

SOMMAIRE

	À PROPOS DE HEM BUSINESS SCHOOL.....	5
	PRÉFACE.....	7
	INTRODUCTION	9
	<i>HEM et les cas pédagogiques africains</i> Yasmine BENAMOUR et Driss KSIKES	
I.	STRATÉGIES INTERNATIONALES : INNOVATION OU REPRODUCTION ?	11
	AGRO-FOOD INDUSTRIE	
	<i>Une stratégie d'internationalisation chemin faisant</i>	13
	Mohamed Nabil EL MABROUKI	
	SBS PORCHER	
	<i>Des sanitaires marocains en Afrique</i>	27
	Caroline MINIALAI, Martine BOUTARY, Mohamed Nabil EL MABROUKI et Marie-Christine MONNOYER	
	L'aventure subsaharienne de HIT RADIO	
	<i>Stratégie d'entreprise et environnement incertain</i>	41
	Hammad SQALLI et Bachir ZNAGUI	
II.	MANAGEMENT INTERNATIONAL : S'ADAPTER EN PERMANENCE	57
	HYDROLA	
	<i>Mise en place de stratégie tête-de-pont.....</i>	59
	Catherine MERCIER-SUISSA et Noémie DOMINGUEZ	

	LOSANGE	
	<i>Stratégie supply chain d'un sous-traitant fast fashion</i>	75
	Adib BENSALÉM	
III.	STRATÉGIE MARKETING : APPROCHES DU LOINTAIN	87
	SAHAM	
	<i>Un emblème fédérateur</i>	89
	Amira BENYADINE	
	HELLOFOOD.MA	
	<i>Think global act local</i>	105
	Caroline MINIALAI et Aziz BAHOUSSA	
IV.	RSE ET GOUVERNANCE À L'INTERNATIONAL	123
	OCP	
	<i>La création de valeur partagée du Groupe OCP en Afrique</i>	125
	Mohammed Adil EL OUAZZANI	
	<i>Internationalisation de ATTIJARIWafa BANK en Afrique</i>	
	<i>« Pas de rentabilité sans progrès social »</i>	141
	Manal EL ABBOUBI et Mohamed Nabil EL MABROUKI	
	ARTERIAL NETWORK	
	<i>Et si l'économie créative pouvait sauver l'Afrique ?</i>	151
	Caroline MINIALAI et Kenza SEFRIQUI	
	LES AUTEURS ET LE COMITÉ DE LECTURE	165