

# T ABLE DES MATIÈRES

---

## INTRODUCTION GÉNÉRALE

<b>1.</b>	<b>Les racines de la recherche</b>	18
<b>2.</b>	<b>Le cadre théorique et conceptuel de la recherche</b>	23
2.1.	Les concepts clés	23
2.2.	La revue de la littérature	25
<b>3.</b>	<b>Définition de la problématique</b>	27
<b>4.</b>	<b>Méthodologie et démarche de la recherche</b>	29
4.1.	L'étude de cas unique	30
4.2.	Le terrain de recherche	30
4.3.	L'alliance coopérative PSA-FIAT	30
<b>5.</b>	<b>Résultats et intérêts de la recherche</b>	31
<b>6.</b>	<b>Structure de la recherche</b>	31

## PREMIÈRE PARTIE

### FONDEMENTS THÉORIQUES ET MÉTHODOLOGIES DE RECHERCHE

#### CHAPITRE I LA COOPÉTITION

	INTRODUCTION	38
<b>1.1.</b>	<b>Le concept de coopétition</b>	39
1.1.1.	Genèse morphologique et définition de coopétition	39
1.1.2.	Les fondements de la coopétition : la coopération et la compétition	49
1.1.3.	Les théories à la base de la coopétition	52
<b>1.2.</b>	<b>Le choix de la coopétition comme stratégie</b>	58
1.2.1.	Les drivers et les antécédents de la coopétition	60
1.2.2.	Coopétition et performance	61
1.2.3.	La coopétition pour l'innovation	63
<b>2.1.</b>	<b>Formes et niveaux de la coopétition</b>	64
2.1.1.	La coopétition verticale et horizontale	64
2.1.2.	La coopétition à différents niveaux	66
2.1.2.1.	<i>La coopétition au niveau individuel</i>	66
2.1.2.2.	<i>La coopétition au niveau organisationnel</i>	67
2.1.2.3.	<i>Le niveau inter-organisationnel</i>	67
2.1.2.4.	<i>La coopétition dans les relations dyadiques</i>	68
2.1.2.5.	<i>La coopétition dans les réseaux</i>	69
<b>2.2.</b>	<b>Les accords de coopétition</b>	69
2.2.1.	La coopétition dans un oligopole	69

2.2.2.	La coentreprise coopérative	71
<b>3.1.</b>	<b>Les dimensions de la coopération</b>	73
<b>3.2.</b>	<b>Les défis de la mesure de la coopération</b>	74
<b>3.3.</b>	<b>La dimension spatiale et temporelle de la coopération</b>	75
3.3.1.	La résolution spatiale de la coopération	76
3.3.2.	La résolution temporelle de la coopération : le gap théorique	77
	CONCLUSION	79

## CHAPITRE II

### LA LONGÉVITÉ DE L'ALLIANCE COOPÉRATIVE : LA SYMÉTRIE DES PARTENAIRES COMME FACTEUR DE RÉUSSITE

	INTRODUCTION	83
<b>1.1.</b>	<b>L'équilibre instable de la coopération</b>	84
1.1.1.	Le paradoxe de la coopération : le défi de la durée	84
1.1.2.	Longévité, performance et stabilité de l'alliance	87
1.1.3.	Tensions et management de la coopération	90
<b>1.2.</b>	<b>La soutenabilité de la situation de coopération</b>	92
1.2.1.	La durée de la coopération	92
1.2.2.	<i>Cooperation Capability</i> et maintien de l'alliance coopérative	94
1.2.3.	Les facteurs de réussite de la coopération	95
<b>2.1.</b>	<b>Formulation de la question de recherche</b>	98
<b>2.2.</b>	<b>Les facteurs de longévité des alliances</b>	100
<b>2.3.</b>	<b>La survie de la coentreprise</b>	108
2.3.1.	Choix des partenaires et performance de la JVI	108
2.3.2.	La survie de la JVI	108
<b>2.4.</b>	<b>Les questions de recherche</b>	113
<b>2.5.</b>	<b>La thèse défendue</b>	119
<b>3.1.</b>	<b>Le concept de symétrie</b>	121
3.1.1.	L'approche analytique	121
3.1.2.	L'approche stratégique	122
<b>3.2.</b>	<b>De l'asymétrie à la symétrie pour la durée de l'alliance</b>	123
3.2.1.	Asymétrie et longévité des alliances	124
3.2.2.	Symétrie et longévité des alliances entre concurrents	128
<b>3.3</b>	<b>Symétrie et coopération</b>	132
3.3.1.	De l'équilibre de la coopération à la symétrie des partenaires	133
3.3.1.1.	<i>La symétrie de la relation concurrentielle dans la coopération</i>	133
3.3.1.2.	<i>La symétrie de la relation coopérative dans la coopération</i>	134
3.3.2.	La symétrie dans les relations de coopération	134
	CONCLUSION	137

