



Les Notions de la Corpo

Chers étudiants, ça y est, le semestre touche à sa fin. Mais pour bien profiter de l'été et éviter les rattrapages, la case des partiels semble inévitable !

Depuis maintenant 85 ans la Corpo Assas accompagne les étudiants dans tous les domaines de la vie universitaire, et pour la première fois cette année vous propose des fiches notions, ces fiches sont écrites par nos membres dans le but de favoriser l'entraide étudiants ainsi que de vous aider dans l'apprentissage de certaines notions clés d'une matière, sans reprendre le cours du professeur.

Effectivement, ces fiches sont là pour vous orienter, elles sont faites par des étudiants et ne sont en aucun cas un substitut à ce qui a été enseigné en TD ou en cours car elles ne se basent que sur les recherches et l'apprentissage personnelles de nos membres.

Si jamais il vous venait des questions, n'hésitez pas à nous envoyer un message sur la page Facebook Corpo Assas ou à Alice Faracci, Manfred Coudert, Titouan Tardy et Iris De Laporte.

➤ **Comment valider votre année ?** Pour les L1 :

Il faut tout d'abord rappeler que toutes vos notes se compensent. Pour valider de la manière la plus simple votre année, il vous faut valider vos blocs de matières fondamentales mais aussi vos blocs de matières complémentaires. Cependant, le calcul peut s'avérer plus complexe...

Chaque fin de semestre est marquée par des examens qui constituent l'épine dorsale de la validation de votre année. Bon nombre d'autres possibilités vous sont proposées pour engranger un maximum de points et limiter ainsi l'impact de vos partiels. Chacun de vos chargés de TD va vous attribuer une note sur 20 à l'issue du semestre. Vos TD de matières fondamentales comptent donc autant que l'examen écrit, lui aussi noté sur 20. Cet examen s'effectue en 3h et nécessite un exercice de rédaction. Sur un semestre, une matière fondamentale peut donc vous rapporter jusqu'à 40 points. Seuls 20 points sont nécessaires à la validation de la matière. Pour valider votre bloc de fondamentales, il vous faut donc obtenir 40 points en additionnant vos notes de TD et vos notes aux partiels. Si toutefois vous n'obtenez pas ces 40 points, vous repasserez en septembre,

lors de la session de rattrapage, la ou les matières que vous n'auriez pas validée(s).

Attention : le passage par septembre annule votre note de TD obtenue dans la matière. Pour les L2 :

Le principe est similaire, à la différence qu'il y a plus de matières fondamentales et plus de matières complémentaires.

Conclusion simple : travailler toutes les matières un minimum en mettant l'accent sur les TD et les matières fondamentales (les plus gros coefficients) vous permettra de maximiser vos chances de valider votre année du premier coup et ainsi éviter l'écueil des rattrapages de septembre.

➤ Système de compensation et session de septembre

Si, au sein même des unités d'enseignement, les matières se compensent, les blocs peuvent aussi se

compenser entre eux à la fin de l'année. Ainsi, si vous obtenez une moyenne générale sur l'année de 10/20, votre passage est assuré.

En cas d'échec lors des sessions de janvier et de juin, une seconde chance vous est offerte en septembre.

Attention, contrairement aux idées reçues, les rattrapages ne sont pas plus faciles, ils sont connus pour être notés plus sévèrement. Toutes les matières des blocs non validés où vous n'avez pas eu la moyenne sont à repasser. S'il s'agit d'une matière à TD, la note de TD est annulée (même si vous avez été défaillant), de sorte que la note obtenue en septembre compte double (8/20 revient à 16/40). Les points d'avance acquis lors de l'année (points au-dessus de la moyenne lors de la validation d'un bloc) sont valables après les rattrapages et permettent donc la compensation finale comme décrite précédemment.

A noter que le jury peut vous accorder quelques points pour l'obtention de votre année, notamment dans le cas d'un étudiant sérieux en TD... A bon entendeur !

