

Appel à Contributions M@n@gement Numéro Spécial

Les stratégies d'expansion Sud-Sud et Sud-Nord : Quelles implications théoriques et empiriques pour la recherche en management ?

Rédacteurs en chef invités :

Rodrigo BANDEIRA-DE-MELLO, Fundação Getulio Vargas, São Paulo

Pervez N. GHOURI, King's College, London

Ulrike MAYRHOFER, IAE Lyon, Magellan – Université Jean Moulin Lyon 3

Pierre-Xavier MESCHI, IAE Aix, CERAM – Aix-Marseille Université, et Skema BS

Aujourd'hui, la recherche sur les stratégies d'expansion internationale est questionnée avec la progression forte des flux d'investissement des firmes des pays émergents vers les marchés développés ou vers d'autres marchés émergents. Pour reprendre la terminologie d'Aykut et Ratha (2004), à côté des flux Nord-Sud, on assiste à une montée en puissance inédite des flux Sud-Nord et Sud-Sud. Au-delà des acquisitions spectaculaires réalisées dans quelques secteurs aux Etats-Unis par Lenovo (division PC d'IBM) ou en Europe par Zhejiang Geely (Volvo) et Tata (Corus, Jaguar et Land Rover), les flux d'investissement Sud-Nord et surtout Sud-Sud sont protéiformes, se réalisent au travers d'une variété de modes d'expansion et concernent aussi bien des PME que des 'multinationales émergentes' (Buckley *et al.*, 2007 ; Fleury & Fleury, 2011). Le développement de ces nouvelles routes pour l'expansion internationale ouvre des perspectives uniques de recherche. Cette fenêtre de recherche ne s'ouvre que très rarement. La dernière en date remonte au début des années 1990 avec le déclenchement du processus de transition pour la Chine et les pays de l'ex-bloc soviétique, qui s'était accompagné d'un décollage sans précédent de l'investissement Nord-Sud et des flux d'investissement vers les pays émergents. Cette ouverture des pays émergents et en transition a largement contribué au succès de la recherche sur les stratégies d'expansion internationale (Luo & Tung, 2007 ; Ramamurti & Singh, 2009 ; Wang *et al.*, 2012). Ainsi, avec l'accélération des flux d'investissement Sud-Nord et Sud-Sud, la recherche sur les stratégies d'expansion internationale est sur le point de connaître une deuxième phase de croissance dans son cycle de vie.

Contributions Espérées et Progrès Potentiels dans la Compréhension du Domaine

Le développement de ces nouvelles routes pour les flux d'investissement renouvelle les questionnements traditionnels de la recherche sur les stratégies d'expansion internationale mais ouvre aussi de nouveaux axes de recherche.

Tout d'abord, l'analyse des stratégies d'expansion des firmes de pays émergents vers les pays développés ou vers d'autres pays émergents pose la question de la relativité des cadres théoriques transactionnel, institutionnel et culturel (Cuervo-Cazurra, 2012 ; Cuervo-Cazurra & Genc, 2008). Ces cadres ont attesté empiriquement leur valeur en aidant à identifier les facteurs explicatifs des stratégies d'expansion internationale et en montrant que les stratégies

ayant été choisies en cohérence avec ces cadres théoriques s'avèrent être plus performantes que les autres choix stratégiques effectués. Ces cadres théoriques restent-ils pertinents pour comprendre le comportement d'investissement à l'étranger de firmes chinoises, indiennes, brésiliennes ou russes ? Le comportement des 'multinationales émergentes' est-il identique dans leurs choix stratégiques à celui des multinationales des pays développés ?

Ensuite, certains cadres issus des théories de la firme mais aussi en lien avec la Sociologie, les Relations Internationales et la Géopolitique ont été jusqu'à présent peu ou pas exploités dans le contexte des stratégies d'expansion internationale et pourraient apporter des éclairages complémentaires ou éventuellement nouveaux pour comprendre les choix stratégiques effectués. Ainsi, peut-on considérer que le choix d'une stratégie d'expansion internationale n'est motivé que par la volonté des investisseurs étrangers de protéger leurs actifs spécifiques et de minimiser les différentes incertitudes (institutionnelle, politique, culturelle, ...) qui sont inhérentes à toute expansion sur un marché étranger ? Pour les firmes des pays émergents, la quête de nouveaux apprentissages et des transferts de connaissances tout comme le désir de valoriser leurs propres connaissances dans d'autres contextes géographiques ne peuvent-ils pas être des critères de choix stratégiques plus importants que ceux liés à la minimisation des coûts transactionnels, institutionnels et culturels ? N'est-il pas nécessaire d'explorer, à côté de l'apprentissage organisationnel, des coûts de transaction ou de l'environnement institutionnel, l'influence d'autres critères de choix ? Quel est par exemple l'impact du pays d'origine (par exemple, le rôle et les incitations du gouvernement), des enjeux géopolitiques et du risque politique dans le choix des marchés cibles et des modes d'expansion pour les firmes des pays émergents ?

