

L'INTERNATIONALISATION PRECOCE DES ENTREPRISES : ENTRE NOUVEAUTE ET COMPLEMENTARITE CONCEPTUELLE

DOUADI Lila¹

RESUME :

Cet article a pour objectif, d'étudier l'internationalisation précoce et rapide des entreprises. Ce nouveau phénomène semble à priori en contradiction avec les théories considérant l'internationalisation comme un processus graduel et incrémental. Dans une première partie, on présentera une revue de la littérature traitant des approches de l'internationalisation celles par étapes, économique et par les réseaux. Dans une deuxième partie, on mettra en exergue le nouveau cadre conceptuel de l'internationalisation rapide et précoce des entreprises autour d'une terminologie incluant les «Born global» et les «International New Ventures » proposés par leurs précurseurs McDougall et Oviatt. Enfin, la troisième partie de cet article traitera la complémentarité des deux approches mettant en avant les apports de l'internationalisation rapide des entreprises.

Mots clés : Internationalisation, entrepreneuriat, entreprise globale, new ventures

INTRODUCTION :

Depuis les années quatre-vingt-dix (90), la littérature académique et la presse économique font état d'un phénomène nouveau observé en Amérique de nord, en Europe et en Asie, de plus en plus d'entreprises s'internationalisent de manière précoce, dès leur création ou peu de temps après. Qualifiées selon les cas de «Born global» (Rennie 1993) de «Global Start up» (Jolly et al 1992 ; Oviatt et McDougall, 1995) ou encore «International New Ventures» (Oviatt et McDougall, 1994).

¹ Maître Assistante A, Université de Tizi Ouzou, lildouadi@yahoo.fr

La proportion croissante et non négligeable de ces entreprises, qui très tôt dans leur croissance, présentent un développement rapide à l'international, c'est-à-dire, sans passer par une phase de consolidation de leurs activités dans un environnement local, remet en cause l'universalité des modèles traditionnels d'internationalisation par étapes des entreprises.

Ces entreprises présentent généralement, deux caractéristiques :

- Etre l'émanation d'un entrepreneur très actif qui accorde une attention particulière à la relation client ;
- Résulter d'une innovation produit ou de procédé.

Leur engagement international se base essentiellement sur l'exportation souvent complétée par un réseau de relation très efficace. Cette tendance d'internationalisation précoce va à l'encontre de la théorie du processus d'internationalisation incarnée par le modèle de l'école nordique UPSSALA et le modèle d'Innovation qui décrivent le développement international comme étant lent, graduel et incrémental. Une fois l'entreprise parfaitement installée sur son marché domestique, le processus d'internationalisation s'effectue de manière incrémentale et s'étend sur plusieurs années (Johanson et Vahlne, 1977).

Ce présent article examine trois questions de recherche :

- Quels sont les modèles traditionnels expliquant l'internationalisation des entreprises ?
- Quelles sont les spécificités et le nouveau cadre conceptuel des entreprises à internationalisation rapide ?
- Est-ce que les deux approches sont complémentaires ?

Afin de répondre à ces questions ; l'article est structuré comme suit. La première partie présente une revue de la littérature portant sur les trois approches traditionnelles traitant de l'internationalisation des entreprises. La seconde, présentera le cadre théorique et conceptuel des entreprises à internationalisation rapide. La dernière partie tente d'apprécier cette approche par rapport aux approches classiques à travers leurs complémentarités.

I. LES APPROCHES THEORIQUES DE L'INTERNATIONALISATION

De la littérature sur le comportement d'internationalisation des PME, on peut relever trois principaux types d'explications dominantes celle: par les étapes, par les ressources et par les réseaux.

