

Chapitre 3 : Les firmes multinationales

Plan :

I – FMN et Investissements directs à l'étranger

- A- Définition des FMN
- B- Définition des IDE

II – L'évolution des investissements directs depuis la fin du 19^{ème} siècle

- A- Des FMN tournées vers les PVD jusqu'en 1945
- B- La suprématie américaine d'après-guerre
- C- L'essor des IDE et le chassé croisé américano-nippon des années 1970 et 1980
- D- La montée des pays émergents à partir des années 1990
- E- Le cas de la France

III – La théorie de la multinationalisation des firmes

- A- La possession d'un avantage spécifique
- B- L'intérêt de l'internalisation
- C- Le choix de la localisation

IV – L'impact des firmes multinationales

- A- IDE et commerce international : complémentarité ou substituabilité ?
- C- IDE et emploi : l'impact des délocalisations
- D- Les autres effets

V – La politique des Etats face aux FMN

- A- Les politiques de réglementation des IDE
- B- La libéralisation progressive des IDE
- C- Le retour du patriotisme économique

VI – La globalisation : réalités et limites

- A- La tendance à la globalisation des firmes
- B- Une globalisation à nuancer

Bibliographie :

- ANDREFF Wladimir, *Les multinationales globales*, La découverte, 1996.
- BERGER Suzanne, *Made in Monde*, Le Seuil, 2006.
- HATEM Fabrice, *Les multinationales en l'an 2000*, Economica, 1995.
- MUCCHIELLI Jean-Louis, *Multinationales et mondialisation*, Seuil, 1998.
- REICH Robert, *L'économie mondialisée*, Dunod, 1993.

Chronologie :

- 1893 : Dunlop (GB) s'installe aux USA
- 1908 : Ford produit des voitures en GB
- 1965 : le Mexique encourage l'implantation des « maquiladoras »
- 1960 : Hymer développe la notion d'avantages spécifiques
- 1973 : nationalisation des actifs d'ITT au Chili par Allende
- 1977 : quotas américains sur les téléviseurs japonais
- 1979 : quotas américains sur les téléviseurs des NPIA
- 1984 : accident de Bhopal en Inde (2 000 morts)
- 1989 : Michelin rachète Uniroyal-Goodrich
- 1992 : Ouverture d'Euro-Disneyland à Marne-la-Vallée
- 1993 : publication du rapport Arthuis sur les effets négatifs des délocalisations
- 1995 : implantation de Renault, Mercedes, Ford et GM au Brésil
- 1998 : échec des négociations sur l'AMI (Accord Multinational sur l'Investissement)
- 2001 : la première Yaris sort de l'usine TOYOTA de Valenciennes

Citations :

Que l'on délocalise pour vendre sur d'autres marchés, je suis prêt à le comprendre. Mais que l'on délocalise pour fabriquer à l'étranger des voitures qu'on vendra en France, je ne suis pas d'accord.

Nicolas Sarkozy, Interview dans le Figaro Magazine, 12 mars 2010.

' Il importe que des mesures soient rapidement prises pour montrer que la France reste accueillante aux investisseurs étrangers,' [*Plus loin :*] ' la part des non-résidents, dans la capitalisation boursière française, fait l'objet, désormais, d'une prise de conscience collective : celle de la faiblesse de l'assise domestique du capital de nos entreprises.

Rapport au Premier Ministre sur l'attractivité du territoire français, juillet 2001.

La transnationalisation des firmes est certainement la principale cause de la décomposition du politique, c'est-à-dire de l'affaiblissement de l'Etat-nation et de la déliquescence de la citoyenneté.

Serge Latouche, Comment peut-on être anticapitaliste ?, revue du MAUSS, 1997.

Ce n'est pas parce que les firmes multinationales investissent en Afrique que cette dernière est sous-développée, c'est au contraire parce qu'elles n'y sont pas assez présentes !

Arghiri Emmanuel, *Technologies appropriées ou technologie sous-développées*, 1982.

« L'entreprise privée étrangère, du fait du transfert officiel ou clandestin de la plus grande partie de ses profits, n'a pas d'effet accélérateur et n'intervient pas ou que fort peu dans le processus de développement cumulatif du pays où elle travaille, mais elle ne s'intègre pas non plus, ou très exceptionnellement, dans le plan de développement du pays d'accueil, elle est en règle générale et sous tous ses aspects une « concession » étrangère dans ce pays ».

Pierre Jalée, *Le pillage du tiers monde*, 1965, p. 90.

Denis Kessler, Université d'été du Medef, 2005 : *« En France, l'entreprise ne suscite des élans de tendresse qu'à deux moments de sa vie : quand elle meurt ou quand elle va être rachetée par un étranger ».*

"Ce qui est bon pour General Motors est bon pour l'Amérique"

Charles Wilson, PDG du groupe, 1953.

La théorie ancienne du commerce international ne prenait en compte que les nations, en négligeant la place des firmes. Or ce sont évidemment celles-ci qui effectuent l'essentiel des relations économiques entre les territoires, soit en exportant, soit en produisant à l'étranger. Généralement, pour les entreprises, l'exportation précède la production à l'étranger.

Le professeur Perlmutter prévoyait au début des années 1970 que 80% des actifs industriels mondiaux seraient détenus par 200 à 300 FMN dès 1985. Et les pronostics les plus inquiétants circulaient sur ces entreprises apatrides, déplaçant leurs capitaux en fonction d'intérêts plus ou moins avouables. Or la part des investissements industriels détenue par les 300 plus grandes FMN ne dépasse pas 25%. De plus, la multinationalisation s'ouvre largement à de nouveaux pays et de nouvelles firmes.

Dans son édition 2007 du Rapport mondial sur l'investissement, la CNUCED recensait 78 400 FMN (contre 7 000 à la fin des années 1960) s'appuyant sur plus de 780 000 filiales étrangères ; elles employaient 57 millions de personnes, représentent 25% de la production mondiale. Les filiales étrangères représentent 10% du PIB mondial et un tiers des exportations mondiales. Le stock mondial des investissements à l'étranger représentait à la fin 2006 l'équivalent de 26% du PIB mondial (un record historique), contre 5,7% en 1980.

Leurs décisions de localisation jouent un rôle majeur déterminant dans l'affectation du capital productif, et la question des délocalisations revient régulièrement dans l'actualité. Dans ce chapitre, nous analyserons les causes, l'importance et les effets de la multinationalisation.

I) FMN et investissements directs à l'étrangers :

A) Définition de la FMN :

Le commerce international est réalisé par des firmes. Mais celles-ci peuvent aussi s'implanter à l'étranger pour mieux contrôler leurs marchés ou leurs sources d'approvisionnement. En établissant une unité de production à l'étranger, la firme devient multinationale.

Une FMN est une firme qui possède au moins une unité de production à l'étranger.

Une entreprise peut avoir une représentation commerciale à l'étranger, mais elle ne sera vraiment multinationale que si elle fabrique tout ou partie de sa production à l'extérieur de son territoire national, souvent par le biais de filiales.

En principe, une filiale devrait appartenir à plus de 50% à la maison mère. Toutefois, les travaux statistiques sur les FMN considèrent en général que, lorsqu'une firme possède au moins **10%** du capital d'une entreprise étrangère, cette dernière peut être considérée comme une filiale de la première. C'est le seuil retenu par l'ONU. Dans le cas où plusieurs entreprises détiennent des participations dans une même filiale à l'étranger, la filiale est comptabilisée pour l'entreprise qui détient la plus forte participation. Le statut de FMN est en fait une question de degré : il n'y a pas 2 situations extrêmes : être ou ne pas être FMN. Il existe un continuum le long duquel l'entreprise est de plus en plus multinationale.

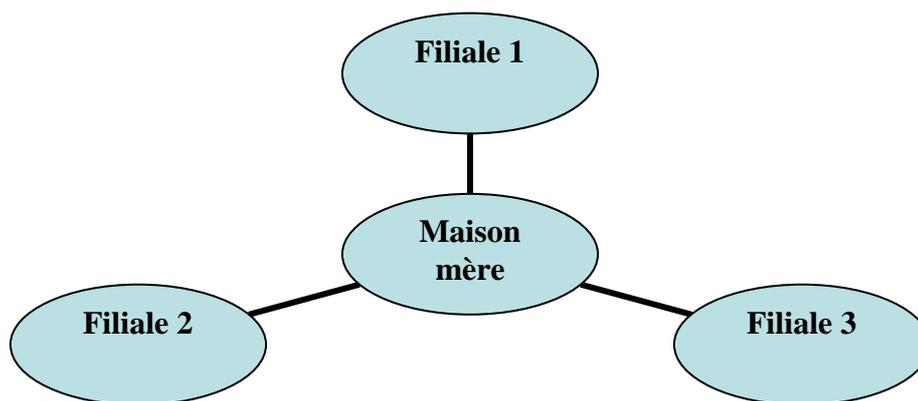
Les modes d'implantation sur le territoire d'accueil :

- 1) La création ex-nihilo d'une filiale de production possédée à 100% par la maison-mère. Cette situation est appelée en anglais *Greenfield investment*, c'est-à-dire une implantation sur terrain vierge. Forme majoritaire dans les années 1950 et 1960.
- 2) L'acquisition d'une firme locale déjà existante. Appelée en anglais *Brownfield investment* : c'est-à-dire investissement sur un ancien site industriel. Forme qui s'est développée à partir des années 1980 et considérée comme moins coûteuse que la précédente, plus rapide, et moins risquée. Souvent financé par l'échange d'actions.
- 3) La joint-venture : mise en commun de moyens humains, techniques et financiers dans le cadre d'une filiale commune. C'est souvent le cas en Chine où le recours à un partenaire local est indispensable. Elles sont nombreuses dans le secteur des hautes technologies en raison des coûts élevés de R&D. En 1999 a été créé Fujitsu-Siemens Computers dans les micro-ordinateurs et les serveurs, coentreprise détenue par les deux groupes. En 2001, Sony et Ericsson ont créé une coentreprise à 50/50 dans les téléphones portables.
- 4) Les licences : l'accord de licence accorde à une entreprise étrangère le droit de fabrication d'un produit (utilisation de la technologie et de la marque) en contrepartie d'un paiement (royalties) prenant la forme d'un % du chiffre d'affaires ou des bénéfices. Intérêt : permettre une présence sur un marché protégé ou trop petit pour justifier une filiale locale.
- 5) La sous-traitance : tirer parti de coûts locaux bas sans prendre soi-même le risque de l'investissement. Forme présente dans la confection (Lévy-Strauss), l'assemblage informatique (Taiwan est un sous-traitant de la Silicon Valley). Nike sous-traite 90% de sa production en Asie et se présente comme une firme spécialiste en concept, innovation et commercialisation.

Les nouvelles formes d'investissement à l'étranger regroupent les catégories 3, 4 et 5, ainsi que les alliances : IBM a passé des alliances avec 40 partenaires dans le monde. Nestlé et Coca-Cola s'associent pour la fabrication de boissons au café et au thé, Olivetti et Dell pour les ordinateurs portables. Ces nouvelles formes d'investissement, en plein essor, correspondent à un partenariat interentreprises. Le mode d'entrée partenarial présente l'avantage de l'apprentissage accéléré du marché grâce au partenaire étranger ; c'est important en période de réduction de la durée de vie des technologies et des produits.

Initialement, les FMN avaient tendance à s'implanter à l'étranger à l'aide de filiales à 100% ou grâce à des prises de participations majoritaires. Au contraire, ces dernières années on observe un développement d'accords de coopération entre FMN, de prises de participation réciproques, de filiales communes. Ces nouvelles formes d'investissement se sont développées à partir des années 1970 en réaction aux politiques restrictives de PED à l'égard des IDE, à leur instabilité politique et aux discours anti FMN. Ces partenariats concernent surtout les secteurs de haute technologie comme l'électronique, l'informatique ou l'aérospatiale, ou les secteurs à maturité faisant l'objet de renouveau technologique comme l'automobile. Ils ont pour but de partager les frais de R&D afin de permettre des économies d'échelle et d'échanger des connaissances. Par exemple, Siemens et Motorola ont conclu un accord en 1995 pour investir 7.5 milliards de francs dans une usine commune aux EU devant produire des semi-conducteurs.

Progressivement, la FMN organise un réseau international de conception, de production, d'assemblage et de commercialisation de ses produits. Les relations entre la maison mère et les filiales au niveau international donnent lieu à un commerce international intra-firme. Une filiale est une entreprise contrôlée à plus de 50% par une autre appelée maison mère. La FMN développe aussi des relations avec d'autres firmes pour l'approvisionnement en consommations intermédiaires ou la commercialisation, il s'agit d'un commerce inter-firme. Les FMN sont ainsi au cœur d'un vaste réseau d'échanges internationaux.



La firme réseau

Au lieu de créer des filiales strictement contrôlées, il devient profitable de tisser des relations contractuelles avec les partenaires. Le partenariat présente l'avantage de réduire les apports de capitaux et réduire le nombre de cadres expatriés, de ménager les susceptibilités nationales et mieux s'intégrer au contexte local. Ce modèle est facilité par le développement des moyens de communication.

Cette firme réseau a été décrite par Reich (1991). La grande entreprise centralisée, conçue pour la production de masse, éclate pour laisser la place à un réseau étendu à l'échelle mondiale. Ce réseau est caractérisé par des centres de profits indépendants, des joint-ventures, des franchises, de la sous-traitance.

Une terminologie incertaine

Selon les auteurs, les firmes sont qualifiées de *multinationales*, *internationales*, *plurinacionales*, *supranacionales*, *transnationales*, sans oublier les *grandes unités interterritoriales* de Maurice Bye. D'après René Sandretto, Le commerce international (1991) p. 166, le terme de firme transnationale est préférable car plus précis et mieux adapté à la réalité.

L'adjectif **multinationale** suggère que les firmes pourraient avoir plusieurs nationalités. Or malgré leur essaimage dans le monde, on constate que ces firmes conservent une nationalité, celle de leur pays d'origine. Cela est manifeste si on considère la nationalité des actionnaires, des dirigeants, de l'état major. De plus l'Etat de la nation mère aide la firme en sécurisant ses investissements, stimulant son extension. Le cordon ombilical entre la firme et la base nationale n'est pas rompue. Les cas d'entreprises binationales sont rarissimes (Unilever, Royal Dutch Shell, ABB).

Dans ces conditions, mieux vaudrait parler de firmes **transnationales** américaines, britanniques, japonaises, etc. Le préfixe *trans* signifie que les FTN débordent leur territoire d'origine et étendent les contours de la nation au-delà de ses frontières habituelles. Nous utiliserons le terme de firme multinationale qui s'est progressivement imposé, mais ce distinguo nous sera utile dans la partie consacrée à la globalisation.

