

Les stratégies de localisation des firmes multinationales : vers de nouvelles approches pratiques et théoriques ?

Location strategies of multinational firms: towards new practices and theories?

Las estrategias de localización de las firmas multinacionales: ¿hacia nuevos enfoques prácticos y teóricos?

Ana Colovic, Anthony Goerzen and Ulrike Mayrhofer

Volume 16, Number 1, Fall 2011

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1006913ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1006913ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

HEC Montréal
Université Paris Dauphine

ISSN

1206-1697 (print)
1918-9222 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this document

Colovic, A., Goerzen, A. & Mayrhofer, U. (2011). Les stratégies de localisation des firmes multinationales : vers de nouvelles approches pratiques et théoriques ? / Location strategies of multinational firms: towards new practices and theories? / Las estrategias de localización de las firmas multinacionales: ¿hacia nuevos enfoques prácticos y teóricos? *Management international / International Management / Gestió Internacional*, 16(1), v–x.
<https://doi.org/10.7202/1006913ar>

Tous droits réservés © Management international / International Management / Gestión Internacional, 2011

This document is protected by copyright law. Use of the services of Érudit (including reproduction) is subject to its terms and conditions, which can be viewed online.

<https://apropos.erudit.org/en/users/policy-on-use/>

érudit

This article is disseminated and preserved by Érudit.

Érudit is a non-profit inter-university consortium of the Université de Montréal, Université Laval, and the Université du Québec à Montréal. Its mission is to promote and disseminate research.

<https://www.erudit.org/en/>

Les stratégies de localisation des firmes multinationales : vers de nouvelles approches pratiques et théoriques ?

ANA COLOVIC
Rouen Business School

ANTHONY GOERZEN
Queen's School of Business
Queen's University, Kingston

ULRIKE MAYRHOFFER
IAE Lyon (Magellan)
Université Lyon 3

Ce dossier thématique vise à contribuer à une meilleure compréhension des stratégies de localisation choisies par les firmes multinationales. Sous l'impulsion du processus de globalisation, marqué par le poids grandissant des pays émergents, ces stratégies ont connu des évolutions profondes qui appellent de nouvelles avancées pratiques et théoriques. Nous avons retenu dans ce dossier des contributions qui permettent d'enrichir notre compréhension des décisions de localisation et qui apportent des éclairages originaux à la thématique étudiée. Au total, une vingtaine d'articles ont été soumis au comité rédactionnel invité et le processus d'évaluation a permis de sélectionner cinq manuscrits, ce qui témoigne de la rigueur scientifique du processus mis en place. Nous avons également choisi de publier une contribution invitée qui a été coécrite par Alan M. Rugman, l'un des plus grands spécialistes de ce domaine de recherche. Nous souhaitons remercier l'ensemble des auteurs pour leur contribution à ce dossier. Les articles publiés couvrent différents aspects associés aux choix de localisation effectués par les firmes multinationales.

L'article « *La reconfiguration de l'espace mondial et les stratégies de localisation des firmes multinationales* » rédigé par Ana Colovic et Ulrike Mayrhofer met en relief les tendances actuelles concernant les décisions de localisation prises par les firmes multinationales. Celles-ci agissent désormais dans un espace mondial élargi et doivent affronter la concurrence des « nouvelles » firmes multinationales des pays émergents. Dans ce contexte, de nombreuses firmes multinationales ont choisi d'accentuer la dispersion géographique de leurs activités et la fragmentation de leur chaîne de valeur. Les auteurs apportent des éléments de réponse à trois dimensions clés liées aux décisions de localisation prises par les firmes multinationales : les bénéfices de la co-localisation (agglomération), les déterminants du choix de la localisation et l'attractivité des territoires.

