

Thèmes : Management interculturel franco-allemand > relation filiale – maison-mère > formation interculturelle franco-allemande > communication interculturelle franco-allemande



## Comment être sur la longueur d'ondes de sa maison-mère ?

**Article sur l'intervention de JPB, pionnier du coaching en management franco-allemand, auprès de Knorr Bremse France sur l'amélioration des relations avec sa maison-mère.**

Lisez l'interview de Pierre de Bartha sur la quintessence des deux jours de séminaires avec le COMEX élargi de Knorr Bremse France. L'interview a été publiée dans la revue interne RailExpress n°11.

Bonne lecture !

L'équipe de JPB Consulting

**Sujets traités par cet article**

Enjeux de séminaires interculturels franco-allemand, relation filiale – maison-mère franco-allemand, formation interculturelle franco-allemande, management franco-allemand, communication franco-allemandes



**FRANÇAIS ET ALLEMANDS : COMMENT ÊTRE SUR LA MÊME LONGUEUR D'ONDE ?**

Les membres du COMEX élargi ont participé à un séminaire destiné à faire évoluer la relation avec Munich. Il leur appartient d'être auprès de leurs équipes les ambassadeurs de ce nouvel état d'esprit. Une initiative très appréciée du groupe.

**P**ionnier du coaching en management franco-allemand et spécialiste des relations maison-mère/filiale, Pierre de Bartha a animé à la demande d'Eric Fassilly un séminaire de deux jours correspondant à l'un des chantiers de KBSF 2020 : l'amélioration des relations avec le groupe. Au préalable, le consultant avait recueilli les perceptions d'une douzaine de collaborateurs de KBSF et d'une dizaine de leurs collègues de Munich pour identifier les malentendus, les incompréhensions, les frustrations qui ont pu apparaître de part et d'autre au fil des échanges. C'est à partir de ce « baromètre de vécu », illustré par des situations concrètes, que les membres du COMEX élargi ont travaillé. « L'objectif n'était pas d'informer et de former mais de voir comment être sur la même longueur d'onde avec son interlocuteur, indique Pierre de Bartha. Il ne suffit pas de comprendre nos différences culturelles, il faut les accepter et automatiser les réflexes correspondants. »

**Démontrer, pas suggérer**

Un des grands classiques : « Nos collègues allemands ne nous font pas confiance, il faut en permanence se justifier. »

Pierre de Bartha décrypte : « Les Français doivent démontrer le bienfondé au lieu de se justifier. » Autre préjugé : « Croire qu'une filiale doit subir, dire amen. Certes, il est difficile de dire non à la maison mère mais il y a bien plus de chances d'être entendus qu'on l'imagine si on argumente. J'ai pu constater qu'à Tinquex on a tous les arguments nécessaires, il faut juste les mettre en forme, les vendre à la manière allemande. »

Qu'attend Munich de sa filiale française ?

« Qu'elle systématise, montre qu'elle a les processus sous contrôle. Cette approche très méthodique est fréquente en Allemagne mais elle est présente à la puissance 2 chez KB. » Facteur aggravant : « KB est en pleine mutation. Les Allemands sont préoccupés par leur propre changement d'organisation et ainsi moins ouverts aux problèmes de leurs filiales. Il est donc d'autant plus important d'utiliser les bons modes opératoires. » Et Pierre de Bartha de conclure : « On peut gagner des combats avec la maison-mère, non pas par une stratégie d'indépendance mais par une stratégie d'interdépendance, en se profilant comme expert du groupe sur certains sujets, en s'affirmant comme pôle d'excellence. Il n'y a pas de meilleure garantie de pérennité pour l'entreprise. » ■

## FRANÇAIS ET ALLEMANDS : COMMENT ÊTRE SUR LA MÊME LONGUEUR D'ONDE ?

Les membres du COMEX élargi ont participé à un séminaire destiné à faire évoluer la relation avec Munich. Il leur appartient d'être auprès de leurs équipes les ambassadeurs de ce nouvel état d'esprit. Une initiative très appréciée du groupe.