La typologie des FMN selon Charles-Albert Michalet

- 1) FMN à stratégies d'approvisionnement ou primaires, avec intégration verticale en amont à l'étranger
- 2) FMN à stratégie de marché, avec intégration verticale en aval ; production sur le lieu de vente avec des filiales relais produisant les mêmes produits que la société mère ; la production à l'étranger est un substitut aux exportations
- 3) FMN à stratégie de rationalisation de la production : pour tirer parti des coûts de production plus faibles et des économies d'échelle dues à la forte spécialisation des filiales ateliers ; s'instaure alors une décomposition internationale des processus productifs ou DIPPP ; le marché local d'implantation a peu d'importance.
- 4) FMN à stratégie technico-financière : glissement des IDE vers les nouvelles formes d'investissement : sous-traitance, alliances entre firmes, brevets, licences, dégagement de la production et engagement dans la R&D, fourniture de services, participations minoritaires, activités de services ; forme plus conglomérale.
- 5) FMN à stratégie globale : production et vente simultanément sur les divers marchés mondiaux

B) Définition de l'investissement direct à l'étranger (IDE) :

Les IDE sont des investissements effectués pour créer une filiale à l'étranger ou avoir un certain contrôle sur une entreprise étrangère. L'IDE entraîne non seulement un transfert de ressources mais aussi l'acquisition du contrôle car la filiale fait partie de la même structure organisationnelle que la société mère. Il existe donc une **logique de production**. En outre, l'IDE implique en général un transfert à l'étranger de technologie (licences) et de capital humain par l'intermédiaire de cadres expatriés.

Pour le FMI, un IDE est « *un engagement de capitaux effectué en vue d'acquérir un intérêt durable, voire une prise de contrôle, dans une entreprise exerçant ses activités à l'étranger* ». il a donc volonté de contrôle et pérennité de l'engagement.

Le seuil de 10% du capital est retenu par le FMI et l'OCDE. Ce niveau de détention permet de distinguer, parmi les mouvements de capitaux de long terme, les investissements de portefeuille (moins de 10% du capital) des IDE (plus de 10% du capital).

Ce seuil de 10% risque de gonfler les flux de capitaux considérés comme IDE sans que soient nécessairement présents les critères de pouvoir de décision et de transfert technologique. Ce risque est dans les faits limité car la plupart des IDE concernent des prises de participation largement supérieures à 10%. Ainsi, dans le cas des investissements français à l'étranger, la part du capital détenue dépasse les 59% dans 80% des sociétés étrangères recensées, les montants correspondants à ces prises de participation majoritaire représentant 82% du stock d'IDE. Plus de 84% des emplois à l'étranger pour les FMN américaines se trouvent au sein des filiales possédées à plus de 50%.

Sur le plan comptable, les IDE correspondent à la somme des quatre phénomènes suivants :

- la création d'une entreprise à l'étranger
- l'acquisition d'au moins 10% du capital d'une entreprise déjà existante
- le réinvestissement des bénéfices par la filiale étrangère
- l'augmentation des ressources de la filiale grâce à la maison mère : augmentation de capital, prêts.

Flux et stocks

Les flux d'IDE représentent les mouvements de capitaux émis entre un pays (d'origine ou d'accueil) et l'étranger sur une période donnée.

Les stocks d'IDE correspondent à la valeur à un moment donné des capitaux étrangers dans un pays ou symétriquement des capitaux qu'un pays possède à l'étranger.

Pour 1996, le stock des IDE est estimé à 3 178 milliards de \$, soit 10% de la production mondiale ; les flux d'IDE sortants sont estimés à 347 milliards de \$ soit 1.1% de la production mondiale ou 5.6% du commerce mondial.

II) L'évolution des investissements directs à l'étranger depuis la fin du XIXème siècle

A) Des FMN tournées vers les pays en développement jusqu'en 1945

Les IDE se développent fortement dans le dernier tiers du 19^{ème} siècle. Vers 1870, ils représentent environ 40 % du total des flux de capitaux internationaux à long terme, dont la forme principale avait été jusque là des placements de portefeuille. On peut affirmer que les FMN naissent à la fin du XIXème.

Les facilités de transport (bateaux à vapeur, chemin de fer) et de communication (télégraphe) rendent possible, l'extension du contrôle de la gestion sur une longue distance. En outre, le retour du protectionnisme à partir des années 1880 pousse des entreprises à le contourner en produisant à l'étranger.

En 1914, au moins 41 entreprises américaines ont établi 1 ou 2 filiales à l'étranger (Canada, GB et Allemagne principalement) : Singer, Westinghouse, International Harvester, General Electric, Ford. En 1908, Ford fabrique en GB des automobiles à l'aide de composants importés des Etats-Unis. En 1913, Ford devient le plus gros producteur automobile de GB, y produit 6 000 véhicules sur un total de 25 000.

De la même manière, près de 40 entreprises européennes ont des filiales à l'étranger en 1913. On compte des firmes allemandes comme Siemens, AEG, Hoechst, Bayer, Bosch, BASF, AGFA, Daimler Benz ; des firmes Suisses comme Nestlé ou Geigy ; des FMN françaises comme Saint-Gobain ou Michelin qui en 1907 établit sa 1^{ère} usine aux Etats-Unis. Il existe aussi des FMN anglaises comme Dunlop ou Unilever.

Les pays d'origine

En 1914, la GB, les Etats-Unis, la France et l'Allemagne réalisent plus de 87% des IDE dans le monde. La GB domine largement ce mouvement en possédant, à elle seule, près de la moitié des IDE. Dans l'entre deux guerres, la GB reste le 1^{er} pays d'origine mais son poids se réduit (de 45 à 39%) au profit des Etats-Unis qui possèdent 28% des IDE en 1938. La position de la France s'amenuise et celle de l'Allemagne s'effondre.

Les pays d'accueil

Les IDE s'adressent en majorité aux PED : ils représentent 63% du stock en 1914 et 66% en 1938. L'Amérique latine puis l'Asie sont les 2 premières zones d'accueil. Pendant l'entre deux guerres, les IDE intra européens se réduisent, ceux en Russie disparaissent. Les FMN mettent à l'époque en rapport des économies très inégalement développées.

Les secteurs

En termes sectoriels, en 1914, 55% des IDE sont effectués dans le secteur primaire, 20% dans les infrastructures (chemins de fer), 15% dans l'industrie (25% en 1938) et 10% dans les services (commerce, banques). La multinationalisation est imposée par la localisation des matières premières (pétrole, charbon, cuivre, bauxite) et des produits exotiques (plantations) dont les économies industrielles ont besoin. Exemple : sucre à Cuba, bananes au Costa Rica (avec la célèbre United Fruit Company), thé à Ceylan, caoutchouc au Liberia.

Il s'agit essentiellement de FMN primaires avec une stratégie d'approvisionnement et une intégration verticale en amont à l'étranger (Exxon, Unilever).

B) La suprématie américaine des années d'après-guerre

Les pays d'origine

Entre 1960 et 1978, le stock mondial d'IDE est passé de 66 à 380 milliards de \$, soit une multiplication par six. Les Etats-Unis, en tant que pays d'origine, dominent ce phénomène : entre 1960 et 1970, ils détiennent presque la moitié du stock d'IDE et représentent plus de 65% des flux annuels. En 1960, la GB vient loin derrière avec environ 15% du stock d'IDE et la France est troisième avec 6,5%. Plus globalement, les pays développés sont à l'origine de la quasi-totalité des IDE.

De cette époque date l'idée que les Etats-Unis sont la *patrie* des FMN. En 1968, l'auteur français Jean-Jacques Servan-Schreiber publia un livre intitulé Le défi américain. Le journaliste y dénonce les dangers d'une « colonisation » américaine de l'Europe, notamment via les FMN, et examine les causes de notre relative faiblesse.

Les pays d'accueil

Au niveau des pays d'accueil, les PED ne sont plus le pôle d'attraction qu'ils constituaient au début du siècle : ils ne reçoivent plus que 30% du stock mondial d'IDE.

Les IDE représentent pendant les 30 glorieuses un phénomène entre pays développés, qui sont à l'origine de 97% de ceux-ci et en accueillent près de 70%.

Les IDE ex-nihilo sont la forme majoritaire jusqu'à la fin des années 1960, c'est le cas de 62% des IDE américains en 1951-1960.

Les secteurs d'activité

Cette évolution coïncide avec celle de la structure des IDE, qui se réalisent de plus en plus dans les produits manufacturés (35% en 1960 contre 25% en 1938).

La forme la plus répandue est la FMN à stratégie de marché avec intégration verticale en aval et production sur le lieu de vente avec des filiales relais produisant les mêmes produits que la société mère ; la production à l'étranger est un substitut aux exportations. Ceci est cohérent avec la théorie de Vernon selon laquelle la production à l'étranger prolonge l'exportation quand le produit se banalise et les coûts inférieurs.

C) L'essor des IDE et le chassé croisé américano-nippon des années 70 et 80 :

L'essor des IDE

De 24 milliards de \$ en 1973, les flux d'IDE ont bondi à plus de 1 270 milliards en 2000, soit une progression de 16% par an, soit le double de celle du commerce international. Durant les années 1980, ces flux augmentent même de 30% par an. Le stock d'IDE était de 551 milliards de \$ en 1980, 1 667 en 1990 et 3 178 en 1996. Selon la base de données statistique CHELEM du CEPII, le % des IDE/PIB mondial est passé de 1% à 5% dans les années 1990.

Les causes de la hausse des IDE dans les années 1980 et 1990 :

- La déréglementation, (télécom, électricité, gaz, transport aérien), les privatisations, l'abolition des monopoles publics (télécom au RU), la libéralisation des marchés.
- Les progrès des techniques dans les transports et les télécommunications facilitent la gestion coordonnée de réseaux complexes étendus sur plusieurs pays. Par exemple, on peut connaître les stocks, les commandes et les coûts de production dans l'ensemble du réseau mondial et optimiser les plans de charge, les flux logistiques et les commandes aux sous-traitants et fournisseurs.
- La complexité accrue des processus de production pousse à l'établissement d'une chaîne de production intégrée internationalement
- La liberté accrue des marchés de capitaux sur lesquels les sociétés peuvent être achetées et vendues
- Le financement des FMN a été facilité par la multinationalisation des banques elles-mêmes. Elles ont créé des filiales à l'étranger ou se sont associées avec des banques locales pour avoir ainsi la possibilité de suivre leurs clients.
- La montée des coûts de R&D, de maintenance, de commercialisation pousse à rechercher des économies d'échelle

Cependant, d'autres indicateurs montrent que le phénomène d'internationalisation de la production reste limité : ainsi, pour les Etats-Unis, la production des filiales américaines à l'étranger représentait en 1993, 6% du PNB, ce % a eu tendance à baisser dans les années 1980 ; la production des maisons mères représente ¾ des activités et les filiales ¼, proportion stable depuis 1989. De plus, les IDE ne représentaient que 5.6% de l'investissement total dans le monde en 1995, contre 6% durant la période 1985-1990.

Les pays investisseurs

En 1975-1977, les pays développés étaient à l'origine de 98% des flux d'IDE, 85% sur la période 1994-1995. En 1996, les 5 principaux pays investisseurs sont les EU, le Japon, le RU, la France et l'Allemagne. La domination des pays développés est donc toujours presque aussi grande, c'est la répartition entre pays qui évolue.

Le déclin des Etats-Unis comme pays investisseur.

Ils fournissaient 50% des IDE avant 1970, 40% dans la décennie 1970 et 15% dans les années 1980. En effet, les Etats-Unis connaissent un déclin économique dans les années 1970, ils ralentissent leurs achats à l'étranger par manque de moyens et vendent même des actifs à l'étranger, comme les filiales européennes d'ITT cédées en 1987 à la Compagnie Générale d'Electricité. En 1980, la moitié des 100 premières FMN étaient US, un quart en 2000.

En 1970, la moitié des FMN venaient de deux pays, USA et RU.

En 1990, la moitié des FMN viennent de quatre pays : USA, Japon, Allemagne, Suisse.

Dans la décennie 1990, les FMN retrouvent une partie de leur force grâce au rétablissement du taux de profit (le taux de rentabilité du capital aux USA est passé de 13.9% en 1980 à 19.1% en 1995) et de la suprématie technologique : les USA restent en tête pour la production de brevets, l'effort global de recherche. A partir de la Silicon Valley, des projets d'extension de capacités à l'étranger voient le jour, à la recherche d'une main d'œuvre qualifiée à moindre coût (Intel, Motorola).

Ce sont surtout les firmes européennes et japonaises qui investissent à l'étranger. Entre 1985 et 1992, les sorties nettes d'IDE ont atteint 210 milliards de \$ pour le Japon, 160 pour l'Europe de l'Ouest alors que les USA recevaient un flux net de 110. Evolution du stock d'IDE de 1980 à 1992 : Japon (3,8 à 12.1%), Europe de l'Ouest (44,8 à 52,6%), USA (42,6 à 25,6%).

En 1996, les pays de l'UE possèdent 44% du stock total des IDE dans le monde. La part des IDE intra européens s'élevait à 25% du total des IDE entrants en Europe entre 1975 et 1983, chiffre porté à 60% au début des années 1990. A la fin des années 1980, la perspective du grand marché européen a entraîné

de nombreuses fusions acquisitions. Les FMN européennes représentent plus de 65% des investissements réalisés aux EU.

En 1975, dans le classement de *Fortune* il y avait 36 européennes et 13 japonaises dans les 100 premières firmes industrielles mondiales. En 1993, 37 et 23 respectivement, le nombre de firmes américaines tombe de 49 à 32.

L'arrivée du **Japon** comme grand pays investisseur dans la décennie 1980 : en 1985 il détient 10% du stock d'IDE et devient le 3^{ème} pays investisseur derrière les EU et le RU; il devint même en 1991 le 1^{er} pays investisseur au monde.

L'orientation des IDE japonais a évolué : dans les années 1960 et 1970, la majorité des IDE s'effectuait dans les PED (en 1973, 55% et 24 % en Asie) dans une stratégie de délocalisation puis de réexportation vers le Japon et les autres PDEM. Dans les années 1980 renversement au profit des pays développés (en 1988, 83% dont près des ¾ aux EU) pour se rapprocher des consommateurs et se prémunir contre d'éventuelles ou avérées poussées protectionnistes. Dans le domaine de l'audiovisuel, Sony rachète CBS en 1988, Columbia Pictures en 1990, Matsushita rachète MCA-Universal en 1991.

La forte hausse du yen à partir de 1985 pousse les keiretsus à accroître leurs IDE afin de baisser les coûts de main d'œuvre en délocalisant vers les pays à bas salaires d'Asie du sud-est les étapes intensives en travail. Hitachi produit des réfrigérateurs en Thaïlande, Toshiba produit des TV et des magnétoscopes en Chine.

Ensuite, on assiste à un net déclin des IDE japonais dans les années 1990 en raison des résultats décevants des filiales aux USA et en Europe, et des pertes colossales enregistrées aux USA dans l'immobilier et les activités de loisir. Dans les années 1990 réorientation partielle vers les PVD et surtout l'Asie (58% pour les pays développés-42% pour les PVD dont 12% pour la Chine).

Cette montée de l'Europe et du Japon est liée aux investissements croisés. En effet, les IDE ne sont plus hiérarchisés de manière absolue, partant des Etats-Unis et allant vers les autres pays. Aujourd'hui, de nombreux pays, essentiellement des pays développés et quelques NPI sont à la fois pays d'origine et pays d'accueil, d'où cette notion de croisement, souvent liée au caractère intra branche des investissements croisés. Par exemple, les firmes chimiques allemandes investissent en France et les firmes chimiques françaises investissent en Allemagne.