Alan M. Rugman et Chang Hoon Oh, dans leur article intitulé « *Questions méthodologiques de la mesure de la multinationalité des entreprises américaines* » abordent un concept fondamental associé à la dimension spatiale des firmes multinationales, celui de la mesure de la multinationalité. Ils proposent une analyse critique des échelles de mesure utilisées avant de les appliquer à un échantillon d'entreprises américaines. L'étude empirique réalisée porte sur les firmes multinationales américaines listées dans le classement publié par Fortune Global 500 (n = 246). La période d'observation s'étend de 2000 à 2007. Les résultats

obtenus montrent que des mesures d'échelle (*scale metric*) telles que le ratio des ventes réalisées à l'étranger sont plus appropriées pour appréhender le degré de multinationalité. En revanche, les mesures d'envergure (*scope metric*), par exemple le nombre de pays où la firme multinationale possède des filiales, ne sont pas adaptées pour évaluer la multinationalité, car elles ont tendance à surestimer l'engagement international des entreprises. Les auteurs recommandent par conséquent aux chercheurs de privilégier les mesures d'échelle pour appréhender le concept de la multinationalité.

Christopher Williams, Candace A. Martinez, Lars Galesloot, Elwin Gastelaars et Dante van de Kerke proposent une contribution intitulée « *Dutch MNE Foreign Expansion into Developed and Developing Economies* ». Dans cet article, les auteurs comparent l'entrée de firmes multinationales originaires d'un pays développé (les Pays-Bas) dans des économies développées et des économies émergentes. L'étude empirique porte sur 544 investissements directs à l'étranger (IDE) réalisés par des firmes multinationales néerlandaises entre 2004 et 2008. Ces modes d'expansion internationale concernent 66 pays. Les résultats révèlent que la distance culturelle joue un rôle plus important lorsque les firmes multinationales s'internationalisent dans des pays développés que lorsqu'elles entrent sur des marchés émergents. À l'inverse, la qualité des institutions locales et les lois locales jouent un rôle plus significatif dans le cas d'une expansion dans les marchés émergents. Le travail réalisé suggère que les effets des facteurs culturels et institutionnels dépendent des destinations des investissements effectués.

Dans un article intitulé « *La légitimation discursive des stratégies de localisation à l'international : Une étude de cas comparée de deux groupes agroalimentaires français* », Bertrand Sergot et Nathalie Claret s'intéressent au phénomène des délocalisations, et plus précisément aux discours qui peuvent être élaborés par les dirigeants pour légitimer de telles décisions. L'analyse est fondée sur les rapports annuels d'activité publiés par deux firmes multinationales de l'industrie agroalimentaire française, Bonduelle et Bel, durant la période 2001-2009. Les auteurs s'appuient sur la typologie des stratégies discursives de Vaara *et al.* (2006), dont la pertinence est validée par les résultats de l'étude menée. Celle-ci permet également de mettre en relief la présence d'une rhétorique téléologique qui vise à présenter les décisions de délocalisation comme faisant partie d'un plan

stratégique plus global. Enfin, plusieurs différences dans les constructions discursives élaborées par deux entreprises appartenant à un environnement institutionnel similaire sont relevées.

Dans un article intitulé « *Les stratégies de localisation des firmes multinationales et leurs rapports au territoire local étranger : une approche par les ressources* », Sébastien Le Gall considère que de nombreuses firmes multinationales choisissent de localiser des activités à l'étranger dans l'objectif d'activer de nouvelles ressources territoriales. Les propositions formulées sont testées à l'aide d'une enquête réalisée auprès de 92 directeurs de filiales de firmes multinationales opérant dans le secteur des technologies de l'information et de la communication (TIC). Les résultats témoignent des spécificités d'une stratégie d'activation de ressources et montrent que, dans ce cas, les entreprises doivent être capables d'activer les ressources en local au sein d'un réseau de proximité.

L'article « *L'objectif de l'internationalisation de la R&D des firmes : de la circulation au partage de connaissances tacites situées* », écrit par Virginie Jacquier-Roux et Claude Paraponaris porte sur l'internationalisation de la R&D, qui constitue aujourd'hui un enjeu crucial pour les firmes multinationales. Les auteurs expliquent les apports de la localisation des laboratoires de R&D à l'étranger et soulignent l'importance de la participation à des réseaux localisés de co-production et de partage de connaissances tacites. Les développements sont illustrés à l'aide de l'analyse des réseaux de R&D chez Motorola. Ils permettent de formuler plusieurs propositions permettant de mieux appréhender la géographie des réseaux de co-production de connaissances tacites.