Enfin, la recherche traditionnelle a analysé, de manière quasi-systématique, les modes d'expansion internationale en les comparant, voire en les opposant les uns par rapport aux autres. C'est ainsi que les coentreprises (ou *joint ventures*) avec un partenaire local, les acquisitions de firmes locales ou les filiales locales ont été étudiées soigneusement en faisant ressortir leur caractère unique et leurs spécificités (critères de choix, atouts et inconvénients). Pourtant, ces différents modes d'expansion internationale ne sont pas exclusifs et peuvent, bien au contraire, s'articuler les uns avec les autres dans un processus dynamique de gestion de ces modes d'expansion. Ce constat s'appuie aussi bien sur l'école d'Uppsala et son internationalisation incrémentale que sur les derniers travaux d'Hennart (2009, 2012) : un mode d'expansion n'est qu'une forme organisationnelle provisoire qui s'analyse en regard d'une stratégie d'internationalisation spécifique. Celle-ci s'appuie sur l'articulation et la succession de différents modes d'expansion au sein d'un portefeuille ou d'un réseau. Ainsi, le choix du mode d'expansion et son destin à terme ne sont pas isolés des autres implantations que les firmes exploitent déjà dans le pays cible et dans d'autres pays.

Dans l'optique d'apporter des contributions significatives à ces différents axes de recherche, nous sollicitons des articles qui s'inscrivent dans la liste des thèmes suivants (liste non exhaustive) :

1. Convergences et divergences dans les critères de choix d'une stratégie d'expansion internationale par les firmes des pays émergents et celles des pays développés.
2. Analyse transactionnelle, institutionnelle et culturelle du choix et de la performance des stratégies d'expansion internationale des firmes des pays émergents.
3. Nouvelles approches théoriques du choix et de la performance des stratégies d'internationalisation : Ressources, capacités organisationnelles, options réelles, réseau et portefeuille, mimétisme, etc.
4. La place de la Géopolitique et des Relations Internationales dans le choix des pays cibles et des modes d'expansion des firmes des pays émergents.

5. Performance et survie des modes d'expansion internationale des firmes des pays émergents.
6. Stratégies, structures et performance des 'multinationales émergentes'.
7. Processus d'expansion internationale des firmes des pays émergents : Internationalisation incrémentale des firmes ou firmes nées globales ?

Références Pertinentes pour le Numéro Spécial

- Aykut, A. D., & Ratha, D. (2004). South-South FDI flows: How big are they? *Transnational Corporations*, 13(1):149-176.
- Buckley, P., Clegg, J., Cross, A., Liu, X., Voss, H., & Ping, Z. (2007). The determinants of Chinese outward foreign direct investment. *Journal of International Business Studies*, 38(4): 499-518.
- Cuervo-Cazurra, A. (2012). How the analysis of developing country multinational companies helps advance theory: Solving the Goldilocks debate. *Global Strategy Journal*, 2(3): 153-167.
- Cuervo-Cazurra, A., & Genc, M. (2008). Transforming disadvantages into advantages: developing country MNEs in the least developed countries. *Journal of International Business Studies*, 39(6): 957-979.
- Fleury, A., & Fleury, M. T. L. (2011). *Brazilian Multinationals: Competences for Internationalization*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hennart, J.-F. (2009). Down with MNE-centric theories! Market entry and expansion as the bundling of MNE and local assets. *Journal of International Business Studies*, 40(9): 1432-1454.
- Hennart, J.-F. (2012). Emerging market multinationals and the theory of the multinational enterprise. *Global Strategy Journal*, 2(3): 168-187.
- Luo, Y. & Tung, R. (2007). International expansion of emerging market enterprises: A springboard perspective. *Journal of International Business Studies*, 38(4): 481-498.
- Ramamurti, R., & Singh, J. (2009) (eds.), *Emerging Multinationals from Emerging Markets*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Wang, C., Hong, J., Kafouros, M., & Wright, M. (2012). Exploring the role of government involvement in outward FDI from emerging economies. *Journal of International Business Studies*, 43(7): 655-676.

Calendrier prévisionnel pour la Publication du Numéro Spécial

Date limite de soumission : 10 Janvier 2014

Publication : Fin 2014

Des contributions théoriques et empiriques sont sollicitées pour ce numéro spécial, et différents types de méthodologies peuvent être utilisés.

Les articles peuvent être soumis dans la langue des auteurs (anglais, français, allemand et portugais). Si la langue d'origine n'est pas l'anglais, les auteurs doivent fournir une traduction professionnelle en anglais de leur article après acceptation.

Les manuscrits doivent suivre les consignes éditoriales de la revue *M@n@gement* et être soumis via le système de gestion éditoriale en ligne : http://www.management-aims.com/submission_fr.html. Il est nécessaire d'indiquer « *Stratégies d'Expansion Sud-Sud et Sud-Nord* » comme premier mot-clé dans le formulaire de soumission.