1.1. L'internationalisation par étapes

Les différents modèles, inscrits dans cette perspective, convergent vers l'idée selon laquelle l'internationalisation est un processus linéaire et séquentiel composé d'un ensemble d'étape appelé *chaîne d'établissement* (Coviello et McAuley, 1999). Les chercheurs s'accordent à distinguer deux voies d'analyse de l'internationalisation dans ce courant : le modèle Uppsala (Johanson et Vahlne, 1977) et le modèle d'innovation (Bilkey et Tesar, 1977 ; Cavusgil, 1980 ; Czinkota, 1982 ; Reid, 1981). Toutefois, les travaux de ces dernières années (Boutary, 2006 ; Etrillard, 2004 ; Gankema et al., 2000 ; Pope, 2002 ; Torrès, 2004) portent à s'intéresser à la nécessité de remettre en question la portée générale de ces modèles (Axinn et Metthyssens, 2002).

Le modèle Uppsala (*U-model*) a été développé initialement par l'école suédoise de Johanson, Wiedershiem-Paul et Vahlne (1975 & 1977). De leurs contributions, on peut retenir deux principaux concepts : celui du processus d'apprentissage et celui de la distance psychologique des marchés étrangers.

En analysant l'internationalisation comme un processus d'apprentissage graduel, ce modèle place l'expérience acquise progressivement comme la clé de cette internationalisation (Johanson et Vahlne, 1977). Ainsi, en intégrant des connaissances tirées de cette expérience sur les marchés étrangers, l'entreprise alimente son processus de décision. L'internationalisation devient alors le résultat d'une série de décisions incrémentales. Ces auteurs constatent, à partir de leurs études des firmes suédoises, qu'elles suivent un processus séquentiel composé de quatre stades :

- activités d'exportations irrégulières et opportunistes ;
- exportation *via* un agent indépendant ;
- implantation d'une succursale/filiale de vente ;
- production dans les pays étrangers.

Le second principal apport de ce modèle concerne la distance psychologique. En effet, Johanson et Vahlne (1977) utilisent ce concept, défini comme l'ensemble des différences culturelles et linguistiques ayant une influence sur la circulation de l'information et la prise de décision dans les transactions internationales, qu'à mesure que l'expérience internationale s'accroît, la distance psychologique qui sépare la PME des nouveaux territoires étrangers se réduit.

Le modèle d'innovation (*I-model*) conçoit l'internationalisation comme un processus dont les étapes peuvent être rapprochées à celles d'adoption d'un produit nouveau (Rogers, 1962, cité dans Gankema, et *al.* 2000 ; Gemser et al., 2004 ; Li et al., 2004). En effet, un certain nombre d'auteurs ont retenu cette vision pour décrire l'internationalisation des PME. Les modèles les plus connus sont ceux de Bilkey et Tesar (1977), Cavusgil (1980), Cinzkota (1982) et Reid(1981). Tous ces modèles considèrent que chaque étape à franchir constitue une innovation pour l'entreprise (Gankema et al., 2000 ; Gemser et al., 2004 ; Li et al., 2004), les seules différences se situant dans le choix des étapes, leur nombre et dans le mécanisme initiateur de l'internationalisation des PME.

Dans ce sens, Leonidou et Katsikeas (1996) ont suggéré que les étapes des différents modèles s'inscrivant dans cette perspective se résumaient essentiellement à trois phases :

- Le pré-engagement : firmes intéressées seulement par le marché national ; firmes envisageant sérieusement d'exporter ; firmes ayant déjà exporté mais ne le font plus.
- La phase initiale : firmes impliquées de façon irrégulière dans l'exportation tout en ayant le potentiel pour étendre leurs activités à l'étranger.
- La phase avancée : firmes exportant régulièrement avec une expérience étendue à l'étranger ; firmes envisageant d'autres formes d'engagement à l'international.