Marie-Laure Grillat et Olivier Mégnac soulignent que les entreprises doivent attacher une importance particulière à la gestion des ressources humaines, dès lors qu'elles localisent des activités dans différents pays. Leur article s'intitule « *Stratégie de contrôle des activités internationales : la GIRH comme levier clé d'intégration et de coordination des firmes multinationales* ». Les investigations empiriques concernent quatorze firmes multinationales d'origine française. Les auteurs ont examiné des données secondaires, complétées par 32 entretiens semi-directifs conduits auprès de différents acteurs impliqués dans le développement international et la gestion des ressources humaines des entreprises sélectionnées. L'analyse réalisée permet d'identifier un ensemble de pratiques de Gestion Internationale des Ressources Humaines (GIRH) qui sont déployées dans l'objectif de coordonner et d'intégrer des filiales dispersées au niveau géographique.

Enfin, Olivier Lamotte propose une note de lecture de l'ouvrage collectif *Global Outsourcing and Offshoring : An Integrated Approach to Theory and Corporate Strategy*, réalisé sous la direction de Farok J. Contractor, Vikas Kumar, Sumit Kundu et Torben Pedersen, aux éditions Cambridge University Press. Cet ouvrage analyse de manière détaillée

et systématique les tendances d'externalisation et de délocalisation ainsi que leurs conséquences sur les stratégies des firmes multinationales, sur les actions politiques visant à attirer des investissements étrangers et sur les théories qui cherchent à comprendre les flux des investissements et les sources de l'avantage concurrentiel des firmes. Les analyses menées mettent en exergue la multi-dimensionalité des mutations en cours et permettent d'ouvrir de vastes perspectives de recherche dans ce domaine. Cette note de lecture est suivie d'une présentation synthétique de quatre ouvrages qui sont susceptibles d'enrichir notre compréhension des stratégies de localisation des firmes multinationales.

Ce dossier thématique n'aurait pas pu être réalisé sans le précieux travail réalisé par les évaluateurs qui ont contribué à la sélection et à l'enrichissement des articles retenus. Nous adressons nos remerciements les plus sincères à Katia Angué, Preet Aulakh, Christoph Barmeyer, Susan Bartholomew, Hanane Beddi, Franck Brulhart, Frédéric Carlier, Manuel Cartier, Eric Davoine, Scott Ensign, Jean-Pascal Gond, Gilles Guieu, Isabelle Huault, Jacques Jaussaud, Olivier Lamotte, Jacques Lauriol, Christian Le Bas, Bernard Leca, Jean-Paul Lemaire, Frédéric Le Roy, Thomas Loilier, Antonio Majocchi, Olivier Meier, Catherine Mercier-Suissa, Pierre-Xavier Meschi, Emmanuel Métais, Eric Milliot, Maral Mouratbekova, Sophie Nivoix, Gilles Paché, Véronique Perret, Yvon Pesqueux, Florent Pestre, Frédéric Prévot, Jonas Puck, Douglas Reid, Jean-Paul Roy, Isabelle Royer, Jan Schaaper, Stefan Schmid et Sabine Urban. Nous tenons également à exprimer notre gratitude au comité éditorial de la revue *Management international*, en particulier à Patrick Cohendet et Bachir Mazouz, rédacteurs en chef, et à Emmanuelle Bélisle et Sandra Lefrère, assistantes à la publication et à la diffusion. Leur confiance et leur expertise nous ont permis d'avancer dans la préparation du dossier thématique. Leur accompagnement et leurs conseils ont été de grande qualité tout au long du processus.

