

SOMMAIRE

PRÉFACE	7
<i>Le diagnostic dans le « faire émerger » stratégique</i>	8
par Gérard KœNIG	
LES THÈMES ET OUTILS DE MANAGEMENT STRATÉGIQUE TRAITÉS DANS LES CAS DE L'OUVRAGE	13
INTRODUCTION À LA STRATÉGIE	17
<i>Définition d'une situation stratégique</i>	18
Bayer : un traitement de choc pour sauver la pharmacie ! par Albéric TELLIER	
I. PRÉALABLE AU DIAGNOSTIC	39
<i>Les niveaux de la stratégie</i>	40
3M : des produits qui vous scotchent par Olivier JOFFRE et Eric SIMON	
<i>La segmentation stratégique</i>	53
Nintendo : une DS à laquelle tout le monde dit Wii ! par Olivier JOFFRE et Loïc PLÉ	
II. L'ANALYSE INTERNE	73
<i>Ressources et compétences</i>	74
Le Clos de Coulaine : <i>In vino veritas</i> par Olivier JOFFRE, Eric SIMON et Jean-Claude TADDEI	
<i>La chaîne de valeur</i>	89
SNCF : un iDTGV nommé désir par Hélène DELACOUR et Sébastien LIARTÉ	
III. L'ANALYSE EXTERNE	105
<i>Les cinq forces de Porter</i>	106
Areva : un champion français au cœur du nucléaire par Max BEDOUELLE et Régis DUMOULIN	

IV.	LE CHAMP ORGANISATIONNEL ÉLARGI	121
	<i>La théorie des parties prenantes</i>	<i>122</i>
	GDF : quand le secteur gazier se divise, les acteurs s'organisent, par Magalie MARAIS et Emmanuelle REYNAUD	
	<i>Le modèle LCAG</i>	<i>137</i>
	Enron : l'heure des comptes... par Ghislaine GARMILIS et Marie-Claire LOISON	
V.	STRATÉGIE BUSINESS	157
	<i>Les stratégies génériques</i>	<i>158</i>
	Décathlon : l'échappée belle ! par Olivier JOFFRE et Eric SIMON	
VI.	STRATÉGIE CORPORATE	173
	<i>La matrice BCG</i>	<i>174</i>
	Bouygues : un portefeuille béton ? par Ghislaine GARMILIS, Olivier JOFFRE et Loïc PLÉ	
VII.	VOIES DE DÉVELOPPEMENT	189
	<i>Stratégie d'internationalisation</i>	<i>190</i>
	Quick : le Giant contre le géant par Sébastien LIARTÉ	
	<i>L'organisation en réseau</i>	<i>205</i>
	Kiryu, Suwa-Okaya, Higashi Osaka et Hitachi : quatre districts industriels japonais face à la concurrence par Ana COLOVIC et Manuel CARTIER	
VIII.	MODES DE DÉVELOPPEMENT	221
	<i>Les fusions-acquisitions</i>	<i>222</i>
	France Télécom-Orange : un ver dans le fruit ? par Olivier JOFFRE et Eric SIMON	
	<i>Les alliances stratégiques</i>	<i>232</i>
	Fiat – General Motors : un mariage qui dérape par Marc FRÉCHET	
	ONT PARTICIPÉ À CET OUVRAGE	243