

1. L'internationalisation des entreprises :

L'internationalisation peut se définir comme étant la stratégie par laquelle une entreprise exerce une activité économique hors de son pays d'origine soit par le biais du commerce international (import/export), de l'investissement direct à l'étranger ou par d'autres modalités de collaboration ou de concession de licence.

1.1. Les modalités d'internationalisation

1.1.1. Le commerce international (section1) : est la phase primaire de l'internationalisation des entreprises.

1.1.2. L'investissement direct à l'étranger : les IDE sont des mouvements internationaux de capitaux réalisés en vue de créer, développer ou maintenir une filiale à l'étranger et/ou exercer le contrôle (influence significative) sur la gestion d'une entreprise étrangère. Ce stratégie est réalisés soit par la création de filiale, soit par la fusion avec ou l'acquisition d'une entreprise locale.

1.1.2.1. Les avantages et les inconvénients (création de filiale, fusion/acquisition)

	Les avantages	Les inconvénients
Création d'une filiale	*Développement progressif, donc mieux maîtrisable; *Culture de l'entreprise renforcée; *Valorisation de l'expérience acquise ; *Image de bâtisseur.	*Lenteur du processus; *Risque de réactivité plus grande de la concurrence; *Difficulté du financement.
Fusion/Acquisition	*La rapidité de développement : acquérir des positions déjà acquises (part de marché, implantation internationale) ou des compétences déjà développées.	*Inadaptation de la cible aux objectifs stratégiques et risque de synergie négative; *Difficulté d'intégrer l'entreprise rachetée dans le groupe; *Incompatibilité du SI, organisation, culture.

3.1.3. Le partenariat :

Est une coopération, une collaboration d'une ou plusieurs entreprises qui mettent en œuvre des moyens et des compétences communes pour la réalisation d'un projet déterminé en

partageant les gains et les pertes, les responsabilités et les risques ainsi que la prise de décision. Elle prend le plus souvent la forme d'une joint-venture.

Exemple : les contrats de joint-venture dans le domaine des hydrocarbures de Sonatrach et BP.

➤ **Les avantages**

- La joint-venture est moins coûteuse qu'une filiale détenue à 100 %;
- Le partenaire connaît bien l'environnement (marchés, réglementations...);
- Le partenaire possède une infrastructure locale.

➤ **Les inconvénients**

- Répartition du capital (50/50 versus 51/49) et du pouvoir de décision;
- Répartition des pouvoirs dans le management opérationnel;
- Répartition entre maison mère et management local;
- Répartition des bénéfices.

3.1.4. La concession de licence

C'est une forme d'entrée sur le marché impliquant deux entreprises, celle qui délivre la licence et celle la recevant. Où l'entreprise qui délivre autorise celle qui reçoit à utiliser sa propriété intellectuelle pour une durée donnée.

Exemple : les concessionnaires automobiles.

➤ **Les avantages**

- Les coûts relativement faibles;
- Facilité d'accès à un marché protégé;
- Réactivation d'une propriété intellectuelle limitée sur le marché interne.

➤ **Les inconvénients**

- Les coûts d'opportunité
- La part des bénéfices est limitée à un niveau de royalties défini;
- Utilisation des droits intellectuels délivrés à ses propres fins et devient principal concurrent.

3.1.5. L'octroi de Franchise

C'est une forme de concession de licence qui concerne: une marque déposée ou une technique marketing en contrepartie de royalties. Celle-ci est souvent accompagnée d'un service d'assistance et de formation du personnel.

Exemple : Tchik-lait Candia.

➤ **Les avantages**

- Le franchiseur bénéficie de royalties.
- L'opportunité pour le franchisé d'entrer dans une industrie sans avoir à subir les coûts initiaux de développement des produits;
- Le franchisé entre dans un business où il y'a une demande bien établie;

➤ **Les inconvénients**

- Difficulté de mise en œuvre des contrats engendrant des problèmes d'ordre juridique;
- Le franchisé peut prendre le risque de mettre sur le marché des produits de moindre qualité que ceux du franchiseur;
- Le franchisé peut prendre le risque de mettre sur le marché des produits de moindre qualité que ceux du franchiseur.

3.1.6. Les contrats de management

C'est une sorte de concession de licence d'expertise technique ou managériale.

Exemple: contrat de la société des aéroports britannique avec la société de l'aéroport d'Alanta dans le but de moderniser l'aéroport existant (locaux, formation et personnel technique...)

➤ **Les avantages**

- L'avantage pour l'entreprise bénéficiaire: une expertise managériale immédiatement exploitable pour une gestion efficace des opérations et la formation du personnel clé.
- L'avantage pour l'entreprise contractante: exploiter ses compétences et ressources managériales au plan mondial.

➤ **Les inconvénients :**

- L'inconvénient pour l'entreprise bénéficiaire: la forte dépendance par rapport à la technologie de l'entreprise contractante.
- L'inconvénient pour l'entreprise contractante: le transfert des compétences peut induire la création d'un concurrent potentiel.

3.2. Les raisons de l'internationalisation :

- Éviter les barrières protectionnistes (tarifs douaniers, législation...);
- La conquête des marchés internationaux (réalisation des économies d'échelles et étendre le cycle de vie du produit...);
- Accéder aux sources d'inputs spécifiques (main d'œuvre peu coûteuse, MP, connaissances et compétences techniques, climat adapté...)
- Tirer profit des incitations offertes par les gouvernements (assistance financière pour couvrir une partie des coûts initiaux, taux d'imposition favorable...)
- La répartition du risque : avoir un portefeuille d'activité diversifié et dans des zones géographiques différentes;
- Faire face à la concurrence.

3.3. Le processus d'internationalisation :

Lorsqu'une entreprise éprouve le besoin de s'internationaliser celle-ci doit s'interroger sur les trois variables suivantes :

- **L'ownership (propriété):** quelle est la nature des actifs et les AC propres à l'entreprise?
- **La localisation:** quel est l'avantage comparatif du pays d'accueil? (cout de MOD, ressources naturelles, importance de la localisation géographique...)
- **L'internalisation:** que faire sois même et que partager avec ses partenaires?

3.4. Les risques de l'internationalisation

- Éloignement géographique et culturel du pays ;
- Augmentation des risques: politiques, économiques;
- La difficulté de la gestion et la complexité organisationnelle;
- La difficulté et le cout engendré par l'adaptation du produit, de la gestion, des techniques marketing au pays d'accueil.