À l'heure où l'espace mondial connaît des mutations profondes, nous espérons que ce dossier thématique pourra susciter un grand intérêt auprès de la communauté des chercheurs, mais aussi auprès des praticiens qui sont amenés à prendre des décisions liées à la localisation. Les articles sélectionnés proposent des avancées significatives dans le champ du management international, et notamment sur la dimension spatiale des stratégies menées par les firmes multinationales. Ils enrichissent les débats actuels concernant le caractère régional *versus* global des firmes multinationales et apportent des éclairages originaux sur les choix de localisation effectués dans un contexte de globalisation. Les résultats des études présentées devraient contribuer à l'élaboration de nouvelles grilles de lecture permettant de comprendre la complexité des stratégies de localisation suivies par les firmes multinationales.

Nous vous souhaitons une bonne lecture des contributions publiées dans ce dossier thématique.

Location strategies of multinational firms: towards new practices and theories?

ANA COLOVIC
Rouen Business School

ANTHONY GOERZEN
Queen's School of Business
Queen's University, Kingston

ULRIKE MAYRHOFFER
IAE Lyon (Magellan)
Université Lyon 3

This special issue aims to contribute to an improved understanding of the location strategies chosen by multinational firms. Under the impetus of the globalisation process, which is marked by the growing weight of emerging countries, these strategies have considerably evolved, calling for new theoretical and practical advances. In this special issue, we have chosen to present contributions that enrich our understanding of location decisions, and that provide new insights into the topics examined. In total, about twenty articles were submitted to the editorial committee. The evaluation process allowed for the selection of five of these articles, which reflects the scientific rigor of the process in place. We also chose to publish an invited contribution written by Alan M. Rugman, one of the leading specialists in this field of research. We wish to thank all of the authors for their contributions to this special issue. The published articles cover various aspects associated with location choices made by multinational firms.

The article titled “The Reconfiguration of the Global Space and Location Strategies of Multinational Firms”, written by Ana Colovic and Ulrike Mayrhofer, highlights the current trends concerning location decisions of multinational firms. Today, these companies act in the global space and must face competition from “new” multinationals in emerging countries. In this context, numerous multinational firms have chosen to increase the geographic distribution of their activities and the fragmentation of their value chain. The authors shed light on three key dimensions related to location decisions made by multinational firms: the benefits of co-location (i.e., agglomeration), the determinants of the location choice and the attractiveness of territories.

In their article titled “Methodological Issues in the Measurement of Multinationality of US Firms”, Alan M. Rugman and Chang Hoon Oh address a fundamental concept associated with the spatial dimension of multinational firms: the measure of multinationality. They offer a critical analysis of currently used measurement metrics before applying these to a sample of US companies. The empirical study focuses on the US multinational firms that are listed in the rankings published by *Fortune Global 500* ($n = 246$). The observation period extended from 2000 to 2007. The results indicate that scale metrics that include the ratio of sales abroad were more appropriate for understanding the degree of multinationality. In contrast, scope metrics, such as the number of countries wherein the multinational firm

has subsidiaries, are not suitable for evaluating multinationality, as these measures have a tendency to overestimate the international involvement of firms. Consequently, the authors recommend that researchers focus on scale metrics for studying the concept of multinationality.

Christopher Williams, Candace A. Martinez, Lars Galesloot, Elwin Gastelaars and Dante van de Kerke wrote a contribution called “Dutch Foreign MNE Expansion into Developed and Developing Economies”. In this article, the authors compared the entries of multinational firms from a developed country (the Netherlands) into developed and emerging economies. The empirical study covers 544 foreign direct investments (FDI) made by Dutch multinationals between 2004 and 2008, involving 66 countries. The results reveal that cultural distance plays a more important role for multinational firms expanding into developed countries than for those expanding into emerging markets. Conversely, the quality of the local institutions and laws seems to play a more significant role for expansion into emerging markets. This work suggests that the effects of cultural and institutional factors depend on the destinations of the investments made.