I.2. L'approche économique

Une seconde approche d'explication du développement international trouve ses fondements dans les travaux d'auteurs dont les contributions se réfèrent à celles en sciences économiques. En 1959, Penrose avançait que l'indivisibilité des ressources productives expliquait leur sous-utilisations chronique ce qui pourrait inciter les firmes à étendre leur marché à l'étranger. Ruzzier et *al.* (2006) résument les principaux courants théoriques inscrits dans l'approche économique. Ils identifient :

- La théorie d'internalisation selon laquelle les entreprises peuvent étendre leurs activités à l'international dans le cadre d'opérations d'intégration verticale en amont ou en aval (Buckley et Casson, 1993 ; 1995).
- La théorie des coûts de transactions où l'internationalisation, en particulier ses modes d'entrée, est vue comme le résultat d'un choix fait par l'entreprise entre l'internalisation et l'externalisation des activités. Cette théorie qui constitue un prolongement de la théorie de l'internalisation a été développée par Williamson (1975).

– Le paradigme éclectique (OLI) (Dunning, 1988 ; 2000) qui, basé sur la théorie d’internalisation, met l’accent sur trois types d’avantages pour expliquer l’internationalisation :

- *Owneship advantages* qui sont spécifiques à l’entreprise et relatifs à l’accumulation de ressources intangibles (avancée technologique, expérience, etc.) ;
- *Localisation advantages* constitués par des facteurs institutionnels et productifs dans un endroit géographique ;
- *Internalisation advantages*: capacité de l’entreprise à manager et coordonner les activités à l’intérieur de l’entreprise.

I.3. L’approche par les réseaux

L’approche par les réseaux s’est développée à partir des travaux de l’école d’Uppsala. En effet, Johanson et Vahlne (1990) ont réexaminé leur précédent modèle (1977) pour mettre en avant l’importance de la position de la firme dans son réseau. Partant des concepts utilisés dans leur modèle original (engagement, connaissance, activités actuelles et prise de décision), ils tentent d’expliquer les motivations et modalités d’internationalisation en plaçant l’entreprise dans un cadre multilatéral mobilisant des relations intra et inter organisationnelles.

L’internationalisation est définie comme ‘un réseau se développant à travers les relations réalisées avec d’autres pays *via* les trois étapes définies par Johanson et Mattson (1988) : prolongation, pénétration et intégration.

II. LE CADRE THEORIQUE DES ENTREPRISES NOUVELLES ET INTERNATIONALES

Les fondements du cadre théorique proposé par Oviatt et McDougall (1994, 2005) pour expliquer ce phénomène s’appuient sur les analyses des coûts de transactions, des imperfections des marchés et de l’internalisation à l’international des transactions essentielles, traditionnellement utilisées pour expliquer l’existence des firmes multinationales. Ils incorporent cependant certains concepts issus de l’entrepreneuriat, notamment la notion que les nouvelles entreprises acquièrent de l’influence sur certaines ressources vitales sans les posséder. Ils s’appuient aussi sur le champ du management stratégique en intégrant la façon dont un avantage concurrentiel est développé et soutenu. Le cadre explicatif de l’existence des entreprises nouvelles et internationales s’appuie sur quatre éléments distinctifs : (1) la formation organisationnelle à travers l’internalisation de certaines transactions ; (2) l’appui marqué sur des structures de gouvernance hybrides ; (3) l’établissement de l’avantage de localisation à l’étranger ; (4) le contrôle de ressources uniques (dont la connaissance).

Le cadre théorique de Oviatt et McDougall (1994) trouve ses racines dans l'approche par les ressources. Les ENI doivent disposer de ressources uniques pour disposer d'un avantage concurrentiel soutenable à l'international. En particulier, la connaissance technologique unique notamment amène les entreprises à concevoir une offre globale au niveau mondial et ce, de manière précoce (Autio, 2005). Knight et Cavusgil (2004), quant à eux, mettent en avant l'importance de la culture d'innovation, la connaissance et les capacités de l'entreprise pour rendre compte de son internationalisation précoce.

McDougall et al. (1994) mettent en avant la personne de l'entrepreneur pour expliquer la dynamique des entreprises nouvelles et internationales. L'entrepreneur démarre l'internationalisation avant même la création de l'entreprise et commence à créer des liens à l'international pendant la gestation de l'entreprise.

