

Dr. Douar Brahim : Maitre de conférences, Université de TiziOuzou

Le rôle du système d'information dans le processus d'internationalisation des PME

Résumé

Le terme de "système d'information " s'impose dans la littérature spécialisée pour désigner l'ensemble d'informations acquit par l'entreprise Dans un contexte, l'internationalisation des entreprises est devenue une pratique courante. Même si les PME sont de plus en plus nombreuses à franchir les frontières nationales, et elles éprouvent néanmoins de sérieuses difficultés pour surmonter leurs handicaps de taille. C'est la raison pour laquelle le processus d'internationalisation est généralement lent et progressif.

A cet effet, nous essaierons de défricher dans un premier temps le processus d'internationalisation, et dans un second temps la relation qui existe entre le succès du processus d'internationalisation dans une PME et son système d'information.

Mots clés : Internationalisation, système d'information, PME

الملخص

يدل مصطلح نظام المعلومات في أدبيات التسيير وعلم إدارة الأعمال عن مجمل المعلومات التي تتحصل عليها المؤسسة في سياق معين، أما تدويل المؤسسات فقد أصبح شائع الاستعمال بالنظر إلى الحجم الكبير من المؤسسات التي أصبحت تعبر الحدود، ورغم هذا فإنها لازالت تواجه صعوبات ومعوقات كثيرة خاصة بالنسبة للمؤسسات صغيرة الحجم.

وسوف نحاول من خلال هذه الورقة البحثية تسليط الضوء على تدويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ثم بعدها نبين العلاقة بين هذا التدويل وفعالية نظام المعلومات في هذه المؤسسات.

الكلمات المفتاحية: التدويل، نظام المعلومات، الشركات الصغيرة والمتوسطة

Introduction

L'internationalisation est un thème à la mode. La plupart des PME se sont lancées dans la course à l'internationalisation, poussées par la conviction qu'il s'agit d'une évolution inéluctable des marchés. Elle est souvent citée comme facteur d'accroissement de la pression concurrentielle. Elle a aussi été longuement étudiée sous l'angle des rapprochements interculturels et de l'organisation. Mais, trop souvent, la décision de s'internationaliser peut nuire à l'entreprise, Puisque cette démarche est à la fois source d'avantages, mais aussi d'inconvénients : environnementaux, sanitaire sociaux, culturels et de liberté. Donc, il est important pour les PME désirant triompher de leur concurrence et exploiter leurs avantages compétitifs sur de nouveaux marchés, adopter des choix stratégiques et multidimensionnels adaptées à la complexité de l'environnement international et à leurs objectifs prioritaires : réductions de coûts, accroissement des ventes ou apprentissage.

Toutefois, afin de survivre la PME doit continuer à innover. La plupart des PME agissent donc à l'international avec des stratégies adaptées et prédéterminé. L'objectif étant de gagner et conserver des avantages compétitifs sur le marché où elle opère, l'accord le plus parfait entre ses actions et sa clientèle peut être réalisé en étudiant ses clients et sa concurrence, mais aussi avec une bonne adaptation du mix marketing à l'international tout en tenant compte de la culture du pays cible

A travers cette introduction chacun sent que les problématiques sont diverses Au fond, toutes les interrogations tournent autour d'une interrogation centrale : quel est le rôle du système d'information dans la réussite de l'internationalisation ? Autrement dit comment une entreprise peut-elle s'internationaliser avec succès, et comment peut-elle s'adapter pour satisfaire des consommateurs étrangers à l'ombre de son système d'information acquis.

I- La décision de s'internationaliser

L'internationalisation d'une PME est la mise en œuvre d'une vision stratégique de développement de l'entreprise hors des frontières nationales. L'internationalisation est en effet, la convergence des compétences présentes dans l'entreprise et encouragée par les dirigeants,

l'internationalisation de la PME dépend principalement de son système d'information, de sa perception des risques et des opportunités du développement international¹. En effet, une attitude positive du dirigeant de la PME face à l'internationalisation entraîne la recherche des moyens nécessaires pour atteindre la performance essentielle à l'internationalisation.