Pour les L1, le passage en deuxième année peut aussi se faire en conditionnel, pour cela il vous faut valider les deux unités d'enseignement fondamental et une unité d'enseignement complémentaire tout en sachant que l'autre unité complémentaire sera à repasser en L2.



Le développement de l'entreprise à l'international

A. Les possibilités de l'internationalisation

Les 5 phases du « sentier de développement »

- La phase 1 : peu d'avantages spécifiques et d'avantages de localisation ou d'internationalisation, ce qui conduit à de faibles exportations et peu, voire pas d'IDE.
- La phase 2 : avantages liés à la localisation des activités, permet une croissance des firmes de secteurs supports pour l'industrie, et un démarrage des IDE.
- La phase 3 : renforce le développement de l'industrie et des avantages tant spécifiques que liés à la localisation, et conduit à une augmentation des IDE.
- La phase 4 : marquée par de forts avantages liés à la localisation et par d'importants avantages spécifiques pour les entreprises, les IDE sortants dépassent les IDE entrants.
- La phase 5 : achève le processus en cours dans la phase 4, avec l'existence des trois types d'avantages, et une forte activité d'IDE.

B. Les principaux modes d'entrée sur les marchés étrangers

1. Les activités d'exportation

a. L'exportation indirecte

Confier la vente de produits ou de services à des intermédiaires localisés dans le pays d'origine. L'entreprise ne doit pas forcément établir des relations commerciales sur les marchés étrangers. Connaissance réduite des marchés étrangers, accès limité aux informations.

Le **courtier** est un commerçant indépendant :

- Dont la mission est de rapprocher de manière ponctuelle un vendeur et un acheteur
- Qui est mandaté pour conduire la négociation entre l'exportateur et le client étranger
- Qui est rémunéré sur la base d'une commission de courtage
- Mais qui n'est pas partie prenante au contrat signé (pas de risque)

Exemple : matières premières, assurance

Le **commissionnaire** est un intermédiaire commercial :

- Qui appartient à une entreprise et agit en son nom
- Qui s'occupe de la prospection, de la vente, de l'expédition des marchandises, des formalités administratives et de facturation.
- Qui perçoit une commission sur les affaires réalisées

Le **négociant** est un commerçant indépendant :

- Qui achète des produits pour les revendre auprès de sa clientèle
- Qui assume entièrement la responsabilité de commercialisation des produits à l'étranger
- Qui est souvent spécialisé pour certaines catégories de produits et/ou pour certains marchés géographiques

Exemple : Domaine viticole



Le **contrat de sous-traitance** :

C'est la vente de produits ou de services par des entreprises d'une taille généralement modeste à des entreprises de leur pays d'origine, ayant signé des contrats avec des clients à l'étranger.

Exemple : dans le domaine de la construction, des entreprises spécialisées participent souvent à la réalisation de travaux sur des chantiers à l'étranger.

B. L'exportation directe

L'entreprise établit des relations commerciales à l'étranger, donc développe une expertise internationale. Bonne maîtrise de la vente des produits et services exportés. Facilite l'obtention d'information sur les marchés étrangers.

La **vente directe** :

- Exportation de produits ou de services à l'étranger sans recours à des intermédiaires et sans filiales sur les marchés concernés
- Vente à distance
- Appels d'offres
- Représentants salariés qui travaillent sur les marchés étrangers
- Bureau de représentation

Exemple : la vente via internet.

L'**agent** est un commerçant indépendant :

- Mandaté par l'exportateur pour négocier des affaires en son nom et pour son compte
- Mais avec l'exportateur qui reste le vendeur au sens juridique
- Qui peut être lié à l'entreprises par un contrat d'exclusivité ou peut représenter plusieurs entreprises

L'**importateur** est un commerçant indépendant :

- Qui achète et vend sous son nom les produits ou services de l'exportateur
- Qui peut ou non être lié par un contrat à l'exportateur
- A qui l'entreprise peut offrir une exclusivité de distribution sur une zone géographique donnée

Le **portage** :

Représentation et commercialisation de produits ou de services sur le circuit de distribution d'une autre entreprise à l'étranger. L'exportateur bénéficie de la structure mise en place par une autre entreprise sur le marché concerné.

