

la période pendant laquelle elle est en vigueur et d'autres conditions. L'application de ces droits peut ou non être soumise à des limites géographiques. Les entreprises japonaises du secteur pharmaceutique se sont très bien servies de l'attribution de licence de produits pour réaliser des ventes sans investissements importants en argent ou en temps de gestion.

Une des nombreuses variantes de l'attribution d'une licence est celle d'une attribution mutuelle d'une licence dont se servent souvent les entreprises oeuvrant dans les secteurs faisant une forte utilisation de recherche et de technologie. C'est ainsi qu'une des plus importantes entreprises coréennes d'électronique, Samsung, a une entente avec IBM en Corée pour partager les brevets concernant la technologie utilisée pour la conception de la fabrication des semis conducteurs.

Les nouvelles stratégies d'investissements

Les nouvelles stratégies d'investissements élaborées par les entreprises au cours des dix dernières années s'en remettent davantage au partenariat et à la coordination. Moins intéressées par des acquisitions, ces stratégies s'efforcent de coordonner les activités et les intérêts stratégiques d'entreprises distinctes qui ont accepté de contribuer à un projet de coopération.

Les ententes de commercialisation en commun

Ce type d'entente suppose d'avantage que de simplement trouver un distributeur local pour vos produits. Une entente de commercialisation en commun est un type d'alliance stratégique dans laquelle les entreprises coopèrent ensemble afin d'atteindre les objectifs de commercialisation essentiels au bien-être des deux partenaires. Ces ententes supposent des engagements importants de la part des intervenants. Elles permettent à une entreprise de prendre rapidement de l'expansion dans un nouveau marché étranger en partageant la commercialisation de ses produits avec une autre entreprise. C'est ainsi que les entreprises oeuvrant dans des secteurs très instables peuvent vouloir parvenir à pénétrer rapidement le marché avec leurs produits avant que celui-ci ne soit envahi par la

Les alliances stratégiques ont joué un rôle important pour le succès des entreprises à croissance rapide comme Pelorus Navigation Systems à Calgary en Alberta. Pelorus fabrique des systèmes d'atterrissage pour les aéroports régionaux et détient des marchés en Amérique du nord, dans la région Asie-Pacifique et en Europe. Son plan d'attaque complet prévoyait un certain nombre d'alliances stratégiques avec de grandes entreprises bien implantées du secteur aérospatial à travers le monde qui avaient acquis de nouvelles technologies et de nouveaux marchés. Alors qu'elle n'avait qu'un personnel de 30 personnes, Pelorus a pu avoir recours à ces partenaires pour acquérir la crédibilité nécessaire pour faire des soumissions de gros contrats pour plusieurs unités et étalés sur plusieurs années.

En Australie, Pelorus a fait équipe avec GEC Marconi Defense, une entreprise dont le siège est à Sydney, afin que sa technologie puisse servir à préparer des soumissions pour d'importants contrats de défense. Alors que la relation entre ces deux entreprises est attirante en elle-même, le GEC est allé jusqu'à générer de nouvelles possibilités pour Pelorus en Papouasie Nouvelle Guinée et en Nouvelle Zélande. En plus, GEC a aidé Pelorus à vendre 300 de ses systèmes de navigation au gouvernement australien.

concurrent. Si une entreprise ne dispose que d'une petite force de vente sur un marché cible important, elle peut s'entendre avec une entreprise locale bien implantée dans le même secteur. En échange d'une part des profits, une entreprise locale peut utiliser son propre réseau de communications pour acheminer le produit vers les consommateurs alors que l'investisseur parvient rapidement à la visibilité et pénètre le marché. Dans certains cas, il est possible de passer des ententes réciproques entre des entreprises implantées sur les marchés distincts, en tirant parti des réseaux de distribution de chacune des entreprises afin que chacune d'elles tire parti du réseau de distribution de l'autre.