

L'influence du comportement coopératif sur le comportement concurrentiel : une étude de l'industrie de la téléphonie mobile en Asie-Pacifique

Frédéric Le Roy

Université Montpellier et Groupe Sup de Co Montpellier Business School

frederic.le_roy@univ-montp1.fr

Hyacinthe Famara Sanou

Université Montpellier

Résumé :

Dans cette recherche nous présentons et testons un modèle liant le comportement coopératif de l'entreprise à son comportement concurrentiel. Nous analysons les actions stratégiques de soixante opérateurs de téléphonie mobile de la région Asie-Pacifique sur une période de six ans. Nous montrons l'existence d'une relation positive entre le comportement coopératif (*i.e.* le nombre d'actions coopératives et la variété des actions coopératives de l'entreprise) et le comportement concurrentiel (*i.e.* le nombre d'actions compétitives et la variété des actions compétitives de l'entreprise). Nous montrons également l'effet modérateur de la présence à l'international et de la concentration industrielle sur cette relation.

Mots-clés : Comportement coopératif, comportement concurrentiel, téléphonie mobile

¹ Les auteurs sont membres du LabeX Entreprendre, Montpellier, France. Ce Laboratoire d'Excellence fait partie des financements accordés par le gouvernement français pour la reconnaissance et la promotion d'initiatives de recherches performantes dans les sciences de la nature et les sciences humaines.

L'influence du comportement coopératif sur le comportement concurrentiel : une étude de l'industrie de la téléphonie mobile en Asie-Pacifique

Introduction

L'analyse de la concurrence a été profondément renouvelée par les recherches qui ont déplacé l'attention des structures sectorielles vers les comportements concurrentiels (Smith *et al.*, 1989; Smith *et al.*, 1992 ; Young *et al.*, 1996 ; Grimm et Smith, 1997 ; Smith *et al.*, 1997 ; Ferrier *et al.*, 1999, Bensebaa, 2003). Toutefois, ces travaux, à deux exceptions près (Gnyawali *et al.*, 2006 ; Andrevsky *et al.*, 2007), ont tous en commun de ne pas prendre en compte l'environnement socio-économique dans lequel les entreprises évoluent.

Or, de façon générale, les entreprises ne sont pas des « firmes-point ». Elles sont « encadrées » dans des relations socio-économiques complexes (Granovetter, 1985). Cet encastrement influe sur leurs comportements et sur leurs performances (Burt, 1992 ; Nohria, 1992 ; Baum et Dutton, 1996 ; Gulati *et al.*, 2000, Angot et Josserand, 2007). La coopération au sein des réseaux inter-organisationnelles apporte aux entreprises des ressources, des connaissances et des compétences, etc. qui déterminent leurs comportements qui eux-mêmes déterminent leur compétitivité (Burt, 1992 ; Nohria, 1992 ; Baum et Dutton, 1996 ; Gulati *et al.*, 2000). Il semble donc nécessaire de replacer le comportement concurrentiel d'une entreprise dans le réseau de coopération dans lequel elle s'inscrit.

Dans cette perspective, deux courants de pensée s'opposent. Dans le premier, qui est le plus traditionnel, plus une entreprise est encadrée dans un réseau de coopération inter-organisationnelle, plus elle est amenée à modérer son agressivité concurrentielle (Harrigan, 1986 ; Porter et Fuller, 1986). En effet, plus une entreprise bénéficie de ressources externes par la coopération, plus elle est amenée à ne plus pouvoir être agressive avec les acteurs de l'environnement qui lui fournissent ces ressources. A l'extrême, la coopération se traduit par l'entente qui fait disparaître la concurrence. Dans le second courant de pensée, au contraire, le fait d'être fortement encadré dans son environnement conduit à renforcer son agressivité concurrentielle (Gnyawali *et al.*, 2006 ; Andrevski *et al.*, 2007). En effet, la coopération pro-

cure des ressources supplémentaires, qui permettent de développer des actions concurrentielles plus agressives.

L'opposition entre ces deux courants de pensée conduit à la nécessité de nouvelles recherches. Dans cette perspective, la question posée ici est la suivante : quel est l'impact du comportement coopératif d'une entreprise sur son comportement concurrentiel ? Afin de répondre à cette question, une étude empirique est menée au sein de l'industrie de la téléphonie mobile en Asie-Pacifique. Une analyse longitudinale des actions stratégiques de soixante opérateurs de téléphonie mobile est effectuée sur une période de six ans. Les résultats montrent l'existence d'une relation positive entre le comportement coopératif de l'entreprise et son comportement agressif. Les résultats montrent également l'effet modérateur de la présence à l'international et de la concentration industrielle sur cette relation.

1. Théorie et hypothèses

1.1. Comportement concurrentiel et comportement coopératif

1.1.1 Le comportement concurrentiel

Le concept de comportement concurrentiel a été développé dans les recherches qui ont proposé de déplacer l'attention des structures sectorielles vers les actions et réactions concurrentielles (Smith *et al.*, 1989; Smith *et al.*, 1992 ; Young *et al.*, 1996 ; Grimm et Smith, 1997 ; Smith *et al.*, 1997 ; Ferrier *et al.*, 1999, Bensebaa, 2003). Ce courant de pensée a donné lieu à un ensemble de travaux très riches. Les recherches de ces vingt dernières années se sont attachées à détecter et à montrer les implications du comportement concurrentiel sur l'entreprise, notamment sur ses performances. Les travaux montrent, par exemple, que les entreprises qui initient des actions concurrentielles en grand nombre, complexes et hétérogènes, bénéficient de meilleures performances (Ferrier, 2001).

Le concept de comportement concurrentiel trouve ses fondements dans l'école autrichienne de la concurrence et est lié au principe de *destruction créatrice* (Schumpeter, 1942, *réed.* 1990). Il a fait l'objet de plusieurs définitions dans la littérature. Il peut être défini comme l'ensemble des actions et des réactions concurrentielles d'une entreprise (Gnyawali *et al.*, 2006).

La conception la plus commune du comportement concurrentiel comprend deux dimensions principales : la fréquence de l'activité concurrentielle et la variété de cette activité concurrentielle. La fréquence de l'activité concurrentielle est définie par le nombre total d'actions

concurrentielles initiées par une entreprise, de même que par le nombre de ses réactions aux actions concurrentielles de ses rivales (Gnyawali *et al.*, 2006 ; Ferrier *et al.*, 1999). Une entreprise sera d'autant plus agressive qu'elle initie un grand nombre d'actions concurrentielles et répond plus souvent aux actions concurrentielles de ses rivales.

La variété de l'activité concurrentielle se réfère à la mesure dans laquelle une entreprise initie une gamme variée d'actions et réactions concurrentielles (Kirzner, 1973). La variété de l'activité concurrentielle est importante pour la performance. En effet, les entreprises qui initient une grande variété d'actions et de réactions concurrentielles rendent la lecture de leur stratégie complexe, difficilement compréhensible et interprétables par leurs concurrents qu'ils arrivent ainsi à surprendre (Jacobson, 1992 ; Gnyawali et Madhavan, 2001).

1.1.2 Le comportement coopératif

Les recherches sur les réseaux et la coopération trouvent leurs fondements dans la théorie de l'encastrement (Granovetter, 1985). Pour Granovetter (1985), même dans les sociétés capitalistes, l'économie reste encadrée dans des relations sociales très fortes. Le réseau social est considéré comme un capital lorsque l'individu le mobilise pour accéder à des ressources qui vont favoriser l'atteinte de ses objectifs. A la suite de ces travaux, plusieurs auteurs affirment que les entreprises, loin d'être des entités atomistiques, libres de prendre des décisions concurrentielles dépendant uniquement de leurs propres ressources, font en réalité partie d'un réseau de relations qui influence leurs comportements (Burt, 1992 ; Gulati *et al.*, 2000).

