

Quelles lectures en management international des sorties de marchés des grands distributeurs ?

Illustration par le cas de Carrefour en Asie

Foued CHERIET

Professeur

UMR 1110 MoISA, Institut Agro Montpellier,

2, place Pierre-Viala, 34060 Montpellier

foued.cheriet@supagro.fr



27ème Colloque International Etienne Thil

9-11 octobre 2024, Montpellier

Quelles lectures en management international des sorties de marchés des grands distributeurs ? Illustration par le cas de Carrefour en Asie

Résumé

Alors qu'ils sont aussi nombreux que les cas d'entrées à l'international, les retraits de marchés ont reçu peu d'intérêt de la recherche académiques et ont souvent été assimilés à des échecs commerciaux, stratégiques ou financiers, à travers des analyses empiriques souvent limités à des niveaux organisationnels et nationaux. Dans cette recherche empirique qualitative basée sur un recueil de données externes (presse et rapports d'activité) et appliquée à la présence asiatique de Carrefour, nous analysons les mouvements d'entrées-sorties de la firme de distribution française dans une optique longitudinale (2000-2020) afin d'expliquer ses principaux retraits des marchés asiatiques. En l'espace de 20 ans, le groupe français s'est retiré de la quasi-totalité des pays asiatiques (Japon, Inde, Chine, Indonésie, Thaïlande, etc.) alors que cette région était considérée comme prioritaire au début des années 90. Les résultats confirment la nécessité d'une analyse combinée des motifs et des modalités de sortie et suggèrent l'intégration d'un regard macro régional et multi-niveaux de l'internationalisation. Enfin cette recherche propose plusieurs lectures complémentaires. Nos résultats suggèrent des explications des retraits internationaux en termes de liens entre les entrées et les sorties, une analyse par les actions-réactions stratégiques des groupes et des concurrents et esquissent les contours d'un modèle « séquentiel » des sorties des firmes des marchés.

Mots clés : Retraits, désinvestissement, Internationalisation, Carrefour, Asie, Distribution.

Abstract

While they are as numerous as cases of international entry, market divestment have received little interest from academic research and have often been assimilated to commercial, strategic or financial failures, through analyzes empirical studies often limited to organizational and national levels. In this qualitative empirical research based on a collection of external data (press and activity reports) and applied to the Carrefour entry in Asia, we analyze the entry-exit movements of the French distribution firm in a longitudinal perspective (2000 -2020) in order to explain its main exits from Asian markets. In the space of 20 years, the French group exits from almost all Asian countries (Japan, India, China, Indonesia, Thailand, etc.) even though this region was considered as a priority in the early 1990s. The results confirm the need for a combined analysis of exit motives and modalities and suggest the integration of a macro-regional and multi-level view of internationalization. Finally, this research offers several complementary readings. Our results suggest explanations of international divestment in terms of links between entries and exits, an analysis by the strategic actions-reactions of groups and competitors and outline the contours of a "step by step" model of firms' exits from the international markets.

Key Words : Market Exit, Divestment, Internationalization, Carrefour, Asia, Distribution