Pionnier du coaching en management franco-allemand et spécialiste des relations maison-mère/filiale, Pierre de Bartha a animé à la demande d'Eric Tassilly un séminaire de deux jours correspondant à l'un des chantiers de KBSF 2020 : l'amélioration des relations avec le groupe. Au préalable, le consultant avait recueilli les perceptions d'une douzaine de collaborateurs de KBSF et d'une dizaine de leurs collègues de Munich pour identifier les malentendus, les incompréhensions, les frustrations qui ont pu apparaître de part et d'autre au fil des échanges. C'est à partir de ce « baromètre de vécu », illustré par des situations concrètes, que les membres du COMEX élargi ont travaillé. « L'objectif n'était pas d'informer et de former mais de voir comment être sur la même longueur d'onde avec son interlocuteur, indique Pierre de Bartha. Il ne suffit pas de comprendre nos différences culturelles, il faut les accepter et automatiser les réflexes correspondants. »

### Démontrer, pas suggérer

Un des grands classiques : « Nos collègues allemands ne nous font pas confiance, il faut en permanence se justifier ».

Pierre de Bartha décode : « Les Français doivent démontrer le bienfondé au lieu de se justifier. » Autre préjugé : « Croire qu'une filiale doit subir, dire amen. Certes, il est difficile de dire non à la maison mère mais il y a bien plus de chances d'être entendus qu'on l'imagine si on argumente. J'ai pu constater qu'à Tinquieux on a tous les arguments nécessaires, il faut juste les mettre en forme, les vendre à la manière allemande. »

Qu'attend Munich de sa filiale française ?

« Qu'elle systématise, montre qu'elle a les processus sous contrôle. Cette approche très méthodique est fréquente en Allemagne mais elle est présente à la puissance 2 chez KB. » Facteur aggravant : « KB est en pleine mutation. Les Allemands sont préoccupés par leur propre changement d'organisation et ainsi moins ouverts aux problèmes de leurs filiales. Il est donc d'autant plus important d'utiliser les bons modes opératoires. » Et Pierre de Bartha de conclure : « On peut gagner des combats avec la maison-mère, non pas par une stratégie d'indépendance mais par une stratégie d'interdépendance, en se profilant comme expert du groupe sur certains sujets, en s'affirmant comme pôle d'excellence. Il n'y a pas de meilleure garantie de pérennité pour l'entreprise. » ■

Cet article du journal interne des collaborateurs de Knorr-Bremse France témoigne des enjeux que représentent pour une filiale d'optimiser l'efficacité des relations avec sa maison-mère.



**JPB Consulting**

**Leader en management franco-allemand depuis 1984**

**Contactez-nous pour diagnostiquer les éventuels symptômes perturbateurs de vos relations franco-allemandes !**

**01 39 16 95 17**

**[jpb@jpb.net](mailto:jpb@jpb.net)**



### **JPB Consulting - Coaching en management franco-allemand**

- Depuis 1984, JPB est pionnier de la résolution de dysfonctionnements business-culturels et relationnels franco-allemands
- Expertise développée auprès de plus de 20.000 managers et ingénieurs internationaux depuis plus de 30 ans
- Coaching, expertises et accompagnement de dirigeants, cadres expatriés, équipes et organisations, dans les entreprises et projets franco-allemands



**Pour approfondir le sujet, visitez notre site internet : [www.jpb.net](http://www.jpb.net)**

**Vous connaissez sûrement des collègues qui seraient intéressés par cet article.**

Partagez cette page qui peut les intéresser :



#### **Sujets traités par cet article**

Enjeux de séminaires interculturels franco-allemand, relation filiale – maison-mère franco-allemand, formation interculturelle franco-allemande, management franco-allemand, communication franco-allemandes