Les pays d'accueil

Chiffres de 1994 : Europe de l'Ouest (42%), Amérique du nord (26%), Asie en développement (15%). Les pays européens et le Canada restent les plus ouverts aux IDE, tandis que le Japon reste pratiquement fermé. USA : position intermédiaire.

Les Etats-Unis deviennent le 1^{er} pays d'accueil des IDE à cette époque : l'année 1988 marque un tournant puisque le stock d'investissements étrangers aux Etats-Unis devient supérieur au stock d'investissements américains à l'étranger (329 contre 327 milliards de \$).

La part des FMN étrangères dans l'emploi manufacturier américain est passée de 3% en 1977 à 7% en 1986 et 12% en 1990, leur part dans les actifs est passé de 5% à 9% entre 1977 et 1986.

Ils recevaient 10% des IDE au début des années 1960, 15% au début des années 1970, 45% à la fin des années 1980. C'est en 1980 que les flux entrants deviennent supérieurs aux flux sortants.

Il y a eu plusieurs vagues d'IDE vers les EU depuis 1973 : la 1^{ère} va de 1978 à 1982, la 2^{ème}, plus importante, va de 1986 à 1990. Cela englobe les investissements japonais, spécialement dans l'automobile (en 1990 ils produisaient 11% des voitures produites aux EU), mais aussi européens (acquisition de Sohio par British Petroleum) ou canadiens (acquisition de Tropicana par le distillateur canadien Seagram's).

Les FMN investissent aux Etats-Unis pour profiter de la baisse du dollar qui rend leur achat moins onéreux, pour contourner le protectionnisme, accéder au plus vaste marché du monde, riposter aux FMN américaines qui investissent sur leurs propres marchés. De plus, les investissements aux USA – sanctuaire du capitalisme – sont moins risqués qu'ailleurs.

L'affaiblissement du tissu productif américain a aussi joué : crise du modèle d'organisation du travail, crise du management, reventes d'entreprises par appartements dictées par des considérations strictement financières, faiblesse de l'investissement et de la recherche, obsolescence technologique (aciers plats). Les restructurations aux USA ouvrent des opportunités : Général Electric cède l'électronique grand public (RCA) à Thomson. Dans le domaine électrotechnique, ABB et Siemens s'installent aux USA.

Même l'audiovisuel est à vendre. Matsushita achetait de façon similaire la firme US MCA. Le public réagit négativement à ces rachats, craignant l'exportation des activités de recherche au Japon.

Derrière la guerre apparente USA/Japon, des accords de coopération ont été conclus pour exploiter des complémentarités technologiques et commerciales. GM a acquis Isuzu producteur d'utilitaires et de 4/4 et en 1998 Suzuki spécialiste des mini-voitures.

La CEE reste très attractive dans les années 1980 avec la perspective du marché unique. En revanche, le Japon accueille très peu d'investissements étrangers : en 1986 il accueillait seulement 1% du stock mondial d'IDE. La fermeture relative du Japon aux IDE due à la réglementation, au verrouillage du marché boursier ou des réseaux de distribution par les Keiretsu, à l'appréciation du yen. Aujourd'hui, vu les coûts d'entrée élevés, les FMN préfèrent investir dans d'autres pays asiatiques.

Les secteurs d'activité :

Entre 1982 et 1993, les flux d'IDE en provenance des pays développés ont été multipliés par 1.3 dans le secteur primaire, 2.9 dans le secondaire et par plus de 20 dans le tertiaire. Entre les années 1960 et 1990, la part des services dans le stock sortant des IDE des pays développés passe de 20% à 50%. La part des services dans les flux mondiaux d'IDE est passée de 51% en 1989-1991 à 66% en 2001-2003.

Il s'agit d'activités comme la banque, l'assurance, le tourisme, les télécommunications, le transport aérien, la gestion des plateformes téléphoniques, le traitement de l'information. Les FMN américaines sont des leaders mondiaux avec Holiday, Novotel et Sheraton dans l'hôtellerie, United et American Airlines dans les transports aériens, Time Warner dans les médias, Mac Do dans la restauration, Ernst and Young dans le conseil et l'audit.

Malgré ce rattrapage, le secteur manufacturier reste le plus internationalisé : la part des entreprises étrangères dans l'emploi industriel aux USA atteint en 1993, 11,6% contre 2% dans les services. Aux USA, la part des firmes étrangères dans l'emploi intérieur est la plus forte pour 4 secteurs industriels : automobile, chimie, électronique, informatique.

La forme la plus prisée de l'IDE vers les pays développés est la fusion-acquisition, 8 fois plus importante que la création ex nihilo. Elle est considérée comme moins coûteuse et moins risquée. Sont majoritaires dans les années 1980 les FMN à stratégie de rationalisation de la production pour tirer parti des coûts de production plus faibles à l'étranger et les FMN à stratégie technico-financière (sous-traitance, alliances entre firmes, brevets, licences, dégagement de la production et engagement dans la R&D, fourniture de services, maîtrise du financement, activités de services).

D) La montée des pays émergents à partir des années 1990

La montée des IDE vers les pays émergents

Selon la CNUCED, les pays émergents et en développement recevaient 15% des flux mondiaux d'IDE en 1980, 20% en 1990, 40% en 2004 (40% si on inclut la CEI). Au sein, de cet ensemble, on remarque le poids de la Chine, des PECO et de l'Amérique latine. En 2004, l'Asie attire plus de 63% des IDE vers les PVD. La part des IDE dans le total des flux de capitaux dirigés vers les PVD s'est accrue et dépasse aujourd'hui 50%, elle s'est accrue par rapport aux flux publics et aux investissements de portefeuille. La création ex nihilo demeure la composante la plus large des IDE dans les pays émergents.

La **Chine** capte depuis les années 1990 environ un quart des IDE vers les PVD et la moitié des IDE vers l'Asie. En 1993 et 1994, la Chine a été le 2^{ème} pays d'accueil au monde pour les IDE, derrière les Etats-Unis. En 2002, pour la première fois, la Chine a capté plus d'IDE que les USA. Si l'on raisonne en stock, le montant total du capital étranger en Chine reste trois fois inférieur à celui des USA (chiffres de 2002).

Les firmes étrangères sont attirées en Chine par trouvent en Chine une forte croissance économique, une politique d'attraction des capitaux étrangers (fiscalité plus faible dans les zones économiques spéciales), la faiblesse des coûts salariaux et une main d'œuvre qui possède de remarquables capacités d'assimilation. Par exemple, les ouvriers de Shanghai employés par des fabricants italiens de chaussures de luxe ont mis moins d'un an pour apprendre à fabriquer des modèles de qualité équivalente à celle des artisans italiens.

De leur côté, les Chinois acquièrent du savoir faire et de la technologie, ce qui leur permet de mettre à niveau leurs propres entreprises. La Chine compte en 2005 plus de 700 centres de R&D (Motorola, Alcatel-Lucent).

Progressivement, le profil de l'investisseur vers la Chine s'est modifié. Au début, l'IDE type était la PME asiatique basée à Hongkong ou Taïwan tenant la Chine comme un atelier d'assemblage à vocation ré exportatrice sur des produits banalisés. De plus en plus, il s'agit de multinationales occidentales et japonaises visant le marché intérieur et générant plus de transferts de technologie.

La forme de l'implantation a aussi changé : les sociétés mixtes (joint venture) ont laissé de plus en plus la place à des unités contrôlées à 100% par l'investisseur ou à défaut avec une position majoritaire (Siemens, Alcatel).

En Asie, on assiste à des délocalisations en cascades à mesure que les coûts salariaux augmentent. 1^{ère} vague : NPIA ; 2^{ème} vague : Thaïlande, Malaisie ; 3^{ème} vague : Philippines, Indonésie, Chine du sud ; 4^{ème} vague : Chine centrale, Vietnam.

Signalons que Singapour et Hongkong attirent depuis plusieurs décennies les IDE grâce à une grande liberté des investissements, des exonérations fiscales, la faiblesse des délais et des coûts de création d'une entreprise, la stabilité politique.

Les **PECO** ont attiré de nombreux IDE, notamment d'Europe de l'Ouest, après la chute du communisme. 40% des IDE venus de l'étranger ont été liés aux privatisations depuis le début des années 1990. Volkswagen a acheté Skoda, Renault a acheté Dacia, Fiat et Daewoo ont investi en Pologne, Peugeot

et Kia Motors en Slovaquie. Les constructeurs automobiles ont été attirés par des coûts salariaux peu élevés et l'accès garanti au marché de l'Union européenne. Banques et télécom sont très touchées aussi.

En moyenne annuelle sur la période 1997-2002, la Russie (3 milliards de \$) a reçu moins d'IDE que la Pologne (6 milliards) ou la République tchèque (5 milliards). En Russie, les investisseurs potentiels se plaignent de la complexité des procédures d'enregistrement, de l'absence de protection adéquate de leurs droits de propriété, du prix des services publics plus élevé pour les entreprises étrangères.

L'**Amérique latine** a elle aussi connu un afflux de capitaux étrangers dans la décennie 1990 en raison de l'assainissement économique et financier, d'incitations fiscales, de la liberté de rapatriement des dividendes, de mécanismes de conversion de la dette en actions d'entreprises publiques, de privatisations et de la multiplication des unions douanières et des zones de libre-échange. L'Argentine avait à partir de 1991 offert le cadre le plus libéral : suppression des autorisations préalables pour de nombreux secteurs, possibilité d'un contrôle à 100% dans la quasi-totalité des activités, liberté de transferts de bénéfices et de rapatriement des capitaux. Les IDE y atteignaient 6.7 milliards de \$ en 1994. Le Mexique permet depuis 1993 aux sociétés étrangères de détenir une participation majoritaire dans de nombreux secteurs (sauf transports, banque, assurance, pétrole, radio, TV...), d'investir dans des zones franches, et accorde le traitement national aux filiales américaines (à cause de l'ALENA).

L'**Afrique** est restée longtemps en dehors de ce mouvement. Sur la période 1997-2002, elle a reçu 1,4% des flux mondiaux d'IDE, chiffre assez stable depuis le début des années 1980. Cette faiblesse s'explique par un environnement peu propice aux investissements (conflits armés, instabilité politique, corruption, non respect des droits de propriété). Elle compte 6 des 10 pays jugés les plus risqués pour les affaires. Cependant, sous la pression des investissements chinois, indiens et brésiliens, notamment pour accéder à des produits agricoles et miniers, l'Afrique a enregistré 34 milliards d'entrées d'IDE en 2005, contre une moyenne de 4 milliards en 1991-1996 et 11 milliards en 1997-2002.

Dans les années 1960 et 1970, les tiers-mondistes prétendaient que les FMN avaient un rôle néfaste et contribuaient au sous développement du Tiers-Monde. Pourtant aujourd'hui force est de constater que l'Afrique est à la fois le continent le plus pauvre et celui où les FMN sont le moins implantées. « *Ce n'est pas parce que les firmes multinationales investissent en Afrique que cette dernière est sous développée, c'est au contraire parce qu'elles n'y sont pas assez présentes !* » affirmera Arghiri Emmanuel en 1982. Quel chemin parcouru par l'auteur de *L'échange inégal* ! Les IDE dans les PVD permettent des transferts de technologie, des créations d'activités et évitent l'endettement.

L'**Inde** reçoit également de plus en plus d'IDE, notamment dans les services, à tel point qu'elle a été surnommée le bureau du monde. En 2003 elle a réalisé 55% du chiffre d'affaires des entreprises délocalisées dans les activités de services consacrées aux technologies de l'information et au traitement informatique des entreprises.

Les atouts de l'Inde sont un haut de formation dans les Instituts de technologie qui livrent chaque près de 300 000 ingénieurs, la maîtrise de l'anglais, et un coût salarial qui reste bas (cf. P.N. Giraud). Selon le ministère US du Travail, le salaire moyen d'un programmeur informatique en Inde est de 11 000\$ contre 77 000\$ dans la Silicon Valley (chiffres de 2003). Bangalore est devenue la Silicon Valley indienne, une des capitales mondiales du high tech, à tel point qu'il y a plus d'ingénieurs que dans la vraie Silicon Valley.

Dans les années 1990, sont principalement concernés des emplois peu qualifiés, notamment dans les centres d'appel, la comptabilité, le traitement de relevés de cartes, les réclamations d'assurance, le traitement des dossiers de crédit. Ex : Swissair installe dès 1991 à Bombay une partie de ses activités de comptabilité et des fonctions liées au transport de passagers (liste d'attente, programmation des places). Les renseignements téléphoniques des chemins de fer anglais sont aussi sous-traités en Inde.

Les délocalisations touchent ensuite des emplois plus qualifiés : informatique, finance, conseil, biotechnologie. L'Inde accueille le centre de R&D de Microsoft. Oracle emploie 4 200 personnes à Bangalore, HP 8 000. IBM et Accenture (conseil) 10 000. D'autres entreprises s'y sont installées : General Electric, Intel, Microsoft. Des entreprises européennes sont aussi concernées : le RU avec Aviva, Prudential, Tesco (supermarchés), Lloyd's. La France aussi : Atos origin, ST Microelectronics, Schneider electric, Biomérieux, Axa.

Ces activités délocalisées ont besoins de sous-traitants, suscitant de nouveaux marchés pour des entreprises locales. Dans l'informatique, on compte déjà 3 géants indiens : Tata (TCS), Infosys, Wipro.

Les FMN des pays émergents à la conquête du monde

Corollaire de leur croissance, des pays comme les NPIA, le Brésil, la Russie, l'Inde, la Chine (BRIC), le Mexique, la Turquie deviennent le berceau de FMN.

La Corée est le pays qui a initié le mouvement avec ses chaebols (l'équivalent des zaibatsus en Corée) comme Samsung, Daewoo, Lucky Goldstar (devenu LG), Hyundai. Daewoo par exemple fut créé en 1967, et ne comptait au départ que 30 personnes, fabriquant des aiguilles de machines à coudre et du textile. 20 ans plus tard le groupe compte 120 000 salariés, réalise 10% des exportations de la Corée et possède des implantations en Asie, en Amérique et en Europe, dont plusieurs en France. Depuis 1990, les Coréens investissent davantage à l'étranger que les étrangers n'investissent en Corée (respectivement 5 et 2,8 milliards en 1996). La chaussure et la confection ont déménagé en Indonésie et en Chine ; l'électronique

grand public et l'automobile dans le Sud-est asiatique et en Europe. Les IDE des NPIA sont principalement dirigés vers les autres pays de l'Asie du sud-est et vers la Chine, où sont délocalisées des productions intensives en travail ou des opérations d'assemblage. Il y a aussi des IDE vers les pays développés pour accéder à ces marchés.

De la même manière, Taiwan a délocalisé en Chine et dans l'ASEAN l'essentiel de ses industries de vêtement, de la chaussure ou du jouet. Hongkong a délocalisé massivement en Chine dans les ZES : ce pays participe à près de 60% des joint-ventures nouées en Chine par des entreprises étrangères au début des années 1990.

