

« Les paradoxes de la globalisation des marchés », Eric Milliot et Nadine Tournois (sous la direction de), Vuibert, 2009; « The Paradoxes of Globalisation », Eric Milliot and Nadine Tournois (editors), Palgrave Macmillan, 2010

Volume 16, numéro 1, automne 2011

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1006924ar>  
DOI : <https://doi.org/10.7202/1006924ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

HEC Montréal  
Université Paris Dauphine

ISSN

1206-1697 (imprimé)  
1918-9222 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer ce compte rendu

(2011). Compte rendu de [« Les paradoxes de la globalisation des marchés », Eric Milliot et Nadine Tournois (sous la direction de), Vuibert, 2009; « The Paradoxes of Globalisation », Eric Milliot and Nadine Tournois (editors), Palgrave Macmillan, 2010]. *Management international / International Management / Gestión Internacional*, 16(1), 105–105.  
<https://doi.org/10.7202/1006924ar>



**«Le management des firmes multinationales»,  
Ulrike Mayrhofer (sous la direction de),  
préface écrite par Alan Rugman, Vuibert, 2011.**

Cet ouvrage collectif, constitué de 15 contributions écrites par les membres de l'axe «Management international» du centre de recherche Magellan, IAE Lyon, Université Jean Moulin Lyon 3, porte sur les pratiques managériales des firmes multinationales. L'analyse proposée s'appuie sur les dernières avancées de la recherche en management international et plusieurs investigations empiriques menées par les auteurs. Dans la première partie de l'ouvrage, les nouveaux défis auxquels doivent faire face les firmes multinationales dans un environnement mondial en mutation sont examinés. La deuxième partie est consacrée à la complexité de l'organisation interne, et plus précisément aux relations entretenues entre le siège et les filiales. Dans la troisième partie, les performances des partenariats et réseaux formés par les firmes multinationales avec des acteurs d'autres pays sont analysées. Le livre offre une vision innovante et actualisée des modes de management adoptés par les firmes multinationales. Les développements présentés contribuent à une meilleure compréhension des pratiques affichées et visent à enrichir les outils qui peuvent guider les entreprises dans le choix de leurs orientations futures. Les explications sont illustrées par des données chiffrées, des exemples d'entreprises et des études de cas comme Accor, Alcatel-Lucent, Crédit Agricole, Danone, EADS, GL Events, Google, Renault, SEB et Société Générale.

**«Entre délocalisations et relocalisations : mobilité des entreprises et attractivité des territoires»,  
Catherine Mercier-Suissa (sous la direction de),  
Editions Karthala, Les Terrains du siècle, 2011.**

Cet ouvrage rassemble une anthologie des contributions présentées lors des journées d'études organisées à Casablanca en 2010 par deux centres de recherche, le CESEM, Centre d'Etudes Sociales, Economiques et Managériales d'HEM et Magellan, de l'IAE Lyon, Université Jean Moulin Lyon 3, sur le thème : «Délocalisations-relocalisations : quelles implications économiques et managériales ?» Après une première partie consacrée aux problèmes de mesure et de définition de ces phénomènes, les auteurs s'intéressent à la relation entre mobilité des entreprises et attractivité des territoires. Enfin, dans une dernière partie, sont appréciés les impacts managériaux des délocalisations et des relocalisations, à travers des cas d'entreprises, grandes et moyennes, du secteur industriel et de celui des services. L'originalité de cette publication réside dans la volonté de donner, sur les

opérations de délocalisation/relocalisation, la vision transversale et multidisciplinaire de chercheurs d'horizons différents, mais aussi celle de praticiens dont les précieuses remontées de terrain évitent les travers d'une modélisation trop abstraite. L'accent est ainsi mis sur les enseignements à tirer de ce couple, délocalisation/relocalisation, en apparence antinomique, quant à la nécessaire valorisation des synergies à mettre en place, tant dans les pays d'accueil que dans les pays d'origine, et ce dans l'intérêt des parties prenantes.

**«Les paradoxes de la globalisation des marchés»,  
Eric Milliot et Nadine Tournois (sous la direction de),  
Vuibert, 2009; «The Paradoxes of Globalisation»,  
Eric Milliot and Nadine Tournois (editors),  
Palgrave Macmillan, 2010.**

La globalisation des marchés se caractérise par des dynamiques complexes qui engendrent de nombreux paradoxes à gérer. Les paradoxes identifiés et analysés dans l'ouvrage concernent tous les domaines des sciences de gestion. En stratégie, l'élimination progressive des frontières commerciales des pays permet de saisir plus d'opportunités, mais provoque parallèlement une perte d'autonomie managériale au niveau des entreprises. En marketing, la relative uniformisation des réponses commerciales aux conditions internationales de marché encourage les prospects à revenir vers des produits ancrés dans une culture locale. En comptabilité, la financiarisation du modèle comptable, la recherche de la juste valeur, le besoin d'une information transparente, sont étroitement liés à divers problèmes tels que ceux de la légitimité des *International Accounting Standards* (IAS) et donc de la gouvernance politique des normes comptables. En finance, après avoir invité les banques à se diversifier, la mondialisation pousse brutalement ces établissements à se recentrer sur leur métier d'origine. En matière de responsabilité sociale, de nombreuses multinationales alimentent et renforcent à leur insu les organisations mafieuses et criminelles. Ces différents paradoxes, et bien d'autres, sont étudiés par une équipe d'enseignants-chercheurs qui représente plus de dix institutions académiques (universités et grandes écoles) en France et à l'étranger.

**«Les territoires dans la mondialisation : regards disciplinaires croisés»,  
Sophie Nivoix et Cédric Audebert (sous la direction de),  
Presses Universitaires de Rennes, 2010.**

Les territoires dans la mondialisation font dans cet ouvrage l'objet d'approches dans les domaines de l'économie, de la gestion, de l'histoire ou de la géographie économiques qui