

## FORMER DES COLLABORATEURS EN CHINE

Pour apprendre à lire et à écrire, les jeunes Chinois doivent retenir une centaine de caractères. La mémorisation visuelle est donc pour eux le socle de tout apprentissage. Illustration : Diego Aranega



PAR  
**NATHALIE  
LORRAIN**,  
directrice  
associée  
d'itinéraires  
interculturels

ILLUSTRATION : STEPHANE TRAPIER

Hugo travaille au service marketing d'un groupe bancaire français. Il vient de passer une semaine dans la filiale de Shanghai. Sa mission : former ses collègues chinois sur une gamme de produits financiers afin qu'ils puissent démarcher de nouveaux clients en Asie.

Hugo avait déjà animé ce type de formation en Belgique et en Allemagne, il arrive donc confiant en Chine, maîtrisant parfaitement le déroulé de sa présentation PowerPoint. Les séances se passent plutôt bien, avec des participants attentifs. Mais une chose le trouble : on lui pose peu de questions et les interactions entre les membres du groupe sont rares... A la fin de la session, Hugo lance un tour de table et questionne ses collègues sur des points précis de son intervention. Il ne reçoit que des réponses vagues ou incertaines. Le bilan n'est pas positif : les participants chinois n'ont pas bien intégré le contenu de la formation.



**L'EXPLICATION.** Les styles d'apprentissage diffèrent selon les cultures et sont fortement influencés par l'initiation à l'écriture. La langue française est alphabétique. Au bout de deux ans, en moyenne, un enfant est capable de lire un texte de façon autonome. Les Chinois, eux, doivent retenir tout au long de leur vie des dizaines de milliers de caractères : le chinois courant requiert la maîtrise de 3 000 à 5 000 signes ! Les

enfants apprennent ainsi dès leur plus jeune âge à placer des signes dans un carré, pour former les caractères. Geste et image sont associés dans le cerveau : la mémoire motrice est autant sollicitée que la mémoire visuelle.

**LA SOLUTION.** Si vous devez réaliser un transfert d'expertise en Chine, faites évoluer votre pédagogie. Hugo a conservé une présentation efficace en Europe, mais qui ne l'est pas à Shanghai... La

mémoire des Chinois étant photographique, privilégiez une approche visuelle : vous leur permettrez d'intégrer plus facilement vos informations. Usez et abusez de photos, schémas et graphiques. Et bannissez la présentation PowerPoint linéaire, si structurée soit-elle, composée d'une succession de puces. En fin de journée, pensez à valider l'acquisition des connaissances par des questionnaires à choix multiples dans lesquels les Chinois excellent. ●

**Illustrez vos propos avec des photos, des schémas et des graphiques.**

### ➤ EN ITALIE, LE BEAU ET LE BUSINESS VONT DE PAIR

Boris travaille pour une PME spécialisée dans l'outillage industriel. Il a passé plusieurs jours dans le nord de l'Italie, pour démarcher des prospects. A son retour, il n'a qu'un mot à la bouche : «*Bellissima!*» Difficile de rédiger des comptes rendus quand les messages des Italiens sont si désordonnés, mais quel sens de l'esthétique ! Plusieurs clients ont souligné l'importance d'acheter de «*belles*» machines. Surprenant en France, mais pas dans la patrie du design !

### ➤ AUX ÉTATS-UNIS, "STRAIGHT TO THE POINT"

Amandine, Fabien et Isabelle sortent un peu dépités de leur réunion avec John, le nouveau directeur, fraîchement arrivé des États-Unis. La consigne du boss est claire : on ne peaufine plus les présentations PowerPoint durant des heures. Le masque doit être simple, sans fioriture. Quant aux diapos, elles doivent aller à l'essentiel : un contenu percutant, la mise en avant de concepts clés... Se concentrer sur la forme est une perte de temps, donc d'argent.