Burt (1992) considère que, pour développer leur capital social, les acteurs peuvent créer des opportunités en combinant des ressources de leurs contacts. Il explique ainsi comment la structure du réseau de relations entre des acteurs dans un contexte de concurrence offre à certains acteurs un avantage concurrentiel. L'argumentaire théorique principal est que le réseau constitue un centre de ressources, dont il est difficile de se priver et qu'il est possible d'exploiter.

Pour assurer leur survie et leur développement, les firmes ont besoin d'acquérir un savoir-faire unique, de sorte à pouvoir se focaliser de plus en plus sur ce cœur de compétence (Pfefer et Salancik, 1978 ; Nooteboom, 1996). La recherche de ce savoir-faire se fait en interne, mais également par l'exploitation du savoir-faire d'autres entreprises, ce qui implique la nécessité de nouer des alliances avec ces autres entreprises, même si elles sont concurrentes. C'est la recherche de ressources qui est, de ce fait, un catalyseur fondamental qui conduirait les

concurrents à entrer dans des alliances stratégiques (Pfeffer et Salancik, 1978). Ces arrangements coopératifs deviennent un mécanisme important de transfert et de management du savoir-faire et autres ressources (Parise et Henderson, 2001).

Dans cette perspective, Gnyawali et Madhavan (2001) montrent que l'implication dans des relations coopératives au sein d'un réseau est un moyen de se doter d'une asymétrie positive de ressources. Pour Ahuja (2000), il est nécessaire, aussi bien pour des entreprises bénéficiant d'un stock de capital et d'un avantage en terme de ressources que pour des entreprises connaissant une faiblesse en ressources, de former des coopérations interentreprises.

Dans cette étude, et à l'image du comportement concurrentiel, nous définissons le comportement coopératif d'une entreprise, d'une part, par la fréquence de l'activité coopérative de l'entreprise, c'est-à-dire le nombre d'actions coopératives initiées par l'entreprise, et, d'autre part, par la variété de cette activité coopérative *i.e.* les différents types d'actions coopératives qu'elle initie.

1.2. L'impact du comportement coopératif sur le comportement concurrentiel

Dans la théorie des réseaux sociaux, il est considéré qu'il existe une relation entre la position structurelle et relationnelle occupée par l'entreprise au sein du réseau et sa stratégie. Deux points de vue divergents sur le sens de ce lien (Gnyawali et Madhavan, 2001).

Dans le premier point de vue, pour Harrigan (1986), ainsi que pour Porter et Fuller (1986), une forte centralité de l'entreprise au sein d'un réseau réduit nécessairement sa capacité à être agressive. Le nombre de liens coopératifs qu'entretient l'entreprise représente sa dépendance vis-à-vis de ses partenaires. Plus l'entreprise est centrale, donc coopérative, plus elle est dépendante en termes de ressources vis-à-vis des autres membres de son réseau, donc plus elle est faible toute seule (Gnyawali et Madhavan, 2001). Or, les membres du réseau peuvent être des concurrents, ce qui, dans ce cas, diminue sa capacité à interagir de façon agressive. Chaque lien dans le réseau peut aussi être perçu comme un point de fuite potentielle, notamment de fuite d'information (Harrigan, 1986). Or, l'information est cruciale dans la réponse à donner aux concurrents. Entretenir plusieurs liens dans le réseau rendrait donc l'entreprise plus vulnérable et moins agressive.

D'autre part, en opposition avec ce point de vue, une seconde approche affirme l'existence d'un lien positif entre les relations coopératives de l'entreprise et son comportement agressif. Le cœur de cette argumentation est fondé sur le concept de capital social (Burt, 1992). Pour

Burt (1992), dans un contexte imparfait et incertain, le capital social prend une grande importance et sa bonne exploitation est une source de pouvoir et de performance. Un acteur au sein d'un réseau dispose d'un capital social à exploiter qui détermine sa capacité à être compétitif (Burt, 1992). Plus l'entreprise est coopérative, plus elle dispose d'un capital social important et de bonnes assises en ressources. Or, la capacité de l'entreprise à initier des actions concurrentielles agressives est tributaire de son avantage en ressources. Elle sera d'autant plus forte que l'entreprise occupe une place centrale dans son réseau, *i.e.* dispose d'avantages en ressources.

L'idée d'une relation positive entre l'avantage en ressources et le comportement agressif de l'entreprise est défendue par Chen (1996). Cet auteur considère que le fait de disposer de ressources supérieures à celles de ses concurrents encourage l'initiation d'actions concurrentielles. Pour Chen (1996), la supériorité en termes de ressources dissuade également les concurrents de riposter ou de répondre aux actions concurrentielles de l'entreprise qui en bénéficie. Aussi, si la position centrale d'une entreprise lui procure plus de ressources que ses concurrentes, elle augmente en même temps leur dépendance en termes de ressources tangibles et intangibles.

Selon Koh et Venkatraman (1991) ainsi que Borgatti (2005), les accords de coopération procurent à leurs auteurs des ressources complémentaires valables et une circulation informationnelle riche. Cela leur permet d'intensifier leurs capacités individuelles à initier plus d'actions concurrentielles (Young *et al.*, 1996). Du fait de leur position moins centrale, les entreprises concurrentes auront plus de difficultés à interpréter correctement les causes et conséquences des actions concurrentielles de leurs rivales. Elles auront du mal à prédire les actions concurrentielles de l'entreprise qui occupe une position centrale parce qu'elles leur semblent complexes, ce qui accroît leur vulnérabilité. Les chances pour qu'une entreprise initie une action concurrentielle sont d'autant plus élevées qu'elle dispose d'informations et d'un avantage en ressources (Chen, 1996 ; Smith *et al.*, 1991) et que la probabilité pour que les concurrents répondent est faible (Chen et Miller, 1994).

Gnyawali et Madhavan (2001) s'appuient sur la théorie de l'encastrement pour montrer la façon dont les ressources extérieures influencent le comportement concurrentiel. Deux raisons principales sont susceptibles de justifier cette influence. Premièrement, le réseau sert de contexte institutionnel qui régit le comportement stratégique et concurrentiel de ses membres

(Oliver, 1991 ; Gnyawali et Madhavan, 2001). Deuxièmement, les positions structurelles et relationnelles peuvent être traitées comme des ressources dont l'entreprise peut dépendre dans l'exécution de ses actions stratégiques (Gnyawali et Madhavan, 2001 ; Gulati, 1999). Du fait de leur forte capacité à initier des actions coopératives, les entreprises très centrales ont un meilleur accès aux ressources externes et aux informations (Gulati *et al.*, 2000) et bénéficient d'une asymétrie positive de ressources (Gnyawali et Madhavan, 2001). Fortes de cette asymétrie de ressources, dans leur secteur, elles ont une plus grande capacité à initier des actions concurrentielles de nature variée et à répondre plus souvent et plus promptement aux actions concurrentielles des firmes rivales.

Conformément à Gnyawali et Madhavan (2001), nous considérons que l'entreprise est d'autant plus agressive qu'elle initie des actions coopératives et est située au cœur des actions coopératives qui ont lieu dans son réseau. En effet, elle pourra ainsi initier un plus grand nombre d'actions concurrentielles et répondre plus souvent aux actions concurrentielles de ses rivales. Nous supposons donc que le fait d'initier un grand nombre d'actions coopératives impacte positivement les deux dimensions du comportement concurrentiel, c'est-à-dire 1) la fréquence de l'activité concurrentielle (le nombre d'actions et de réactions concurrentielles) et 2) la variété des actions et des réactions concurrentielles.

