus à partir de l'automne, Jacques Pateau veut contribuer à l'accélération de ce processus d'intégration. « Il y a encore de nombreuses différences entre les sites allemands et français, qui bien qu'elles soient d'origine culturelle, nuisent à une véritable coopération. Il ne s'agit pas seulement de la gouvernance ou la manière de communiquer. Avant d'agir en ayant uniquement « notre entreprise » à l'esprit, les process et les bases de calcul doivent être modifiés. » À ce sujet, le spécialiste en intégration franco-allemande fait remarquer que l'on se heurtera certainement encore à quelques résistances. « Mais là où le respect mutuel et la tolérance augmentent, il est également toujours possible de trouver des solutions communes. »

Davantage de communication téléphonique suite au séminaire Vente

Tous les commerciaux allemands et français de la branche Industrie et Énergie ont participé à un séminaire d'une journée et demi à Leverkusen au mois de juin dernier. Il était animé par Helga Schenzer, une intervenante de l'équipe du professeur Jacques Pateau. Jusqu'à présent, ce genre de séminaire était réservé à l'intégration culturelle des cadres.

A l'issue de cette rencontre, un premier succès n'a pas tardé à se manifester : « on téléphone plus spontanément pour se mettre d'accord », rapporte Burkhard Schübbe, responsable des ventes en Europe pour les produits hydrauliques. En effet, faire connaissance de visu a contribué à simplifier les process de travail. Auparavant, le moyen de communication de prédilection était le courriel.

Selon le commercial, le dégel dans les relations est important pour une autre raison : « Désormais, nous pouvons travailler

sur une base de confiance commune et poursuivre la rationalisation des tâches afin d'éviter que le même travail ne soit effectué à la fois en France et en Allemagne. »

Le séminaire n'a pas seulement servi à prendre conscience de l'impact du facteur culturel sur le comportement de chacun.

« D'autres sujets ont été abordés, par exemple, comment nous allons améliorer les process de travail en vue de pouvoir suivre une stratégie commerciale commune », explique Barbara Hoffmann, directrice d'un service commercial du département Industrie et Commerce.



Le séminaire pour les commerciaux allemands et français de la branche Industrie et Énergie était très utile pour la collaboration.