
Le rôle de la proximité organisationnelle et géographique dans les motivations des fusions et acquisitions des entreprises Lorraines

Yanne Gourvil – Le Perron* & Serge Rouot**

** IUT Nancy 2 – Charlemagne
Département Techniques de Commercialisation
2 ter, Boulevard Charlemagne - 54052 Nancy Cedex
Yanne.Gourvil@univ-nancy2.fr*

*** IAE Nancy 2 - Pôle Lorrain de Gestion
13, Rue Michel Ney - CO 75 - 54037 Nancy Cedex
Serge.Rouot@univ-nancy2.fr*

Section de rattachement : 06

RESUME. L'objet de cet article est d'analyser le rôle de la proximité organisationnelle et géographique dans les opérations de croissance externe en Lorraine.

Après une présentation des motivations des fusions et acquisitions d'entreprises, la problématique retenue repose sur l'intégration du concept de proximité dans la croissance externe. Fondée sur une analyse statistique des caractéristiques économiques, financières et sociales des fusions et des acquisitions d'entreprises en Lorraine entre 1992 et 2001, l'étude empirique porte sur des échantillons d'entreprises absorbantes et absorbées. Les résultats montrent une participation relative de la proximité organisationnelle et géographique à la structuration des motivations de la croissance externe.

MOTS-CLES : croissance externe, fusion, acquisition, entreprise lorraines, motivations, proximité organisationnelle, proximité géographique.