Économie et Organisation Administrative des Entreprises : 2 BAC Eco-SGC

Séance 7 (Les options stratégiques – Cours : Partie 1)

Professeur : Mr JABER Naoufal

Sommaire

I- La stratégie de la spécialisation

1-1/ Définition

1-2/ Modalités de la spécialisation

II- La stratégie de la diversification

2-1/ Définition

2-2/ Différentes stratégies de diversification

2-3/ Objectifs de la diversification

III- La stratégie d'intégration

3-1/ L'intégration verticale

3-2/ L'intégration horizontale

I- La stratégie de la spécialisation

1-1/ Définition

C'est une stratégie qui consiste à concentrer tous les efforts et toutes les ressources de E/ses sur un seul métier dans le but de dégager des avantages compétitifs.

Avantages :

- Maîtrise du métier.
- Gestion simple.
- Réalisation d'économies d'échelle.

Limites :

- Dépendance de l E/ses vis-à-vis d'un seul produit ou marché.
- Rigidité de la gestion et de l'organisation.

1-2/ Modalités de la spécialisation

Modalités	Définition / mot clé	Avantages	Limites

Domination par les coûts.	Réduire/baisse des prix, coûts, rationalisation des charges.	Plus de compétitivité grâce au prix bas.	Risque de négliger les investissements pour réduire les charges.
Différenciation	Produit a des caractéristiques spécifiques, se démarquer, innovation…	Plus de marges bénéficiaires.	Risques de l'imitation.
Stratégie du recentrage	Il consiste à revenir sur le métier de base ou les avantages compétitifs.	Plus de rentabilité grâce aux .A C.	Difficulté de trouver un acheteur…
Stratégie de niche	Se concentrer sur une partie du produit, soit un segment de clientèle.	Domination du marché…	Sources de vulnérabilité de E/ses.

II- La stratégie de la diversification

2-1/ Définition

C'est une stratégie qui consiste à élargir l'activité de l'entreprise vers de nouveaux marchés, de nouveaux produits.

Avantages

- Répartir les risques.
- Accéder à de nouveaux métiers et à de nouvelles compétences.

Limites

- Dispersion les ressources et les efforts.
- Gestion complexe /choix d'un mauvais secteur.

2-2/ Différentes stratégies de diversification

La diversification de placement

Elle permet à l'entreprise qui disposer de liquidités d'accroître son portefeuille d'activités ;

La diversification de redéploiement

Elle concerne les entreprises cherchant à se reconvertir hors de leur métier d'origine ;

La diversification de confortement

Stratégie par laquelle une entreprise renforce ses activités actuelles par des activités complémentaires ;

La diversification de survie

Elle correspond à une nécessité pour les entreprises dont l'avenir n'est plus assuré dans leur métier de base.

2-3/ Objectifs de la diversification

- Exploiter les synergies.
- Répartir les risques.
- Placer les excédents financiers.
- Augmenter la rentabilité.
- Compenser la saisonnalité des activités.
- Contrer un concurrent.

III- La stratégie d'intégration

3-1/ L'intégration verticale

Définition

Elle consiste à intégrer à l'activité de base de E/ses une activité complémentaire soit vers l'amont (fournisseurs), soit vers l'aval (clients).

L'intégration verticale traduit la diversification des activités d'une entreprise qui assure différentes étapes dans la transformation et la distribution d'un produit.

Avantages :

- Maîtriser les approvisionnements en termes de coûts, de qualité et de délai.
- Améliorer la rentabilité.

Limites :

- Gestion plus complexe et rigide.
- Coût très élevé sous effet de l'augmentation des frais fixe.

Formes d'intégration

- Intégration verticale amont qui consiste à intégrer des entreprises qui ont une position antérieure dans la filière (exemple : acquisition de fournisseurs).
- Intégration vertical aval qui consiste à intégrer des entreprises qui ont une position ultérieure dans la filière (exemple : acquisition des clients producteurs ou distributeurs).

L'intégration verticale permet de générer un avantage concurrentiel déterminant en matière de coûts et de qualité.

Une stratégie d'intégration verticale se justifie si l'entreprise espère augmenter sa rentabilité, son efficacité ou son contrôle et si la branche industrielle est appelée à une forte croissance.

3-2/ L'intégration horizontale

L'intégration horizontale (ou concentration horizontale) consiste pour une entreprise à étendre son réseau, en acquérant ou développant des activités économiques au même niveau de la chaîne de valeur que ses produits. Les acquisitions d'activités économiques peuvent être :

- Des entreprises concurrentes, avec pour conséquence de diminuer la concurrence ;
- Des activités commercialisant des produits similaires, avec l'objectif de se diversifier ;
- Des activités commercialisant des produits de substitution, ce qui diminue la menace des produits de substitution.