

Table des matières

Remerciements	11
Introduction	13
Partie 1. Internationalisation des PME, choix de la localisation et stratégies tête-de-pont : une revue de la littérature	19
Chapitre 1. Stratégies d'internationalisation des PME	23
1.1. Internationalisation incrémentale : présentation des modèles d'origine	25
1.1.1. Le modèle d'Uppsala	25
1.1.1.1. Aspects statiques	27
1.1.1.2. Aspects de changement	28
1.1.2. Les modèles d'innovation : l'internationalisation comme innovation pour l'entreprise	29
1.2. Contributions et limites des modèles processuels	33
1.2.1. L'étendue des activités observées	33
1.2.2. Les modes d'opération et d'engagement à l'étranger	34
1.2.3. La dynamique du processus	34
1.2.4. La méthodologie utilisée	34
1.3. Les modèles processuels revisités	35
1.3.1. Le modèle d'Uppsala revisité : l'importance des réseaux d'affaires	35
1.3.2. Les modèles d'innovation revisités : rôle moteur des technologies	38

1.4. Le défi de l'entrepreneuriat international	39
1.4.1. Entrepreneuriat international et internationalisation précoce et rapide	39
1.4.1.1. Les entreprises <i>born global</i> : le concept le plus répandu dans la littérature	40
1.4.1.2. Les <i>international new ventures</i> : un cadre théorique de référence	41
1.4.2. Expansion précoce <i>versus</i> processuelle	42
1.4.3. Les <i>born-again global</i> : à la croisée des approches incrémentales et <i>born global</i>	45
1.5. Conclusion	45

Chapitre 2. Stratégies de localisation des PME 47

2.1. Les stratégies de localisation.	48
2.1.1. Les motivations externes à l'IDE.	51
2.1.1.1. L'accès au marché	51
2.1.1.2. L'accès aux ressources naturelles et humaines	55
2.1.1.3. Le gain d'efficacité	57
2.1.1.4. L'accès aux actifs stratégiques	58
2.1.2. Les facteurs internes du choix de la localisation.	61
2.1.2.1. L'orientation internationale du dirigeant : un facteur clé de succès du développement à l'étranger	62
2.1.2.2. Les réseaux, catalyseurs de l'expansion internationale.	64
2.2. Les stratégies tête-de-pont	68
2.3. Conclusion	79

Partie 2. Méthodologie de la recherche et présentation de l'étude empirique 85

Chapitre 3. Epistémologie et méthodologie de la recherche. 87

3.1. Une recherche qualitative	87
3.1.1. Un positionnement interprétativiste	88
3.1.2. Une recherche abductive.	90
3.1.3. Une démarche de recherche hybride	91
3.1.4. L'étude de cas comme stratégie d'accès au réel	91
3.2. Etude de cas multiples : le choix de cinq PME manufacturières.	94
3.2.1. Critères d'échantillonnage théorique et sélection des cas	94
3.2.2. Définition du champ d'investigation et de l'unité d'analyse.	95

3.3. Collecte des données	98
3.3.1. La collecte des données primaires	98
3.3.1.1. L'entretien semi-directif, mode de recueil privilégié des données primaires	99
3.3.1.2. L'observation non participante	104
3.3.2. La collecte des données secondaires	105
3.4. Traitement des données	106
3.4.1. Analyse de contenu : fondements et application à nos travaux . . .	106
3.4.2. Qualité et légitimité des connaissances produites	109
Chapitre 4. L'internationalisation des cinq PME	113
4.1. Le cas du groupe ABC	114
4.1.1. Les caractéristiques du groupe ABC	114
4.1.2. Les principales phases de développement international du groupe ABC	117
4.2. Le cas de l'entreprise SLAT	124
4.2.1. Les caractéristiques de l'entreprise SLAT	124
4.2.2. Les principales phases de développement international de l'entreprise SLAT	128
4.3. Le cas de l'entreprise Emball'iso	134
4.3.1. Les caractéristiques de l'entreprise Emball'iso	134
4.3.2. Les principales phases de développement international de l'entreprise Emball'iso	136
4.4. Le cas de l'entreprise Mixel Agitateurs	141
4.4.1. Les caractéristiques de l'entreprise Mixel Agitateurs	141
4.4.2. Les principales phases de développement international de l'entreprise Mixel Agitateurs	143
4.5. Le cas de l'entreprise Hydrola	151
4.5.1. Les caractéristiques de l'entreprise Hydrola	151
4.5.2. Les principales phases de développement international de l'entreprise Hydrola	154
4.6. Synthèse des cinq cas	157
Partie 3. Déploiement des stratégies tête-de-pont : motivations, actions et difficultés	167
Chapitre 5. Les motivations à la mise en place des stratégies tête-de-pont	171
5.1. Analyse intra-cas des motivations	172
5.1.1. Le cas du groupe ABC	172