H1a : Plus la fréquence de l'activité coopérative d'une entreprise est forte, plus la fréquence de son activité concurrentielle est forte

H1b : Plus la fréquence de l'activité coopérative d'une entreprise est forte, plus la variété de son activité concurrentielle est forte

Si le nombre d'actions coopératives est un critère essentiel et rend compte de la supériorité en termes de ressources des entreprises et, par conséquent, leur tendance à l'agressivité, elle n'est pas suffisante. La variété des ressources auxquelles les firmes ont accès est tout aussi capitale. La variété des actions coopératives reflète l'accès à des connaissances et à des informations de nature diverse. Aussi bien au sein de la *RBV* que dans l'analyse par les réseaux, il est considéré que l'entreprise bénéficie d'autant plus d'avantage concurrentiel qu'elle a facilement accès à des ressources et à des informations variées par ses relations. Elle bénéficie ainsi d'une diversité de ressources dont ses concurrents ne disposent pas.

Les entreprises qui ont davantage accès à des connaissances transversales sont plus à même d'introduire des solutions innovantes (Cohen et Levinthal, 1990). Ainsi, l'entretien par les en-

treprises d'alliances ou de relations coopératives de nature diverse (joint-venture, etc.) et dans des domaines fonctionnels différents (la fabrication, le marketing, la finance, la logistique, etc.) octroie une plus grande connaissance dans un large éventail de domaines d'activités. Nous supposons donc que le fait d'initier et d'entretenir des actions coopératives variées impacte positivement les deux dimensions de l'agressivité concurrentielle, c'est-à-dire 1) le nombre d'actions et de réactions concurrentielles et 2) la variété des actions et des réactions concurrentielles.

H2a : Plus la variété de l'activité coopérative d'une entreprise est forte, plus la fréquence de son activité concurrentielle est forte

H2b : Plus la variété de l'activité coopérative d'une entreprise est forte, plus la variété de son activité concurrentielle est forte

1.3. Les facteurs modérateurs

1.3.1 L'effet modérateur de la présence à l'international

Pour Boecker *et al.* (1997), la propension à l'agressivité d'une entreprise est d'autant plus forte qu'elle est présente sur plusieurs marchés. Cette forte capacité à nuire lui procure une plus grande assurance dans fait d'initier des actions concurrentielles, et lui donne aussi une plus grande capacité de réactions aux actions concurrentielles de ses rivales, ce qui l'encouragera à être agressive.

Dans la perspective de la théorie des ressources, une forte propension à la coopération permet de se placer dans une asymétrie positive de ressources (Gnyawali et Madhavan, 2001). Or, la présence à l'international permet de disposer de ressources de nature variée. Etre présent hors de son marché focal facilite l'accès à des ressources diverses dont les concurrents locaux ne disposent pas. Ceci confère un avantage concurrentiel en termes de ressources et encourage l'agressivité des actions et des réactions concurrentielles.

De plus, comme le signale Uzzi (1997), les effets négatifs de la propension coopérative, comme le fait d'être dépendant des partenaires, sont d'autant plus préjudiciables à une entreprise qui est faiblement présente à l'international, comparativement à une entreprise qui est fortement présente à l'international. En effet, l'entretien de relations coopératives multiples et intenses sur le même marché et/ou avec les mêmes partenaires crée une dépendance accrue vis-à-vis des partenaires et limite la marge de manœuvre de l'entreprise. La présence à

l'international permet de réduire cet effet de dépendance potentiel et de développer dans le même temps son activité concurrentielle.

Du point de vue de la théorie de l'information, Gnyawalli *et al.* (2006), à la suite de Tushman et Nadler (1978), considèrent que le volume et la complexité de l'information générée par l'environnement concurrentiel dans lequel se trouvent les firmes augmentent les besoins et la nécessité d'un meilleur traitement et d'une analyse juste de l'information. Si le fait d'entretenir de nombreuses relations coopératives permet à la firme de bénéficier d'une plus grande quantité d'informations provenant de diverses sources, une forte propension coopérative implique une meilleure interprétation. Pour ces auteurs, les meilleures capacités de traitement de l'information viennent de la plus ou moins forte diversité de marchés ou présence à l'international de l'entreprise. Les entreprises qui ont une forte diversité de marchés sont donc susceptibles de bénéficier d'une meilleure capacité de traitement de l'information que les firmes mono-marché.

De ce fait, les firmes qui ont une forte propension coopérative (qui initient un plus grand nombre d'actions coopératives et une plus grande variété de ces actions coopératives) et qui sont également présentes hors de leur marché domestique devraient plus agressives (initier plus d'actions et de réactions concurrentielles, ainsi qu'une plus forte variété de ces actions et réactions) que les firmes qui ont une forte propension coopérative mais qui sont simplement présentes sur leurs marchés domestiques.

H3a: Plus la fréquence de l'activité coopérative d'une entreprise est forte, et plus elle est présente à l'international, plus la fréquence de son activité concurrentielle est forte

H3b: Plus la fréquence de l'activité coopérative d'une entreprise est forte, et plus elle est présente à l'international, plus la variété de son activité concurrentielle est forte

H4a : Plus la variété de l'activité coopérative d'une entreprise est forte, et plus elle est présente à l'international, plus la fréquence de son activité concurrentielle est forte

H4b : Plus la variété de l'activité coopérative d'une entreprise est forte, et plus elle est présente à l'international, plus la variété de son activité concurrentielle est forte

1.3.2 L'effet modérateur de la concentration industrielle

En Economie Industrielle (Melichen *et al.*, 1976 ; Scherrer et Ross, 1990) aussi bien qu'en Management Stratégique (Porter, 1980 ; Ferrier *et al.*, 2002 ; Ferrier, 2001), la concentration industrielle est considérée comme une caractéristique déterminante du comportement concu-

rentiel de la firme. Pour Scherrer et Ross (1990), ou Ferrier (2001), du fait de la coordination oligopolistique, un niveau élevé de concentration industrielle réduit la rivalité. En effet, la probabilité de s'engager dans des actions concurrentielles est d'autant plus faible que les conséquences négatives des réponses des concurrents sont importantes (Chen et Mac Millan, 1991 ; Fjeldstad *et al.*, 2004). Par conséquent, dans une industrie très concentrée, les firmes sont moins amenées à initier des actions concurrentielles destructrices et sont plus tentées par la coordination et même la collusion (Smith *et al.*, 1992).

Dans cette perspective, la coopération devrait avoir un double effet dans les marchés concentrés. D'une part, comme nous l'avons supposé dans les hypothèses précédentes, la coopération est l'occasion de se procurer des ressources, qui elles-mêmes vont permettre d'augmenter l'agressivité concurrentielle. D'autre part, la coopération dans les oligopoles se traduit par une tentation de la collusion, qui devrait avoir l'effet inverse, c'est-à-dire diminuer la propension à l'agressivité. Donc, plus les marchés sont concentrés, plus l'effet positif de la coopération, comme apporteur de ressources, devrait être contrebalancé par l'impact négatif de la propension à l'entente. Cela nous amène à formuler l'hypothèse selon laquelle la concentration industrielle modère négativement la relation entre la propension coopérative de la firme et son comportement agressif.