I-1- définition de l'internationalisation des PME :

L'internationalisation est définie comme le développement des produits et services des entreprises hors des frontières nationales pour intégrer les marchés étrangers².

L'internationalisation des PME représente une activité complexe et dynamique permettant d'accroître la rentabilité et la performance de ces entreprises malgré leur modeste taille³. Ainsi, les entreprises en général et les PME en particulier qui s'engagent à l'international doivent déterminer la meilleure façon d'y avoir accès. Théoriquement, les opérations internationales de l'entreprise conçoivent l'internationalisation comme un processus par étape, une entreprise accroît sa présence sur les marchés étrangers progressivement en évoluant vers des stratégies de plus en plus sophistiquées au gré de l'acquisition de connaissances et d'expérience sur la scène internationale⁴. En effet, au-delà des ressources disponibles et de l'expérience à l'international, le choix d'un mode de présence optimal dépend fortement de la nature des opérations de l'entreprise ainsi que de son domaine d'activité.⁵

-2- les facteurs de l'internationalisation :

On trouve les facteurs suivants :⁶

a) Facteurs liés au marché de base :

- L'internationalisation est parfois imposée : saturation du marché national ou difficulté de gagner des parts de marché supplémentaires (situation oligopolistique) donc besoin d'élargissement des marchés.
- La réglementation limite de développement de l'entreprise.
- Les conditions de production freinent la croissance et le profit.
- La concurrence est très agressive.

b) Facteurs liés aux marchés étrangers :

La concurrence s'internationalise (ouverture des marchés, l'entreprise ne peut plus considérer son marché national comme le seul marché, il faut occuper le terrain là où se trouve les clients mais aussi les concurrents)

Les imperfections des marchés (l'entreprise peut être obligée de s'implanter dans un pays pour avoir le droit d'y écouler sa production : réglementations tarifaires, administratives ou protectionnistes)

c) Les facteurs commerciaux :

1/ La spécialisation de l'entreprise :

Pour certaines activités spécifiques, le marché ne peut se limiter à un territoire national, compte tenu du faible nombre de clients. C'est souvent le cas des PME pour qui l'internationalisation est le prolongement naturel d'une stratégie de spécialisation : elle permet, sans sortir de son métier d'origine, d'éviter les risques de la spécialisation en offrant des perspectives de croissance.

2/ La régulation des ventes de l'entreprise :

Le ralentissement de la croissance économique dans un pays peut être en partie compensé par des commandes venues de l'étranger dans des zones où les économies ne sont pas en phase. L'exportation permet alors de réduire les risques conjoncturels. Il en va de même pour les ventes saisonnières qui peuvent exploiter les décalages géographiques et climatiques pour réguler leur activité. Cette régulation permet une meilleure exploitation de l'appareil de production et une plus grande maîtrise des coûts.

3/ Le cycle de vie international du produit :

Les stades de développement international de l'entreprise coïncident souvent avec le cycle de vie du produit. Les produits nouveaux sont mis au point dans les entreprises des pays technologiquement avancés, pour des consommateurs à fort pouvoir d'achat. L'exportation sert ensuite à amortir les frais de recherche et développement et les frais commerciaux.

I-3- les modes d'internationalisation :

1- L'exportation indirecte.

L'exportation est le moyen traditionnel, simple et le plus ancien pour un fabricant d'avoir accès à un marché étranger et d'y écouler une partie de sa production. L'exportation passive consiste à écouler de temps en temps un surplus de sa production de sa propre initiative ou en

réponse à une commande non sollicitée, tandis qu'une exportation active suppose une volonté de s'attaquer à un marché déterminé.⁷

L'exportation indirecte consiste pour une entreprise à exporter sa production par l'intermédiaire des sociétés spécialisées en import-export ou des coopératives d'exportation. Les entreprises qui optent pour l'exportation indirecte de leur production ne sont pas directement engagées dans le processus d'internationalisation, et nécessite l'assistance des structures spécialisées tel le portage ou le piggy-pack.