## CHAPITRE III

### MÉTHODOLOGIES ET DÉMARCHE DE LA RECHERCHE

	INTRODUCTION	141
<b>1.1.</b>	<b>L'objet et le design de la recherche</b>	142
<b>1.2.</b>	<b>Le positionnement épistémologique</b>	142

1.2.1.	Les paradigmes épistémologiques en sciences de gestion	142
1.2.2.	L'approche interprétativiste de la recherche	145
1.2.3.	Le raisonnement abductif de la recherche	146
<b>1.3.</b>	<b>La méthode qualitative</b>	148
1.3.1.	Cohérence entre problématique et choix méthodologique	149
1.3.2.	Les trois risques de la recherche qualitative	150
1.3.3.	Les difficultés méthodologiques de la recherche	151
<b>1.4.</b>	<b>La méthode quantitative</b>	152
<b>2.1.</b>	<b>La méthode de l'étude de cas</b>	153
<b>2.2.</b>	<b>L'étude longitudinale</b>	155
<b>2.3.</b>	<b>Le secteur automobile et des véhicules légers</b>	156
2.3.1.	Le secteur automobile mondial	156
2.3.2.	Le secteur des véhicules légers	159
<b>3.1.</b>	<b>La collecte des données</b>	162
<b>3.2.</b>	<b>Les sources des données</b>	163
3.2.1.	La triangulation des données	163
3.2.2.	Les données primaires : l'entretien individuel semi-directif	163
3.2.3.	Le guide d'entretien	165
3.2.4.	Le démarrage des entretiens	166
<b>3.3.</b>	<b>Les données secondaires et l'analyse documentaire</b>	168
<b>3.4.</b>	<b>L'analyse des données</b>	171
3.4.1.	L'event history analysis	171
3.4.2.	L'analyse de contenu	172
3.4.3.	Les étapes de l'analyse des données	174
	CONCLUSION	175

## DEUXIÈME PARTIE

### RÉSULTATS ET IMPLICATIONS DE LA RECHERCHE

#### CHAPITRE IV

##### L'HISTOIRE D'UNE LONGUE ALLIANCE : LA COOPÉTITION ENTRE PSA ET FIAT

	INTRODUCTION	181
<b>1.1.</b>	<b>L'alliance PSA-GENERAL MOTORS</b>	182
1.1.1.	Le début de l'alliance	182
1.1.2.	La négociation de clôture	183
<b>1.2.</b>	<b>L'alliance FIAT-GENERAL MOTORS</b>	184
1.2.1.	Les objectifs de l'alliance	184
1.2.2.	Les étapes de l'alliance	185
1.2.3.	Les effets et la fin de l'alliance	186
<b>2.1.</b>	<b>Deux groupes qui ont fait l'histoire de leur pays : PSA et FIAT</b>	187
2.1.1.	Dates clés du Groupe PSA	188
2.1.2.	Dates clés du Groupe FIAT	189
<b>2.2.</b>	<b>La naissance du groupe PSA : la fusion « Peugeot-Citroën »</b>	191

<b>2.3.</b>	<b>Les antécédents de l'alliance PSA-FIAT</b>	193
2.3.1.	Le contexte français : PSA dans les années 1970-1980	194
2.3.2.	Le contexte italien : FIAT dans les années 1970-1980	196
2.3.3.	Le rapprochement Citroën-FIAT	197
<b>2.4.</b>	<b>L'alliance et les projets PSA-FIAT</b>	199
2.4.1.	L'alliance en résumé	200
2.4.2.	Deux coentreprises et un seul objectif	204
2.4.3.	Le projet moteur Fire	205
2.4.4.	Le projet Sevel : SevelSud et SevelNord	207
2.4.5.	Le projet Sevel en Argentine	212
2.4.6.	Le projet TOFAŞ et l'accord en Argentine	213
2.4.7.	Dates clés de l'alliance PSA-FIAT	213
<b>3.1.</b>	<b>Sevel Val di Sangro</b>	216
<b>3.2.</b>	<b>SevelNord</b>	218
	CONCLUSION	224

