

RESUMÉ

L'internationalisation des entreprises est un phénomène irréversible et la globalisation économique n'est qu'une des facettes d'un phénomène de mondialisation qui touche désormais l'ensemble des activités humaines. Cette globalisation de l'économie offre aux entreprises des opportunités d'implantation et d'acquisition de parts de marchés étrangers mais semble poser des défis importants à relever à toute entreprise désireuse de s'internationaliser. En effet, l'observation des performances des entreprises exportatrices de la filière fruits et légumes d'un pays comme le Burkina Faso montre une baisse continue de la compétitivité sur le marché international depuis plusieurs années. Face à ce constat, nous nous interrogeons sur les raisons profondes de cette situation : **la perte de compétitivité peut-elle s'expliquer par l'organisation et le mode de fonctionnement de la filière face aux conditions actuelles d'accès au marché ?** Pour répondre à cette question, notre démarche a consisté à mobiliser la théorie de l'économie industrielle et la théorie du marketing relationnel qui ont permis de formuler 12 propositions de recherche. Ces propositions ont été soumises à l'épreuve des faits sur la base des résultats des traitements et de l'analyse des données collectées auprès d'un échantillon de 23 acteurs. Deux méthodes d'analyse ont été mobilisées pour le traitement et l'analyse de données : l'analyse thématique et l'analyse automatique de contenu à l'aide du logiciel ALCESTE. Les résultats convergents de ces deux méthodes d'analyse ont permis de conclure que la perte de compétitivité s'explique d'une part l'organisation et le mode de fonctionnement de la filière face aux conditions actuelles d'accès au marché mais surtout de facteurs liés à son environnement externe, notamment les conditions de base du pays d'origine, d'autre part. La thèse formule des recommandations d'ordre managériales et ouvre de perspectives pour des recherches futures.

MOTS-CLÉS : Compétitivité, Performance, Filière, Organisation, Logistique, Finance, Pouvoir, Conflit, Coopération, Confiance, Engagement, Analyse thématique, Logiciel ALCESTE

ABSTRACT

Firm's internationalisation is an irreversible phenomena and the economic globalisation is a figure of world phenomena of all human activities concern.

This globalisation gives an opportunity to firms which desire to acquire a market part in foreign markets. But this situation is also an important challenge for those firms which want to get a part in the international market. Indeed, we noticed that export firms of Burkina fruits and vegetables field had a bad performance since several years. Then, we need to understand the main raisons of this situation. So our question is: does competitiveness loss can be explained by the field organisation and working according to the market conditions access? To answer to this question, industrial and relational marketing theories are mobilized. With these theories 12 research propositions are formulated and tested. A primary data are collected with a sample of 23 actors. These data was submitted to two different data analysis methodology: the thematic analysis and ALCESTE analysis. The convergent results of these two analysis methodology premised us to conclude that the field competitiveness loss is partly due to field organisation and working and to a large extent of the basic conditions of origin country. In conclusion we propose recommendations for firm's competitive improvement and some directions for further research.

KEY-WORDS: Competitiveness, Performance, Field, Organization, Logistic, Finance, Power, Conflict, Cooperation, Trust, Commitment, Thematic analysis, ALCESTE software

DISCIPLINE: Sciences de Gestion