2- L'exportation directe.

La couverture et l'approvisionnement permanent d'un marché étranger par une entreprise n'ayant pas de filiale à l'étranger se fait par une exportation directe. L'exportation directe est faite par l'entreprise sans intermédiaire, et permet d'espérer un bénéfice plus élevé malgré les investissements et les risques supplémentaires qu'elle entraîne. L'exportation directe entraîne une modification fonctionnelle et organisationnelle de l'entreprise. En effet, l'exportation directe entraîne une production de masse, un service de gestion des opérations internationales ou la création à l'étranger d'un magasin chargé du stockage, de la promotion et de la vente des produits. La conquête des marchés étrangers par l'exportation directe est recommandée pour les PME de fabrication des biens, notamment des secteurs agroalimentaire et industriel.

Le portage est un système de coopération entre une grande entreprise et une PME afin de faire bénéficier cette dernière du réseau international de la première, déjà implantée pour commercialiser ses propres produits. Le piggy-pack est une forme spécifique de portage qui repose sur un contrat d'agent commercial.

L'exportation directe est en effet adaptée au contexte actuel du développement international des PME camerounaises compte tenu des infrastructures pouvant les relier avec les marchés étrangers, notamment dans la sous région. D'autre part, l'évolution actuelle des NTIC, notamment internet peut favoriser le développement du commerce international. Les communications électroniques peuvent alors favoriser la connaissance des marchés étrangers et stimuler l'exportation. Cependant le retard pris par les PME camerounaises dans ce domaine ne permet pas à ces dernières d'utiliser le commerce électronique dans leur développement international.

3- Le partenariat.

Le partenariat ou joint-venture consiste pour une entreprise sollicitant se développer à l'international de s'associer avec un partenaire local afin de bénéficier de la connaissance du marché, et de partager la propriété et le contrôle de la société.⁸ Dans le cas spécifique des PME, elles n'ont pas de moyens financiers suffisant, de ressources logistiques ou de capacité de gestion pour conduire un approvisionnement permanent et une distribution optimale de leurs produits.

4- L'investissement direct.

L'implantation à l'étranger à travers l'investissement direct constitue l'ultime mode de présence sur les marchés internationaux. L'internationalisation par l'investissement direct nécessite une bonne connaissance de l'environnement étranger, l'acquisition d'une expérience internationale, la disponibilité des ressources suffisantes pour l'implantation d'une unité de production. L'investissement directe par l'ouverture de filiale est plus adapté pour les entreprises de service compte tenu de la spécificité des leurs activités.

Le choix de l'investissement direct comme mode d'internationalisation permet de réaliser d'importantes économies sur les coûts de main d'œuvre, de matières premières et de transport, et de bénéficier d'une bonne connaissances du marché étranger tout en évitant les barrières douanières. Le choix de l'investissement direct comme mode de présence sur les marchés internationaux est la panache des grandes entreprises ayant un grand potentiel.

II- le système d'information dans l'entreprise

II-1 Définition d'un système d'information :

Plusieurs définition ont été données par plusieurs auteurs et chacune d'elles met l'accent sur un certains nombre d'aspect des systèmes d'information. ROBERT REIX considère qu'un système d'information est un ensemble organisé des ressources ; matériels, personnels logiciels et données et procédure permettant d'acquérir, traiter, stocker et communiquer les informations (sous formes de données textes, images, sons,...etc.) dans des organisations.⁹ CHRISTIAN DU MOULIN quant à lui précise que le système d'information peut être défini comme l'ensemble de l'information formelle circulante dans l'entreprise ainsi que les procédures et les moyens nécessaire pour les définir, chercher, formaliser, conserver et

distribuer¹⁰. LESCA définit le système d'information dans l'entreprise comme un ensemble interdépendant des personnes, structures et des technologies de l'information qui devrait permettre à l'entreprise de disposer juste à temps des informations dont elle aura besoin pour son fonctionnement de son évolution.¹¹

II-2-Objectifs et finalités :

Le système d'information comprend trois objectifs :

Le contrôle : le système d'information est la mémoire de l'organisation, il traite des situations ce qui rend possible la compréhension des anomalies dans leur évolutions, il doit comme caractéristique la finalité.