On trouve maintenant des FMN chinoises et indiennes, signe du développement de ces pays. Les chinois TCL dans l'électronique grand public, Haier dans l'électroménager ; Lenovo a racheté l'activité d'ordinateurs personnels d'IBM en 2004, Hutchinson Whampoa rachète les parfumeries Marionnaud en 2005, Nanjing Automobile achète MG Rover à BMW en 2005, Geely a acheté Volvo à Ford pour 1,8 milliards de dollars, plus importante acquisition chinoise dans l'automobile à l'étranger. Ford avait déboursé 6,4 milliards de dollars pour l'acquérir en 1999 !

Les firmes indiennes ne sont pas en reste. Tata a racheté l'anglais Tetley Tea en 2000, le sidérurgiste anglo-néerlandais Corus en 2007, Jaguar et Land Rover (à Ford) en 2008. Ironie de l'histoire, les industriels indiens reviennent en conquérants sur le marché intérieur britannique, notamment dans l'automobile. Dans la pharmacie, Ranbaxy a racheté les génériques d'Aventis en 2004, Dr Reddy Laboratoires a racheté l'allemand Betapharm en 2006. Mittal Steel, société de droit néerlandais mais dont le PDG est indien, rachète Arcelor en 2006.

Une success story : WIPRO

Son PDG, Azim Premji, pèse 12 milliards de dollars, soit la 5^{ème} fortune indienne. En 1966, après des études à Stanford, il reprend l'entreprise familiale (Western India Vegetable Products) alors spécialisée dans les huiles alimentaires, le savon et les cosmétiques. Il diversifie l'entreprise avec les ampoules électriques et les cylindres pneumatiques et hydrauliques.

Le virage high tech intervient en 1977 lorsqu'IBM quitte le pays suite à des mesures protectionnistes obligeant les entreprises étrangères à opérer au travers de sociétés contrôlées à 60% par des nationaux. Wipro se met à fabriquer ordinateurs et logiciels. A partir des années 1990, il s'implante aux Etats-Unis pour trouver de gros clients comme Motorola ou Intel.

Aujourd'hui Wipro est le 3^{ème} leader mondial dans les prestations d'externalisation offshore derrière ses compatriotes Infosys et Tata Consultancy Services. Ces trois firmes ont un chiffre d'affaires supérieur à 1 milliard de \$ sans développer un seul logiciel sous leur propre nom. Leur délocalisation en Chine tend à montrer l'avènement d'un monde plat selon les termes de Thomas Friedman.

On peut aussi citer le brésilien AmBew qui acquiert et le belge Interbrew en 2004 et l'américain Budweiser en 2008 pour devenir le plus grand brasseur du monde InBev. Le cimentier mexicain Cemex rachète en 2005 son homologue anglais RMC group.

Les firmes des PVD se délocalisent en raison de l'appréciation de la monnaie locale, de la montée du niveau des salaires et des menaces protectionnistes des pays développés. Elles possèdent des atouts spécifiques : produits de qualité au moindre coût, marges plus élevées, modes d'organisation plus flexible assemblant les meilleures pratiques disponibles dans le monde, structure plus légère éclatée sur plusieurs continents, équipes multiculturelles.

Selon une étude du cabinet Ernst & Young de 2008 basée sur le top 1000 des plus grosses sociétés mondiale, 100 venaient des pays émergents en 2000, 221 en 2007 ; les économies émergentes représentaient 5% de la capitalisation boursière en 2000 contre 19% en 2007. Par rapport aux firmes des pays développés, les marges opérationnelles sont plus élevées (25% contre 14% en moyenne), les cours boursiers progressent 2,2 fois plus vite.

Les pays émergents sont à l'origine de 17% des flux mondiaux d'IDE en 2005, et possèdent 12% du stock mondial d'IDE.

Classement 2004 des flux d'IDE :

	N°1	N°2	N°3	JE pour information
Pays destinataire	USA : 95	RU : 78	Chine : 60	196
Pays d'origine	USA : 229	RU : 65	France : 47	276

E) Le cas de la France :

Elle avait un retard par rapport aux autres pays jusqu'aux années 1970 mais le mouvement s'est accéléré dans les années 1980. Alors qu'en 1978, plus de 50% des IDE se trouvaient dans 3 pays limitrophes : RFA, Belgique et Italie, les Etats-Unis sont devenus le 1^{er} pays d'accueil (1/4), suivis par le RU et l'Allemagne. C'est le résultat de fusions ou acquisitions menées par des entreprises françaises : Michelin a acheté Uniroyal, BSN a acheté Nabisco, Rhône Poulenc a acheté Rorer, Pechiney a acheté American National Can. La politique de libéralisation du gouvernement français a engendré un climat favorable. On constate une concentration sur le plan des effectifs et du chiffre d'affaires.

Depuis les années 1980, les investissements étrangers en France sont (sauf en 1995) inférieurs aux investissements français à l'étranger. Ainsi, en 2002, les IDE vers la France se montaient à 52 milliards d'euros et les investissements français à l'étranger à 71 milliards.

Les IDE vers la France sont élevés : 41% du PIB contre 36% pour le RU, 24 pour l'Allemagne, 13% en Italie. (Chiffres de 2004). La France est donc un pays très internationalisé en termes d'IDE. Ainsi, selon Patrick Artus, 85% des résultats des sociétés du CAC 40 sont obtenus hors de France, alors que les sociétés cotées US réalisent 85% de leur chiffre d'affaires aux USA. A titre d'exemple, Publicis réalisait 70% de son chiffre d'affaires en France vers 1995, 10% en 2005 (45% du chiffre d'affaires aux USA).

La part des investisseurs étrangers dans le capital des sociétés du CAC 40 était de 44,2% en juin 2004 contre 33% en 1997 (Statistiques de la Banque de France). Notons que la part des non résidents dans le capital des grosses sociétés est moins élevé à l'étranger : pour l'an 2000, 36,5% en France, 30% au Royaume-Uni, 20% en Allemagne, 15% en Italie, 10% aux USA. En France, l'épargne est investie massivement en obligations d'Etat, nous avons très peu de fonds de pension investis en actions.

Quels sont les atouts du *made in France* ? Une étude du cabinet Ernst & Young en 2002 auprès de 200 managers internationaux révélait la 1^{ère} place de la France sur 3 plans : la qualité de la vie (environnement, offre de loisirs, divertissements culturels, art de vivre), les infrastructures de télécommunications et les pôles d'excellence scientifiques et techniques (à relier à la qualité de la main d'œuvre). On peut rajouter la place assez centrale en Europe de l'Ouest, ce qui a pu influencer le choix de Disney en faveur de Marne-la-Vallée ou Toyota en faveur de Valenciennes. La France bénéficie aussi d'IDE des pays voisins à hauts coûts de main d'œuvre (Suisse, Allemagne). Implantation de l'usine Swatchmobile en Lorraine, PME suisses en Alsace et Franche-Comté.

Cependant, de nombreux IDE vers la France concernent plus des fusions-acquisitions que des créations ex-nihilo. Cela montre plus la faiblesse des entreprises françaises, notamment le manque de fonds propres, que le pouvoir d'attraction intrinsèque du territoire national. Les handicaps de la France sont une fiscalité élevée, un code du travail rigide, une bureaucratie pénalisante, une insécurité juridique, des grèves fréquentes.

La France se classe au 82^{ème} rang mondial en termes d'attractivité fiscale pour les PME (cotisations sociales), selon une étude de 2007 PricewaterhouseCoopers réalisée en partenariat avec la Banque mondiale, prenant pour cas type une PME de 60 salariés exerçant une activité de fabrication et réalisant un CA annuel de 2 à 3 millions d'euros.

Question générale : quelle elle est la relation entre IDE et crise ?

Les IDE s'accroissent généralement en période de crise, les entreprises cherchant à l'étranger des opportunités de profit qu'elles ne trouvent pas chez elles.

1870-1895 : IDE augmente plus vite que l'investissement intérieur

années 1930 : IDE anglais, français et hollandais s'accroissent alors que les PNB chutent.

Années 1970-1980 : hausse de 15% en moyenne de l'IDE.

Toutefois en 2008 et 2009, les IDE ont chuté d'environ 30% suite à la crise financière.

III) les déterminants de la multinationalisation des firmes :

Partons de l'exemple donné par P. Krugman, *Economie internationale*. En termes de production automobile, le Mexique est largement autosuffisant puisqu'on y assemble la plupart des voitures vendues. Cependant, les entreprises qui produisent des voitures sont des filiales des firmes américaines. Cette situation nous est familière, mais nous devons envisager qu'il y pourrait y avoir deux autres possibilités : d'un côté, les firmes américaines pourraient produire aux Etats-Unis et exporter au Mexique plutôt que de produire au Mexique ; d'un autre côté, les firmes produisant ces voitures pourraient être possédées par des mexicains. Cela nous amène à envisager deux sous questions qui composent la question générale de la multinationalisation.

- 1- Pourquoi un bien est-il produit dans plusieurs pays plutôt que dans un seul ? C'est la question de la localisation.
- 2- Pourquoi la production dans les différents lieux est-elle assurée par la même entreprise plutôt que par des entreprises séparées ? C'est la question de l'internalisation.

La réponse à ces deux questions a été synthétisée par Dunning (1981) dans sa théorie éclectique ou encore paradigme OLI. Il fait de la multinationalisation le résultat d'une combinaison de trois éléments interdépendants :

- O : **ownership** : avantage spécifique de la firme
- L : **localisation** : avantage à produire à l'étranger
- I : **internalisation** : avantage à exploiter les actifs à l'intérieur de la firme

L'auteur étudie les trois voies principales de pénétration des marchés étrangers. L'IDE est choisi lorsque la firme réunit simultanément les trois types d'avantages O, L, I.

Mode de pénétration des marchés étrangers	Avantages		
	O	L	I
IDE	+	+	+
Exportation	+	-	+
Licence	+	-	-

Cette théorie permet d'expliquer les différences observées entre pays de niveau de développement différent. Plus un pays est développé, plus ses firmes vont acquérir des avantages spécifiques et des avantages à s'internaliser, ses firmes vont alors se multi nationaliser, les pays étrangers représentant pour elles des sites où les coûts de production sont plus bas. A l'inverse, si le pays est moins développé, il n'aura pas de firmes capables de se multi nationaliser mais en revanche les firmes étrangères seront tentées de se délocaliser sur son territoire pour bénéficier des bas coûts de main d'œuvre.

Par ex les USA sont devenus pays d'accueil des FMN car les firmes américaines subissent un affaiblissement de leurs avantages spécifiques et la délocalisation aux USA est plus avantageuse (baisse du dollar, protectionnisme).

A) La détention d'un avantage spécifique : l'atout initial nécessaire

1) La notion d'avantage spécifique :

La 1^{ère} question des chercheurs a été de se demander comment une firme s'implantant à l'étranger et subissant les coûts de délocalisation de sa production, peut rester compétitive face aux entreprises locales qui produisent sur leur propre marché. Pour se délocaliser, une firme doit avoir un quelconque avantage à exploiter par rapport aux entreprises du pays d'accueil. S. Hymer a dégagé la notion **d'avantages spécifiques** dans un travail de 1960, *The International Operations of National Firms : A Study of Direct Foreign Investment*, publié en 1976.

La FMN possède des avantages spécifiques transférables internationalement qui lui permet d'obtenir des gains supérieurs aux coûts d'implantation à l'étranger et, ainsi, de demeurer compétitives sur les territoires étrangers.

Ces différents avantages spécifiques sont liés à certaines « *imperfections* » des marchés dont va profiter la firme en voie de se multi nationaliser.

- a) la détention d'une marque : la FMN exploite une image de marque engendrée par une qualité supérieure ou bien créée par la publicité
- b) Un avantage technologique : les FMN déposent la moitié des brevets dans le monde.
- c) Un accès privilégié aux marchés de capitaux internationaux, de matières premières
- d) L'obtention d'économies d'échelle et/ou d'économies de gamme, par sa production de masse.
- e) Des effets d'apprentissage importants car la firme est souvent entrée dans le secteur avant les concurrents et a une meilleure connaissance des marchés et des conditions de production.

f) Des aides gouvernementales appelées politiques d'attractivité

Les travaux empiriques concernant les FMN américaines, établis sous l'égide de Raymond Vernon, montrent que plus la firme est multinationale, plus elle est grande et plus elle possède ces différents avantages spécifiques, notamment les deux premiers. La différenciation des produits et la technologie sont donc les deux déterminants principaux de la multinationalisation.

Les travaux de Dunning comparant les filiales des FMN américaines au RU aux entreprises britanniques des mêmes secteurs dans les années 1960 ont montré que les filiales américaines ont des performances supérieures pour la plupart des critères tels que la R&D, le % de dépenses publicitaires, les dépenses en capital par employé, le % de cols blancs, la concentration industrielle, la croissance de la production.

La maîtrise d'un processus ou d'une technologie, la compétitivité-prix, l'efficacité organisationnelle permettent dans un 1^{er} temps de s'imposer par rapport à ses concurrents sur le marché intérieur. Ensuite, la firme est incitée à valoriser ses avantages sur une échelle plus large. Par exemple, Ozawa (1994) montre que le développement des FMN japonaises à l'étranger au début des années 1980 a logiquement suivi l'obtention d'une maîtrise technique, industrielle et commerciale supérieure à leurs concurrents. Au modèle hiérarchique des FMN occidentales, les FMN ont substitué un modèle basé sur les échanges horizontaux d'informations fondant la décision collective, l'ajustement mutuel et la coordination semi-autonome entre filiales, entre ateliers (kanban), et entre employés. Modèle plus performant dans un environnement instable. C'est la victoire du « toyotisme » sur le « fordisme ». En 1987, lors de son implantation aux USA, l'usine Toyota assemblait une voiture en 19 heures de main d'œuvre contre 31 pour GM.

L'avantage spécifique peut être rapproché de la notion d'*avantage compétitif* des firmes qui, selon Porter, peut provenir de deux sources : celles qui réduisent les coûts de production et celles qui permettent la différenciation des produits (marques, publicité). C'est la concordance ou la discordance entre les avantages compétitifs des firmes et les avantages comparatifs des pays qui va inciter la firme à exporter ou à se délocaliser.

Porter : l'avantage compétitif des firmes

L'avantage spécifique peut être rapproché de la notion d'avantage compétitif des firmes forgé par Michael Porter, professeur de stratégie d'entreprises à Harvard. Cet avantage compétitif peut provenir de deux sources, celles qui réduisent les coûts de production et celles qui permettent la différenciation des produits (marque, publicité). C'est la concordance ou la discordance entre les avantages compétitifs des firmes et les avantages comparatifs des nations qui va inciter la firme à exporter ou à se délocaliser.

Qu'est-ce qui dans la nation d'origine favorise la compétitivité des firmes ? Porter, distingue 4 facteurs :

- les ressources disponibles dans le pays, en particulier la formation et l'innovation
- les conditions de la demande (cf. Linder et Vernon)
- l'organisation de l'offre et le jeu de la concurrence
- les relations avec les partenaires de la firme, les fournisseurs notamment

De plus, certaines activités ont tendance à s'agréger progressivement dans certaines régions (concentration de savoir-faire, de firmes, de fournisseurs) pour constituer une masse critique. Porter parle de pôles de compétence géographique.