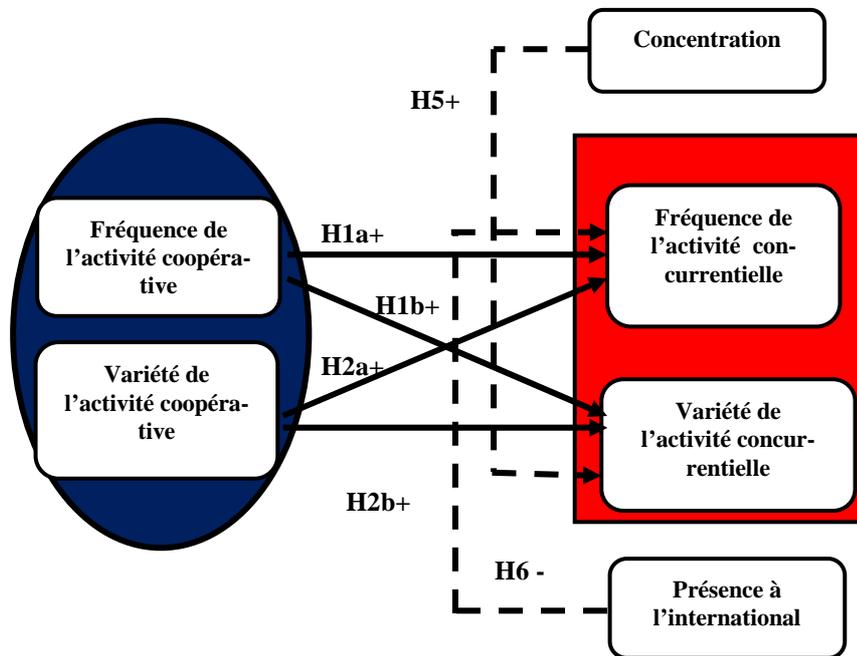
H5a: Plus la fréquence de l'activité coopérative d'une entreprise est forte, et plus son marché est concentré, moins la fréquence de son activité concurrentielle est forte.

H5b: Plus la fréquence de l'activité coopérative d'une entreprise est forte, et plus son marché est concentré, moins la variété de son activité concurrentielle est forte.

H6a : Plus la variété de l'activité coopérative d'une entreprise est forte, et plus son marché est concentré, moins la fréquence de son activité concurrentielle est forte.

H6b : Plus la variété de l'activité coopérative d'une entreprise est forte, et plus son marché est concentré, moins la variété de son activité concurrentielle est forte.

Figure1 : Présentation du modèle global



2. Méthode

2.1. Le secteur de la téléphonie mobile en Asie-Pacifique

L'étude concerne le secteur de la téléphonie mobile de la région Asie/Pacifique. Cette région est considérée comme l'un des leaders mondiaux du secteur des télécommunications ainsi que des TIC. Dans le secteur de la téléphonie mobile, la région Asie-Pacifique a connue une expansion spectaculaire et a augmenté sa part de marché relativement au reste du monde. Avec 1,4 milliard d'abonnés au téléphone mobile, la région avait à la fin de l'année 2007, la plus importante part de marché dans le monde. Le dynamisme particulier de cette région dans le secteur de la téléphonie mobile nous a amené à nous intéresser aux différents jeux d'acteurs et à essayer de mieux comprendre les comportements stratégiques des opérateurs dans cette région du monde.

2.2. Collecte des données

Nous avons dans un premier temps conduit des entretiens ouverts, puis semi-directifs, puis directifs, avec des consultants travaillant dans le domaine de la téléphonie mobile de l'IDATE (Institut de l'Audiovisuel et de la Télécommunication en Europe). Ces entretiens ont permis, de mieux comprendre le secteur et d'établir un répertoire de données secondaires fiables. C'est

ainsi que nous avons retenu le *Global Mobile*, le *3G Mobile* ou *3GWireless* pour identifier les actions stratégiques, ainsi que le *World Telecommunication International Data (WTID)*.

Nous avons collecté les données sur les actions stratégiques des opérateurs mobiles à partir des numéros du *Global Mobile*, et du *3G Mobile* ou *3GWireless* de façon chronologique, de 2000 à 2006, en listant l'ensemble des actions stratégiques ayant eu lieu dans le secteur. Notre étude s'est focalisée sur les opérateurs mobiles traditionnels. Les opérateurs mobiles retenus sont ceux qui ont été visibles durant la période d'étude, c'est-à-dire ceux ayant initié au moins une action concurrentielle et/ou coopérative. Soixante opérateurs mobiles de 14 pays d'Asie-Pacifique ont été observés pendant 6 ans sur 10 variables, soit 11040 observations. Les indicateurs sur les pays dont les opérateurs constituent l'échantillon ont été obtenus à partir du *World Telecommunication International Data (WTID)*.

Nous avons procédé par analyse de contenu structuré et détaillé (Ferrier *et al.*, 2004 ; Jaugh *et al.*, 1980) de chaque parution du *Global Mobile* et du *3G Wireless* pour détecter à la fois les actions concurrentielles et les actions coopératives. Cette méthode est recommandée pour explorer les processus stratégiques d'un large échantillon multi-varié (Ginsberg, 1988). Nous avons constitué un répertoire annuel des opérateurs traditionnels dans chaque pays d'Asie-Pacifique. Puis, nous avons procédé à la recherche par nom de toutes les actions stratégiques dans lesquelles étaient impliqués ces opérateurs.

2.4. Mesures des variables

L'action stratégique est définie comme tout mouvement concurrentiel initié par une entreprise dans l'intention de maintenir sa position, modifier la balance concurrentielle ou améliorer sa position concurrentielle (Fjeldstat *et al.*, 2004). Les actions stratégiques comprennent aussi bien les actions concurrentielles, qui permettent de définir le comportement concurrentiel, que les actions coopératives, qui permettent de définir le comportement coopératif.

Le comportement concurrentiel

Les actions concurrentielles ont été classées en six catégories d'actions concurrentielles, conformément à la classification faite par Ferrier *et al.* (2002). La mesure du comportement concurrentiel comprend deux variables principales: la fréquence de l'activité concurrentielle et la variété de l'activité concurrentielle (Cannella, 2005) ; Offstein et Gnyawali, 2005).

La fréquence de l'activité concurrentielle est mesurée par le nombre d'actions concurrentielles initiées par l'entreprise (Ferrier *et al.*, 1999) et le nombre de réponses faites aux actions concurrentielles de ses rivales.

$$\text{Fréquence activité concurrentielle} = \Sigma \text{NTL}$$

avec *NTL* = Nombre d'actions concurrentielles et de réactions concurrentielles de l'entreprise

La variété de l'activité concurrentielle est évaluée par un indice de type Herfindhal dans les recherches antérieures (Nayyar et Bantel, 1994 ; Ferrier *et al.*, 1999, Offstein et Gnyawali, 2005). Conformément à ces recherches antérieures, nous avons utilisé la classification des actions concurrentielles pour calculer variété des actions/réactions concurrentielles comme suit :

$$\text{Variété des actions/réactions concurrentielles} = 1 - \Sigma (\text{Na}/\text{NTL})^2$$

Avec *Na* = Nombre d'actions et réactions concurrentielles de l'entreprise dans la ^{ième} catégorie dans l'année et
NTL = Nombre total d'actions/réactions concurrentielles dans l'année ou encore activité concurrentielle totale

Un score élevé indique que l'entreprise initie des actions concurrentielles variées, par conséquent qu'elle est agressive.

Le comportement coopératif

Les actions coopératives retenues sont celles qui mettent en relation au moins deux opérateurs mobiles (la participation à des associations commerciales, les consortia technologiques, les joint-ventures, etc.).

