

AVIS DE SOUTENANCE DE THÈSE

Boqi ZHANG

CANDIDAT(E) au DOCTORAT SCIENCES DE GESTION,
à **L'UNIVERSITÉ DE PAU ET DES PAYS DE L'ADOUR**
SOUTIENDRA PUBLIQUEMENT sa THÈSE

le **26 septembre 2019 à 10h30**
à **L'UNIVERSITÉ DE PAU ET DES PAYS DE L'ADOUR**
Bâtiment Recherche DEG - Salle des Thèses

SUR LE SUJET SUIVANT :

"Stratégies d'internationalisation des multinationales chinoises"

JURY :

Bruno AMANN, Professeur des Universités, UNIVERSITÉ PAUL SABATIER TOULOUSE 3
Bernadette ANDROSSO-O'CALLAGHAN, Professeur, UNIVERSITÉ DE LIMERICK (IRLANDE, ou EIRE)
Bertrand FAURE, Maître de Conférences, HDR, l'INSTITUT UNIVERSITAIRE DE TECHNOLOGIE DE TARBES
UNIVERSITÉ TOULOUSE 3
Beddi HANANE, Maître de Conférences, HDR, UNIVERSITÉ LYON 3
Jacques JAUSSAUD, Professeur des Universités, UNIVERSITÉ DE PAU ET DES PAYS DE L'ADOUR
Philippe VERY, Professeur des Universités, EDHEC BUSINESS SCHOOL - NICE

Pau, le 19 juillet 2019

Le Président et,
Par délégation, la Vice-Présidente de la Commission de la
Recherche

Isabelle BARAILLE



Boqi ZHANG --- Stratégies d'internationalisation des multinationales chinoises

Directeurs de thèse :

Bruno AMANN, Professeur à l'Université de Toulouse III Paul Sabatier

Jacques JAUSSAUD, Professeur à l'Université de Pau et des Pays de l'Adour

Résumé

Cette thèse porte sur les stratégies d'internationalisation des firmes chinoises, particulièrement celles qui s'implantent en Europe. À travers une série d'études empiriques nous visons à traiter plusieurs aspects au regard des stratégies employées par ces firmes chinoises. À travers une première étude de cas, nous avons identifié différents parcours internationaux adoptés par les firmes chinoises en référence avec les théories existantes. Par la suite, nous avons conduit à travers une deuxième étude de cas, une analyse comparative de deux cadres théoriques distincts (modèle OLI et LLL). Cela nous a permis de souligner le pouvoir explicatif important de ces deux théories durant des périodes et des contextes différents dans lesquels les firmes chinoises se sont situées. Troisièmement, nous avons visé plus spécifiquement les partenariats entre les multinationales chinoises et les PME françaises. Ce travail a souligné comment ces deux types de firmes, par la combinaison de leurs asymétries réciproques, peuvent surmonter diverses difficultés de leur développement respectif. Au final, selon le concept de distance psychique proposé par le modèle d'Uppsala, nous avons analysé l'impact de la distance psychique dans le cas des multinationales chinoises. Sur la base d'une étude quantitative, cette fois-ci, nous avons proposé qu'en raison de diverses évolutions sociétales (avancement des technologies d'information ; amélioration des moyens de transport, *etc.*) et de certaines capacités de ces firmes chinoises, les difficultés liées à la distance psychique rencontrée par ces firmes sont inférieures à celles envisagées par le modèle d'Uppsala.

Mots-clés : stratégie ; internationalisation ; affaires internationales ; multinationales chinoises ; IDE ; distance psychique ; actifs stratégiques.

Boqi ZHANG --- Stratégies d'internationalisation des multinationales chinoises
Directeurs de thèse :
Bruno AMANN, Professeur à l'Université de Toulouse III Paul Sabatier
Jacques JAUSSAUD, Professeur à l'Université de Pau et des Pays de l'Adour

Abstract

This PhD focuses on the internationalization strategies of Chinese companies, specifically those that are setting up in Europe. Through a series of empirical studies, we aim to treat several aspects with regard to the strategies employed by these Chinese companies. In our first case study, we have identified various international development paths adopted by Chinese firms in reference to existing theories. Subsequently, we conducted, through a second case study, a comparative analysis of two distinct theoretical frameworks (OLI and LLL model). This allowed us to highlight the important explanatory potential of these two theories during different times and contexts in which Chinese firms are embedded. Thirdly, we focused more specifically on partnerships between Chinese multinationals and French SMEs. This work revealed how these two types of firms may overcome various difficulties in combining their reciprocal asymmetries. In the end, according to the concept of psychic distance proposed by the Uppsala model, we addressed the impact of psychic distance in the case of Chinese multinationals. Through a quantitative study, we proposed that due to various societal evolution (advancement of information technologies, improvement of the transport, *etc.*) and to certain capabilities of Chinese multinationals, the psychic distance related difficulties faced by Chinese multinationals are less than those presumed by the Uppsala model.

Key words: strategy; internationalization; international business; Chinese multinationals; FDI; psychic distance; strategic assets.