2. Les coopérations avec des partenaires étrangers

Coopération : mise en commun de ressources, tout en conservant l'indépendance

Avantages :

- Flexibilité
- Partage des couts et des risques
- Accès à des compétences

Inconvénients :

- Complexité de gestion
- Divergence dans les objectifs et les pratiques managériales

Formes de coopération :



- Le **contrat de coopération** : formule souple d'association limitée dans son objet et dans le temps. Généralement peu coûteux et peu risqué. La licence est un contrat de coopération. Il s'agit d'une concession du droit d'exploitation d'une technique dans un espace géographique donné (brevet, procédé de fabrication, modèle, etc). Le bénéficiaire du contrat doit verser des redevances.
- La **franchise** est un autre contrat de coopération : concession du droit d'utilisation d'une marque ou d'une enseigne. Les franchisés bénéficient de la notoriété, de l'image de marque et des différents services proposés par le franchiseur. Il s'engage à respecter les règles fixées pour l'exercice des activités et doit s'acquitter d'un droit d'entrée et verser des redevances.
Exemple : McDonald's dispose de 32000 restaurants localisés dans 120 pays.
- Les **participations financières minoritaires** : prise de participation financière inférieure ou égale à 50% dans le capital d'une autre société, qui accompagne un projet coopératif. L'entreprise devient à la fois partenaire et actionnaire de la société étrangère. Le premier avantage est un certain degré de contrôle sur le partenaire. De plus, réduction du risque associé à un éventuel comportement opportuniste.
- Les **sociétés communes** : constitution d'une société par au moins deux entreprises indépendantes. Le capital est réparti entre les partenaires. La répartition du capital reflète le partage du pouvoir entre les partenaires.

3. Les filiales étrangères contrôlées par l'entreprise

- Filiale à contrôle majoritaire ou à 100%
- Filiales créées ex nihilo ou fusions-acquisitions
- La mise en place de filiales requiert des ressources plus importantes que les activités d'exportation et les accords de coopération
- Elle permet à l'entreprise de mieux maîtriser ses opérations internationales

a. Création ex nihilo d'une filiale (green-field investment)

Structure de forme sociétaire à l'étranger :

- Soumise à la réglementation locale
- Indépendance juridique par rapport à la société mère
- Une certaine autonomie de gestion

Exemple : en 2010, le groupe Hermès crée une filiale en Chine. L'objectif est de développer une nouvelle marque nommée Shang Xia

b. Fusions – acquisitions

Intégration d'une autre société, avec pour conséquence la perte d'indépendance pour au moins l'un des acteurs.

Fusion : combinaison de l'ensemble des ressources au profit d'une société nouvelle

Acquisition : prise de contrôle majoritaire ou de 100% du capital d'une autre société

Exemple : Acquisition de Reebok par Adidas

Avantages :

- Accroissement de la taille critique
- Accès rapide aux compétences et aux réseaux locaux



Inconvénients :

- Complexité managériale, liée aux différences dans les structures.
- Réactions de méfiance et conflits

C. Choisir les modes d'entrée appropriés selon les marchés

Plusieurs modèles explicatifs du choix des modes d'entrée :

1. Modèle d'UPPSALA

- Johanson et Wiedersheim-Paul (1975), Johanson et Vahine (1977)
- Étude longitudinale d'entreprises suédoises
- L'internationalisation des entreprises = processus qui s'effectue en plusieurs étapes
- Une démarche progressive permet des effets d'apprentissage

Les entreprises qui s'internationalisent sont confrontées à un manque de ressources et de connaissances concernant les marchés étrangers. Le manque de connaissances est lié à la distance psychique (différences de langue, de culture, de systèmes politiques, de niveaux d'éducation et de développement industriel). Les entreprises exportent leurs produits avant d'implanter des filiales à l'étranger.

