

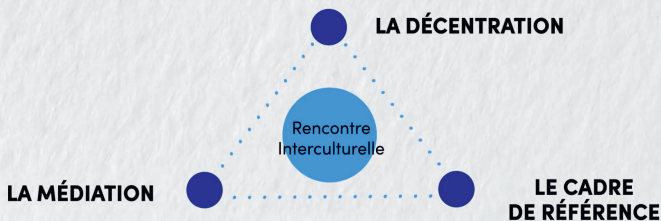
Introduction



LA COMMUNICATION INTERCULTURELLE



L'APPROCHE INTERCULTURELLE



Dans cette capsule, Loubna, médiatrice interculturelle et coordinatrice du département d'éducation populaire et communautaire du CARI de Saint-Laurent à Montréal présente certains fondements de l'approche interculturelle dans son quotidien. Elle aborde les notions de culture, de communication et de médiation interculturelles.

< <https://www.youtube.com/watch?v=SQ-doDDJy0> >



Témoignage de Rajaâ BEL MAHREZ,
« l'hybridité, nous on vit avec »

Rajaâ BEL MAHREZ, directrice de création, spécialisée dans le « branding » et fondatrice du « studio rue des consuls ». Diplômée de l'EDHEC et de l'IFM (Institut Français de la Mode), Rajaâ BEL MAHREZ a grandi au Val Fourré, quartier populaire de Mantes la Jolie d'un père ouvrier et d'une mère employée. Elle raconte son parcours sur le Bondy Blog, un média en ligne né au moment des révoltes urbaines de novembre 2005, après la mort de Zyed BENNA et Bouna TRAORE.

Fondé par le magazine suisse L'Hebdo dont la volonté était de donner la parole aux habitants des quartiers populaires, cette initiative impulsée par Serge MICHEL et Mohamed HAMIDI est toujours active et continue raconter le quotidien de celles et ceux que l'on n'entend pas ou dont la parole est déformée, stigmatisée, minoritaire.

Le message de Rajaâ BEL MAHREZ : **nous sommes tous multiculturels et c'est une véritable force à cultiver.**



< https://www.youtube.com/watch?v=o6R_m0KZzAo&t=2s >



Deux exemples de flops technologiques culturels en France

Le lave-linge à ultrason de sanyo, échec japonais en france

2001, l'entreprise japonaise Sanyo Electric fascine la presse spécialisée avec une nouvelle qui impressionne : Sanyo lance la première machine à laver le linge sans lessive ! Ce lave-linge ultra-moderne utilise des ondes ultrasonores et une électrolyse à la place de la lessive. Arrivée sur le marché français, cette machine aux promesses formidables d'économie de lessive et de sauvegarde de la qualité des eaux usées est un échec total. Pourquoi ? C'était sans compter sur la culture du linge à la française ! Nombre de fabricants d'électroménager ont échoué avant Sanyo dans la diffusion de leurs innovations dans ce secteur en France en raison d'une certaine idée du propre et du sale où le propre est moins l'absence de tâches que l'élimination des microbes, longtemps liée dans l'imaginaire à une formule alliant température élevée de l'eau et produit lessiviel.

Le cuiseur à riz combine machine à pain de SEB, un flop français au japon

2010, SEB souhaite surfer sur l'image « gastronome » de la France au Japon et la confiance des Japonais pour les arts ménagers culinaires français, gages de qualité et lance sa première machine à pain sur le territoire nippon. Les machines à pain sont alors un vrai succès en France. Pour rendre le produit plus attractif, l'entreprise à l'idée d'en faire un appareil multifonction, machine à pain et cuiseur à riz, pariant sur l'usage quotidien des Japonais des cuiseurs à riz. Grave erreur... c'était oublier l'importance de la culture du riz au Japon. Il est alors en effet inconcevable pour un Japonais de cuire du riz blanc dans un appareil également utilisé pour préparer un autre aliment contenant notamment de la farine de blé.

Pour aller plus loin

Nicolas NOVA, *Les Flops technologiques. Comprendre les échecs pour innover*, Limoges, Fyp éditions, 2011.



Cultures à haut contexte



Indirecte & implicite



Contexte important



Communication
non-verbal

Japon Chine
Inde Brésil
Maroc Russie
...

Cultures à bas contexte



Directe & explicite



Contexte
peu important



Non-verbal
peu important

France
États-Unis
Allemagne Norvège
Canada Suisse
Danemark
...

6 – Cultures à bas et haut contextes © Aurélie Brayet