In the article titled “The Discursive Legitimation of International Corporate Location Strategies: A Comparative Case Study of two French Food Companies”, Bertrand Sergot and Nathalie Claret explore the phenomenon of relocation and, in particular, the discourse that can be developed by leaders to justify such decisions. The analysis is based on annual activity reports published by two multinational firms in the French food processing industry, Bonduelle and Bel, during the period between 2001 and 2009. The authors draw on the typology of discursive strategies from Vaara et al. (2006), the relevance of which is confirmed by the study results. The findings also highlight the presence of a teleological rhetoric that seeks to present the relocation decision as part of a broader strategic plan. Finally, this study identifies several differences in the discursive constructions that were developed by two companies belonging to similar institutional environments.

In the article titled “Location Strategies of Multinational Firms and the Nature of their Relationships with Local Foreign Territories: A Resource-Based View”, Sébastien Le Gall suggests that many multinationals choose to locate operations abroad with the aim of activating new territorial resources. The formulated propositions are tested with

the aid of a survey on 92 directors of multinational firm subsidiaries operating in the sector of information and communication technology (ICT). The results demonstrate the specificity of a resource activation strategy and suggest that enterprises must be capable of activating local resources in a local network.

The article titled “The Aim of Corporate R&D Internationalisation: From Circulating to Sharing Situated Tacit Knowledge”, written by Virginie Jacquier-Roux and Claude Paraponaris, focuses on the internationalisation of R&D, which now constitutes a crucial issue for multinational firms. The authors explain the contributions of R&D laboratory locations abroad and highlight the importance of participation in local co-production networks and the sharing of tacit knowledge. The developments are illustrated with the aid of an analysis of the R&D networks at Motorola and allow for the formation of several propositions to better understand the geography of networks of tacit knowledge co-production.

Marie-Laure Grillat and Olivier Mérignac emphasise that companies must pay particular attention to human resource management as they locate operations in different countries. Their article is titled “International Activities Strategic Control: IHRM as a Key Leverage, Mechanism for Integration and Coordination in Global Firms”. In their empirical investigations, they examine 14 French multinational firms. The authors also analyse secondary data that is supplemented by 32 semi-structured interviews conducted with various actors involved in international development and human resource management in the selected enterprises. The study identifies a set of practices for International Human Resource Management that are deployed with the aim of coordinating and integrating geographically dispersed subsidiaries.

Finally, Olivier Lamotte provides a review of the book, “*Global Outsourcing and Offshoring: An Integrated Approach to Theory and Corporate Strategy*”, edited by Farok J. Contractor, Vikas Kumar, Sumit Kundu and Torben Pedersen and published by Cambridge University Press. In a detailed and systematic manner, this book analyses the trends of outsourcing and offshoring and their consequences for the strategies of multinational firms, the policy actions aiming to attract foreign investment and the theories that seek to understand the flow of investments and sources of competitive advantage of firms. The analyses that were conducted highlight the multi-dimensionality of the current changes taking place in this field and create prospects for further research in this area. This book review is followed by a summary of four books that contribute to understanding the location strategies of multinational firms.

This special issue would not have been possible without the valuable work of the evaluators who contributed to the selection and the enrichment of the chosen articles. We extend our sincere gratitude to Katia Angué, Preet Aulakh, Christoph Barmeyer, Susan Bartholomew, Hanane

Beddi, Franck Brulhart, Frédéric Carlier, Manuel Cartier, Eric Davoine, Scott Ensign, Jean-Pascal Gond, Gilles Guieu, Isabelle Huault, Jacques Jaussaud, Olivier Lamotte, Jacques Lauriol, Christian Le Bas, Bernard Leca, Jean-Paul Lemaire, Frédéric Le Roy, Thomas Loilier, Antonio Majocchi, Olivier Meier, Catherine Mercier-Suissa, Pierre-Xavier Meschi, Emmanuel Métais, Eric Milliot, Maral Mouratbekova, Sophie Nivoix, Gilles Paché, Véronique Perret, Yvon Pesqueux, Florent Pestre, Frédéric Prévot, Jonas Puck, Douglas Reid, Jean-Paul Roy, Isabelle Royer, Jan Schaaper, Stefan Schmid and Sabine Urban. We also wish to express our gratitude to the editorial committee of *International Management*. In particular, we wish to thank Patrick Cohendet and Bachir Mazouz, the editors-in-chief, and Emmanuelle Bélisle and Sandra Lefrère, the publication and dissemination assistants. Their confidence and expertise permitted us to move forward in the preparation of this special issue. Their support and advice were of high quality throughout the process.