Selon cette approche, la décision de s'internationaliser est ainsi décrite comme étant entrepreneuriale et proactive ; les entreprises démarrent l'internationalisation pour la poursuite d'opportunités de croissance (Sapienza et al. 2005).

II.1. Un nouveau concept International New Venture et Born global

Oviatt et McDougall ont introduit le concept des *International New Ventures* (INV) : « Une entreprise qui, depuis sa création, tend à obtenir un avantage compétitif significatif de l'utilisation de ressources et de la vente de produits dans plusieurs pays » (Oviatt et McDougall, 1994, p.49)¹.

C'est une définition claire et précise, qui souligne l'aspect stratégique de l'internationalisation et montre que l'on peut être international tant par l'utilisation de ressources que par le commerce de biens ou services dans plusieurs pays. Cette définition sert de cadre théorique dans la plupart des articles postérieurs sur le thème même si, finalement, l'expression INV est utilisée principalement par Oviatt et McDougall. En 1997, ils proposent une autre définition aux INV : « entreprises dont on peut observer des liens avec l'étranger dans une courte période de temps conventionnellement acceptée après sa formation »².

¹. Nous lisons dans l'original: « a business organization that, from inception, seeks to derive significant competitive advantage from the use of resources and the sale of outputs in multiple countries. »

². Nous lisons dans l'original: « firms that make observable foreign commitments (e.g., sales efforts, investments) within a conventionally accepted short period after formation » (P92)

Ils précisent que l'on peut considérer cette courte période comme inférieure à 6 ans par convention.

Oviatt et McDougall (1994) ont introduit un autre concept, celui des «Global Start-Ups», qu'ils présentent comme une catégorie d'INV, celles qui internationalisent à la fois leurs ressources et leurs ventes dans plusieurs pays (figure 1).



Figure1 : Classification des INV¹

Ils ont aussi marqué la recherche sur l'Entrepreneuriat International., leurs travaux de recherche sur les INV et les Born Global sont des exemples parfaits de recherche en entrepreneuriat international (Oviatt et McDougall, 2005), si bien que certains chercheurs ont tendance à faire un amalgame entre Entrepreneuriat International, INV et Global Start-Up.

McDougall et Oviatt ont été les premiers à proposer une définition au concept, qui laisse une trace dans la littérature que nous étudions. Ils l'introduisent comme une « activité nouvelle et innovante qui a pour but de créer de la valeur et de la croissance pour l'entreprise au-delà des frontières »². Par la suite, ils rajoutent les concepts de pro-activité et de prise de risque pour aboutir à la définition suivante : «L'entrepreneuriat international est une combinaison de comportements innovateurs, proactifs

¹.Oviatt et McDougall, 1994, p.59.Dans ce cas précis, pour éviter des erreurs d'interprétation, nous avons opté pour conserver le schéma dans sa version originale, en langue anglaise.

².McDougall & Oviatt, 2000, p293.Nous lisons dans l'original: « International entrepreneurship is defined as new and innovative activities that have the goal of value creation and growth in business organizations across national borders. »

et de prise de risque, qui dépasse les frontières et cherche à créer de la valeur dans les organisations »¹.

II.2. Rappel sur l'entreprise internationale et l'entreprise globale

Dans la revue de littérature traitant de l'internationalisation, nous avons observé que la définition de niveau d'internationalisation n'était pas homogène et que, parfois, un amalgame était fait entre entreprises globales et entreprises internationales, deux concepts qu'il nous semble important de ne pas confondre.

Même si l'indicateur le plus couramment utilisé pour identifier l'internationalisation d'une entreprise est le pourcentage de ventes réalisées au-delà des frontières, il convient de rappeler que d'autres variables interviennent dans le niveau d'internationalisation d'une entreprise. Sullivan (1994) a étudié le degré d'internationalisation d'une entreprise et ses résultats ont montré que l'internationalisation est observable à trois niveaux : la performance, le structurel et les aspects relatifs à l'attitude psychologique.

