

DECF

1/2

SESSION 2002

ORGANISATION ET GESTION DE L'ENTREPRISE

Durée : 4 heures – Coefficient : 1

Aucun document ni aucun matériel ne sont autorisés.

*En conséquence, tout usage d'une calculatrice est **INTERDIT** et constituerait une **fraude**.*

SUJET

À partir de vos connaissances théoriques et d'illustrations tirées de l'actualité, et après lecture du texte joint en *annexe*, vous donnerez une réponse argumentée et structurée à la question suivante :

« Pionnier » ou « suiveur », quelle stratégie d'entreprise adopter ?

NOTA : La paraphrase du document joint devra être exceptionnelle et nécessairement identifiée par des guillemets.

On a longtemps admis que la première entreprise arrivée sur un marché bénéficiait d'un avantage concurrentiel durable. Cette idée, appuyée par des recherches réalisées dans les années 80, reste largement répandue et connaît un regain d'intérêt avec le développement d'internet. Les investisseurs de la nouvelle économie financent volontiers les premières firmes fondées sur un concept totalement nouveau ou venu d'ailleurs (les États-Unis en général). Ils sont beaucoup plus réticents à investir dans la deuxième ou troisième entreprise développant le même concept.

Pourtant, l'idée de prime au premier entrant – ou pionnier – est aujourd'hui remise en question par les chercheurs en management et en marketing. Plusieurs exemples en attestent, comme le succès remporté par Sony dans les consoles de jeux vidéo malgré son entrée tardive sur le marché ou l'intention affichée par Microsoft de commercialiser une nouvelle console en 2001. Dans les secteurs liés à internet, l'entrée réussie d'Amazon.fr arrivé après Alapage, Bol et Fnac.com ou l'arrivée programmée d'Auchan dans l'univers des cybermarchés indiquent que les firmes ne considèrent pas une entrée tardive comme rédhibitoire. Une étude américaine sur cinquante catégories de produits a montré que près d'une entreprise pionnière sur deux s'était retirée du marché plusieurs décennies plus tard et que le pionnier n'était resté leader que dans 11 % des cas.

Source : Les Échos, 14 mars 2001

Auteur : Delphine MANCEAU.