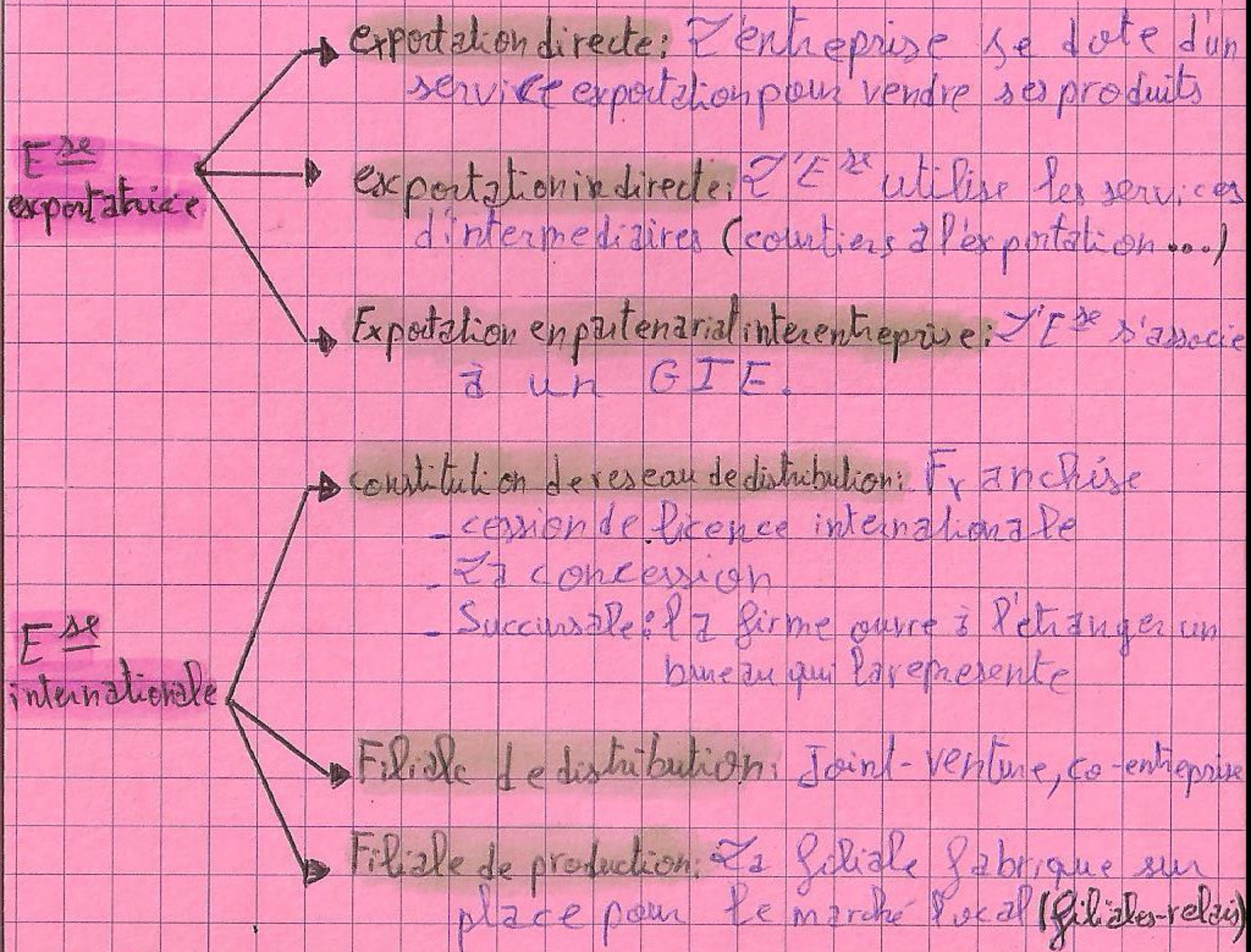


5 Stratégie d'internationalisation | La croissance

I Stratégie d'internationalisation

Definition: L'Entreprise exerce ses activités au-delà de son territoire national



Firme multi-nationale: L'Entreprise s'implante à l'étranger dans un petit nombre de pays

Avantages	<ul style="list-style-type: none"> → Augmentation du chiffre d'affaires → Amélioration de la notoriété de l'Entreprise
Limites	<ul style="list-style-type: none"> → Instabilité du taux de change → Risque d'externaliser des fonctions clés

II La croissance

1. Croissance interne: Le développement de l'Entreprise à partir de ses propres moyens et non à partir d'une acquisition.

Indice: investissement

Avantages:

- Le domaine est connu (expérience, savoir-faire)
- L'indépendance est conservée

Limites:

- Les délais sont plus longs

2. Croissance externe: Le développement par l'acquisition

Indice: acquisition - fusion - partenariat

Avantages:

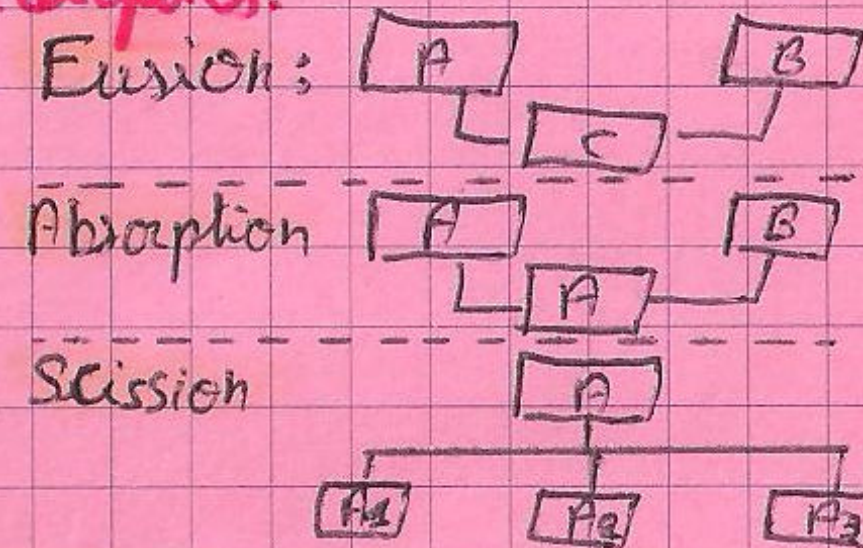
- Processus rapide
- Réduction de la concurrence

Limites:

- Risque d'échec
- Investissement Important

Modalités:

* Juridiques:



* Financières:

Offre Publique d'Achat (OPA): Une Entreprise A propose l'achat aux actionnaires de l'Entreprise de leurs actions à un prix supérieur au cours.

Offre Publique de Vente (OPV): Les actionnaires de l'Entreprise A proposent la vente de leurs actions à l'Entreprise B.

Offre Publique d'Echange (OPE): L'échange d'une Entreprise A d'un pourcentage d'action avec une Entreprise B.

Ramassage boursier: L'achat discrètement des actions d'une Entreprise B par l'Entreprise A.

3. Indicateurs de croissance

Indicateurs quantitatifs: Chiffre d'affaire, volume des ventes, valeur ajoutée, nombre de salariés, heures de travail, investissement.

Indicateurs qualitatifs: image de marque, leader, perception des produits par les clients, climat social, management de l'Entreprise.