**CHAPITRE V**  
**UNE ALLIANCE COOPÉTITIVE EXCEPTIONNELLE**  
**ANALYSE DES RÉSULTATS ET DISCUSSION**

	INTRODUCTION	228
<b>1.1.</b>	<b>La validation des résultats qualitatifs</b>	229
<b>1.2.</b>	<b>La construction d'une alliance : facteurs d'échec et de succès</b>	233
1.2.1.	Caractéristiques des partenaires et longévité de l'alliance	233
1.2.2.	L'opportunisme comme principale cause de l'échec	241
1.2.3.	Le maintien de l'alliance	242
<b>1.3.</b>	<b>Les facteurs de stabilité de l'alliance PSA-FIAT</b>	246
<b>2.1.</b>	<b>La longévité des alliances coopétitives</b>	249
2.1.1.	Maintenir l'alliance coopétitive au fil du temps	249
2.1.2.	Une alliance coopétitive qui résiste depuis longtemps	249
2.1.3.	Intensité de la coopération : fin ou survie de l'alliance	251
<b>2.2.</b>	<b>Tensions et management de l'alliance PSA-FIAT</b>	260
<b>2.3.</b>	<b>Les facteurs de longévité de l'alliance PSA-FIAT</b>	265
<b>2.4.</b>	<b>L'analyse statistique de la longévité de l'alliance</b>	267
<b>3.1.</b>	<b>Symétrie/asymétrie des partenaires comme facteur de réussite</b>	270
<b>3.2.</b>	<b>Symétrie/asymétrie des partenaires et durée de la relation</b>	275
<b>3.3.</b>	<b>Le management symétrique de la relation PSA-FIAT</b>	278
3.3.1.	Le management symétrique de la Sevel	279
3.3.2.	Symétrie et asymétrie des résultats	283
<b>3.4.</b>	<b>La performance de la JV coopétitive symétrique</b>	284
3.4.1.	L'innovation de SevelSud : le Fiat Ducato	284
	CONCLUSION	287

## CONCLUSION GÉNÉRALE

<b>1.</b>	<b>Contributions théoriques</b>	292
1.1.	Les résultats et le retour sur la littérature	292
1.2.	La coopétition	295
1.3.	La longévité des projets et de l'alliance coopétitive	297
1.4.	Symétrie et coopétition	299
1.5.	La symétrie comme facteur de longévité de l'alliance coopétitive	300
1.6.	La réponse à nos questions de recherche	302
<b>2.</b>	<b>Implications managériales</b>	304
<b>3.</b>	<b>Limites de la recherche</b>	305
	<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	308

# LISTE DES TABLEAUX

---

## INTRODUCTION GÉNÉRALE

1. Le plan de la recherche 33

## PREMIÈRE PARTIE

### FONDEMENTS THÉORIQUES ET MÉTHODOLOGIES DE RECHERCHE

#### CHAPITRE I

#### LA COOPÉTITION

1. Les comportements de recherche de rente 42
2. Les relations entre concurrents 43
3. Les formes de coopétition 44
4. Les concepts de coopétition et ses implications 48
5. La perspective compétitive, coopérative et coopétitive 52
6. Les théories de la coopétition 57
7. Les drivers de la coopétition 60
8. Les niveaux de la coopétition 68

#### CHAPITRE II

#### LA LONGÉVITÉ DE L'ALLIANCE COOPÉTITIVE : LA SYMÉTRIE DES PARTENAIRES COMME FACTEUR DE RÉUSSITE

1. Les principaux facteurs clés de succès évoqués dans la littérature 102
2. Durabilité des alliances stratégiques 103
3. Synthèse des études sur la survie des coentreprises 107
4. Influence des variables liées à la relation entre entreprises 109
5. Les critères de la symétrie dans la littérature 129
6. Le mot symétrie dans les recherches en coopétition 133

#### CHAPITRE III

#### MÉTHODOLOGIES ET DÉMARCHE DE LA RECHERCHE

1. Positiviste, Interprétativiste et Constructiviste 144
2. Différence générales entre recherche qualitative et quantitative 149
3. Différents concepts méthodologiques en recherche qualitative 159
4. Les principales alliances stratégiques dans le secteur des VUL 162
5. Liste des entretiens réalisés 167