La décision : le système d'information traite aussi des informations concernant le futur, il donne le choix des solutions dans la prise de décision, il est caractérisé par la pertinence.

La coordination : il présente aussi un aspect dynamique, il assure la coordination entre différents services, il est caractérisé par la rapidité.

Et comme finalités on trouve :

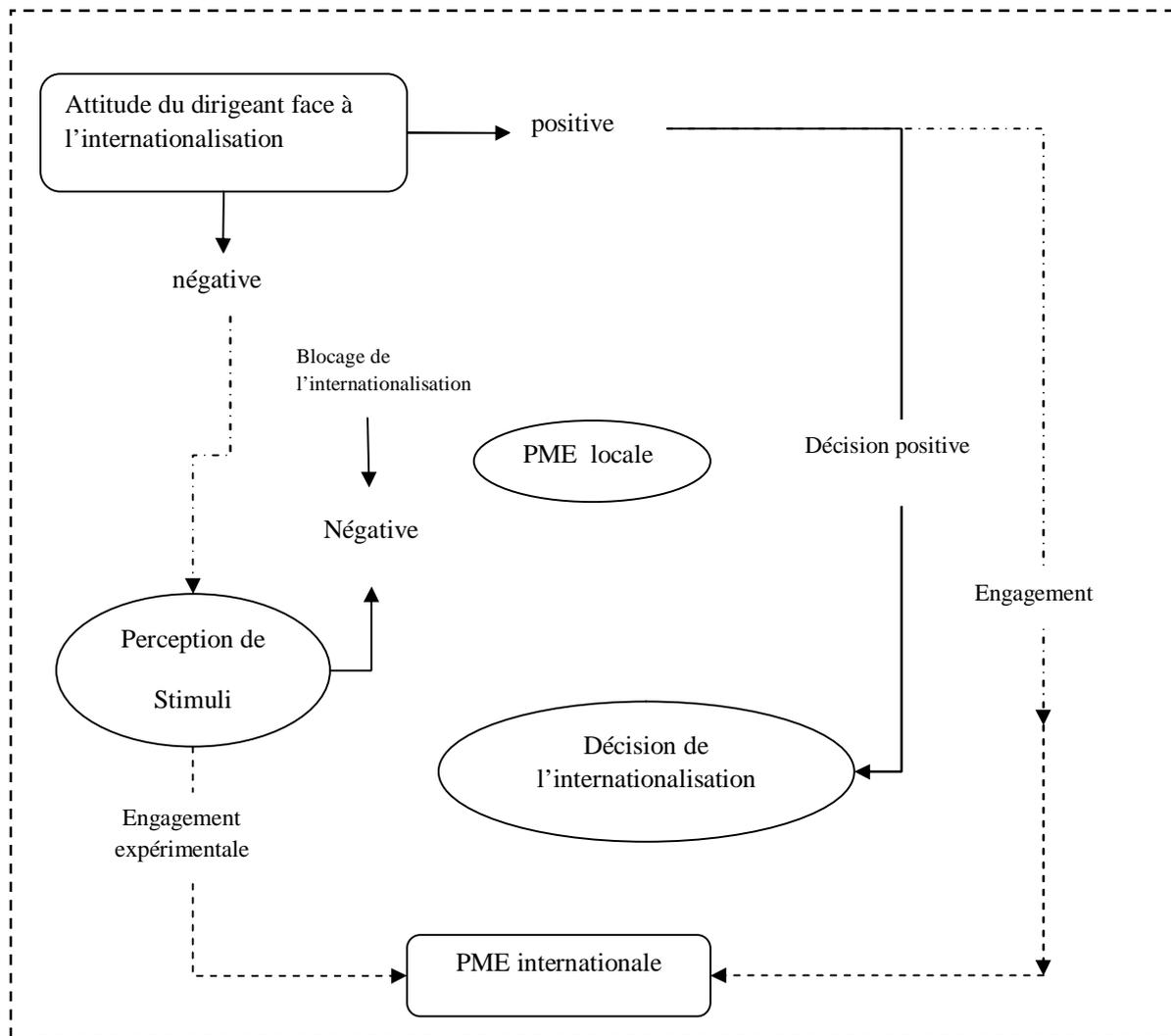
- Finalité fonctionnelle : autant qu'outil de communication et de coordination entre les différents services et domaine de gestion de l'entreprise ce système doit remplir un rôle essentiellement technique, celui de produire et de diffuser ces informations nécessaires aux opérations d'une part, et aux choix stratégiques d'autre part.
- Finalité sociale : elle est également importante, elle s'insère dans la politiques de relation humaines de l'entreprise, il s'agit alors de favoriser la connaissance de l'entreprise et la compréhension des choix stratégiques par l'ensemble du personnel et de développer un esprit d'entreprise chez les employés en facilitant par la diffusion de l'information une vie sociale et une culture d'entreprise.

