

SOMMAIRE

Introduction	9
CHAPITRE 1. Stratégie de coopération	17
Introduction.....	17
1. La coopération : un nouveau « <i>mindset</i> »	18
2. La coopération : une nouvelle stratégie relationnelle	21
2.1. La stratégie compétitive pure	22
2.2. La stratégie coopérative pure	24
2.3. La stratégie de coopération	27
3. Nature de la coopération	28
4. L'avantage coopératif	32
5. Les types de stratégies de coopération	36
6. La stratégie de coopération : contrainte ou délibérée ?	39
6.1. La coopération contrainte.....	39
6.2. La coopération pour la conquête de marché.....	42
7. Un cas exemplaire : la coopération entre Sanofi et BMS.....	43
7.1. Une diminution des coûts et des risques	43
7.2. Le développement des capacités d'innovation.....	44
7.3. Le développement des capacités commerciales.....	45
7.4. Les performances hors-normes d'une stratégie contre-intuitive ..	46

8. Les risques générés par la coopération.....	48
8.1. Création et appropriation de valeur	48
8.2. Partager ou protéger ses connaissances ?.....	50
8.3. La coopération source de tensions	53
8.4. La coopération crée des risques spécifiques.....	56
Conclusion	57
Fiche pratique 1	59
Fiche pratique 2	60
Fiche pratique 3	61
CHAPITRE 2. Le management de la coopération.....	63
Introduction.....	63
1. Les principes de management de la coopération	64
1.1. Un défi au management occidental	64
1.2. Le principe de séparation organisationnelle.....	65
1.3. Le principe d'intégration	67
2. Le management de la coopération en R&D.....	69
2.1. La coopération pour l'innovation incrémentale : les équipes de projets séparées	70
2.2. La coopération pour l'innovation radicale : les équipes de projets coopératives	72
2.3. Choisir son <i>design</i> organisationnel pour la coopération en R&D ...	74
3. Le management de la coopération commerciale.....	76
4. Le management de l'information	81
Conclusion	85
Fiche pratique 4	88
Fiche pratique 5	89
Fiche pratique 6	90

CHAPITRE 3. La coopération multiple	91
Introduction.....	91
1. La coopération multiple entre grandes entreprises	92
1.1. Pourquoi coopérer avec plusieurs concurrents ?.....	92
1.2. L'accroissement des tensions coopératives	93
2. La coopération multiple avec un tiers de confiance.....	95
3. La coopération multiple sans tiers de confiance	98
3.1. La coopération actionnariale.....	99
3.2. La coopération verticale	100
3.3. La coopération verticale et horizontale combinée	102
4. La coopération multiple entre PME.....	105
4.1. Les PME plus enclines à la coopération du fait de leur manque de ressources.....	106
4.2. Un management de la coopération spécifique.....	108
4.3. Le cas exemplaire du vin du pic Saint-Loup	110
4.4. Le cas exemplaire du fichier Amepi dans l'immobilier.....	112
5. La coopération multiple interne.....	114
5.1. De la coopération inter-entreprises à la coopération interne	114
5.2. Des tensions spécifiques qui nécessitent un management particulier	116
Conclusion	121
Conclusion.....	123
Fiche pratique 7	127
Genèse et développement de la recherche sur la coopération en France ..	129
Le Coopetition Lab de l'Université de Montpellier.....	129
La Chaire Coopération et Écosystème d'Innovation (Coo-Innov) de l'Université de Montpellier.....	133
Bibliographie	135