La propension coopérative est mesurée par deux variables : la fréquence de l'activité coopérative de la firme et la variété de l'activité coopérative (Andrevski *et al.*, 2007) :

$$\text{Fréquence de l'activité coopérative de la firme} = \Sigma \text{NTL}$$

avec *NTL* = Nombre d'actions coopératives de l'entreprise

Pour calculer la fréquence de l'activité coopérative de la firme, nous avons assigné un code tous les opérateurs mobiles ayant initié au moins une action coopérative durant la période d'étude. Ces codes ont été ensuite introduits dans Ucinet de façon symétrique (horizontale et verticale). Chaque relation coopérative entre deux opérateurs a été notée « 1 » et « 0 » s'il n'y avait pas de relation. Cela a permis de comptabiliser les actions coopératives de chaque firme. La variété de l'activité coopérative a été calculée comme la variété des actions concurrentielles (Gnyawali *et al.*, 2006), après classification des actions coopératives répertoriées en six catégories (les actions sur le prix, *marketing* ; les actions sur les produits, en capacité, les actions sur les services et opérations, les actions signalétiques).

$$\text{Variété de l'activité coopérative} = 1 - \sum (Na/NTL)^2$$

Avec Na = Types d'actions coopératives de l'entreprise dans la i ème catégorie dans l'année et NTL = Nombre total d'actions coopératives de l'entreprise dans l'année

La concentration Industrielle

La concentration industrielle sur le marché focal est mesurée par un indice Herfindhal des parts de marché des opérateurs d'un même pays et par an (Fjeldstad et al., 2004).

$$\text{Concentration} = \sum Si^2 \times 10000$$

Avec Si = la part de marché de chaque opérateur dans son propre pays.

La présence à l'international

La présence à l'international de l'entreprise est obtenue en comptabilisant le nombre de marchés, autre que son marché domestique, sur lesquels l'entreprise est présente.

Variables de Contrôle

Du fait de la nature des données (données de panel), collectées sur six ans, le temps en termes de nombre d'années a été considéré comme une variable de contrôle susceptible d'avoir un impact sur le comportement concurrentiel de l'entreprise

Nous avons également introduit comme variable de contrôle la taille de l'entreprise, mesurée par les valeurs logarithmiques de sa taille.

2.5. Traitement des données

Nous avons adopté une méthode d'analyse hiérarchique, avec le temps et la taille de firme que nous avons considérés en premier lieu, la concentration industrielle et la présence à l'international en second lieu, suivi des variables explicatives à savoir le nombre d'actions coopératives (Coop.), la variété du nombre d'actions coopératives (coopDiv) et, enfin, les effets d'interaction (CoopxConcent ; CoopxInter ; CoopDivxConcent ; CoopDivxInter).

En conformité avec les pratiques standards concernant les tests d'interactions (Aiken et West, 1991 ; Gnyawali et al., 2006), avant d'effectuer les régressions, nous avons élevé au carré les mesures du comportement concurrentiel et du comportement coopératif, de même que celle de la concentration industrielle et de la présence à l'international, afin d'améliorer la normalité de la distribution. Nous avons ensuite centré ces variables avant de calculer les termes des produits (Gnyawali et al., 2006).

3. Résultats

Le tableau 1 présente les corrélations entre les différentes variables du modèle. Les tableaux 2, 3, 4 et 5 présentent les résultats des tests d'hypothèses.

Tableau 1 : Corrélations entre les variables

		Temps	Taille	Coop	CoopDiv	Compet	Compet-Div	Concent	Inter
Temps	C de Pearson	1	,110**	,100**	,087**	,029	,005	-,092**	,069*
	Sig. (bilatéral)		,000	,001	,003	,321	,866	,002	,020
	N	1140	1134	1140	1140	1140	1075	1140	1140
Taille	C de Pearson	,110**	1	,305**	,106**	,350**	,297**	,045	,173**
	Sig. (bilatéral)	,000		,000	,000	,000	,000	,129	,000
	N	1134	1134	1134	1134	1134	1069	1134	1134
Coop	C de Pearson	,100**	,305**	1	,419**	,602**	,423**	-,024	,520**
	Sig. (bilatéral)	,001	,000		,000	,000	,000	,426	,000
	N	1140	1134	1140	1140	1140	1075	1140	1140
CoopDiv	C de Pearson	,087**	,106**	,419**	1	,349**	,259**	-,040	,336**
	Sig. (bilatéral)	,003	,000	,000		,000	,000	,175	,000
	N	1140	1134	1140	1140	1140	1075	1140	1140
Compet	C de Pearson	,029	,350**	,602**	,349**	1	,659**	-,089**	,533**
	Sig. (bilatéral)	,321	,000	,000	,000		,000	,003	,000
	N	1140	1134	1140	1140	1140	1075	1140	1140
CompetDiv	C de Pearson	,005	,297**	,423**	,259**	,659**	1	-,092**	,382**
	Sig. (bilatéral)	,866	,000	,000	,000	,000		,002	,000
	N	1075	1069	1075	1075	1075	1075	1075	1075
Concent	C de Pearson	-,092**	,045	-,024	-,040	-,089**	-,092**	1	,004
	Sig. (bilatéral)	,002	,129	,426	,175	,003	,002		,900
	N	1140	1134	1140	1140	1140	1075	1140	1140
Inter	C de Pearson	,069*	,173**	,520**	,336**	,533**	,382**	,004	1
	Sig. (bilatéral)	,020	,000	,000	,000	,000	,000	,900	
	N	1140	1134	1140	1140	1140	1075	1140	1140

• P < 0.05 ; ** p < 0.01

Le tableau 1 montre l'existence d'une forte corrélation entre les deux variables de la propension coopérative de l'entreprise (la fréquence de l'activité coopérative de l'entreprise et la diversité de l'activité coopérative). Afin d'éviter des effets de multi-colinéarité, nous avons testé l'activité coopérative et la diversité de l'activité coopérative dans des modèles différents.

Les résultats du tableau 2 montrent que l'activité coopérative (Coop) est significativement et positivement reliée à l'activité concurrentielle (Compet). Plus une entreprise initie un grand

nombre d'actions coopératives, plus elle initie un grand nombre d'actions et réactions concurrentielles. L'hypothèse H1a est donc validée.

Tableau 2 : Fréquence de l'activité coopérative et fréquence de l'activité concurrentielle

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig.	
	A	Erreur standard	Bêta			
1	(Constante)	1,785	,190		9,381	,000
	Temps	-,013	,049	-,007	-,267	,789
	Taille	5,632E-8	,000	,351	12,528	,000
2	(Constante)	1,877	,162		11,556	,000
	Temps	-,076	,042	-,043	-1,808	,071
	Taille	4,416E-8	,000	,275	11,361	,000
	Concent	-1,519	,336	-,108	-4,520	,000
	Inter	,754	,037	,489	20,287	,000
3	(Constante)	1,963	,149		13,199	,000
	Temps	-,103	,038	-,059	-2,700	,007
	Taille	3,042E-8	,000	,190	8,278	,000
	Concent	-1,344	,308	-,095	-4,368	,000
	Inter	,465	,039	,302	11,865	,000
	Coop	,314	,021	,391	14,850	,000
4	(Constante)	1,990	,149		13,334	,000
	Temps	-,106	,038	-,061	-2,786	,005
	Taille	2,947E-8	,000	,184	7,935	,000
	Concent	-1,477	,310	-,105	-4,757	,000
	Inter	,525	,044	,341	11,916	,000
	Coop	,314	,026	,390	11,990	,000
	CoopxConcent	-,306	,108	-,071	-2,844	,005
	CoopxInter	-,009	,003	-,082	-2,586	,010

a. Variable dépendante : Compet

Les résultats du tableau 4 montrent que l'activité coopérative (Coop) est significativement et positivement liée à la diversité de ses actions et réactions concurrentielles. Plus une entreprise initie un grand nombre d'actions coopératives, plus elle initie une grande variété d'actions et de réactions concurrentielles. L'hypothèse H1b est donc validée.

Les résultats du tableau 3 montrent que la diversité de l'activité coopérative (CoopDiv) est liée de façon significative avec la fréquence de l'activité concurrentielle. Plus une entreprise initie des actions coopératives variées, plus elle initie des actions et réactions concurrentielles. L'hypothèse H2a est donc validée.

