

Entreprise Les 5 commandements de l'internationalisation

Par [Abou sarra](#)



La communication faite par M. Claude Smadja, président de Smadja & Associates inc. Suisse, dans le cadre du traditionnel forum annuel du magazine L'Economiste Maghrébin, organisé sur le thème: «L'internationalisation de l'économie tunisienne : défis et opportunités, les expériences des autres» a été fort applaudie par un panel imposant de diplomates, économistes, universitaires, banquiers et autres. Et pour cause. Elle traitait d'un thème d'une brûlante actualité : les armes à acquérir par un pays ou par une entreprise pour réussir tout projet d'internationalisation.

Pour M. Smadja, l'entreprise, pour survivre aujourd'hui, doit impérativement s'internationaliser. A cette fin, elle doit acquérir ce qu'il appelle «5 pouvoirs majeurs».

Premièrement, il s'agit d'acquérir en priorité le **pouvoir de la connaissance et de l'innovation**, pouvoir que M. Smadja qualifie d'«arme absolue».

Selon lui, le classique avantage compétitif du «travail bon marché» n'est plus ni de mode ni d'actualité. «Cette ressource, a-t-il dit, est devenue de nos jours inépuisable. La Chine et l'Inde sont en mesure, à eux seules, de subvenir aux besoins du monde entier en cette main-d'œuvre bas salaire».

Il estime que «la source de la profitabilité consiste désormais en l'acquisition de la connaissance et en sa transformation en innovation et en gains de productivité. Cette même recette, a-t-il précisé, qui a fait ce qu'est le miracle économique aujourd'hui».

M. Smadja devait soutenir que le monde de nos jours n'est plus un monde de producteurs mais un monde de consommateurs, d'où l'enjeu des marges. La guerre économique, aujourd'hui, est une guerre des marges.

Le conférencier a tenu à préciser que la connaissance ne se limite pas à la maîtrise du High tech mais dans le «time Knowledge» -c'est le temps à mettre pour acquérir avant les autres la connaissance. Plus simplement encore, il s'agit de disposer de la connaissance avant les concurrents

Deuxième pouvoir à acquérir par un pays ou une entreprise candidats à l'internationalisation, celui de **la communication**.

Concrètement, il s'agit de faire en sorte que producteurs, consommateurs, fournisseurs... soient impliqués dans la réalisation des objectifs fixés par le pays ou l'entreprise qui désirent opérer hors des frontières nationales.

Car, a-t-il fait observer, la globalisation met l'accent sur les éléments intangibles.

Par-delà cette terminologie qui paraît rébarbative pour certains, l'entreprise moderne est appelée à intégrer le social dans sa stratégie de redéploiement en dehors du périmètre local. En plus clair, l'entreprise mondialisée doit être responsabilisée et acquérir la capacité de rendre compte à la société civile dont la montée dans le monde ne peut plus être, hélas !, ni occultée ni ignorée.

Conséquence : un seul mot d'ordre pour les candidats à l'internationalisation, faire preuve et de transparence et de responsabilité. C'est aussi l'unique issue pour acquérir la légitimité internationale requise.

Troisième pouvoir, l'entreprise qui désire s'internationaliser doit s'impliquer dans **la réseautique**. Une telle démarche signifie l'adhésion à des réseaux de relations de partenariat complexes entre producteurs, consommateurs, fournisseurs, centrales

Pour aller plus loin

► [M. Houssein Mouelhi, directeur général adjoint d'Amen Bank : «Les banques devront mieux accompagner l'internationalisation de l'économie et de l'entreprise»](#)
► [La Tunisie dans la stratégie d'internationalisation du système économique-productif de la Sicile](#)
► ["Internationalisation industrielle" et "outsourcing des services" au menu du Forum de Carthage 2007](#)
► [L'entreprise tunisienne à la conquête du marché maghrébin](#)
► [Téléseminaires tuniso-italiens : Pour une internationalisation réussie des entreprises](#)

d'achat, clients..., l'ultime but étant d'étendre sa capacité d'action et de pouvoir gommer les faiblesses microéconomiques par la puissance de la réseautique. Pour M. Smadja, la réseautique est l'ensemble des situations où toutes les parties sont unies par des rapports de partenariat «win win situation», voire des rapports «gagnant gagnant».

Quatrième pouvoir ou défi à relever, **la capacité de s'adapter aux exigences du marché**. Pour M.Smadja, les entreprises et pays postulant à l'internationalisation doivent répondre obligatoirement à trois critères : flexibilité, rapidité et mobilité.

Pour ce faire, l'entreprise doit être proactive et se doter, à cet effet, de structures de veille et d'intelligence économique. « La règle d'or est d'anticiper et de faire plus vite que les autres » a soutenu le conférencier avant d'ajouter : « le temps, de nos jours est plus précieux que l'argent ».

Pourquoi, la Chine avance t-elle plus rapidement que l'Inde, s'est il interrogé,. Tout simplement parce qu'en Chine, les décisions sont prises et exécutées tandis qu'en Inde les décisions sont prises mais discutées. D'où une perte de temps qui peut être comptabilisée en points de croissance de moins.

Cinquième pouvoir, celui du **respect de la diversité dans son acception la plus globale** (raciale, ethnique, culturelle...). Le pays ou l'entreprise qui ambitionne de s'aventurer en dehors des frontières locales sont invités à composer avec un monde multipolaire, multiethnique, multi-compétences. Les entreprises et pays monolithiques sont d'office perdants et voués à l'échec : «le talent n'est plus de nos jours l'apanage des écoles françaises ou américaines, le talent est désormais global».

Fiches d'entreprises :

... | [AGENCE NATIONALE POUR LA MAITRISE DE L'ENERGIE](#) | [MANPROTEC](#) | [SOFTEN](#) | [SOTEP](#) | [TOTAL TUNISIE](#) | ...
Extrait de l'[ANNUAIRE](#) Galerie des Entreprises (Secteur : Chimie & Energie)

30/04/2007 05:46 - ©2007 webmanagercenter.com
