

Intercultural communication | La communication interculturelle

Bien que la culture italienne privilégie la responsabilité individuelle, les liens familiaux étroits jouent un rôle important. Cela signifie que les Italiens auront tendance à s'occuper d'eux-mêmes et de leur famille immédiate en premier. Vous pouvez trouver des différences régionales car les habitants du nord ont tendance à se concentrer sur leur famille nucléaire alors que les Italiens du sud partagent souvent la maison avec leur famille élargie. L'économie est dominée par de petites entreprises familiales, ce qui reflète la préférence des Italiens pour faire des affaires avec des personnes qu'ils connaissent déjà.

Le terme "bella figura" est souvent utilisé pour décrire la capacité à se présenter et à se comporter de manière honnête et formelle. C'est un élément clé de la culture d'entreprise italienne. Dans certaines régions d'Italie, en particulier dans le sud, le maintien de la "bella figura" est censé renforcer la beauté et la paix dans le monde. Dans la culture italienne, l'apparence et les opinions des autres sont considérées comme extrêmement importantes. Lorsque vous faites des affaires en Italie, il est essentiel de veiller à ce que toutes vos présentations et tous vos documents professionnels soient esthétiques pour vos homologues italiens.

Un aspect important de la culture italienne est constitué par les idées et les sentiments exprimés ouvertement par la plupart des Italiens. Les émotions ont tendance à couler facilement dans cette culture avec des gestes de la main expansifs et des contacts personnels étroits fréquemment rencontrés au cours des conversations italiennes. En conséquence, les Italiens sont souvent guidés par leurs sentiments et dans les situations d'affaires.