At a time when the global space is experiencing profound change, we hope that this special issue will generate great interest not only in the research community but also to practitioners who are involved in making decisions related to location. The selected articles provide insight into significant advances in the field of international management and, notably, also to the spatial dimension of the strategies pursued by multinational firms. These publications enrich the current debate concerning the regional versus global character of multinational firms and shed new light on the location choices made in the context of globalisation. The results of the studies presented should contribute to the development of new frameworks for understanding the complexity of location strategies adopted by multinational firms.

We hope you enjoy reading the contributions published in this special issue.

Las estrategias de localización de las firmas multinacionales: ¿hacia nuevos enfoques prácticos y teóricos?

ANA COLOVIC
Rouen Business School

ANTHONY GOERZEN
Queen's School of Business
Queen's University, Kingston

ULRIKE MAYRHOFFER
IAE Lyon (Magellan)
Université Lyon 3

Este dossier temático tiene como objetivo contribuir a una mejor comprensión de las estrategias de localización elegidas por las firmas multinacionales. Como consecuencia del proceso de globalización, acentuado por el peso creciente de los países emergentes, estas estrategias conocieron evoluciones profundas que fomentan nuevos adelantos prácticos y teóricos. En este dossier, nos enfocamos en contribuciones que permiten enriquecer nuestra comprensión de decisiones de localización y que nos dan enfoques originales con respecto a la temática estudiada. En total, una veintena de artículos fueron sometidos al Comité de redacción invitado y el proceso de evaluación permitió seleccionar cinco de dichos artículos, lo que revela el rigor científico del proceso implementado. De la misma forma, elegimos publicar una contribución invitada que fue escrita por Alan M. Rugman, uno de los más importantes especialistas en esta área de investigación. Los artículos publicados cubren diferentes aspectos asociados a las elecciones de localización efectuadas por las firmas multinacionales.

El artículo «*La reconfiguración del espacio mundial y las estrategias de localización de las firmas multinacionales*» redactado por Ana Colovic y Ulrike Mayrhofer pone de relieve las tendencias actuales en relación con las decisiones de localización tomadas por las firmas multinacionales. Éstas, a partir de ahora, actúan en un espacio mundial expandido y tienen que enfrentarse a la competencia de las «nuevas» firmas multinacionales de los países emergentes. En este contexto, numerosas firmas multinacionales decidieron acentuar la dispersión geográfica de sus actividades y la fragmentación de su cadena de valores. Los autores proporcionan elementos de respuesta a las tres dimensiones claves relacionadas con las decisiones de la localización tomadas por las firmas multinacionales: los beneficios de la co-localización (aglomeración), los determinantes de las elecciones de la localización y la atractividad de los territorios.

Alan M. Rugman et Chang Hoon Oh, en su artículo titulado «*Preguntas metodológicas de la medida de la multinacionalidad de las empresas americanas*» enfocan un concepto fundamental asociado con la dimensión espacial de las firmas multinacionales, el de las medidas utilizadas de la multinacionalidad. Proponen un análisis crítico de las escalas de medidas utilizadas antes de aplicarlas a una muestra de empresas americanas. El estudio empírico realizado se concentra en las firmas multinacionales americanas listadas en la clasificación publicada por Fortune Global

500 (n=246). El periodo de observación se extiende de 2000 a 2007. Los resultados obtenidos muestran que medidas de escala (*scale metric*) tales como el ratio de las ventas efectuadas en el extranjero están más apropiadas para percibir el grado de multinacionalidad. Por otro lado, las medidas de alcance (*scope metric*), por ejemplo el número de países en los que la firma multinacional tiene filiales, no están adaptadas para evaluar la multinacionalidad porque tienden a sobrestimar el compromiso internacional de las empresas. Por consecuencia, los autores recomiendan a los investigadores que privilegien las medidas de escala para tratar el concepto de multinacionalidad.