Selon Daniel et Radebaugh (2001), on peut analyser l'internationalisation selon cinq dimensions (figure 2) : la pro-activité face à l'activité internationale, la gestion de l'activité internationale, le niveau d'internalisation des opérations liées à l'activité internationale, le nombre de pays avec lesquels l'entreprise échange et le degré de ressemblance entre les pays avec lesquels l'entreprise interagit.



¹.Idem, p903. Nous lisons dans l'original: « International entrepreneurship is a combination of innovative, proactive, and risk-seeking behavior that crosses national borders and is intended to create value in organizations. »

Figure 2 : Niveaux d'Internationalisation (Daniels et Radebaugh, 2001)

Une entreprise globale est une «entreprise qui simultanément exporte, importe, réalise une partie de sa production à l'étranger, développe des activités de recherche et développement à l'échelle internationale» (Torrès, 1997, p.91). Pour Oviatt et McDougall (2005), le terme « global » est à réserver pour les entreprises qui coordonnent plusieurs activités de leur chaîne de valeur dans plusieurs pays.

II.3 Niveau d'internationalisation et cycle de vie des organisations

La revue de littérature a fait apparaître des disparités quant à l'âge limite en dessous duquel une entreprise peut être considérée comme ayant eu une internationalisation rapide et précoce. Doit-on poser une limite conventionnelle de 2 ans (Rennie, 1993 ; Cavusgil, 1994), 3 ans (Madsen et al., 2002 ; Andersson et Wictor, 2003) ou 6 ans (Oviatt et McDougall, 1994) ? Si on choisit 6, pourquoi pas 7 ? Par ailleurs, pour ce qui est du débat sur une limite de temps à prendre en considération pour identifier ces entreprises, il semble difficile de déterminer à quel moment une entreprise est née.

Pour dépasser ces difficultés, on peut utiliser la notion de cycle de vie des organisations pour comparer la maturité ou la précocité d'une organisation face à son niveau d'internationalisation. En effet, si on en croit les théories traditionnelles d'internationalisation par étape (Johanson et Vahlne, 1977), les entreprises commencent par se consolider localement et développent leur engagement à l'international au fur et à mesure qu'elles acquièrent de l'expérience. Ainsi, on peut présumer que c'est lorsque l'entreprise acquiert une certaine maturité qu'elle cherche à développer de nouvelles stratégies d'expansion, comme par exemple à l'international. L'entreprise adolescente traditionnelle, c'est-à-dire en pleine phase de croissance, devrait donc se préoccuper de se consolider et stabiliser dans un contexte local avant de se lancer dans un nouveau défi. Or, dans certains secteurs très internationalisés ou des niches de marché très spécialisées, comme par exemple celui de la Haute Technologie, on observe, dès le départ, des ventes à l'international. Ainsi, selon le contexte dans lequel évolue une entreprise, la vitesse d'internationalisation peut varier du tout au tout, certaines seront plus rapides et d'autres plus tardives. Or, parmi les entreprises dont on peut observer une internationalisation rapide, certaines présentent un développement qui semble anormalement rapide pour leur jeune âge, c'est-à-dire qu'en peu de temps elles développent des liens avec l'étranger que très peu d'entreprises du même âge seraient capables de coordonner simultanément : ce sont des entreprises à internationalisation rapide et précoce.

