

**TD n : 2*****Daniel Hechter joue l'ALENA***

Le spécialiste de prêt à porter a décidé d'utiliser tous les avantages de l'accord de libre échange nord-américain pour réimplanter sa marque outre-Atlantique.

Daniel Hechter repart aux Etats-Unis. Le spécialiste de prêt à porter français qui n'exploitait plus sa marque outre-atlantique depuis 1988 a profité de la rupture des accords de licence avec Biderman pour tout repenser .

Désormais, c'est le groupe américain Hartmax qui assurera la fabrication et la distribution de son prêt à porter masculin aux USA.

Pour Daniel Hechter, cela présente de nombreux avantages.

Détenant 25% du marché américain du prêt à porter, le groupe Hartmax installé à Chicago mais disposant aussi de sites de fabrication au Canada, va lui permettre de tirer parti de toutes les possibilités offertes par l'ALENA.

Depuis l'entrée en vigueur de ce traité, en janvier 1994, mieux vaut, pour les fabricants de textiles, s'appuyer sur les intermédiaires produisant sur le continent nord-américain.

Un exemple : Un costume homme en laine est taxé 8% s'il vient du Canada, 16,6% s'il est fabriqué au Mexique, 20% s'il est confectionné en France.

Résultats : Toutes les grandes marques européennes commencent à délocaliser leur production et cherchent à s'implanter au Canada afin de mieux attaquer le marché américain.

Avant Daniel Hechter, Karl Lagerfeld, Yves Saint Laurent, Cerruti 1881 et Pierre Cardin ont signé des accords de licence avec Hartmax.

Christian Dior et Burberry's font eux confiance à l'américain J. Schoenemann. Quant à Chaps by Ralph Lauren, il a chargé Peerless, premier fabricant canadien de costumes pour hommes, installé à Montréal, de sa fabrication et de sa distribution.

Dans le moyen de gamme, la société toulousaine Nelson pratique aussi le détour par le Canada pour commercialiser sa marque Gaultier Jeans de même que Tanflo.

Jouant à fond la carte du libre échange, Daniel Hechter ne compte pas s'arrêter là : « pour la saison 96, nous ajouterons deux licences aux Etats Unis, une pour les robes, une pour le sportswear », déclare Bernard Batut, directeur général de la marque.

La marque serait en négociation avec Randa, une société new-yorkaise spécialisée dans les cravates.

**Extrait de l'Usine Nouvelle, n° 2483, 15/12/94**

**Questions :**

1. Commentez le titre en insistant sur l'utilisation du terme « joue » par l'auteur ?
2. Expliquez les raisons qui motivent les regroupements régionaux tel l'ALENA ?
3. Quel est le moyen utilisé par Daniel Hechter pour sa réimplantation sur le marché américain ? Citez les principaux avantages ?
4. D'après vous, quelle peut être la principale raison qui pousse Daniel Hechter à diversifier ses partenaires sur le marché américain ?

**Corrigé Cas Daniel Hechter:**

1. On évoque la théorie des jeux, les plans d'action de développement à l'international sont multiples avec des avantages et inconvénients relatifs dictées par le cadre institutionnel régissant les échanges internationaux, en l'occurrence dans ce cas les groupements interrégionaux et particulièrement l'ALENA. C'est un choix parmi d'autres, censé être le choix gagnant.
2. Encourager les échanges intra-zones (libre échange) et essayer de freiner celles extra-zones particulièrement en termes d'importation et ce dans l'ultime but d'avoir un poids économique face aux forces économiques (équité des échanges, mêmes chances)...
3. Partenariat (octroi de licence) avec Hartmax installé à Chicago avec des sites de fabrication au Canada. Ce partenariat concerne donc la délocalisation de la production et la distribution du prêt à porter masculin Daniel Hechter. Avantages : - Baisser les taxes (8% si confectionné au Canada au lieu de 16,6 % pour Mexique ou 20% pour production française) -> Gain sur prix de revient  
- Profiter de la proximité au marché grâce au réseau de distribution Hartmax déjà fonctionnel et détenant 25% comme part de marché
4. La diversification des partenaires lui procure :
  - plus d'autonomie: Moins de risque si désaccord et arrêt de collaboration ; une partie de ses gammes (prêt à porter masculin, Robes, Sportswear, cravates...) serait touchée au lieu de toutes ses familles de produits.
  - Plus de pouvoir de négociation : Rapport avec Fournisseurs et clients (distributeurs) selon Porter