Christopher Williams, Candace A. Martinez, Lars Galesloot, Elwin Gastelaars y Dante van de Kerke proponen una contribución titulada «*Dutch MNE Foreign Expansion into Developed and Developing Economies*». En este artículo, los autores comparan la entrada de las firmas multinacionales originarias de un país desarrollado (Países Bajos) en economías desarrolladas y economías emergentes. El estudio empírico se enfoca en 544 inversiones directas en el extranjero (IDE) realizadas por las firmas multinacionales neerlandesas entre 2004 y 2008. Estos modos de expansión internacional incluyen 66 países. Los resultados revelan que la distancia cultural desempeña un papel más importante cuando las firmas multinacionales se internacionalizan en países desarrollados que cuando entran en los mercados emergentes. Por otro lado, la calidad de las instituciones locales y las leyes locales desempeñan un papel más significativo en el caso de una expansión en los mercados emergentes. El trabajo realizado sugiere que los efectos de los factores culturales e institucionales dependen de los destinos de las inversiones efectuadas.

En un artículo titulado «*La legitimación discursiva de las estrategias de localización al internacional: un estudio de casos comparativo de dos grupos agroalimentarios franceses*», Bertrand Sergot y Nathalie Claret se interesan en el fenómeno de las deslocalizaciones, y más precisamente en los discursos que pueden ser elaborados por los dirigentes para justificar tales decisiones. El análisis se basa en los informes anuales de actividad publicados por dos firmas multinacionales de la industria agroalimentaria francesa, Bonduelle y Bel, durante el periodo 2001-2009. Los autores se apoyan en la tipología de las estrategias discursivas de Vaara *et al.* (2006), cuya pertinencia es validada por el estudio realizado. Éste, también permite poner de relieve la presencia de una retórica teleológica que tiene como objetivo

presentar las decisiones de deslocalización como formando parte de un plan estratégico más global. Por último, se identifican varias diferencias en las construcciones discursivas elaboradas por dos empresas perteneciendo a un entorno institucional similar.

En un artículo titulado «*Las estrategias de localización de las empresas multinacionales y sus relaciones con la territorialidad local extranjera: una aproximación por los recursos*», Sébastien Le Gall considera que numerosas firmas multinacionales eligen localizar sus actividades en el extranjero con el objetivo de activar nuevos recursos territoriales. Las propuestas formuladas se prueban con una encuesta realizada con 92 directores de filiales de firmas multinacionales que intervienen en el sector de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC). Los resultados atestiguan de las especificidades de una estrategia de activación de los recursos y muestran que, en este caso, las empresas deben de ser capaces de activar los recursos al nivel local en una red de proximidad.

El artículo «*El objetivo de la internacionalización de la I+D de las firmas: de la circulación a la redistribución de conocimientos tácitos situados*», escrito por Virginie Jacquier-Roux y Claude Paraponaris se interesan en la internacionalización de la I+D (Investigación y Desarrollo) en el extranjero y subrayan la importancia de la participación en las redes localizadas de co-producción y el hecho de compartir conocimientos tácitos. Los desarrollos se ilustran gracias a la ayuda del análisis de redes de I+D en la empresa Motorola. Permiten formular varias propuestas que dejan la posibilidad de percibir mejor la geografía de las redes de co-producción de conocimientos tácitos.