2) les possibilités de transfert à l'étranger de l'avantage spécifique :

L'avantage est difficilement transférable dans le cas d'une matière première unique : Exemple d'une source d'eau minérale comme Perrier ; l'entreprise Nestlé, détentrice de la marque depuis 1992, peut difficilement envisager une production de cette eau à l'étranger. Cependant, cet avantage en confère d'autres comme un savoir-faire, une connaissance du secteur, une forte image de marque, et Perrier exploite 14 marques d'eau minérale aux Etats-Unis.

L'avantage est partiellement transférable en cas de spécificités fortes de la main d'œuvre nationale ou de l'organisation de la production : ce fut le cas des entreprises japonaises lorsqu'elles se sont installées en Occident. Les avantages spécifiques des firmes japonaises sont la culture d'entreprise, les cercles de qualité, le zéro défaut, le nombre d'heures travaillées important, le juste-à-temps, un réseau de sous-traitants dense. A l'expérience, si la productivité de la main d'œuvre dans les filiales est souvent inférieure à celles des firmes japonaises, elle est supérieure à celle des firmes concurrentes du pays d'accueil. Une partie de la culture et de l'organisation du travail a pu être transférée, grâce notamment à un encadrement japonais et l'intégration de certains principes de management japonais. Exemple de l'usine NUMMI (New United Motor Manufacturing Inc.), joint-venture entre General Motors et Toyota créée en 1984 à Fremont aux Etats-Unis. Les cadres supérieurs venaient de chez Toyota et le travail en petites équipes fut instauré. La NUMMI rivalisait dès 1986 avec Toyota pour la qualité et la productivité, les performances en termes de stocks et de d'espace utilisé se situaient entre celles de GM et de Toyota.

Il apparaît que l'efficacité et la qualité japonaises sont partiellement transférées dans les usines étrangères même si elles n'égalent pas les meilleures unités japonaises. Les méthodes d'organisation de la production sont plus faciles à transférer que les méthodes de gestion des ressources humaines.

L'exemple d'Euro Disney à Marne la Vallée illustre les difficultés du transfert d'avantages spécifiques. La FMN World Disney Company dispose de plusieurs avantages spécifiques :

- une marque bénéficiant d'une grande notoriété (Mickey)
- un savoir-faire, issu de ses studios de dessin et de cinéma, dans les domaines des films d'animation et dans les personnages de bande dessinée
- un accès privilégié aux marchés : l'investissement du parc parisien a été de 25 milliards de francs, dont 20 milliards ont été empruntés
- des économies d'échelle et de gamme en raison de la conception de nombreux parcs antérieurs
- des aides en matière de prix des terrains, d'aménagement ferroviaire (RER et TGV)

Pourtant en 1994, Euro Disney a traversé une crise liée à de mauvais résultats d'exploitation. On a pu se demander si un parc copié sur le modèle américain correspondait au goût du public européen. Cela a conduit à une réorientation de la stratégie : baisse des tarifs, diversification et européanisation des attractions. Cela a permis une nette hausse de la fréquentation et un retour aux bénéfices.

L'avantage spécifique peut aussi être acquis en achetant une firme locale, il n'a donc plus besoin d'être transféré. Cette stratégie est tentante pour les firmes disposant de grandes possibilités financières mais elle présente des risques car cet avantage peut disparaître ou devenir obsolète. Ainsi Bull a acheté la partie informatique de Zenith aux EU en 1989 mais en 1995, Bull-Zenith ne réussissait à vendre qu'un 1% des micro-ordinateurs dans le monde. Dans l'automobile, les grands groupes américains ont acquis des marques de prestige ; ainsi Ford a repris Jaguar (1989) et Aston-Martin, GM a repris Saab (1989), et pourtant ces constructeurs ont frôlé la faillite en 2009.

Pour se délocaliser, une firme doit avoir un quelconque avantage à exploiter par rapport aux entreprises locales du pays d'accueil. Mais ce n'est pas une condition suffisante car elle pourrait exploiter son avantage sous forme de licence. Il faut donc examiner l'intérêt que peut avoir une firme à s'agrandir.

B) La théorie de l'internalisation :

1) Le concept d'internalisation

La théorie de l'internalisation démontre l'intérêt que peut avoir une firme à produire elle-même les consommations intermédiaires dont elle a besoin pour élaborer son produit, au lieu de recourir au marché.

Les transactions vont être internalisées ; elles s'effectueront entre les filiales de la même entreprise et non plus entre firmes indépendantes. L'explication de ce comportement remonte à l'analyse de la nature de la firme en tant qu'organisation complexe ; cf. Ronald Coase, *La nature de la firme*, 1937. Pour cet auteur, la firme a pour raison d'être la diminution des coûts de transaction, c'est-à-dire :

- les coûts de coordination entre l'offre et le demandeur
- les coûts de négociation pour s'accorder sur le prix
- les coûts liés aux défauts de qualité du produit (coût d'utilisation et de réparation)
- les coûts liés au non respect des délais de livraison
- les coûts de recours devant la justice
- les coûts liés au risque de dévoilement ou d'imitation de sa technologie

Quand les coûts de transaction sur les marchés sont plus élevés que les coûts de l'organisation de la firme, les marchés seront internalisés.

2) L'application du principe d'internalisation à la FMN

Il y a des liaisons étroites entre les opérations d'une FMN dans les différents pays. La production d'une filiale sert souvent de produits intermédiaires dans la production d'une autre filiale ; la technologie mise au point par une filiale peut être utilisée par d'autres ; un service de gestion peut coordonner les activités des usines de plusieurs pays. Ce sont ces transactions qui font l'unité d'une firme et on peut présumer que la FMN existe pour faciliter ces transactions. Toutefois, ces transactions pourraient être effectuées à l'extérieur de la firme, c'est à dire sur le marché.

L'existence de la FMN provient du fait qu'il est profitable d'effectuer ces transactions au sein de la firme plutôt que par de passer par le marché. On dit que l'existence de la FMN provient d'un motif d'internalisation. L'internalisation consiste pour la firme multinationale à réduire le commerce international à des échanges à l'intérieur d'un réseau de filiales. Toute internalisation d'un marché étranger engendre alors une multinationalisation de la firme.

Dans cette approche prenant la firme comme élément central d'analyse, l'investissement à l'étranger apparaît comme la conséquence de son processus de croissance. Plus la firme croît, plus elle pourra envisager d'intégrer au sein de son organisation des activités nécessaires à sa production, qu'elle se

procurait auparavant sur les marchés. Elle effectue alors un calcul coût / avantages des différentes méthodes d'expansion.

L'intégration horizontale ou verticale au sein de la FMN restreint les aléas dus aux marchés internationaux et aux contrats passés avec des entreprises lointaines et mal connues. La mise en place de la FMN permet de diminuer les coûts de transaction, notamment en ce qui concerne la technologie.

La technologie peut être cédée sous forme de licence. Il y a toutefois des difficultés considérables à procéder ainsi. Souvent la technologie utilisée n'a pas été mise par écrit, elle est incorporée dans les connaissances d'un groupe d'individus mais ne peut être empaquetée et donc vendue. De plus, la technologie vendue peut être imitée car il est difficile d'établir des droits de propriété sur les connaissances. Si la firme vend en licence une technologie, elle risque de dévoiler tout le contenu technologique de son produit. Si la firme se décide à s'en réserver les fruits dans d'autres pays en établissant des filiales à l'étranger, l'échange est alors internalisé entre filiales d'une même firme, et ces risques sont dissipés.

Pour ces nombreuses raisons, la firme sera tentée de réaliser une intégration complète de sa production, intégration verticale dans la mesure où toutes les étapes du processus de fabrication peuvent être réalisées par elle-même. Elle pourra même réaliser une intégration horizontale (plusieurs filiales pour les matières premières) afin de mieux contrôler les débouchés et augmenter sa part de marché.

Pour résumer, une FMN est une firme internalisant en son sein des activités situées dans divers pays pour baisser les coûts de transaction et pour protéger sa technologie. Internaliser les activités à l'étranger permet à la firme d'assurer son approvisionnement, la continuité internationale de son processus de fabrication tout en protégeant sa technologie, et ses débouchés extérieurs, tout en protégeant sa marque.

Une firme qui possède un avantage spécifique et qui a intérêt à internaliser les transactions peut se contenter d'exporter pour atteindre les marchés étrangers. Pour devenir multinationale, il faut qu'elle ait intérêt à produire à l'étranger. C'est la troisième condition de la multinationalisation que nous allons étudier maintenant à travers la théorie de la localisation des firmes.

C) La théorie de la localisation des FMN :

La théorie de la localisation est liée aux avantages comparatifs des territoires. La localisation est déterminée par les ressources des pays, les coûts en travail, les coûts de transport, les barrières protectionnistes. Les facteurs qui déterminent la localisation des FMN ne sont pas vraiment différents de ceux qui déterminent la structure des échanges internationaux en général. (Cf. Chapitre 1).

Les avantages spécifiques constituent une condition nécessaire mais pas suffisante car l'entreprise pourrait exporter sa production. En s'implantant à l'étranger, l'entreprise cherche de meilleures conditions d'offre et de demande, et une meilleure position sur les marchés.

1) La recherche de meilleures conditions d'offre :

- La recherche du coût salarial le plus faible, ou plus exactement du rapport coût salarial/productivité le plus faible, toutes choses égales par ailleurs. Cet argument rejoint la théorie du cycle de vie de Vernon : la firme innovatrice exporte vers les marchés extérieurs puis s'y délocalise en espérant réduire ses coûts. En effet, quand le produit est banalisé, la concurrence s'effectue principalement en termes de prix et la firme leader est fortement concurrencée, des concurrents apparaissent à l'étranger. L'avantage technologique absolu est remplacé par un avantage relatif de coût et de différenciation. A la fin du cycle, la production est transférée dans des pays moins développés. Exemple de la délocalisation de la 2 CV au Portugal, de la Coccinelle au Brésil. Lancel qui exporte ses peaux découpées à l'île Maurice pour les y faire coudre et les réimporte vers l'Europe. Ce phénomène explique le développement des IDE en « cascade » des pays asiatiques : le Japon commence par délocaliser vers des pays à bas coûts de main d'œuvre les chaînons les moins stratégiques de la production. S'opère peu à peu vers ces pays un transfert de savoir faire qui leur permettra d'augmenter la maîtrise des technologies et des processus. Plus tard, la montée des coûts dans ces pays déclenche à nouveau un mouvement de délocalisation vers des pays moins avancés.
- La sécurité des approvisionnements en matières premières : la Compagnie anglaise des Indes possède ses propres plantations de thé en Inde, Michelin possède des plantations d'hévéa en Malaisie pour se fournir en caoutchouc, Chiquita Brands ses plantations de bananes.
- L'accès à la technologie : la firme coréenne Samsung s'est installée en Californie dans la Silicon Valley pour apprendre les technologies modernes des ordinateurs à une époque où elle fabriquait des postes de radio. Son implantation sous forme d'unité de recherche lui a permis d'embaucher des ingénieurs sortant des universités, de se mouvoir dans l'ambiance de recherche de cette région et de rattraper son retard. Voir aussi l'achat de « start up » par des FMN.
- L'appréciation de la monnaie nationale : la montée du taux de change franc/dollar a poussé des entreprises françaises à s'installer aux USA de 1985 à 1991 pour sauvegarder leur compétitivité.
- La recherche de faibles impôts peut aussi être un critère de localisation, notamment pour les zones franches. L'Irlande a su attirer de nombreuses FMN du fait d'un taux d'imposition sur les sociétés de 10% quand il dépasse 25% dans les autres pays. Selon le 22^{ème} rapport du Conseil des impôts de 2004,

l'effet sur les localisations de la fiscalité doit être relativisé car il arrive après d'autres critères : infrastructures, qualité de la main d'œuvre.

- La qualité et flexibilité de la main d'œuvre, la qualité des infrastructures. Facteurs jouant de plus en plus en raison de la part croissante du PIB mondial dans des activités de moyenne ou haute technologie.

2) La recherche de meilleures conditions de demande :

Quand on demande aux FMN la motivation de d'IDE, arrive en 1^{er} l'accès au marché et en 2^{ème} l'accès aux ressources. Réponse corroborée par le fait que les filiales des FMN US vendent ainsi 66% de leur production dans le pays d'accueil, 23% dans un autre pays, et 11% seulement est exporté vers les USA.

- L'accès à un marché plus large permet d'accroître les perspectives de développement, d'amortir les dépenses élevées de R&D (pharmacie, biotechnologies) ou des investissements physiques massifs (pétrochimie, automobile). C'est pour cela que la majorité des IDE se dirigent vers l'Union européenne, l'ALENA ou la Chine.
- Le contournement des barrières protectionnistes : à la fin du 19^{ème} siècle, lors de la montée du protectionnisme, de nombreuses entreprises se sont vues écartées de marchés extérieurs. Pour les contourner, elles établirent des usines dans le pays d'accueil, appelées *tariff factories*. Par exemple, le tarif Mac Kinley de 1890 a incité l'entreprise anglaise de pneus Dunlop à s'installer aux Etats-Unis dès 1893. Plus récemment, face à la montée du nouveau protectionnisme dans les années 1970 (quotas sur les téléviseurs japonais en 1977 par exemple), les entreprises japonaises s'installèrent aux EU : Sony, Matsushita, Sanyo, Mitsubishi, Toshiba, Sharp, Hitachi, soit en installant leur propre usine, soit en achetant une entreprise américaine. Cela favorisa l'expansion des exportations japonaises vers les EU de pièces détachées de téléviseurs (multiplication par 3 de 1976 à 1979). Ces RVE accrurent les exportations en provenance des NPIA, et les autorités US appliquèrent en 1979 des quotas sur ces pays. Même résultat : le taïwanais Tatung et le coréen Gold Star s'installèrent aux EU en 1979 et en 1981. Idem pour l'automobile : implantation aux USA dans la 1^{ere} partie des années 1980 : Honda s'est implanté aux EU en 1982, Nissan en 1984, Toyota a débuté une coopération avec GM. En 1991, la part de marché des voitures japonaises aux USA s'élève à 30% contre 10% en 1975 et 21% en 1980. l'attitude US a renforcé les tendances protectionnistes en Europe pour prévenir le report des voitures japonaises vers leur propre marché. Ce climat de protectionnisme et d'incertitude a poussé les constructeurs japonais à implanter des sites en Europe dans la seconde partie des années 1980. Même processus en France : un quota sur les importations japonaises de photocopieurs a entraîné des IDE en France, une augmentation des parts de marché, un accroissement des importations de pièces détachées et finalement...une détérioration du solde commercial.
- La recherche de la proximité des consommateurs pour s'adapter aux goûts locaux : la FMN peut implanter un laboratoire de recherche appliquée, produire elle-même ou bien racheter une marque locale afin d'obtenir une image de producteur national en continuant à exploiter le nom antérieur ; par exemple, le suédois Electrolux exploite les marques Arthur-Martin et Faure. Le fait d'être sur place permet de mieux sentir et contrôler l'évolution du marché.
- La diversification internationale : l'implantation à l'étranger est un prolongement de la croissance interne face à un marché national saturé et permet une diversification des risques attendant aux évolutions contra-cycliques des marchés. Rossignol, qui produit des équipements de sports d'hiver, a compensé la récession sur le marché européen à la fin des années 1980 par l'expansion du marché japonais.

