

Dirigé par
Olivier MEIER 

Stratégies de croissance

Fusions-acquisitions
Alliances stratégiques
Développement interne

DUNOD

Stratégies de croissance

Consultez nos parutions sur dunod.com

Dunod Éditeur, édition de livres, Microsoft Press, ETST, Ediscience, Intédunod

Recherche OK Collections Index thématiques

Mon compte

DUNOD Ediscience ETST Microsoft Press

Accueil Contacts

Interviews

Reinventer les RH : urgence !
Gilles Verrier

Ramesses 2000 : exigez la nouvelle formule !
Thierry de Montfort

→ toutes les interviews

Club Enseignants
→ Inscrivez-vous !

Evénements

Découvrez le **vidéoblog**
Profession dirigeant

En librairie ce mois-ci

Développement personnel et coaching : découvrez le **NOUVEAU SITE**
dunodcoaching.com

Sciences et Techniques Informatique Gestion et Management Sciences Humaines

Nouveautés - Nouveautés - Nouveautés - Nouveautés -

Bacchus 2008
Enjeux, stratégies et pratiques dans la filière vitivinicole
Jean-Pierre Couderec, Hervé Hannin, Francis d'Hautville, Etienne Montagne

Profession dirigeant
De la conception du changement à l'action
Gérard Roth, Michal Kuryla

PYTHON
Petit guide à l'usage du développeur agile
Tarek Ziadé

100 petites expériences de psychologie du sport
pour mieux comprendre les champions... et les autres
Yvan Paquet, Pascal Legrain, Elizabeth Rosnet, Blanche Rusinek

LES BIBLIOTHEQUES THEMATIQUES

- Bibliothèque du DSI
- Gestion industrielle
- Médiens de la signe et du din
- Marketing et Communication
- Directeur d'établissement social et médico-social
- Toutes les bibliothèques

LES NEWSLETTERS

- Actes sociale
- Psychologie
- Développement personnel et Bien-être
- Entreprises
- Expertise comptable
- Informatique et TIC
- Industrie
- Toutes les newsletters

bibliothèques des régions newarkite Microsoft Press ediscience.net dunod-coaching.com
foncée Kyste

Dirigé par
Olivier MEIER

Stratégies de croissance

Fusions-acquisitions
Alliances stratégiques
Développement interne

DUNOD

Le pictogramme qui figure ci-contre mérite une explication. Son objet est d'alerter le lecteur sur la menace que représente pour l'avenir de l'écrit, particulièrement dans le domaine de l'édition technique et universitaire, le développement massif du photocopillage.

Le Code de la propriété intellectuelle du 1^{er} juillet 1992 interdit en effet expressément la photocopie à usage collectif sans autorisation des ayants droit. Or, cette pratique s'est généralisée dans les établissements

d'enseignement supérieur, provoquant une baisse brutale des achats de livres et de revues, au point que la possibilité même pour

les auteurs de créer des œuvres nouvelles et de les faire éditer correctement est aujourd'hui menacée. Nous rappelons donc que toute reproduction, partielle ou totale, de la présente publication est interdite sans autorisation de l'auteur, de son éditeur ou du Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris).



© Dunod, Paris, 2009
ISBN 978-2-10-053769-3

Le Code de la propriété intellectuelle n'autorisant, aux termes de l'article L. 122-5, 2° et 3° a), d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, « toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite » (art. L. 122-4).

Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles L. 335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

SOMMAIRE

Contributeurs	VII
Préface	IX
Pierre-Xavier Meschi	
Introduction	
Voyage au cœur de la croissance des organisations	1
Fabien Blanchot	
Olivier Meier	
1 Création et croissance des jeunes entreprises innovantes	9
Cécile Ayerbe	
Michel Bernasconi	
2 La croissance interne des très petites entreprises	21
Jean-Claude Pacitto	
Audrey Missonier	
3 Alliance stratégique et croissance de la très petite entreprise	33
Annabelle Jaouen	
4 De la croissance de la firme selon une approche interne : génération, acquisition et combinaison de ressources	47
Jean-philippe Timsit	
5 Croissance interne et R & D : une approche par les mécanismes de transferts de technologies	61
Michel Barabel	
Jean-Philippe Timsit	
6 Innovation stratégique et croissance des PME : le paradoxe d'Icare	75
Frédéric Le Roy	
Saïd Yami	