III- La relation entre l'internationalisation et le système d'information au sein d'une PME :

De plus en plus, les PME font le choix stratégique de se tourner vers les marchés internationaux pour renforcer leur croissance et leur valeur ajoutée. La mondialisation, le progrès technologique et des canaux de communication toujours plus rapides simplifient et

accélèrent la circulation des biens et garantissent un accès instantané aux informations transfrontières. C'est pourquoi les PME très spécialisées sur un secteur spécifique avec un petit marché domestique sont de plus en plus attirées par les marchés mondiaux. Au cours des dernières années, de nombreuses PME ont placé l'internationalisation de leurs activités au centre de leurs priorités.

Figure n° 1: relation entre l'internationalisation et le système d'information au sein d'une PME :

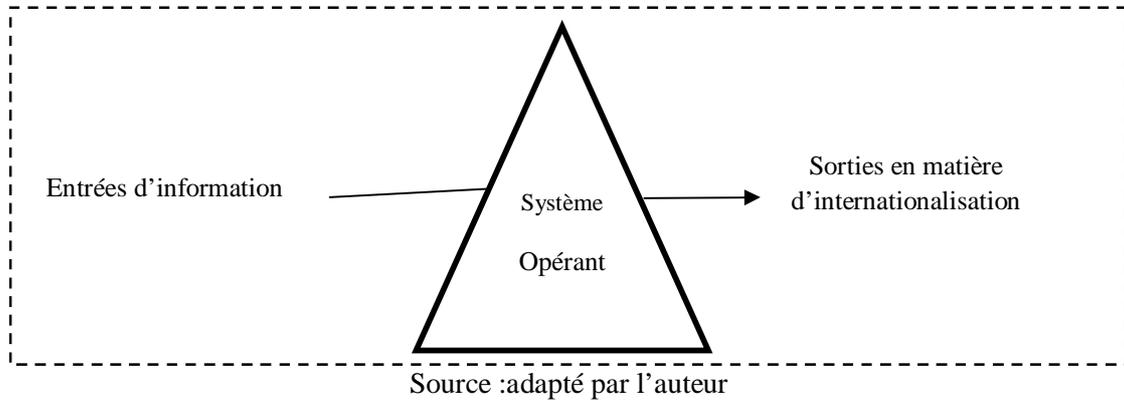


Source : Claude ETRILLARD, l'internationalisation des PME ; pour une relecture en terme de stratégie entrepreneuriales, Management Internationale, Montpellier, France, 2004, P 34

