AlloSchool

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

Séance 8 (Les options stratégiques – Cours : Partie 2)

Professeur : Mr JABER Naoufal

Sommaire

IV- La stratégie d'internationalisation

4-1/ Définition

4-2/ Modalités d'internationalisation

V- La Stratégie d'impartition

5-1/ Définition

5-2/ Objectifs

5-3/ Formes de l'impartition

IV- La stratégie d'internationalisation

4-1/ Définition

L'internationalisation traduit la stratégie de développement de l'entreprise hors son marché national.

Elle correspond à la recherche d'avantages concurrentiels supplémentaires, tant au niveau des ventes qu'au niveau des coûts.

Elle consiste à développer les activités de production et distribution à l'échelle internationale

4-2/ Modalités d'internationalisation

- Exportation
- Réseau de distribution
- Création des filiales
- Investissement étranger (IDE)
- Joint-venture
- Contrat de partenariat…

V- La Stratégie d'impartition

5-1/ Définition

L'impartition est une alliance ou un partenariat stratégique. Elle se caractérise par l'association de plusieurs entreprises qui restent indépendantes, voir même concurrentes.

Cette relation de coopération est limitée, progressive et réversible.

5-2/ Objectifs

Différentes raisons poussent les entreprises à s'allier avec des partenaires qualifiés :

- Réduire les coûts en les partageant.
- Rentabiliser des investissements.
- Rechercher la taille critique.
- Accéder à de nouveaux marchés.

5-3/ Formes de l'impartition

La sous-traitance

Définition :

C'est un contrat par lequel une entreprise confie à une autre entreprise sous-traitante une partie de production.

Exemple :

RENAULT avec la société de câblage (YAZAKI)

Avantages :

- Réduire les coûts de production.
- Assurer la qualité des produits grâce la spécialisation de sous-traitants.

La franchise

Définition :

C'est un contrat qui lié un franchiseur à un franchisé pour donner le droit d'exploiter sa marque pour vendre ses produits.

Exemple :

MACDONALD. ZARA…

Avantages :

- Élargir la part de marché.
- Accélérer la rentabilité de marché.

La concession

Définition :

C'est un contrat qui lie un concessionnaire à un concédant pour donner l'exclusivité de commercialiser son produit sur une zone déterminée.

Exemple :

FORD avec AUTOHALL

Avantages :

- Remédier à la saturation du marché national.

La filiale commune (joint-venture)

Définition :

C'est une entreprise financée et détenue à parts égales par deux ou plusieurs entreprises. (joint-venture).

Avantages :

- Réaliser l'économie d'échelle.
- Mettre en commun les compétences

Le groupement d'intérêts économiques

Définition :

Deux ou plusieurs entreprises font des actions communes dans le cadre de GIE en mettant en commun des activités et des moyens.

Exemple :

Entreprises de transport, stockage…

Avantages :

- Regrouper des moyens financiers pour faire des recherches coûteuses.