Les résultats du tableau 5 montrent que la diversité de l'activité coopérative (CoopDiv) est positivement et significativement reliée à la diversité de l'activité concurrentielle (Compet-

Div). Plus une entreprise initie des actions coopératives variées, plus elle initie des actions et réactions concurrentielles variées. L'hypothèse H2b est donc validée.

Tableau 3 : Variété des actions coopératives et fréquence de l'activité concurrentielle

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		A	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	1,785	,190		9,381	,000
	Temps	-,013	,049	-,007	-,267	,789
	Taille	5,632E-8	,000	,351	12,528	,000
2	(Constante)	1,877	,162		11,556	,000
	Temps	-,076	,042	-,043	-1,808	,071
	Taille	4,416E-8	,000	,275	11,361	,000
	Concent	-1,519	,336	-,108	-4,520	,000
	Inter	,754	,037	,489	20,287	,000
3	(Constante)	1,944	,159		12,209	,000
	Temps	-,093	,041	-,054	-2,282	,023
	Taille	4,289E-8	,000	,267	11,259	,000
	Concent	-1,423	,329	-,101	-4,323	,000
	Inter	,666	,038	,432	17,326	,000
	CoopDiv	1,754	,247	,176	7,103	,000
4	(Constante)	1,970	,161		12,255	,000
	Temps	-,091	,041	-,053	-2,238	,025
	Taille	4,217E-8	,000	,263	11,072	,000
	Concent	-1,405	,331	-,100	-4,245	,000
	Inter	,738	,050	,479	14,904	,000
	CoopDiv	1,826	,310	,183	5,883	,000
	CoopDivx- Concent	-1,187	1,299	-,027	-,914	,361
	CoopDivxInter	-,181	,088	-,076	-2,051	,040

Le tableau 2 montre l'existence d'un effet d'interaction entre l'activité coopérative de l'entreprise, sa présence à l'international et son activité concurrentielle (CoopxInter). Ces résultats impliquent que plus l'entreprise initie des actions coopératives et plus elle est présente hors de son marché domestique, plus elle initie des actions et réactions concurrentielles. Ils confirment l'hypothèse H3a.

Le tableau 4 montre que l'interaction entre l'activité coopérative de l'entreprise et sa présence à l'international a un impact sur la diversité de ses actions et réactions concurrentielles. Plus l'entreprise initie des actions coopératives et plus elle est présente hors de son marché domestique, plus elle initie des actions et réactions concurrentielles variées. L'hypothèse H3b est donc validée.

Tableau 4 : Fréquence de l'activité coopérative et variété de l'activité concurrentielle

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.	
	A	Erreur standard	Bêta			
1	(Constante)	,135	,015		8,958	,000
	Temps	-,004	,004	-,027	-,930	,353
	Taille	3,582E-9	,000	,300	10,206	,000
2	(Constante)	,139	,014		9,877	,000
	Temps	-,007	,004	-,056	-2,039	,042
	Taille	2,979E-9	,000	,250	8,988	,000
	Concent	-,116	,029	-,109	-3,982	,000
	Inter	,039	,003	,342	12,380	,000
3	(Constante)	,143	,014		10,432	,000
	Temps	-,009	,004	-,066	-2,458	,014
	Taille	2,336E-9	,000	,196	7,019	,000
	Concent	-,107	,028	-,100	-3,749	,000
	Inter	,025	,004	,219	7,046	,000
	CoopDiv	,015	,002	,251	7,800	,000
4	(Constante)	,152	,014		11,159	,000
	Temps	-,010	,003	-,072	-2,726	,007
	Taille	2,027E-9	,000	,170	6,081	,000
	Concent	-,106	,028	-,099	-3,719	,000
	Inter	,036	,004	,313	9,056	,000
	CoopDiv	,021	,002	,343	8,714	,000
	CoopDivx- Concent	-,007	,010	-,020	-,683	,495
	CoopDivxInter	-,002	,000	-,224	-5,826	,000

Le tableau 3 montre que la présence à l'international de l'entreprise est une variable modératrice de la relation entre la diversité des actions coopératives et l'activité concurrentielle de l'entreprise. Plus l'entreprise initie des actions coopératives variées et plus elle est présente hors de son marché domestique, plus elle initie des actions et réactions concurrentielles. L'hypothèse H4a est donc validée.

Le tableau 5 montre que la présence à l'international est une variable modératrice de la relation entre la diversité des actions coopératives et la diversité des actions et réactions concurrentielles. Plus l'entreprise initie des actions coopératives variées et plus elle est présente hors de son marché focal, plus elle initie des actions et réactions concurrentielles variées. L'hypothèse H4b est donc validée.

Le tableau 2 montre l'existence d'un effet d'interaction positif entre l'activité coopérative, sa concentration industrielle et son activité concurrentielle (CoopxConcent). Ces résultats impli-

quent que plus l'entreprise initie un grand nombre d'actions coopératives et est dans un marché concentré, plus elle initie un grand nombre d'actions et réactions concurrentielles. Ce résultat infirme l'hypothèse H5a.

Tableau 5 : Variété des actions coopératives et variété des actions concurrentielles

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	,135	,015		8,958	,000
Temps	-,004	,004	-,027	-,930	,353
Taille	3,582E-9	,000	,300	10,206	,000
2 (Constante)	,139	,014		9,877	,000
Temps	-,007	,004	-,056	-2,039	,042
Taille	2,979E-9	,000	,250	8,988	,000
Concent	-,116	,029	-,109	-3,982	,000
Inter	,039	,003	,342	12,380	,000
3 (Constante)	,143	,014		10,237	,000
Temps	-,008	,004	-,064	-2,345	,019
Taille	2,918E-9	,000	,245	8,886	,000
Concent	-,111	,029	-,104	-3,829	,000
Inter	,034	,003	,298	10,295	,000
CoopDiv	,101	,021	,136	4,735	,000
4 (Constante)	,149	,014		10,666	,000
Temps	-,008	,004	-,064	-2,365	,018
Taille	2,814E-9	,000	,236	8,609	,000
Concent	-,102	,029	-,095	-3,508	,000
Inter	,045	,004	,396	10,662	,000
CoopDiv	,141	,027	,190	5,302	,000
CoopDivx-Concent	,078	,111	,023	,701	,483
CoopDivxInter	-,030	,008	-,172	-4,028	,000

Le tableau 5 montre que la concentration industrielle n'est pas un facteur modérateur de la relation entre le nombre d'activités coopératives et la variété de l'activité concurrentielle. L'hypothèse H5b est donc réfutée.

Le tableau 5 montre que la concentration industrielle n'est pas un facteur modérateur de la relation entre la variété des actions coopératives et le nombre d'actions et réactions concurrentielles. L'hypothèse H6a est donc réfutée.

Le tableau 5 montre que la concentration industrielle n'est pas un facteur modérateur de la relation entre la variété de l'activité coopérative et la variété de l'activité concurrentielle. L'hypothèse H6b est donc réfutée.

Les tableaux 2 à 5 montrent que les variables de contrôle (le temps et la taille de l'entreprise) ont un impact significatif sur le comportement agressif de l'entreprise. Les opérateurs mobiles initient d'autant plus d'actions concurrentielles qu'ils sont de grande taille.

5. Discussion

L'objectif de cette recherche est de proposer et de tester une modélisation des liens entre le comportement coopératif et le comportement concurrentiel. Deux thèses s'affrontent dans la littérature. Dans la première, le fait de coopérer conduit à modérer son agressivité concurrentielle (Harrigan, 1986 ; Porter et Fuller, 1986). En effet, coopérer avec les acteurs de son environnement socioéconomique apporte des ressources à l'entreprise, ce qui la conduit en retour à ne pas pouvoir se permettre une forte agressivité vis-à-vis de cet environnement. Dans une thèse opposée, plus une entreprise coopère, plus elle tire des ressources supplémentaires de cette coopération, ce qui lui permet d'être plus agressive. Le fait de coopérer se traduit par un accroissement de l'agressivité concurrentielle (Gnyawali et Madhavan, 2001 ; Gnyawali *et al.*, 2006 ; Andrevski *et al.*, 2007).

