



Ressources stratégiques des clusters vitivinicoles et compétitivité des entreprises locales : une étude exploratoire

Jean-Guillaume DITTER ^a, Jaime FENSTERSEIFER ^b, Joëlle BROUARD ^c

^a Professeur Permanent, Département management, Groupe ESC Dijon Bourgogne

^b Université de Caxias do Sul, Brésil

^c Professeur Permanent, département marketing, Groupe ESC Dijon Bourgogne

Abstract

This paper extends the works Fensterseifer and Rastoin (2010), who seek to identify the strategic resources of a cluster, the ways that they contribute to value creation, and consequently to the establishment of a competitive advantage for local players. We begin with the definition of wine “territories”, or “clusters” by drawing from the economic analysis of territories. We then present the theory of resources and competences and its applications to clusters / territories. Finally we apply this framework to two vineyards, i.e. the Serra Gaúcha in Brazil and Cahors in France. By doing so, we aim to highlight the variety of resources available in wine clusters, as well as the similar or different ways in which local players perceive their importance.

Résumé

Cet article reprend et prolonge les travaux de Fensterseifer et Rastoin (2010), qui cherchent à identifier les ressources stratégiques d'un cluster, les mécanismes selon lesquels elles contribuent à la création de valeur, et par la suite d'un avantage concurrentiel, pour les acteurs qui le composent. Nous commençons par définir le concept de territoire, ou cluster, vitivinicole à partir d'une réflexion sur l'analyse économique du territoire. Puis, nous présentons la théorie des ressources et compétences et ses applications au niveau d'un cluster/territoire donné. Nous l'appliquons pour finir à la comparaison de deux vignobles, la Serra Gaúcha au Brésil et Cahors en France, en vue de mettre en évidence la variété des ressources disponibles au sein de clusters vitivinicoles, ainsi que les similitudes et différences de perception quant à leur importance pour les acteurs

Introduction

Bien qu'une littérature importante concernant les clusters en général et les clusters vitivinicoles en particulier ait été rédigée ces dernières années (Giulaini et Bell, 2005 ; Muller et Sumner, 2006 ; Visser et De Langen, 2006), il existe peu de travaux cherchant à identifier les ressources stratégiques d'un cluster et les mécanismes selon lesquels elles contribuent à la création de valeur, et par la suite d'un avantage concurrentiel, pour les acteurs individuels qui le composent.

Cet article, qui reprend et prolonge les travaux de Fensterseifer et Rastoin (2010), se propose de contribuer à combler ces lacunes dans une optique comparative. Ces travaux font appel à un cadre conceptuel multidisciplinaire, incluant la littérature en gestion, stratégie, organisation industrielle, socio-économie et géographie économique. Notre angle d'approche est plus précisément celui de la théorie des ressources et compétences de l'entreprise, appliqué à la forme organisationnelle particulière qu'est un cluster vitivinicole.

Nous commençons par définir le concept de territoire, ou cluster, vitivinicole à partir d'une réflexion sur la notion de territoire. Nous montrons en particulier que, si les stratégies des acteurs sont différentes, la référence au territoire, pris dans son acception socio-économique, permet une comparaison pertinente des vignobles en AOC des pays producteurs traditionnels et des clusters vitivinicoles des pays dits du « Nouveau Monde ».