Marie-Laure Grillat y Olivier Merignac señalan que las empresas deben prestar especial importancia a la gestión de los recursos humanos, en cuanto deslocalicen actividades en otros países. Su artículo se titula «*Estrategia de control de las actividades internacionales: la GIRH (Gestión Internacional de los Recursos Humanos) como palanca de integración y coordinación de las empresas multinacionales*». Las investigaciones empíricas conciernen catorce firmas multinacionales de origen francés. Los autores examinaron los datos secundarios que se complementan con 32 entrevistas semi-dirigidas llevadas con diferentes actores implicados en el desarrollo internacional y la gestión de recursos humanos de las empresas seleccionadas. El análisis realizado permite identificar un conjunto de prácticas de Gestión Internacional de los Recursos Humanos que se desarrollan con el objetivo de coordinar e integrar filiales esparcidas al nivel geográfico.

Finalmente, Olivier Lamotte propone un comentario de lectura del libro colectivo *Global Outsourcing and Offshoring: An Integrated Approach to Theory and Corporate Strategy*, realizado bajo la dirección de Farok J. Contractor, Vikas Kumar, Sumit Kundu et Torben Pedersen, edición Cambridge University Press. Este escrito analiza de forma detallada y sistemática las tendencias de outsourcing

y deslocalización y sus consecuencias en las estrategias de las firmas multinacionales, en las acciones políticas con intención de atraer las inversiones extranjeras y en las teorías que tratan de entender el flujo de inversiones y fuentes de ventaja competitiva de las firmas. Los análisis realizados destacan la multi-dimensionalidad de los cambios en curso y permiten abrir amplias perspectivas para la investigación en esta área. Esta reseña del libro es seguida por un resumen de cuatro libros que pueden enriquecer nuestra comprensión de las estrategias de localización de las firmas multinacionales.

Este dossier no hubiera sido posible sin la valiosa labor realizada por los evaluadores que contribuyeron a la selección y enriquecimiento de los artículos seleccionados. Hacemos llegar nuestro sincero agradecimiento a Katia Angué, Preet Aulakh, Christoph Barmeyer, Susan Bartholomew, Hanane Beddi, Franck Brulhart, Frédéric Carlier, Manuel Cartier, Eric Davoine, Scott Ensign, Jean-Pascal Gond, Gilles Guieu, Isabelle Huault, Jacques Jaussaud, Olivier Lamotte, Jacques Lauriol, Christian Le Bas, Bernard Leca, Jean-Paul Lemaire, Frédéric Le Roy, Thomas Loilier, Antonio Majocchi, Olivier Meier, Catherine Mercier-Suissa, Pierre-Xavier Meschi, Emmanuel Métais, Eric Milliot, Maral Mouratbekova, Sophie Nivoix, Gilles Paché, Véronique Perret, Yvon Pesqueux, Florent Pestre, Frédéric Prévot, Jonas Puck, Douglas Reid, Jean-Paul Roy, Isabelle Royer, Jan Schaaper, Stefan Schmid et Sabine Urban. También queremos expresar nuestro agradecimiento al Comité editorial de la revista *Management international*, especialmente a Patrick Cohendet y Mazouz Bachir, editores y a Emmanuelle Bélistre y Sandra Lefrere, asistentes de publicación y difusión. Su confianza y su experiencia nos han permitido avanzar en la preparación del dossier temático. La calidad de su asesoramiento y apoyo fueron importantes durante todo el proceso.

En un momento en el que el espacio mundial está experimentando profundos cambios, esperamos que este informe temático vaya a generar un gran interés tanto para la comunidad de investigadores como también, para los profesionales que tienen que tomar decisiones relacionadas con la localización.

Los artículos seleccionados ofrecen avances significativos en el campo del management internacional, incluida la dimensión espacial de las estrategias de las firmas multinacionales. Enriquecen los debates actuales sobre el carácter regional *versus* global de las firmas multinacionales y ofrecer un enfoque nuevo sobre las opciones de ubicación en el contexto de la globalización. Los resultados de los estudios presentados deberían contribuir al desarrollo de nuevos instrumentos de lectura permitiendo la comprensión de la complejidad de las estrategias de localización seguidas por las firmas multinacionales.

Les deseamos que disfruten de la lectura de las contribuciones publicadas en este dossier especial.