Les résultats obtenus dans cette recherche montrent que le comportement coopératif et le comportement concurrentiel sont liés positivement entre eux. De façon plus précise, les résultats montrent que :

1. la fréquence de l'activité concurrentielle d'une entreprise est influencée positivement par la fréquence de son activité coopérative ;
2. la fréquence de l'activité concurrentielle d'une entreprise est influencée positivement par la variété de son activité coopérative ;
3. la variété de l'activité concurrentielle d'une entreprise est influencée positivement par la fréquence de son activité coopérative ;
4. la variété de l'activité concurrentielle d'une entreprise est influencée positivement par la variété de son activité coopérative.

Les résultats remettent donc en cause les travaux communément acceptés qui considèrent que coopérer réduit la propension à l'agressivité concurrentielle (Harrigan, 1986 ; Porter et Fuller, 1986). Ils vont clairement dans le sens des recherches antérieures qui considèrent que le fait de coopérer intensément au sein de son environnement n'est pas un frein à l'agressivité concurrentielle, mais, au contraire, un moyen pour devenir plus agressif (Gnyawali *et al.*,

2006 ; Andrevski *et al.*, 2007). Ils conduisent donc à repenser un des plus vieux postulats de l'économie industrielle qui oppose la coopération à la compétition, et qui fait de la coopération un frein à la compétition. Non seulement la coopération n'est pas un frein à l'agressivité concurrentielle, mais elle est facteur qui permet d'être plus agressif.

D'autres résultats permettent d'établir l'influence de variables modératrices comme la présence à l'international et la concentration industrielle. La présence à l'international modère bien la relation entre le comportement coopératif et le comportement concurrentiel. Conformément à ce que nous avons supposé, le fait d'être présent à l'international permet d'obtenir des ressources qui sont plus riches pour l'entreprise que les ressources collectées au niveau local. Plus une entreprise est présente à l'international, et plus elle coopère de façon fréquente et de façon variée, plus elle a une activité concurrentielle fréquente et variée.

En management stratégique, la présence à l'international a été tantôt associée à une stratégie d'évitement, tantôt considérée comme ayant un impact direct inhibiteur sur le degré de la concurrence dans un secteur. Dans cette recherche, l'impact de la présence à l'international sur le comportement de la firme est différent. Etre présent sur plusieurs marchés internationaux est loin d'être un moyen de se soustraire à la concurrence. La présence à l'international est plutôt un moyen d'accroître l'intensité de la relation entre le comportement coopératif et le comportement agressif.

La concentration industrielle a un effet inverse de celui qui était attendue. Nous avons supposé que plus le marché d'une entreprise est concentré, plus cela modère négativement la relation entre le comportement coopératif et le comportement agressif. Au contraire, les résultats obtenus ici montrent qu'être issu d'un marché domestique fortement concentré contribue à intensifier la relation entre le comportement coopératif et comportement agressif. La concentration du marché rend plus intense la relation entre ces deux comportements. Les entreprises tirent plus de ressources de la coopération quand elles coopèrent au sein d'un secteur très concentré que quand elles coopèrent au sein d'un secteur moins concentré. Ces ressources sont ensuite réinvesties dans un comportement concurrentiel plus agressif. La coopération entre firmes concentrées n'est pas donc contraire à l'esprit de compétition mais renforce au contraire cet esprit de compétition ! Ce résultat nouveau est pour le moins paradoxal et contradictoire avec la théorie dominante en Economie Industrielle qui voit dans la concentration d'un secteur l'un des principaux déterminants de l'entente (Harrigan, 1986 ; Porter et Fuller, 1986).

Conclusion

Les recherches sur les interactions concurrentielles ont permis de renouveler l'analyse de la concurrence en déplaçant l'attention des structures de secteur vers les actions et réactions concurrentielles (Young *et al.*, 1996 ; Grimm et Smith, 1997 ; Smith *et al.*, 1997 ; Ferrier *et al.*, 1999). Une des limites de ces nouvelles approches de la concurrence est de ne pas tenir compte de l'encastrement des entreprises dans leur environnement socio-économique. L'objectif de cette recherche est de combler ce vide en proposant et en testant des hypothèses sur les liens entre le comportement coopératif et le comportement concurrentiel.

Deux thèses s'affrontent sur cette question. Dans la première, l'encastrement est un facteur de modération de l'agressivité concurrentielle (Harrigan, 1986 ; Porter et Fuller, 1986). Dans la seconde, inversement, l'encastrement est un facteur d'accroissement de l'agressivité concurrentielle (Gnyawali *et al.*, 2006 ; Andrevsky *et al.*, 2007). Les résultats obtenus vont clairement dans le sens de la deuxième thèse : plus une entreprise est coopérative, plus elle est également agressive. Ce lien est d'autant plus fort que l'entreprise est internationalisée et qu'elle est dans une industrie concentrée.

Ces résultats ne doivent être compris que relativement aux limites de la recherche. Une première limite tient à la relative difficulté de généralisation des résultats du fait de leur ancrage sectorielle. En effet, nous nous sommes focalisés sur une seule industrie. Il se pose alors la question de savoir si les résultats peuvent être retrouvés dans d'autres industries. Seule une extension de cette recherche à d'autres industries permettra d'en juger.

Une deuxième limite tient au fait que nous sommes focalisés sur un seul niveau d'analyse, celui de l'entreprise. Or, dans les recherches sur la dynamique concurrentielle ainsi que dans les recherches concernant la théorie des réseaux, plusieurs niveaux d'analyse sont envisagés. Des recherches futures pourraient examiner les relations entre la coopération et la concurrence à divers niveaux d'analyse (micro, macro, etc.). Un modèle multi-niveaux, plus sophistiqué, avec plus de variables, pourrait permettre de mieux comprendre les interactions sous-jacentes à la relation coopération/concurrence.

Cette recherche a montré, de façon générale, que la relation entre la coopération et la compétition doit être sérieusement repensée. Les cadres théoriques classiques de l'Economie Industrielle conduisent à une vision simple dans laquelle développer de la coopération conduit im-

manquablement à modérer son agressivité. Les résultats obtenus ici montrent clairement non seulement que cette position ne résiste pas à l'analyse empirique, mais que la relation entre la coopération et la compétition est inverse. Plus une firme coopère avec les acteurs de son industrie, plus elle est agressive dans son industrie ! Les implications de cette nouvelle conception des rapports entre coopération et concurrence nécessitent un sérieux examen empirique et théorique, tant elles semblent importantes tout autant pour les entreprises que pour l'action publique.

