

Management des alliances et de la coopétition

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

Thème 1 : Stratégie de coopétition

Le premier thème est l'étude des stratégies de coopétition comme source de nouveaux avantages concurrentiels. Les textes présentés et discutés s'attachent tous à établir un lien théorique et empirique entre la stratégie de coopétition et les performances de l'entreprise.

Thème 2 : Le management de la coopétition

Le deuxième thème est la mise en œuvre managériale de la coopétition dans les entreprises. La coopétition est par nature une stratégie paradoxale, à la fois concurrentielle et coopérative. Ce type de stratégie crée des tensions fortes entre les entreprises et au sein des entreprises. De nouvelles formes d'organisation sont donc nécessaires pour manager ces tensions coopétitives.

Thème 3 : Stratégie et management de la coopétition en PME

Les recherches sur la coopétition se sont dans un premier temps centrées sur les grandes entreprises dans les industries de haute technologie. Elles se développent maintenant dans des industries plus traditionnelles et s'intéressent de plus en plus au cas des PME. Les recherches montrent alors que les stratégies de coopétition et leur management dans les PME ont de fortes spécificités qui conduisent à leur dédier des recherches tout aussi spécifiques.

Compétence à acquérir :

A la fin de ce séminaire l'objectif est d'avoir sensibilisé les étudiants au « mindset » coopétitif ainsi qu'aux méthodes d'analyse des situations coopétitives, tant du point de vue stratégique que managérial, que ce soit dans des situations de grands groupes ou de PME

Mode de contrôle des connaissances :

L'évaluation du séminaire se fait sous la forme de l'analyse d'un cas de coopétition.

Bibliographie, lectures recommandées :

Thème 1 : Stratégie de coopétition.

Czakov W., Srivastava M., Le Roy F., Gnyawali D., (2020), "Coopetition Strategies: Critical Issues and Research Directions", *Long Range Planning*, Vol. 23, n°1, p. (HCERES A, CNRS 2, FNEGE 2).

Robert M., Chiambaretto P., Mira B., Le Roy F. (2018), "Better, faster, stronger: the impact of market-oriented coopetition on commercial product performance", *M@n@gement*, Vol. 21, n°1, p. 574-610

Sanou H. Le Roy F., Gnyawali D. (2016), "How Does Centrality in Coopetition Network Matter? Empirical Investigation in the Mobile Telephone Industry", *British Journal of Management*, Vol. 27, 143-160

Le Roy F., Robert M., Lasch F. (2016), "Choosing the best partner for product innovation: Talking to the enemy or to a friend?", *International Studies of Management Organisation*, vol. 46, n°2-3, p. 136-158.

Le Roy F., Sanou F.H. (2014), « Stratégie de coopétition et performance de marché : une étude empirique », *Management International*, Vol. 18, n°2, p. 124-139.

Bez M. S., Le Roy F., Pellegrin-Boucher E., Goursaud P. (2014), « Le patient anglais : Lorsque l'alliance entre Sanofi et BMS donne naissance à une innovation médicale majeure », in Granata J. et Marques P. (eds), *Coopétition : les liaisons dangereuses*, Pearson, Paris, p. 125-153.

Pellegrin-Boucher E., Le Roy F., Gurau C. (2013), "Coopetitive strategies in the ICT sector: typology and stability", *Technology Analysis & Strategic Management*, Vol. 25, n°1, p.71-89

Fernandez A. S. et Le Roy F. (2010), « Pourquoi coopérer avec les concurrents ? Une approche par la RBV » *Revue Française de Gestion*, Vol. 36, n° 204, p. 155-170.

Thème 2 : Le management de la coopétition

Fernandez A.-S., Le Roy F., Chiambaretto P. (2018), "Implementing the right project structure to achieve coopetitive innovation projects", *Long Range Planning*, Vol. 51, n°2, p. 384-405.

Pellegrin-Boucher E., Le Roy F., Gurau C. (2018), "Managing Selling Coopetition: a case study of the ERP industry", *European Management Review*, Vol. 15, n°1, p. 37-56

Le Roy F., Czakov W. (2016), "Managing Coopetition: the missing link between strategy and performance", *Industrial Marketing Management*, Vol. 53, p. 3-6

Le Roy F., Fernandez A.S. (2015), "Managing coopetitive tensions at the working-group level: The rise of the Coopetitive

Project Team”, *British Journal of Management*, Vol. 26, 671–688 (HCERES A, CNRS 2, FNEGE 2)

Fernandez A-S., Le Roy F., Gnyawali D. (2014), “Sources and Management of Tension in Coopetition: Case Evidence from Telecommunications Satellites Manufacturing in Europe”, *Industrial Marketing Management*, Vol. 43, n°2, p. 222-235

Fernandez A-S., Le Roy F. (2013), « Comment coopérer avec un concurrent ? L'avènement de l'équipe-projet coopérative », *Revue Française de Gestion*, Vol. 39, n°232, p. 61-80.

Thème 3 : Stratégie et management de la coopération en PME

Granata J., Lasch F., Le Roy F., Dana L-P. (2018), “How do micro-firms manage coopetition? A study of the wine sector in France”, *International Small Business Journal*, Vol. 36, 3, pp. 331-355.

Mira B., Le Roy F., Robert M. (2017), « La coopération entre Petites Entreprises : une question de proximité », *Revue Internationale PME*. Vol. 30, n°3–4, p. 231–259

Granata J., Le Roy F. (2014), « Le management de la coopération en PME : le cas des vignerons du Pic Saint-Loup », *Revue Finance-Contrôle-Stratégie*, 17-2, URL : <http://fcs.revues.org/1489>.

Marques P., Robert F., Le Roy F. (2009), “Coopetition between SMEs: an empirical study of French professional football”, *International Journal of Entrepreneurship & Small*

Document susceptible de mise à jour - 10/02/2026

Université Paris Dauphine - PSL - Place du Maréchal de Lattre de Tassigny - 75775 PARIS Cedex 16