Les PME ont depuis toujours compris les avantages d'une stratégie tournée vers l'international et ont su s'établir dans le monde entier. Et cela grâce à l'information qui a rendu l'internationalisation d'une PME possible, Cette informatisation a offert de nouvelles

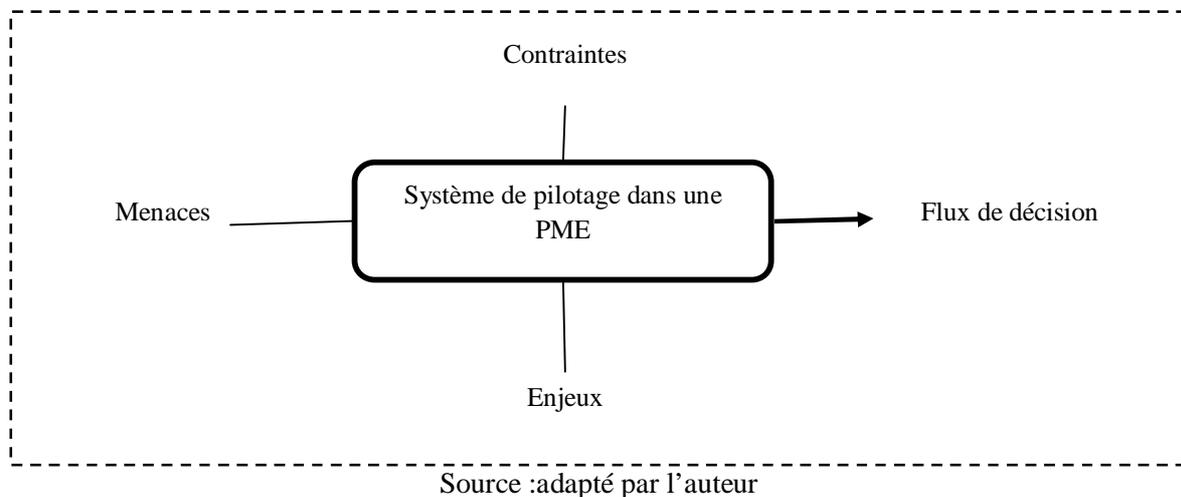
possibilités, et a induit une nécessaire réorganisation des tâches humaines ainsi qu'une organisation du processus informationnel au sein de la PME.

Figure n °2 : circuit de l'information



En général, cette information est très détaillée, ne concerne qu'un petit élément de l'organisation, et elle est tournée vers le présent. Dans le système de pilotage, l'information va permettre à celui-ci de prendre les bonnes décisions en matière d'internationalisation