Références

- Ahuja G. (2000), The Duality of Collaboration: Introducing and Opportunities in the Formation of Inter-firm Linkages, *Strategic Management Journal*, 21: 3, 317-329.
- Andrevski G., Ferrier W.J, Brass D.J (2007), Social Capital and Competitive Behavior: A Study of Interfirm Networks and Rivalry among Automakers, 27th Strategic Management Society Annual Conference, San Diego.
- Angot et Josserand, (2007), Analyse des réseaux sociaux, in Thietart R-A et coll. (éds.) Méthodes de recherche en management, (3^e édition), Paris, Dunod.
- Baum J., Dutton J. E. (1996), The Embeddedness of Strategy, in Baum J. A. C. et Dutton J. E. (eds.), *Advances in Strategic Management*, 13, JAI Press.
- Bensebaa F. (2003), La dynamique concurrentielle : défis analytiques et méthodologiques, *Revue Finance-Contrôle-Stratégie*, 6,1, 5-37.
- Boecker W., Goodstein J., Winn D.N. (1997), Competition in a multimarket Environment: The Case of Market Exit, *Organization Science*, 8, 26-142.
- Borgatti S.P. (2005), Centrality and Network flow, *Social network*, 27: 1, 55-71.
- Burt R.S. (1992), *Structural Holes: The Social Structure of Competition*, Harvard University Press, Cambridge MA.
- Chen M.J. (1996), Competitors Analysis and Inter-firm Rivalry: Toward a Theoretical Integration, *Academy of Management Review*, 21: 1, 100-134.
- Chen M-J, MacMillan I.C. (1991), Non-response and delayed response to competitive moves: The Roles of Competitor Dependence and Action Irreversibility, *Academy of Management Journal*, 35: 3, 539-570.
- Chen M.J., Miller D. (1994), Competitive Attack, Retaliation and Performance: An Expectancy- valence Framework, *Strategic Management Journal*, 15: 2, 85-102.
- Chi L., Ravichandran T., Andrevski G. (2010), Information Technology, Network Structure, and Competitive Action, *Information Systems Research*, 21: 3, 543-570
- Cohen, W., Levinthal, D. (1990), Absorptive Capacity: A new perspective on learning and Innovation, *Administrative Science Quarterly*, 35, 128-152.

- Ferrier W. (2000), Playing to Win: the Role of Competitive Disruption and Aggressiveness, in Bresser R.K., Hitt M.A., Nixon R.D., Heuskel D., *Winning Strategies in a Deconstructing World*, John Wiley and Sons Ltd, p. 163-189.
- Ferrier W. (2001), Navigating the Competitive Landscape: The Drivers and Consequences of Competitive Aggressiveness , *Academy of management Journal*, 44: 4, 858-877.
- Ferrier W. J., Mac Fhionnlavich, Smith K. G., Grimm C. W. (2002), The Impact of performance distress on Aggressive Competitive Behaviour: A reconciliation of conflicting Views, *Managerial and Decision Economics*, 23, 301-316.
- Ferrier W., Lyon D.W. (2004), Competitive Repertoire Simplicity and Firm Performance: The moderating Role of TMT Heterogeneity, *Managerial and Decision Economics*, 25: 6-7, 317-327.
- Ferrier W., Smith K., Grimm C. (1999), The Role of Competitive Action in Market Share Erosion and Industry Dethronement: a Study of Industry Leaders and Challengers, *Academy of Management Journal*, 42: 4, 372-388.
- Fjeldstad O.D., Becerra M., Narayanan S. (2004), Strategic Action in Network Industries: An empirical Analysis of the European Mobile Phone Industry, *Scandinavian Journal of Management*, 20, 173-196.
- Ginsberg A. (1988), Measuring and Modeling Changes in Strategy: Theoretical Foundations and Empirical Directions, *Strategic Management Journal*, 9: 6, 559-575.
- Gnyawali D.R., Madhavan R. (2001), Cooperative Networks and competitive dynamics: A structural embeddedness perspective, *Academy of Management Review*, 26: 3, 431-445.
- Gnyawali D.R., He J., Madhavan R (2006), Impact of Co-opetition on Firm Competitive Behavior: An Empirical Examination, *Journal of Management*, 32: 4,507-530.
- Granovetter M. (1985), Economic Action and Social Structure: The problem of Embeddedness, *American Journal of Sociology*, 91, 3: 481-510.
- Gulati R. (1999), Network location and learning: The influence of network resources and firm capabilities on alliance formation, *Strategic Management Journal*, 20: 5, 397-413.
- Gulati R., Nohria N., Zaheer A. (2000), Strategic Networks , *Strategic Management Journal*, 21: 3, 203-215.
- Harrigan K.R (1986), *Managing for Joint Venture Success*, Lexington, MA: Lexington Books.
- Jacobson R. (1992), The Austrian School of Strategy, *Academy of Management Review*, 12: 4, 782-807.
- Jauch L. R., Osborn R. N., Martin T. N. (1980), Structured Content Analysis of Cases: a Complementary Method for Organizational Research, *Academy of Management Review*, 5: 4, 517-525.
- Kirzner I. (1973), *Competition and Entrepreneurship*, Chicago: University of Chicago Press
- Koh J., Venkatraman N. (1991), Joint-Venture Formation and Stock Market Reaction: An assessment in the Information Technology Sector, *Academy of Management Journal*, 34, 869-892.
- Melichen R.W, Ruth D.F., Winn D.N. (1976), Industry Concentration, Financial Structure and Profitability, *Financial Management*, 5: 3, 48-53.

- Nayyar P.R., Bantel K.A (1994), Competitive Agility: A Source of Competition Advantage based on Speed and Variety, *Advances in Strategic Management*, 10: 4,193-222.
- Nooteboom B. (1996), Innovation and Inter-Firm Linkages: New Implications for Policy, *Research Policy*, 28, 793–805.
- Offstein E.H., Gnyawalli D.R (2005), Firm Competitive Behavior as a determinant of CEO pay: Empirical Evidence from the US pharmaceutical Industry, *Journal of Managerial Psychology*, 20: 5, 335-354.
- Oliver C. (1991), Strategic Responses to Institutional Processes, *Academy of Management Review*, 16, 145-179.
- Parise S., Henderson J. C. (2001), Knowledge Resource Exchange in Strategic Alliances, *IBM Systems Journal*, 40: 4, 908-924.
- Pfeffer J., Salancik G. (1978), *The External Control of Organizations. A Resource Dependence Perspective*, Harper & Row, New York.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*, New York: Free Press.
- Porter, M., Fuller, M. (1986), Coalitions and global strategy, in M. Porter (Eds), *Competition in Global Industries*, Boston, MA: Harvard Business School Press, 315-344.
- Scherrer F.M., Ross S. (1990), *Industrial Market Structure and Economic Performance*, Boston, Houghton Mifflin.
- Schumpeter J. (1942, rééd. 1990), *Capitalisme, socialisme et démocratie*, Payot, 451 p.
- Smith K. G., Grimm C. M., Gannon M. J. (1992), *Dynamics of competitive strategy*, Newbury Park, CA: Sage.
- Smith K.G., Grimm C., Chen M-J, Gannon M.J. (1989), Predictors of Competitive Strategic Action: Theory and Preliminary Evidence, *Journal of Business Research*, 18, 245-258.
- Smith, K. G., Grimm, C. M., Gannon, M. J., Chen, M. J. (1991), Organizational information processing: Competitive responses and performance in the U.S. domestic airline industry, *Academy of Management Journal*, 34: 1, 60-85.
- Smith K.G., Ferrier W.J., Ndofor H. (2001), Competitive Dynamics Research: Critique and Future Directions », in Hitt M., Freeman R., Harrison J., *Handbook of Strategic Management*, Oxford, Blackwell, 315-361.
- Tushman, M., Nadler D. (1978), Information Processing as an Integrating Concept in Organization Design, *Academy of Management Review*, 3, 613-624.
- Uzzi B. (1997), Social Structure and Competition in Interfirm Networks: The paradox of Embeddedness, *Administrative Science Quarterly*, 42: 1, 35-68.
- Wasserman S., Faust K. (1994), *Social Network Analysis: Methods and Applications*. Cambridge University Press, Cambridge.
- Young G., Smith K., Grimm C. (1996), Austrian and Industrial Organization Perspectives on Firm-level Competitive Activity and Performance, *Organization Science*, 7: 3, 243-254.
- Yu T., Cannella A.A. JR. (2005), The Antecedent of Competitive Aggressiveness among multinational Enterprises : A study of the global Automobile Industry, *Academy Management Conference Best Paper 2005*.