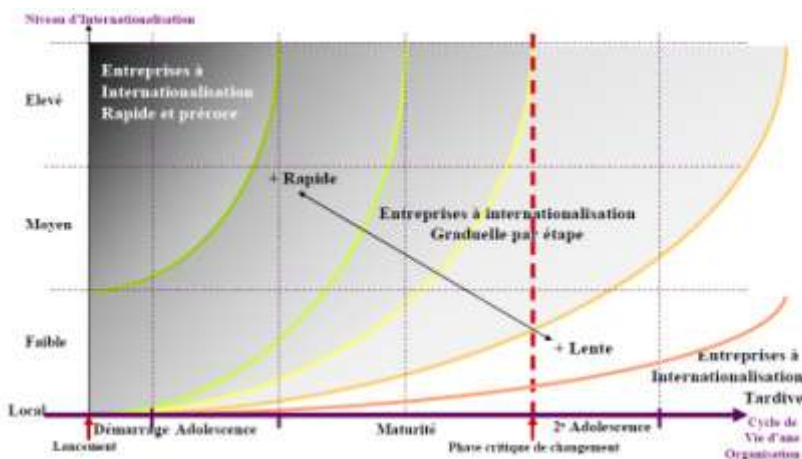


Figure 3: Niveau d'internationalisation et cycle de vie d'une organisation

III. COMPLEMENTARITE ENTRE LES DEUX APPROCHES

Les approches du processus d'internationalisation et des nouvelles entreprises internationales peuvent être considérées comme complémentaires (Autio, 2005). D'une manière générale, le modèle des entreprises nouvelles et internationales explique principalement comment l'internationalisation précoce des nouvelles entreprises est possible. La théorie de l'internationalisation par stades se concentre sur le processus d'internationalisation une fois qu'il a commencé ; elle explique pourquoi le processus d'internationalisation tend à se dérouler d'une manière incrémentale et graduelle (Johanson et Vahlne, 1977, 1990) en mettant à jour le mécanisme récursif d'apprentissage sur les marchés étrangers. Elle n'explique pas comment le processus commence véritablement et met en avant simplement la réaction de l'entreprise à la réception d'une commande non-sollicitée (Autio, 2005).

Pour Sapienza et al. (2006), la principale différence entre les deux perspectives est que la théorie du processus d'internationalisation ne tient pas compte de la valeur de l'expérience passée, de la connaissance ou des ressources personnelles (comme les réseaux sociaux) comme un facteur atténuant l'aversion au risque de l'entreprise pour pénétrer de nouveaux marchés.

Pour l'approche du processus d'internationalisation, l'objectif principal de l'entreprise est la survie. Du fait de l'aversion au risque, le processus s'effectue de manière graduelle et incrémentale.

Pour l'approche des entreprises à internationalisation rapide, la connaissance au niveau de l'entreprise ne supplante pas la connaissance individuelle, car elles démarrent sans avoir une histoire organisationnelle (Autio, 2005). Elles poursuivent des opportunités de croissance à l'international du fait de la vision et des compétences internationales des créateurs. Cette situation n'est pas envisagée dans le cadre de la théorie du processus de l'internationalisation. Le développement international lors de la création façonne dès le départ la croissance internationale de l'entreprise. Cette approche met l'accent sur le niveau individuel plutôt que sur celui de l'entreprise.

Dans l'approche du processus d'internationalisation, les entreprises tendent à éviter l'incertitude et donc à retarder le démarrage du processus d'internationalisation (Sapienza et al. 2006). Le développement d'activités internationales s'effectue de manière réactive.

Il y a une progression séquentielle allant des modes de développement à faible contrôle à des modes à contrôle élevé. L'internationalisation exige que d'importantes ressources soient mobilisées.

L'internationalisation précoce permet à l'entreprise de créer et de développer des avantages spécifiques (Sapienza et al. 2006). Le développement d'activités internationales est réalisé de façon proactive, par la recherche d'opportunités internationales de développement et de croissance. La prise de décision se situe au niveau de l'entrepreneur et non de l'entreprise. Il n'existe pas de progression séquentielle prédéterminée pour les modes de développement (Autio, 2005). L'internationalisation est basée sur la combinaison unique des ressources réunies par l'entreprise.