7 La reprise des sociétés familiales	89
Katherine Gundolf	
8 Les alliances entre la grande entreprise et les petites sociétés innovantes	99
Olivier Meier	
Audrey Missonier	
9 Les alliances entre grandes entreprises : le cas des <i>joint ventures</i>	109
Pierre-Xavier Meschi	
10 La gestion stratégique des portefeuilles d'alliances	127
Fabien Blanchot	
Raymond Guillouzo	
11 Le management stratégique des fusions acquisitions : motifs, effets et conditions de réussite	145
Fabien Blanchot	
Conclusion	161
Olivier Meier	
Bibliographie	165
Index	183
Table des matières	187

CONTRIBUTEURS

Cécile AYERBE est maître de conférences à l'Université de Nice Sophia Antipolis et membre du GREDEG -CNRS UMR 6227.

Michel BARABEL est maître de conférences à l'Université Paris 12 et membre de l'Institut de recherche en gestion.

Michel BERNASCONI est Professeur au Ceram Business School.

Fabien BLANCHOT est maître de conférences à l'Université Paris Dauphine et chercheur au DRM-CREPA.

Raymond GUILLOUZO est maître de conférences HDR à l'Université de Rennes 2 et membre du LESSOR.

Katherine GUNDOLF est Professeur au Groupe Sup. de Co. Montpellier et chercheuse au Cerom.

Annabelle JAUEN est professeur au Groupe Sup. de Co. Montpellier et chercheuse au Cerom.

Frédéric LE ROY est Professeur à l'Université de Montpellier 1 (EFRI) et au sein du Groupe Sup. de Co. Montpellier.

Olivier MEIER est maître de conférences à l'Université Paris 12 et membre de l'Institut de recherche en gestion.

Pierre-Xavier MESCHI est Professeur à l'Université de la Méditerranée et au Ceram Business School.

Audrey MISSONIER est Professeur au Groupe Sup. de Co. Montpellier et chercheuse au Cerom.

Jean-Claude PACITTO est maître de conférences à l'Université Paris 12 et membre de l'Institut de recherche en gestion.

Jean-Philippe TIMSIT est Professeur de politique générale d'entreprise à l'ICD Paris.

Saïd YAMI est maître de conférences à l'Université Montpellier 1 (ERFI).

PRÉFACE

Pierre-Xavier MESCHI
Professeur des Universités
Université de la Méditerranée & Ceram Business School

Croissance et entreprise sont les deux mots clés de cet ouvrage. On serait même tenté de dire qu'il s'agit là d'un même et unique mot-clé tant la croissance est inséparable, voire consubstantielle, de l'entreprise. Envisagée selon les théories de la firme, soit comme un nœud de contrats, soit comme un système d'éléments inter-reliés, soit encore comme un portefeuille de ressources, l'entreprise pourrait aussi se définir comme un vecteur de croissance, pour reprendre la terminologie d'Igor Ansoff. Toute entreprise, à un moment ou à un autre de son histoire, est amenée à s'interroger sur l'opportunité de consolider sa position concurrentielle, de lancer un nouveau produit, de s'internationaliser, de conquérir de nouveaux marchés ou de s'engager dans un nouveau métier. Qu'elle le formalise et le planifie ou qu'elle agisse de manière intuitive, l'entreprise fait des choix de croissance, et cela à différentes périodes de son cycle de vie. Ces choix de croissance renvoient aux quatre grandes stratégies définies par Igor Ansoff en 1965 dans sa matrice « produits (actuels, nouveaux)/missions (actuelles, nouvelles) »¹. Il s'agit de la pénétration de marché et de la spécialisation, du développement de marché, de l'extension de gamme et de la diversification.

Aujourd'hui encore cette matrice conserve toute sa pertinence pour comprendre et identifier les différents axes de croissance qui s'offrent à l'entreprise. Cette matrice est pertinente pour la grande entreprise et la multinationale, elle l'est également pour la PME en croissance. Plus que toute autre organisation, la PME en forte croissance ou en hypercroissance, celle

1. Ansoff H. I. (1965, 1971 pour l'édition française), *Stratégie du développement de l'entreprise*, Éditions Hommes et Techniques, Paris.