3) La recherche d'une meilleure position concurrentielle sur des marchés oligopolistiques :

Quand une firme s'implante à l'étranger, on a remarqué que d'autres firmes concurrentes avaient tendance à faire de même. C'est le phénomène d'IDE en grappe analysé par F.T. Knickerbocker, (1973), *Oligopolistic Reaction and Multinational Enterprise*. Les explications précédentes en termes d'offre et de demande sont alors insuffisantes.

L'implantation à l'étranger dans un secteur oligopolistique permet à la firme :

- De défendre sa part de marché mondial : sur un marché d'oligopole, quand une firme s'installe à l'étranger, cela accroît sa part de marché dans ce secteur. Du fait de coûts irréversibles engendrés par l'implantation, elle peut écarter l'entrée de concurrents potentiels. Face à cette menace, les concurrents délocalisent à leur tour afin de tenter de rétablir leur part de marché antérieure. Plus le secteur est oligopolistique, plus ce comportement de mimétisme est fort.
- De profiter des effets d'agglomération : L'implantation d'une entreprise dans le même lieu que ses concurrents lui permet de profiter d'un environnement technologique, d'une infrastructure favorable, d'une large main d'œuvre spécialisée, d'un accès plus facile aux inputs. Les effets d'agglomération sont un puissant facteur d'implantation des FMN françaises d'après les études empiriques. Au Brésil en 1995, l'attractivité du marché intérieur a engendré une véritable course aux IDE de la part de Renault, Mercedes, General Motors et Ford. De même, Bouygues s'installe aux Etats-Unis car son concurrent direct Spie Batignolles l'a fait. De même, Peugeot imite Wolskswagen en s'implantant en Chine.

- De riposter à l'intrusion sur son marché : Le comportement stratégique des firmes quand une firme est attaquée sur son marché, elle va riposter en investissant sur le territoire de l'autre, afin d'affaiblir la position du leader chez lui, dans son principal centre de profit, afin de diminuer ses ambitions à l'étranger. Ainsi, Michelin répondra à l'investissement de Firestone en France par l'achat d'Uniroyal-Goodrich aux Etats-Unis en 1989.

Plus généralement, les vagues de fusions/acquisitions dans les années 1980 et 1990 illustrent ce phénomène. Elles ont pour but soit d'atteindre la taille minimale efficace qui a augmenté à cause des coûts de R&D, soit d'accéder à des positions dominantes dans un secteur pour accroître les parts de marché. Ce phénomène peut aussi expliquer le renversement de la position des Etats-Unis en matière d'IDE, et les IDE intrabranche car la concurrence oligopolistique s'effectue à l'intérieur de chaque secteur.

Depuis les années 1980, l'innovation est devenue l'axe fondamental de la stratégie des firmes. D'où une course technologique : les entreprises les 1^{ères} à proposer un produit à fort contenu technologique sur le marché ont des marges élevées et gagnent des parts de marché sur le territoire d'implantation. La déréglementation a favorisé ce phénomène : cf. les télécom britanniques où les firmes étrangères ont fait irruption (Cable and Wireless, US West, Bell Canada, Générale des Eaux).

IV) L'impact des FMN :

A) FMN et commerce mondial

Le poids des FMN dans le commerce mondial :

En 1995, l'ONU estimait qu'un tiers des échanges mondiaux était intra-firme et que 2/3 étaient associés aux FMN. En 1983, les FMN basées aux EU réalisaient les ¾ des exportations US et la moitié des importations. En GB, au début des années 1980, les FMN sont responsables de 80% des exportations anglaises et les FMN étrangères basées en GB de 30%. En moyenne, 45% des ventes totales des FMN sont des exportations. En Chine en 2004, 60% du commerce extérieur était associé à des filiales étrangères.

Le poids des **échanges intra-firme** : 1/3 du commerce mondial. Ce type d'échanges est particulièrement concentré dans les produits de haute technologie et les produits manufacturés complexes (automobiles, électronique). Environ la moitié des importations US constituent du commerce intra-firme, c'est à dire que l'entreprise acheteuse et l'entreprise vendeuse sont dans une mesure significative possédées et contrôlées par la même firme, la société mère.

En 1985, leur part dans les échanges US avoisine 30% pour les exportations et 40% pour les importations. Pour le Japon, il représente entre ¼ et 1/3 du commerce total. En 1994, 42% des exportations des maisons mères US étaient dirigées vers leurs filiales à l'étranger ; pour le Japon le % était de 43%. Une étude du ministère français de l'Industrie a montré qu'en 1993 les groupes multinationaux français et étrangers implantés en France réalisaient 50% de leurs exportations et 34% de leurs importations à l'intérieur de leur propre groupe. Ce qui montre que l'IDE est facteur d'exportation.

La part des échanges intra-FMN dans le commerce extérieur US n'a pas sensiblement augmenté entre 1977 et 1989, part située entre 35% et 43%. A cause du fait que les FMN US ont conclu des accords de coopération ou de franchisage avec des firmes indépendantes.

Selon l'INSEE (1999), 34% des exportations françaises sont intra-firmes dans l'industrie.

Les raisons des échanges intra-firmes : protéger la technologie et le savoir-faire, économiser les coûts de connaissance du marché, transférer les profits à l'étranger. Analysons ce dernier point.

Dans leur commerce internalisé, les FMN appliquent des **prix de transfert** ou prix de cession interne, fixés hors marché. Les prix de transfert sont les prix auxquels les différentes filiales d'un même groupe se vendent des biens et des services. Le but est faire apparaître les profits dans les paradis fiscaux, de rapatrier les profits vers la société mère ou de contourner le contrôle des changes du pays hôte. Le mécanisme est simple : quand les prix de transfert sont élevés, la filiale qui vend enregistre les profits, et celle qui achète des pertes, et vice versa quand ils sont bas.

L'écart entre le prix mondial et le prix de transfert peut atteindre jusqu'à 155% dans la pharmacie, 60% dans l'électronique, 40% dans le caoutchouc. L'économiste américain S. Pack a trouvé une firme important en France depuis les USA des pneus à moins de 8 \$ alors que le prix mondial était de 200 \$.

La modification des flux commerciaux

Les IDE modifient les flux commerciaux. Les flux d'échanges qui existaient auparavant tendent à se réduire mais de nouveaux courants apparaissent : soit en sens contraire (exportations des filiales soit vers le pays d'origine) soit vers d'autres destinations (exportations des filiales vers d'autres marchés), soit vers le pays d'accueil (pièces détachés, produits intermédiaires).

Les FMN tendent à accroître la mobilité des produits :

- dans le pays d'accueil : hausse des exportations et baisse des importations
- dans le pays d'origine : effet à peu près nul sur les exportations car 2 effets se compensent : baisse des exportations de la maison mère et hausse des exportations de biens d'équipement et de produits semi-finis vers les filiales.
- dans l'ensemble du monde : fragmentation du processus de production entre plusieurs pays, provoquant l'accroissement du commerce de biens intermédiaires.

Le lien entre IDE et échanges : complémentarité ou substituabilité ?

Mundell (1957), avec le *théorème de l'image renversée*, fut l'un des premiers à avoir étudié les IDE dans le cadre du modèle HOS. Si les pays échangent des produits, c'est parce que, initialement, les facteurs sont immobiles. A l'inverse, si les facteurs de production sont mobiles internationalement, et le commerce des biens empêché, les IDE sont des **substituts** au commerce des marchandises.

Les capitaux vont affluer dans le pays où le capital est rare et mieux rémunéré. Ce dernier va produire alors plus de biens intensifs en capital, biens qu'il importait auparavant. Les investissements se substituent ainsi aux importations et les dotations relatives se rapprochent les unes des autres. Les avantages comparatifs peuvent être amenés à disparaître, entraînant l'arrêt du commerce. L'IDE est alors destructeur de commerce international.

En réalité, les échanges de facteurs et de produits sont plutôt complémentaires.

L'étude de Blomström de 1988, basée sur les cas américain et suédois, montre que la relation entre les deux se trouve « *quelque part entre la neutralité et la complémentarité* ». L'IDE entraînait soit un accroissement des exportations, soit aucun changement, et ceci pour 4/5^{ème} des industries analysées. Résultats confirmés par d'autres études.

Explication : l'IDE permet une meilleure pénétration du marché étranger ; échanges accrus de pièces détachées, de biens d'équipement ; effet de complémentarité de gamme (la délocalisation d'un produit peut entraîner des exportations de produits appartenant à la même gamme) ; de nombreux IDE ont pour motivation de contourner des barrières protectionnistes et ne visent donc pas à diminuer les échanges. On a cependant constaté qu'au-delà d'un certain niveau élevé de ventes des filiales, les exportations avaient tendance à diminuer et un effet de substitution intervient, signe sans doute que la firme abandonne progressivement la production de ce bien sur son territoire pour fabriquer des biens plus sophistiqués (théorie du cycle du produit).

La production à l'étranger semble exercer un effet positif sur les exportations de la maison-mère. Par exemple, l'Espagne est le 1^{er} pays d'implantation des constructeurs français. En même temps, les constructeurs français ont bénéficié du fort développement du marché espagnol des immatriculations et les échanges automobiles sont devenus excédentaires pour la France.

Kojima (1978) affirme que les investissements japonais dans les PED d'Asie sont créateurs de commerce. Devant la hausse des coûts salariaux nippons, le Japon va abandonner la production textile et la délocaliser dans les PED d'Asie, ce qui leur permet de améliorer leur productivité. L'IDE japonais modifie l'avantage comparatif de ces PED et stimule leurs exportations de textile et leurs importations de machines.

Selon une étude du ministère de l'Industrie, dans l'industrie manufacturière (secondaire sauf BTP, énergie, IAA) les entreprises à capitaux étrangers exportent et importent plus, à chiffre d'affaires comparables, que les entreprises nationales et ont tendance à dégager un excédent. De plus, la production en France des filiales étrangères contribue à limiter les importations de produits concurrents de cette production. De ce fait, les IDE sont un facteur d'excédent de la balance commerciale française.

IDE et spécialisation

Les IDE peuvent aussi changer la spécialisation du pays. Ils peuvent à la fois renforcer les avantages existants et les faire évoluer grâce à l'introduction de nouvelles technologies, l'amélioration des qualifications, l'accès aux réseaux internationaux d'approvisionnement et de vente. Des pays comme la Malaisie, la Thaïlande, les Philippines, exportent des produits plus intensifs en technologie.

Ozawa (1992) propose un modèle dynamique de la spécialisation et de l'investissement japonais en quatre phases :

- 1- expansion de l'industrie légère et hausse des salaires : délocalisation vers des pays à main d'œuvre bon marché
- 2- expansion de l'industrie lourde et manque d'espace et de matière première : délocalisation pour sécuriser l'approvisionnement en matière première
- 3- expansion des industries de biens de consommation : délocalisation pour contourner le protectionnisme des PDEM
- 4- expansion des industries de biens de haute technologie : alliances entre firmes

En même temps, les délocalisations permettent au Japon de modifier sa spécialisation.

Markusen (1993) a montré que la libre circulation des facteurs conduit à un renforcement des spécialisations et donc des échanges commerciaux lorsque le commerce international ne repose pas sur

des différences de dotations factorielles, mais sur des différences de technologie, des économies d'échelle ou une concurrence imparfaite.

Relation étroite entre IDE et commerce intra-régional

Les délocalisations japonaises ont jeté les bases d'une intégration économique en Asie du Sud Est. Les FMN américaines au Mexique ont contribué à la signature de l'ALENA, notamment pour sécuriser les approvisionnements et les débouchés. En retour, l'ALENA depuis 1994 consacre une place essentielle aux dispositifs favorisant l'IDE et interdit en particulier aux pays membres de nationaliser leurs filiales et d'imposer des normes de performance aux FMN étrangères qu'ils accueillent.

Depuis 1980, les IDE semblent avoir pris le relais du commerce international comme moteur principal d'intégration internationale. Alors que le ratio commerce/PIB stagne à 15% de 1980 à 1993, le ratio flux d'IDE/PIB passe de 0,5 à 0,7%, le ratio stock d'IDE/PIB passe de 4,5 à 8,5%.

B) FMN et emploi

L'emploi dans les FMN

L'ONU estimait qu'en 1992, les FMN employaient 73 millions de personnes dont 30 millions à l'étranger (7 millions étaient employés dans des PVD). D'après le BIT, le volume d'emploi aurait peu changé depuis car les stratégies récentes de fusions acquisitions engendrent l'intégration ou la restructuration d'emplois existants plutôt que la création nette d'emplois.

La part des filiales étrangères dans l'emploi total reste limitée, de l'ordre de 4% dans les PDEM. Le tableau suivant permet de voir les différences entre les trois éléments de la Triade.

	CEE	USA	Japon
Emploi des firmes étrangères en % de l'emploi intérieur total	7,1	4,1	0,3
Emploi des firmes nationales à l'étranger en % de l'emploi intérieur total	7,4	5,9	3,6

Le poids des filiales étrangères dans l'emploi de l'industrie manufacturière est lui plus élevé et plus disparate. Au début des années 1990, il dépasse 40% au Canada, en Irlande et aux Pays-Bas, il atteint 35% au Mexique, plus de 20% en Italie, France et Royaume-Uni, 12% aux Etats-Unis et en Allemagne, 2% au Japon.

Dans les PVD, l'emploi dans les FMN représente rarement plus de 2% de l'emploi total. Cependant certains pays ont connu une croissance considérable de cet emploi du fait du développement des zones franches et/ou des zones de libre-échange : Chine, Mexique, République dominicaine, Brésil, Malaisie, Tunisie, Ile Maurice, Taïwan, Sri Lanka, Guatemala. Il s'agit essentiellement d'emplois dans le secteur du textile et de l'électronique.

En matière de recrutement, en général dans une 1^{ère} phase les responsables des filiales ont la nationalité de la société mère. Avec l'extension des filiales, des managers ayant la nationalité du pays d'accueil sont progressivement installés. Cela permet de mieux connaître les habitudes locales, d'avoir de meilleures relations avec l'administration et d'atténuer le caractère étranger de la firme.

Effet sur les salaires :

Les salaires dans les FMN sont en général plus élevés mais elles ont des exigences supérieures en termes de compétences et de productivité. Cette qualification est nécessaire à l'exploitation et au maintien de l'avantage compétitif de la filiale sur les entreprises locales. Ainsi les employés anglais des FMN japonaises d'automobile, provenant souvent des entreprises anglaises en perte de vitesse ont obtenu une meilleure productivité dans leur nouvelle position que dans l'ancienne, grâce à l'apprentissage des cercles de qualité et du zéro défaut.