CONCLUSION :

L'internationalisation précoce des entreprises est un phénomène qui se retrouve sur plusieurs continents et dans une variété de secteurs. Cependant, il n'est pas évident que toutes les entreprises qui ont une activité internationale de manière précoce aient le même comportement à l'international. Plusieurs dimensions peuvent être utilisées pour différencier le comportement international de ces entreprises. Oviatt et McDougall (1994) distinguent quatre types d'entreprises nouvelles et internationales (export /import start-ups, multinational trader, geographically focused start-ups, global start-ups) à travers deux dimensions : la diversité des marchés et

l'étendue des activités de la chaîne de valeur. Comme souligné par Zahra (2005), peu de recherches ont été réalisées pour étudier de façon plus approfondie ces quatre différents types d'entreprises nouvelles et internationales, notamment en ce qui concerne leur probabilité de survie, de leur avantage concurrentiel ou bien encore de leur croissance.

L'internationalisation précoce des entreprises peut-être appréciée à travers une variété de dimensions (Zahra, 2005). Cependant, nous pensons que les principales mesures du comportement international qui révèlent les choix stratégiques de l'entreprise concernent son engagement international ainsi que son évolution au cours du temps. Cet engagement, (au sens de Johanson et Vahlne, 1977) peut être évalué par les marchés ciblés, les modes de développement utilisés, le niveau d'engagement sur les différents marchés étrangers ainsi que leur évolution au cours du temps. Ce positionnement est cohérent avec les approches de Jones et Coviello (2005) et Oviatt et McDougall (2005).

REFERENCES :

Ageron, B. (2001), «*La construction d'une capacité de réponse d'une PMI à l'international : une mise à l'épreuve des faits du modèle de Bilkey et Tesar*», *Revue internationale PME*, vol. 14, n°2, p.9-39.

- Bourcieu, S. (2000), «*L'internationalisation des PME Du déterminisme au volontarisme stratégique*», *Gestion*, vol. 24, n°1, p. 12-21.
- Boutary (2006), «*Des PME exportatrices aux PME globales : Apport des TIC*», Congrès de l'AFME, Montréal, juin 2006
- Boutary, M et M.C. Monnoyer (2004), «*TIC et PME exportatrices : entre éloignement et gestion de proximité*», *Revue de l'économie méridionale*, vol. 52, n°207, Octobre : 193/207.
- Etrillard, C. (2004), «*L'internationalisation des PME : pour une relecture en termes de stratégies entrepreneuriales*», 7^{ème} Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, 27, 28 et 29 Octobre, Fribourg.
- Hubert, L. (2002), «*Stratégies internationales et développement d'un leadership mondial*», *Gestion*, vol. 27, n°1, p. 78-85.
- Joffre, P. (1986), «*PME : L'enjeu international, le rôle de la taille ne doit pas être surestimé*», *Revue Française de Gestion*, n°55, Janvier.
- Johanson, J. et J.E. Vahlne (1977), «*The internationalization process of the firm: A model knowledge development and increasing foreign market commitments*», *Journal of International Business Studies*, vol. 8, n°1, p. 23-32.
- Johanson, J. et J.E. Vahlne (1990), «*The mechanism of internationalization*», *International Marketing Review*, vol. 7, n°4, p. 11-24.

- Julien, P.-A., P.-Y. Léo et J. Philippe. (1995), « *PME et grands marchés* », Ed L'Harmattan, Paris, 1995.
- McDougall, P. et B.M. Oviatt (1994), « *Toward a theory on international new venture* », Journal of International Business Studies, vol. 25, n°1, p. 45-64.
- McDougall, P. et B.M. Oviatt (2000), « *International entrepreneurship: The intersection of two research paths* », Journal of Small Business Management, vol. 43, n°5, p. 902-909.
- Papillon, J.C (2005), « *le rôle de la taille de la firme : les spécificités des petites et moyennes entreprises* », Problèmes économiques, n°2885
- Penrose, E. (1995), « *Theory of the firm* », Ed. John Wiley & Sons, New York.
- Torrès, O. (2004), « *Essai de théorisation de la gestion des PME : De la mondialisation à la proximité* », Habilitation à diriger des recherches (81p).
- Zucchella, A. (2000), « *Firm Size and internationalization* », ASAC-IFSM Actes de Conférences Proceedings, Montréal, vol. 21, n°8, p. 67-78