**Suite étude de Hoffstoede** :

*3. Facteur clé du succès de rachat de Price Minister sur Rakuten.*

Plusieurs facteurs clés sont à relever dans cette opération de rachat :

* Volonté de s’adapter aux méthodes managériales japonaise
* Analyse fine de la situation culturelle française par le top management japonais.
* Nomination d’un responsable transition culturelle dont les recommandations sont suivies
* L’investissement personnel des manageurs français dans la transition (port de badge)
* Progressivité dans l’implantation des outils et des méthodes
* Favoriser l’apprentissage des clients européens
* Disponibilité et écoute des collaborateurs japonais
* Imposer une langue commune : anglais
* Effort du top management français pour apprendre le japonais
* Possibilité pour les collaborateurs intéressés d’apprendre le japonais

4. *Quelles leçons tirées de ces deux cas d’entreprises ?*

3 leçons à tirer :

* Culture managériale nationale influence fortement la culture des entreprises
* Il existe un risque potentiel de choc culturel lors d’un achat, d’une fusion ou encore d’une absorption d’entreprise
* Nécessite de réfléchir à la compatibilité des cultures d’entreprises avant tout opération de rapprochement et préparer la transition identitaire des collaborateurs.

**Synthèse :**

Hormis les facteurs de différenciation culturels de Hofstede on retrouve 4 facteurs supplémentaires :

* **La religion :** Si la religion en occident est devenue une affaire d’adhésion personnelle, elle exerce encore une forte pression sur les individus dans d’autres parties du monde
* **Mode de raisonnement et de management :** 2 types de raisonnements qui se retrouvent dans l’organisation de l’entreprise :
* Raisonnement inductif où l’on passe de l’observation des faits à une proposition et une élaboration de règles (fonctionnement anglo-saxon) 🡪 bottom up
* Raisonnement déductif. On va du général au particulier (du principe à la conséquence), c’est le fonctionnement français 🡪 top down
* **Contexte riche/pauvre en communication :** Il s’agit de l’ensemble des informations qui concourent à donner aux individus une signification à une situation. Dans une structure à contexte riche en communication, la communication est informelle, subjective et non-verbale. A l’inverse, dans une culture pauvre en communication, l’info est formelle et informelle (par exemple, les japonais qui ont des réseaux d’informations étroits dans le cadre de leur relations familiales et professionnelles, ils communiquent avec un contexte riche alors que les américains ont un contexte de communication pauvre.
* **Rapport au temps :** Il dépend de la culture.
* Pays monochrome (USA, GB, Suède) le temps est considéré comme une ressource qu’on ne gaspille pas. Les taches sont décomposées de manière séquentielle et le temps est rigoureusement planifié. Dans ces pays, le retard est mal perçu.
* Pays polychrome (Afrique, Asie sauf Japon, peuples latins)