

	Up ! Enhanced Management	Première édition
	11 L'international 11.3 La stratégie d'entreprise	http://www.up-comp.com contact@up-comp.com

soit en terme de partage de ressources.

La stratégie consiste à répartir les opérations de la chaîne de valeur de l'offre de produits et de services entre les différentes localisations, en s'appuyant sur les liens forts entre ces dernières, dans le but de maximiser l'avantage concurrentiel ou de minimiser ses coûts.

Les principaux liens entre les implantations sont les suivants :

- Culturel.
- Environnemental.
- Financier.
- Politique.
- Technologique.

Les principaux critères indiquant la typologie d'une industrie :

	Critères
Globalisation	Coût important de la R&D en terme de pourcentage du chiffre d'affaires. Cycle de vie des technologies ou des produits court. Economie d'échelle pour les achats ou la production pour une industrie à volume. Marketing uniforme : marque, communication, produit. Taille de l'unité de production comparable à la taille du marché mondial. Optimal des avantages concurrentiels ou des ressources géographiquement dispersées. Clients globaux.
Multi-domestique	En fonction des zones géographiques : <ul style="list-style-type: none"> • Différences dans les préférences, les modes de consommation des clients. • Différences dans les modes de distribution. • Différences dans le niveau économique. • Différences dans le niveau technologique. • Différences dans les normes ou les lois – protectionnisme ou quotas. • Difficulté de stockage ou de transport des produits ou coûts élevés. Forte concurrence nationale ou préférence nationale.

Tableau 472 – L'industrie globale versus l'industrie multi-domestique

a

Une entreprise a intérêt à **globaliser** une activité dès lors qu'elle renforce son avantage concurrentiel ou que les bénéfices tirés de l'opération dépassent les coûts engendrés. Ces derniers proviennent essentiellement de la gestion des contraintes qui sont énoncées dans les paragraphes suivants.

Une entreprise a d'autant plus intérêt à globaliser que ses concurrents ne l'ont pas encore fait. Tout repose sur, d'une part, les besoins de flexibilité et réactivité – l'approche marché – et, d'autre part, les besoins d'intégration – l'approche ressources :