5.1.1.1. Motivations liées à l'entreprise.	172
5.1.1.2. Motivations liées aux réseaux	175
5.1.1.3. Motivations liées aux pays tête-de-pont et cibles	176
5.1.2. Le cas de l'entreprise SLAT.	180
5.1.2.1. Motivations liées à l'entreprise.	180
5.1.2.2. Motivations liées aux réseaux	182
5.1.2.3. Motivations liées aux pays tête-de-pont et cibles	183
5.1.3. Le cas de l'entreprise Emball'iso.	185
5.1.3.1. Motivations liées à l'entreprise.	186
5.1.3.2. Motivations liées aux réseaux	187
5.1.3.3. Motivations liées aux pays tête-de-pont et cibles	189
5.1.4. Le cas de l'entreprise Mixel Agitateurs	192
5.1.4.1. Motivations liées à l'entreprise.	192
5.1.4.2. Motivations liées aux réseaux	195
5.1.4.3. Motivations liées aux pays tête-de-pont et cibles	197
5.1.5. Le cas de l'entreprise Hydrola	200
5.1.5.1. Motivations liées à l'entreprise.	200
5.1.5.2. Motivations liées aux réseaux	202
5.1.5.3. Motivations liées aux pays tête-de-pont et cibles	204
5.2. Motivations des PME : le rôle clé des facteurs internes et des réseaux	211
5.2.1. Motivations communes aux cinq cas de PME	211
5.2.2. Motivations partiellement partagées par les PME	215
5.2.2.1. Type de filiale tête-de-pont	216
5.2.2.2. Degré d'internationalisation des entreprises	217
5.2.2.3. Expérience antérieure dans les pays cibles	220
5.2.2.4. Stade d'engagement et localisation des filiales tête-de-pont et des pays cibles	221
5.2.3. Motivations spécifiques	224
5.3. Conclusion	229

Chapitre 6. La mise en œuvre des stratégies tête-de-pont 233

6.1. Analyse intra-cas	233
6.1.1. Le cas du groupe ABC.	233
6.1.1.1. Choix des pays cibles	234
6.1.1.2. Identification des produits et activités à délocaliser dans le pays tête-de-pont	235
6.1.1.3. Estimation des coûts, avantages et inconvénients potentiels	236
6.1.1.4. Difficultés rencontrées par le groupe ABC.	237

6.1.2. Le cas de l'entreprise SLAT.	242
6.1.2.1. Consolidation de la filiale.	242
6.1.2.2. Etude du marché polonais.	242
6.1.2.3. Actions nécessaires à la mise en place de la stratégie	244
6.1.2.4. Difficultés rencontrées par SLAT	246
6.1.3. Le cas de l'entreprise Emball'iso.	252
6.1.3.1. Recrutement d'employés locaux expérimentés	252
6.1.3.2. Investissement dans les systèmes d'information	253
6.1.3.3. Formalisation des documents et procédures	255
6.1.3.4. Certification des filiales aux normes internationales et formation continue des employés.	256
6.1.3.5. Difficultés rencontrées par Emball'iso	256
6.1.4. Le cas de l'entreprise Mixel Agitateurs	262
6.1.4.1. Réalisation d'exportations sporadiques.	262
6.1.4.2. Recrutement d'un nouveau directeur de filiale et renforcement des effectifs en France.	263
6.1.4.3. Réalisation d'études des marchés tiers	265
6.1.4.4. Formalisation des documents et harmonisation des systèmes d'information.	266
6.1.4.5. Consolidations et veille sur les appels d'offres	268
6.1.4.6. Difficultés rencontrées par Mixel Agitateurs	269
6.1.5. Le cas de l'entreprise Hydrola	276
6.1.5.1. Exportations sporadiques et études de marché dans les pays tiers	276
6.1.5.2. Recrutement de salariés locaux	278
6.1.5.3. Formalisation des documents et procédures et couverture contre les risques	279
6.1.5.4. Harmonisation des systèmes d'information	280
6.1.5.5. Augmentation du niveau d'engagement local	282
6.1.5.6. Difficultés rencontrées par Hydrola	283
6.2. Déploiement des stratégies tête-de-pont par les PME : entre accélération du développement international et complexification des opérations	293
6.2.1. Processus de déploiement des stratégies tête-de-pont : le rôle clé des réseaux	293
6.2.1.1. Exportations sporadiques	293
6.2.1.2. Etude des marchés cibles	295
6.2.1.3. Harmonisation des systèmes d'information et formalisation des documents et procédures	299
6.2.1.4. Augmentation du niveau d'engagement local	303

6.2.2. Les difficultés rencontrées par les PME	308
6.2.2.1. Les difficultés organisationnelles	308
6.2.2.2. Les difficultés externes	313
6.3. Conclusion	321
Conclusion	325
Bibliographie	333
Index	353