L'exemple mexicain des *maquiladoras*. En 1965, le Mexique décida de profiter du statut douanier particulier des EU qui exonérait les réimportations de produits US assemblés à l'étranger. Il encouragea l'établissement d'usines d'assemblage le long de la frontière dans une bande de 20km. Ces *maquiladoras*, la plupart étant à capitaux étrangers, pouvaient importer en franchise des pièces détachées en provenance des Etats-Unis et réexporter les produits assemblés aux Etats-Unis. Les produits assemblés (téléviseurs, automobiles, composants pour ordinateurs) ne subissaient qu'une taxe douanière US sur la valeur ajoutée. Elles fournissent 15% de l'emploi au Mexique. Après une première génération d'entreprises qui s'intéressent à la main d'œuvre féminine, jeune et bon marché, une seconde s'installe dans ces secteurs comme l'automobile ou l'électronique, nécessitant des qualifications plus sophistiquées.

La peur des délocalisations

- La délocalisation consiste à modifier l'implantation géographique d'un établissement de production.
- Au sens strict, c'est le transfert des capacités de production d'un site national vers un site étranger afin d'importer des biens et services jusqu'alors produits localement
 - Au sens large, toute opération d'ouverture d'une nouvelle unité de production à l'étranger plutôt que dans le pays d'origine ; cependant, quand l'activité n'aurait de toute façon pas été créée sur place, le terme de délocalisation est abusif

La délocalisation correspond à un déplacement d'activités productives en d'autres lieux, sur le territoire national ou au-delà (offshoring). Elle permet de bénéficier d'un avantage juridique et fiscal ou en termes de coûts, d'infrastructures et de débouchés. Mais elle semble a priori avoir un effet négatif pour l'emploi dans le pays de la FMN.

En France, le thème des délocalisations s'est affirmé dans le débat public au début de la décennie 1990, dans un contexte de récession, de forte montée du chômage et d'insécurité de l'emploi. Le rapport Arthuis, publié le 4 juin 1993, est alarmiste. Il affirme qu'un mouvement irrésistible de délocalisation est engagé, prenant sa source dans les secteurs à main d'œuvre nombreuse puis allant vers des secteurs à haute technologie. Ce mouvement entrainera à terme la suppression de 5 millions d'emplois. Le sénateur Arthuis utilise une conception très large de la délocalisation – définie comme la séparation géographique des lieux de production et de consommation – incluant les importations.

Un rapport de 2003 à l'issue d'un voyage organisé en Asie par le ministre français délégué aux PME pour les dirigeants d'entreprises concluait : « *Si nous ne réagissons pas rapidement, il ne restera plus que la Tour Eiffel et les bars-tabacs en Ile-de-France* ».

Une enquête l'Université de Berkeley (datant de 2003) précise qu'un emploi sur six est menacé de délocalisation dans la Silicon Valley (1 sur 10 dans l'ensemble des USA).

Un sondage réalisé par Associated Press Ipsos en 2004 révélait que 69% des Américains pensent que la délocalisation d'activités est dommageable à l'économie du pays contre 17% qui la jugent bénéfique.

Plus récemment, des délocalisations dans le textile firent naître des craintes : lingerie Aubade, collants Weill, maillot de bain Aréna, chaussures de sécurité Jalatte. On retrouve ici l'idée du *dumping social*.

Le sentiment d'une menace potentielle sur l'emploi peut créer une insécurité sociale décourageant la consommation et encourageant des politiques restrictives centrées sur la réduction du coût de travail.

L'effet réel des délocalisations

Les études statistiques concluent à l'importance limitée du mouvement de délocalisation ainsi qu'à des conséquences peu significatives sur l'emploi.

Signalons d'abord que le rapport Arthuis manquait de rigueur, il n'évoque pas les effets positifs des exportations, les IDE vers la France ; Arthuis dénonce les aides étrangères qui distordent les échanges mais n'évoque pas les aides de l'Etat français pour ses exportations. Il sera réfuté par un rapport de l'Assemblée nationale rédigé par Patrick Devedjian en novembre 1993. Cependant, il eut un écho médiatique important.

Selon le Ministère de l'Economie (DREE), pour 1997-2001, les délocalisations pures (délocalisation pour réimportations) correspondent à seulement 4% des IDE français.

D'après l'INSEE, entre 1995 et 2001, les délocalisations ont provoqué en moyenne la suppression de 13 500 emplois industriels par an en France, ce qui est relativement peu comparé aux 10 000 emplois détruits chaque jour ouvrable par l'économie française. La moitié fut transférée vers des pays à hauts salaires. Une étude du ministère US du Travail estime que les délocalisations ne représentent que 2% du total des licenciements de plus de 50 personnes aux USA de 1998 à 2003. Les pays à bas salaires ont aussi en général une productivité plus faible.

Les investissements français à l'étranger sont une faible proportion des investissements faits en France : 11% de la FBCF entre 1988 et 1992. Plus de 90% de ces IDE se font dans des pays de l'OCDE et sont surtout le fait d'industries exportatrices. Moins de 20% des investissements français à l'étranger (en 1999) sont effectués dans des pays où la main d'œuvre est nettement moins chère. Les secteurs qui investissent le plus à l'étranger (eau, énergie, finance, chimie) n'appartiennent pas aux industries de main d'œuvre. Il faut aussi prendre en compte les emplois créés par les FMN étrangères dans le pays.

La délocalisation entraîne aussi des effets indirects de création d'emplois dans la maison-mère ou dans d'autres firmes du pays d'origine, soit par simulation des exportations (pièces détachées, matériel de production), soit par glissement d'emplois peu qualifiés vers des emplois plus qualifiés (encadrement et surveillance des filiales, R&D, produits plus sophistiqués). Dans l'industrie manufacturière US, alors que l'emploi dans les sociétés mères des FMN chutait de deux millions entre 1977 et 1990, la croissance des autres entreprises manufacturières a permis d'absorber 75% de ce déclin. Au cours des années 1990, la perte additionnelle de 600 000 emplois enregistrée par les entreprises mères a été entièrement compensée par la croissance des opérations des entreprises étrangères aux USA. (Données fournies par K. Sauvart, responsable du rapport annuel sur l'investissement mondial de la CNUCED en 2003).

Les délocalisations ont le même effet qu'un saut technologique. Comme le progrès technique, les délocalisations peuvent détruire de l'emploi dans certains secteurs (textile, chantiers navals) et à court terme, mais en génèrent globalement à long terme. Le problème de l'adéquation entre la destruction

d'emplois directs et la création d'emplois indirects devient un problème de qualification et de mobilité géographique.

Autres arguments en faveur des délocalisations :

- la baisse des prix accroît le pouvoir d'achat des consommateurs : selon Catherine Mann (2003), la délocalisation du matériel informatique a permis de baisser le prix des ordinateurs de 10% à 30%
 - la délocalisation permet d'éviter à une industrie entière de disparaître face à la concurrence. En délocalisant une partie de la production, la firme peut garder chez elle la part de la production compétitive
 - les marges supérieures des firmes leur permettent d'investir plus, donc de créer plus d'emplois
 - les revenus des pays pauvres augmentent, ce qui signifie de nouveaux marchés pour les pays riches
 - la possibilité de se spécialiser dans des secteurs à plus hauts salaires comme la recherche et la conception
- Paul Hermelin, PDG de Capgemini, affirmait qu'en délocalisant 6 000 emplois en Inde, de 2000 à 2005, son groupe a pu se développer et créer un millier d'emplois à plus forte valeur ajoutée sur le territoire français.
- les exportations de capitaux vers les PED poussent à l'appréciation du taux de change de la monnaie locale et érodent peu à peu leur compétitivité, argument développé par Jacques Lesourne, dans *Le modèle français, grandeur et décadence*.

Cependant, selon une étude de Kletzer sur les USA (2001), seuls 63% des travailleurs licenciés au cours de la période 1979-1999 ont été réemployés mais avec une perte de salaire hebdomadaire de 13% en moyenne. S. Berger (2006) reconnaît aussi que les travailleurs qui perdent leur emploi du fait des délocalisations et en retrouvent un autre, c'est avec un salaire inférieur en général.

La peur actuelle vient du fait que le mouvement de délocalisation et d'externalisation s'étend aux services et semble menacer non plus seulement les ouvriers mais la classe moyenne. British Airways a délocalisé ses activités de réservation en Inde, AXA et la Société Générale leur comptabilité, Nathan fait numériser ses livres à l'île Maurice, Rank Xerox installe ses centres d'appel en Irlande. L'Inde en est le 1^{er} pays bénéficiaire des télé-services. Tous les grands groupes de technologies de l'information ont ouvert des centres de recherche à Bangalore.

La délocalisation ne concerne pas les activités essentielles : « *Pour l'instant, si nous déployons de nouvelles équipes de R&D en Inde, la maîtrise des grands projets logiciels reste dans la Silicon Valley* » selon le PDG de Business Objects.

Délocalisations : la « course vers le bas » ? Par Pierre Garello

Les antimondialistes ont répandu l'idée de la « course vers le bas » (« *race to the bottom* »), expression qui a un contenu émotif très important mais qui n'en est pas moins erronée. L'argument est que lorsqu'on fait tomber les barrières de protection commerciale, les facteurs de production et en particulier le capital se dirigeraient vers le territoire où ils peuvent être les plus productifs ou les plus profitables. Cela peut être pour des raisons de fiscalité moindre, de moindres réglementations environnementales ou sociales, des salaires plus bas. Les réglementations existantes dans le pays d'origine ne pourraient alors plus perdurer parce que le capital dans le pays d'origine s'est enfui, y réduisant d'autant les recettes fiscales et les biens publics financés par celles-ci : les standards sociaux seraient donc menacés.

Premièrement : ce scénario est-il réaliste ? S'il y a de la vérité dans le processus décrit, il n'y a pas toute la vérité. Le rendement n'est pas la seule variable prise en compte par les investisseurs : il y a aussi le risque. Par ailleurs, les coûts du travail plus bas s'accompagnent aussi d'une productivité beaucoup plus basse. De même il y a le problème des coûts de transport entre la production et son marché. D'ailleurs les pays recevant le plus d'investissements étrangers sont les pays les plus développés !

Deuxièmement, la théorie du cycle international du produit nous enseigne qu'il est normal qu'un produit innovant fasse son apparition dans les pays développés, puis que pour des raisons de coûts, de possibilités d'apprentissage et de concurrence, il soit peu à peu fabriqué dans des pays moins développés. Cela est juste l'expression de la division du travail. Il serait donc stupide de vouloir interrompre ce cycle naturel du produit.

Troisièmement, supposons que Danone veuille délocaliser ses usines de France vers la Roumanie. Que se passe-t-il ? En Roumanie la demande de travail va augmenter, entraînant une hausse des salaires. Donc : plus d'emploi et des salaires plus élevés : cela semble plutôt aller vers le « haut » que vers le « bas ». Les actionnaires de Danone devraient gagner plus. Les clients de Danone aussi. Les employés français de Danone en revanche n'ont pas été préparés au changement. Une plus grande flexibilité du marché du travail en France signifierait-elle une course vers le bas ? Puisqu'elle générerait plus d'emploi et une concurrence entre employeurs et donc une hausse des salaires, on voit mal comment. Il faut noter que les recherches empiriques ne montrent pas de « course vers le bas ».

Mais quelle serait l'alternative ? L'harmonisation ? Que tous les pays soient au même salaire minimum par exemple ? On imagine les conséquences catastrophiques dans les pays moins développés ! Ce qui est paradoxal c'est que nos États promeuvent simultanément, d'un côté la recherche et l'innovation qui forceront à un moment ou à un autre l'adaptation des gens et d'un autre côté s'opposent à l'ouverture qui entraînera de nécessaires adaptations. Évidemment dans le premier cas il est difficile de voir qui devra s'adapter alors que dans le deuxième c'est beaucoup plus facile...

Professeur Pierre Garelo (Université Paul Cézanne), La Nouvelle Lettre, n°937, 24 novembre 2007.

La relocalisation

Geneviève Lethu, Atol, Samas (meubles de bureau), La Mascotte (pull-overs) sont revenues en France, pour des questions de délais, de qualité de finition, de suivi des commandes ou d'inadaptation à des productions personnalisées, non protection des savoir-faire, coûts de transport, difficulté de gérer à distance, voire parfois la hausse des salaires dans les pays émergents. Sur 100 entreprises ayant délocalisé, 7 à 8 sont revenues en France (Figaro magazine, 20 mars 2010).

Geneviève Lethu, spécialiste des arts de la table, relocalise sa production en Europe. Elle faisait fabriquer 40% de ses collections en Asie en 2003, moins de 10% en 2008. Cette marque attire une clientèle moyen et haut de gamme, ce qui l'oblige à travailler sur des produits exclusifs et à favoriser le made in France. Ainsi la coutellerie sera réalisée désormais à Thiers et le linge de table dans les Vosges.

La marque de prêt-à-porter Caroll a ainsi relocalisé dans les Vosges une partie de sa production dès 1996 pour coller au plus près aux goûts des consommateurs, être réactif, produire en petites séries pour limiter les coûts de stockage, éviter des problèmes de délais, éviter d'accumuler des stocks ou de se retrouver en rupture de stock.

De même, le fabricant français de jouets Smoby a relocalisé en Bretagne une chaîne de fabrication chinoise ; le producteur allemand de piles électriques Varta a recentré sa production en Allemagne plutôt qu'à Singapour.

C) Autres effets

Les FMN augmentent les inégalités au sein des pays selon une étude du FMI de 2007. Comme ils concernent généralement les secteurs les plus intensifs en technologie, ils renforcent la position des qualifiés et contribuent à accroître les inégalités, au Nord comme au Sud.

Les FMN contribuent à faire naître des instances de représentation du personnel au niveau international. Ainsi une directive de la Commission européenne de 1994 a créé un comité d'entreprise européen - réunissant les représentants des salariés - obligatoire pour les entreprises de taille européenne. En 1994, dans 32 FMN existait un comité d'entreprise mondial.

Les FMN, malgré leur grande taille, accroissent le degré de concurrence car le nombre de joueurs s'accroît sur chaque marché national ; cf. le cas de l'automobile dans les années 1980, dans chaque pays la part de marché des premières entreprises a baissé sensiblement, par ex celle de GM aux USA et celle de Fiat en Italie (baisse de plus de 10 points).

Les FMN peuvent ralentir les migrations de travail : « *En un certain sens, la délocalisation de la production est un phénomène symétrique de la migration des travailleurs* » selon C.A. Michalet. Par exemple, les si les firmes américaines investissent au Mexique, les Mexicains n'auront pas besoin de traverser la frontière pour trouver du travail.

Les FMN n'aboutissent pas à une uniformisation du monde. Même si le déplacement du capital conduit à rapprocher les ratios de dotations globales en capital des pays, cela ne signifie pas une atténuation des avantages relatifs. Ceux-ci s'expriment à travers d'autres déterminants (connaissances, compétences, technologie, etc.) qui demeurent localisées.