Figure n°3 : le rôle de l'information

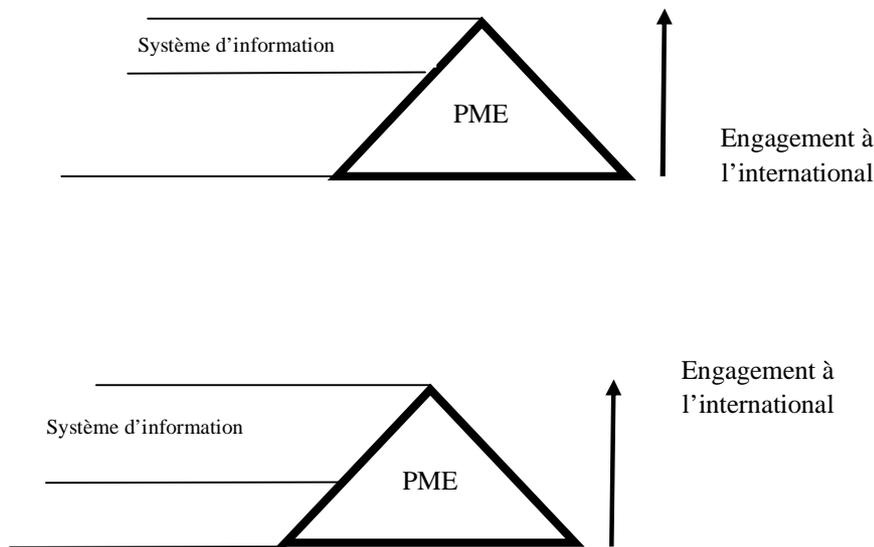


La tâche principal du SI est donc de fournir un flux d'information qui d'une part, reflète le plus fidèlement possible le flux physique, et d'autre part fournit au système opérationnel les éléments nécessaires pour son fonctionnement quotidien et au système de pilotage les éléments nécessaires à une prise correcte de décision.

Un lien positif a pu être établi entre le fait de recourir à un système d'information et le succès de l'internationalisation. Au début de l'internationalisation, les PME qui disposent d'un

système d'information plus profond vont connaître des taux d'internationalisation clairement plus élevés que celles qui n'en disposaient pas. A long terme, les PME qui ne bénéficient pas de cet avantage au départ arrivent toutefois aussi à augmenter leur part d'internationalisation, mais dans une moindre mesure que les PME bénéficiant d'un réseau efficace. Cela s'explique certainement par le fait que le système d'information facilitent les débouchés sur les marchés et permettent aux entreprises de s'impliquer plus facilement dans les chaînes de valeur ajoutée.

Figure n° : rôle du système d'information dans la prise de décision en matière d'internationalisation



Source : adapté par l'auteur

Le rôle d'un système d'information au sien d'une PME dans la prise de décision en matière d'internationalisation est primordial, la figure n° montre que la PME qui a pris l'engagement vers l'international c'est celle qui dispose un système d'information plus profond.

Conclusion :

Il va de soi que les décideurs s'informent sur le succès des affaires internationales et sur la mesure de la performance. La structure complexe de la performance de l'internationalisation est de toute évidence influencée par le taux d'internationalisation; dans ce contexte, on note que la performance de l'internationalisation augmente sensiblement quand, pendant une première phase, ce taux est en hausse. La taille limitée du marché domestique, la forte orientation internationale des PME, mais aussi le libre accès au marché international favorisent l'internationalisation. Les petites et moyennes entreprises qui optent pour un nombre réduit de stratégies d'entrée sur les marchés peuvent améliorer considérablement leur performance. Ce gain de performance peut cependant être limité par une erreur venant de l'entreprise elle-même lorsque celle-ci ne prend pas en considération l'importance de son système d'information.

Références :

- ¹ Claude ETRILLARD, L'internationalisation des PME : pour une relecture en termes de stratégies entrepreneuriales, Management international, Montpellier 2004, p. 36
- ² Philip KOTLER et Bernard DUBOIS, Marketing management, 12^e édition, Nouveaux Horizons, Paris 2006, p. 387
- ³ A. JULEN, L'internationalisation des PME, Rapport OCDE, Paris, octobre 2008, p.12
- ⁴ Kenichi OHMAE, La triade : émergence d'une stratégie mondiale de l'entreprise, Flammarion, Paris 1985, p.63
- ⁵ Sabine URBAN, *Management international*, Litec, Paris 1993, p.115
- ⁶ Douar Brahim, Les mécanismes d'internationalisation des PME Algériennes, Mémoire de Magistère Université de Chlef, 2011, P 56
- ⁷ Charles CROUE, Marketing international, De Boeck-Wesmaels, Bruxelles 2002, p.41
- ⁸ Sabine URBAN et Serge VENDEMINI, Alliances stratégiques coopératives internationales, De BoeckWesmaels, Bruxelles 1994, p. 23
- ⁹ R, REIX, système d'information et management des organisation, Vuibert, 1995, P 75
- ¹⁰ C, du moulin, Management des systèmes d'information, organisation, Paris, 1986, P 39.
- ¹¹ H, lesca, Information adaptation de l'entreprise, Masson, Paris, 1989, P 21