



FORMES DE COOPÉRATION

Conception de produits	Achats	Méthode de production	Méthode de marketing	Méthode de distribution
Contrats de recherche	Achats conjoints	Contrats d'ingénierie	Licence pour l'utilisation des marques de commerce	Ententes de distribution
		Sous-traitance		
Ententes de fabrication conjointe		Commercialisation conjointe		
Contrats de transfert de technologie				
Recherches conjointes		Licences d'exploitation de brevets	Promotion conjointe	

Fondement stratégique

La solidité du fondement stratégique d'une alliance est probablement le facteur le plus déterminant de son succès ou de son échec. Parce qu'une alliance est moins formelle et comporte en général moins d'engagements financiers que la création d'une filiale ou l'acquisition d'une autre société, on a parfois tendance à la considérer davantage comme un palliatif que comme une entreprise stratégique.

Il y a de nombreux exemples de coentreprises créées sous l'impulsion du moment ou pour des motifs purement opportunistes. Même si elle n'impose pas l'engagement d'autant de ressources qu'une fusion ou une acquisition, une alliance mal

conçue et mal planifiée peut avoir de graves conséquences, allant jusqu'à la perte de l'avantage concurrentiel. Quand on planifie une nouvelle coentreprise, les raccourcis mènent le plus souvent à l'impasse.

Une alliance stratégique doit être fondée sur une compréhension stratégique claire des capacités actuelles de l'entreprise et de celles dont elle aura besoin à l'avenir pour réussir. Cela implique le recours à un quelconque processus de planification stratégique permettant de définir les objectifs et d'évaluer les solutions de rechange en fonction de critères étroitement liés aux conditions du marché plutôt qu'à une procédure bureaucratique rigide.