

Les huit „i“ d'un partenariat réussi

- Les partenaires sont **I**ndividuellement compétents et forts
- Les partenaires considèrent que leur relation est **I**mportante
- Les partenaires envisagent un **I**nvestissement à suffisamment long-terme
- Les partenaires sont **I**nterdépendants
- Les **I**nterfaces sont bien gérées (communication)
- Les partenaires se tiennent mutuellement **I**nformés de leurs intentions et de leurs plans
- Le partenariat est **I**nstitutionnalisé (contrat, liens sociaux, valeurs communes)
- Les partenaires sont **I**ntègres

Source: Rosabeth Moss Kanter, *Becoming PALs: Pooling, Allying and Linking Across Companies*, The Academy of Management EXECUTIVE, Vol. III, No.3, 1989, pp. 183-193 + *Collaborative Advantage: The Art of Alliances*, Harvard Business Review, July-August 1994