2. Modèle d'UPPSALA revisité –Johanson et Vahine (2009)

- Importance grandissante des coopérations nouées par les entreprises
- Accès au réseau relationnel (composé de fournisseurs, de clients, etc.)
- La position acquise par l'entreprise dans ces réseaux dépend de la distance psychique, de la capacité d'apprentissage et de l'expérience de l'entreprise
- La confiance facilite les relations

3. Théorie électrique de la firme multinationale

Modèle OLI – Dunning (1988,1997), Dunning et Lundan (2008)

- **Avantages spécifiques** (*ownership advantages*) : avantages possédés par une entreprise de manière exclusive, du moins durant une certaine période de temps, et qui la différencient d'autres entreprises (capacité d'innovation, capital humain, expertise marketing, taille et position de l'entreprise, accès privilégié aux financements et aux marchés)
- **Avantages de localisation** (*location advantages*) : avantages offerts par le pays étranger (cout de la main d'œuvre et des matières premières, couts de transport et de communication, dispositif d'aides aux investissements, qualité des infrastructures)
- **Avantages d'internalisation** (*internalisation advantages*) : bénéfices réalisés par l'entreprise grâce à l'internalisation des activités internationales (diminution des couts de transaction, meilleur contrôle des activités de la chaine de valeur)

- Importance prise par les coopérations.

- Intégration, pour chaque catégorie d'avantages, des bénéfices liés aux alliances et aux réseaux établis par l'entreprise



- Impact des institutions sur les trois catégories d'avantages et leur dynamique dans le temps (changements au niveau de l'entreprise, changements liés aux technologies, aux marchés et aux politiques gouvernementales)

4. Modèle des « born globals » - Oviatt et McDougall (1994)

- Observations d'entreprises qui s'internationalisent très tôt, parfois dès leur création, et de manière rapide
- Ces entreprises, qui sont souvent des PME, atteignent très vite un degré élevé d'internationalisation, en combinant différents modes d'entrée, parfois sans expérience préalable dans les pays
- Elles construisent des avantages concurrentiels : en utilisant des ressources localisées à l'étranger en commercialisant leurs produits dans les autres pays

5. Nouveaux « market makers » internationaux

- Entreprises internationalisées qui utilisent principalement les activités d'exportation ou d'importation
- Dans un nombre restreint de pays : « start-up export/import »
- Dans un nombre important de pays : « multinational traders »
- Les activités clés de la chaîne de valeur (par exemple, la logistique internet externe) sont généralement internalisées
 - Les investissements directs à l'étranger sont limités
 - L'avantage concurrentiel est construit à partir des déséquilibres qui existent au niveau des ressources et des prix de marché entre les pays
 - Leur capacité de saisir des opportunités émergentes et leur connaissance des marchés leur permet de développer une expertise durable

6. Start-up concentrées au niveau géographique

- Elles cherchent à satisfaire les attentes spécifiques d'un groupe de clients localisé dans un espace géographique donné
- Les activités de la chaîne de valeur sont coordonnées de manière très étroite entre les différents pays
- La dimension tacite de cette expertise de coordination et son imitation difficile peuvent contribuer à la création d'un avantage concurrentiel

7. Start-up globales

- La forme la plus aboutie des « born globals »
- Elles utilisent les opportunités de marché pour acquérir des ressources et commercialiser leurs produits à l'échelle mondiale
- Leur avantage concurrentiel est généralement durable, dans la mesure où il est fondé sur la combinaison de ressources difficilement imitables et la coordination d'activités multiples dans différents pays, souvent à travers l'établissement d'un réseau d'alliances nouées avec d'autres acteurs.