## DEUXIÈME PARTIE

### RÉSULTATS ET IMPLICATIONS DE LA RECHERCHE

#### CHAPITRE IV

#### L'HISTOIRE D'UNE LONGUE ALLIANCE : LA COOPÉTITION ENTRE PSA ET FIAT

#### CHAPITRE V

#### UNE ALLIANCE COOPÉTITIVE EXCEPTIONNELLE ANALYSE DES RÉSULTATS ET DISCUSSION

1. Codage qualitatif des entretiens	232
2. La complémentarité dans les alliances PSA-GM et FIAT-GM	236
3. Les projets coopétitifs et coopératifs de l'alliance PSA-FIAT	251
4. La coopétition entre PSA et FIAT perçue par les partenaires	254
5. La coopétition comme durée de concurrence/coopération des modèles SevelSud	258
6. La coopétition comme durée de concurrence/coopération des modèles SevelNord	259
7. La gestion des tensions et des ambiguïtés dans l'alliance PSA-FIAT	264
8. La gestion des tensions coopétitives dans l'alliance PSA-FIAT	265
9. Symétrie de taille entre PSA-FIAT	273
10. Symétrie des objectifs entre PSA-FIAT	273
11. Symétrie culturelle entre PSA-FIAT	274
12. Symétrie d'expérience entre PSA-FIAT	274
13. Symétrie de pouvoir entre PSA-FIAT	274
14. Les moments de symétrie de PSA et FIAT tout au long de l'alliance	277

### CONCLUSION GÉNÉRALE

# LISTE DES FIGURES

---

## INTRODUCTION GÉNÉRALE

1. La concentration industrielle des constructeurs du secteur automobile 21

## PREMIÈRE PARTIE

### FONDEMENTS THÉORIQUES ET MÉTHODOLOGIES DE RECHERCHE

#### CHAPITRE I

#### LA COOPÉTITION

1. Le Réseau de Valeur (*Value Net*) 40
2. Types de relation coopérative entre concurrents 44
3. Rivalité de marché et appropriation de valeur 46
4. L'application des théories de la coopération 58
5. La coopération horizontale 65
6. La coopération verticale 65
7. La coopération verticale et horizontale 66

#### CHAPITRE II

#### LA LONGÉVITÉ DE L'ALLIANCE COOPÉRATIVE : LA SYMÉTRIE DES PARTENAIRES COMME FACTEUR DE RÉUSSITE

1. Les deux *continuums* de la coopération 85
2. Le paradoxe de la coopération 86
3. Définition de longévité de la coopération 93
4. Le modèle de Chin, Chan et Lam (2008) 97
5. Durée de la relation de coopération entre deux partenaires 114
6. Niveau de coopération des partenaires par rapport au projet coopératif 115
7. Symétrie et asymétrie entre coopération et compétition des projets coopératifs tout au long d'une alliance entre les partenaires A et B 117
8. La symétrie/asymétrie des partenaires dans une relation de coopération 119
9. Le modèle de Pangarkar et Choo (2001) 131
10. La symétrie dans une alliance coopérative 135
11. Le modèle théorique 136

#### CHAPITRE III

#### MÉTHODOLOGIES ET DÉMARCHE DE LA RECHERCHE

1. La filière automobile 157
2. Formes et style d'un véhicule utilitaire léger 160
3. Le processus de condensation de l'analyse documentaire 169
4. Le processus d'indexation dans l'analyse documentaire 170

## **DEUXIÈME PARTIE**

### **RÉSULTATS ET IMPLICATIONS DE LA RECHERCHE**

<b>CHAPITRE IV</b>	<b>L'HISTOIRE D'UNE LONGUE ALLIANCE : LA COOPÉTITION ENTRE PSA ET FIAT</b>	
	1. L'alliance PSA-FIAT	203
	2. Le fonctionnement du projet Sevel	211
	3. Les projets détaillés de l'alliance PSA-FIAT (1978-aujourd'hui)	221
<b>CHAPITRE V</b>	<b>UNE ALLIANCE COOPÉTITIVE EXCEPTIONNELLE ANALYSE DES RÉSULTATS ET DISCUSSION</b>	
	1. Les projets et le maintien de l'alliance PSA-FIAT	252
	2. La coopétition chez SevelSud	257
	3. La coopétition chez SevelNord	257
	4. Analyse longitudinale des moments de symétrie et asymétrie de l'alliance	278
	5. Production de PSA et de FIAT-SevelSud	283
	6. Production de PSA et de FIAT-SevelNord	283
	7. L'évolution technologique de Sevel	286
	<b>CONCLUSION GÉNÉRALE</b>	
	1. La dimension temporelle de l'alliance coopérative symétrique	301