Les FMN ne remettent pas fondamentalement en cause la souveraineté des États malgré leurs chiffres d'affaires parfois plus élevé que le PIB de certains pays. Dans certains pays (Guatemala, Costa Rica, Malaisie), les IDE sont libres. Ces pays ne sont pas pour autant contrôlés par les investisseurs étrangers. Les marchés des changes et financiers transmettent les forces économiques plus rapidement que les entreprises et d'une manière plus difficile à contrer. Ainsi la crise de la livre en 1992 a bien plus efficacement montré les limites de la souveraineté que l'investissement d'un groupe automobile japonais n'aurait pu le faire.

IDE et croissance économique

Deux écoles s'opposent quant à la nature des liens entre croissance et IDE. Pour la première, les IDE exercent un effet d'éviction sur les investissements nationaux des PVD et leur volatilité entraîne le retrait des investisseurs à l'occasion d'une crise ne fait qu'exacerber celle-ci. Pour la seconde, les IDE nourrissent la croissance grâce aux investissements supplémentaires, générant une production et des revenus additionnels. Ils permettent aussi le transfert de technologie, qui s'opère par l'importation de biens techniquement élaborés, l'adoption de techniques de production ou de gestion plus avancées, l'amélioration

de la qualification de la main d'œuvre. Le comblement de l'écart technologique entre PVD et pays développés constitue un puissant facteur de rattrapage économique. Dans le secteur des biens de consommation, les IDE permettent une diversification de la gamme des produits offerts aux consommateurs, contribuant à l'amélioration du bien être général.

Les travaux empiriques attestent de la corrélation positive entre croissance et accueil des IDE. Toutefois il est plus délicat de mettre en évidence le sens de causalité. En effet, les pays qui affichent une productivité supérieure attirent plus les IDE que les autres. Les IDE tirent l'investissement domestique mais sont eux-mêmes entraînés par le taux de croissance du PIB.

IDE et croissance sont liés avec ces autres facteurs essentiels que sont l'environnement de politique économique et réglementaire, les infrastructures, l'état et le stock de capital, le niveau d'éducation.

L'effet positif des IDE sur l'offre et le bien-être mondial peuvent être montrés à partir du modèle de Ricardo. Ricardo a démontré que l'échange international est préférable à l'autarcie dans son modèle des avantages comparatifs où les facteurs sont immobiles internationalement.

Tableau des coûts chez Ricardo

	Angleterre	Portugal
1 tonneau de vin	100h	120h
1 drap	100h	200h

Imaginons que l'Angleterre et le Portugal disposent chacun de 300 heures de travail. Si les Anglais se spécialisent dans le drap ils produiront 3 draps et si les Portugais se spécialisent dans le vin ils produiront 2,5 tonneaux de vin.

Or s'il est possible que la terre soit un facteur immobile, les techniques peuvent franchir les frontières. Les Anglais ont intérêt à exporter leur technique viticole au Portugal puisqu'ils peuvent produire 1 tonneau de vin avec moins d'heures de travail. Si les Anglais exportent leur technique au Portugal, il sera possible de produire 3 tonneaux de vin au lieu de 2,5. Par conséquent, l'offre globale de vin est supérieure à celle qui prévalait avec l'échange international. Comme le résume Bertrand Lemennicier, dans La morale face à l'économie, p. 266, « La globalisation est donc préférable à la mondialisation ou à l'échange international et celui-ci est préférable à l'autarcie ».

V) La politiques des Etats à l'égard des FMN :

Les FMN ont longtemps été considérées par les Etats comme potentiellement dangereuses. Elles pouvaient menacer la souveraineté nationale (cf. les accusations portées contre ITT lors du coup d'Etat contre le Président Allende au Chili en 1973) et elles négligeraient la sécurité, surtout dans les PVD. La catastrophe de Bhopal en 1984 en Inde, dans une usine d'Union Carbide, tua plus de 14 000 personnes selon les chiffres officiels, près du double selon les ONG, et entraîna des troubles respiratoires, des malformations congénitales ou des cancers chez plus de 100 000 victimes. En 1989, Union Carbide fût condamnée par la Cour suprême indienne à verser 470 millions de dollars pour régler l'affaire. 570 000 personnes ont touché en moyenne 500 dollars de compensation. En 2001, Dow Chemical a racheté le groupe Union Carbide et refuse d'endosser la responsabilité des événements de 1984.

Les FMN sont devenues par la suite des alliés potentiels, rendant possible la croissance, l'emploi et les transferts de technologie.

La tendance jusqu'aux années 1970 fut de restreindre le champ d'action des FMN. Les Etats sont ainsi infléchi les politiques de réglementation, sans doute sous l'effet de la crise, pour passer à des politiques d'attraction.

A) Les politiques de réglementation des IDE :

Durant les années 1960 et 1970, des économistes (Kindleberger en 1970) et de nombreux hommes politiques (Helmut Schmidt en Allemagne, Henri Kissinger aux Etats-Unis) réclamaient l'établissement d'un code de bonne conduite devant être respecté par les FMN. Ce tels codes virent le jour, mais sans pouvoir de sanction : OCDE (1976), OIT (1976), CNUCED (1980), OMS (1981), Banque mondiale (1992).

Les pays appliquaient eux-mêmes des restrictions. Dans les pays développés, les gouvernements utilisaient le contrôle des changes, la surveillance des acquisitions des firmes locales par une firme étrangère, la fermeture aux secteurs stratégiques (recherche, télécom, services publics). Dans les PVD, les gouvernements, en plus de ces mesures, exigeaient un transfert de technologie, des plafonds de rapatriement des profits et des redevances et pratiquaient des restrictions sur l'emploi d'expatriés et un contrôle des prix.

- **La nationalisation des firmes étrangères**

Concernant les politiques de propriété d'entreprise, le degré le plus radical consiste à nationaliser les actifs détenus par les firmes étrangères : la Lybie nationalisa les actifs des firmes pétrolières Exxon et Mobil, le Chili nationalisa ceux d'ITT ; Mitterrand nationalisa 3 filiales des FMN en 1982 : Hoechst, ITT, Honeywell (l'IDE en France chuta de 11,9 milliards en 1981 à 10,3 milliards en 1982). Entre 1960 et 1979, 1416 filiales de FMN furent nationalisées ; 15 entre 1980 et 1985 ; 0 entre 1986 et 1995.

- **Les contraintes dans les procédures d'implantation**

- Le degré le plus coercitif consiste à fermer un secteur particulier aux IDE.
- L'autorisation préalable permet au gouvernement d'avoir son mot à dire pour tout IDE. Au début des années 1980, certains pays de l'OCDE appliquaient encore ce système. Par exemple, le gouvernement refuse le rachat de Citroën par Fiat dans les années 1970. C'est le cas pour l'industrie de l'armement aux USA, en Allemagne ou en Suède.
- L'interdiction d'avoir une participation majoritaire ou à 100% et donc l'obligation d'un partenariat avec une entreprise locale. La Thaïlande exige une participation locale au moins égale à 51% lorsque la production de la filiale est destinée au marché intérieur. En Inde, Coca-Cola, présent dans ce pays depuis 1950, le quitta en 1977 à cause de désaccords avec le gouvernement indien qui l'obligeait à réduire sa part dans les filiales locales de 100% à 40%, à divulguer la formule chimique à la base de son sirop et à transformer son logo afin de le rendre plus local.
- les lois anti trust peuvent bloquer les fusions transfrontalières : Volvo-Scania, Alcan-Péchiney

- **La politique de contrôle des IDE**

- les contraintes de performance à l'exportation : il s'agit de l'obligation d'exporter une quantité minimale de la production locale de la filiale. Par exemple, à l'Île Maurice, les FMN peuvent bénéficier de détaxation à condition d'exporter plus de 80% de leur production. En Thaïlande, la firme japonaise Toshiba devait bénéficier de suspensions temporaires de taxes si elle exportait 80% de sa production ; devant l'opposition des producteurs locaux de télévisions et de réfrigérateurs, la firme a dû accepter d'exporter tous ses produits fabriqués localement. 1/6^{ème} des filiales américaines à l'étranger étaient sujettes à ces restrictions à la fin des années 1980. L'Iran exige que Renault réexporte 20% de la production iranienne de la Logan.
- les contraintes de contenu local : la FMN n'est autorisée à s'installer que si elle s'approvisionne localement en consommations intermédiaires. Cette contrainte a été imposée aux constructeurs automobiles japonais en Europe afin que leurs implantations ne se résument pas aux « usines tournevis ». Cela a contribué à la naissance d'une seconde vague d'investissements japonais en Europe liée à l'implantation des fournisseurs des constructeurs automobiles.
- La restriction des changes : par exemple, la non convertibilité de la monnaie empêche le rapatriement des profits et rend difficile les échanges extérieurs avec la maison-mère. En France, de 1963 à 1986 les autorités utilisent le contrôle des changes (celui-ci est une restriction à l'accès aux devises et par voie de conséquence aux produits importés) pour sélectionner et contrôler les IDE.
- le contrôle du transfert de technologie pour s'assurer que la FMN participe au développement technologique du pays. Les pays du Pacte andin ont mis en place à partir de 1969 un système pour s'assurer que les technologies correspondaient aux conditions locales et pour s'orienter vers l'autonomie technologique. Par exemple, l'Etat avait le pouvoir de décréter qu'un procédé de fabrication ou des produits ne seraient plus protégés par un brevet. De plus, l'IDE était soumis à approbation préalable du gouvernement, et les dividendes annuels étaient limités à 14% du capital investi. Face à la chute des IDE et comme les firmes locales ont rarement pris le relais, les pays ont assoupli ou abandonné le système, la Colombie dès 1972. Dans ce genre de situation, joue l'effet de réputation.

Les MIC ou mesures concernant les investissements et liées au commerce

- 1- **contraintes de contenu local : exigent un certain montant d'achat de produits domestiques**
- 2- contraintes de balance commerciale : imposent une certaine relation entre importations et exportations
- 3- contraintes de production : exigent la production locale de certains produits
- 4- limites de production : interdisent la production locale de certains produits
- 5- **restrictions des changes : restrictions à l'accès aux devises étrangères, donc à certaines importations**
- 6- restrictions de rapatriement des profits
- 7- contraintes de transferts de technologie
- 8- contraintes de licences : imposent que les investisseurs déposent des licences ou brevets technologiques dans le pays d'accueil
- 9- contraintes d'actionnariat local
- 10- **contraintes d'exportation : imposent des objectifs à l'exportation**

- 11- contraintes d'approvisionnement : exigent que les investisseurs vendent certains produits sur certains marchés
 - 12- contraintes de ventes domestiques : imposent aux investisseurs de vendre un certain % de la production dans le pays d'accueil
- N.B. : Sont surlignées les MIC interdites par l'OMC.

De tels règlements demeurent encore aujourd'hui.

Ainsi, aux Etats-Unis, une loi limite à 25% la participation d'un groupe étranger dans le capital d'une compagnie aérienne américaine. En 2005, le Congrès US s'est opposé au rachat de la compagnie pétrolière Unocal par le chinois Cnooc, et en 2006 à la prise de contrôle de six grands ports américains par une société de Dubaï, pour des raisons de sécurité nationale. La loi Exon-Florio de 1988 autorise le président américain à bloquer l'acquisition d'une firme domestique par une firme étrangère, dans le cas où elle menacerait la *sécurité nationale*. Le terme est délibérément flou, il vise les secteurs de la défense, les infrastructures vitales, les services financiers. Les sanctions sont assez rares, on ne compte qu'un désinvestissement sur 1500 notifications. Dans le domaine spatial, l'octroi de licences d'exportation de satellites et services de lancement est soigneusement contrôlé.

En Russie, une loi de 2008 stipule que toute entreprise étrangère désirant acquérir plus de 50% d'une société russe dans l'un des secteurs stratégiques (dont les médias, l'aéronautique, la pêche, l'édition, les télécom) devra obtenir l'accord du gouvernement. Seuil abaissé à 25% pour une entreprise publique et à 10% dans l'extraction.

B) La libéralisation progressive des IDE :

Elle s'est produite dans les années 1980. Une étude de l'ONU de 1991 montra que pour la période 1977-1987, sur 321 mesures prises, 224 allaient dans le sens de la libéralisation alors que 97 devenaient plus restrictives. Entre 1991 et 2000, sur les 1 185 changements intervenus dans les réglementations locales appliquées aux IDE, 1 121 vont dans le sens d'un assouplissement du régime.

La libéralisation commença en Asie du Sud-Est, puis toucha l'Amérique latine et la Chine. Les pays développés abolirent le contrôle des changes, le RU en 1979, la France en 1985. A partir de 1987, en France, les IDE communautaires bénéficient de la liberté d'investissement mais les investissements non communautaires sont soumis à autorisation préalable. En 1992, le régime de liberté communautaire est étendu à la très grande majorité des IDE.

Les mesures concernant les investissements internationaux et liées au commerce (MIC en français, Trade-Related Investment Measures ou TRIMs en anglais) furent perçues lors du cycle de l'Uruguay de 1986 à 1994 comme pouvant engendrer des distorsions et des restrictions sur les échanges internationaux. Par exemple, les contraintes à l'exportation ont les mêmes effets qu'une politique de subvention. Il a été décidé de supprimer 3 MIC sur 12, à savoir la règle de contenu local, les contraintes à l'exportation et les restrictions de change.

En 1995, l'OCDE lança la négociation d'un accord multilatéral sur l'investissement (AMI) dont l'objectif était la libéralisation des IDE. Ce texte, négocié non à l'OMC mais à l'OCDE, visait à remplacer le puzzle des 1 600 traités sur les investissements bilatéraux par des règles globales inspirées des principes de l'OMC, c'est-à-dire l'ouverture sans discrimination des marchés et l'égalité de traitement des investisseurs. Il cherchait notamment à favoriser et à sécuriser les investissements dans les PED. La négociation a avorté, suite à l'opposition des PED, des syndicalistes et des altermondialistes. Les discussions furent abandonnées en 1998, à la demande notamment du gouvernement français (Jospin).

Contrairement au commerce, il n'existe aucune organisation internationale de régulation des investissements internationaux. Faute d'accord multilatéral, les pays se sont engagés dans des accords bilatéraux d'investissement. On compte près de 5 500 accords de ce type. On trouve également de manière croissante des règles d'investissement dans les traités de commerce.

Les politiques d'attraction des IDE se sont développées depuis les années 1980. On peut séparer l'attractivité réelle (différences de coûts comparés, infrastructures, voies de communication, qualification de la main d'œuvre, qualité de la recherche) et l'attractivité artificielle (exemptions fiscales, subventions à l'implantation). Dans les PED on peut y ajouter les concessions douanières, l'abolition des TRIM, le libre transfert des profits. En 2001, on dénombrait 160 agences nationales pour la promotion des IDE et 240 agences régionales. La France possède trois instances chargées de vendre le « made in France » :

- l'Agence française pour les investissements internationaux (2001)
- le Conseil stratégique de l'attractivité créé en 2004
- le Cercle de l'attractivité-Win in France

Il est difficile de mesurer l'efficacité de telles agences car elles s'arrogent parfois des implantations indépendantes de leur activité.

C) Le retour du patriotisme économique

Cette notion a été défendue en 2005 par Dominique de Villepin à l'occasion de la rumeur d'OPA de Pepsi sur Danone. Même si Pepsi a toujours nié avoir eu l'intention de lancer cette OPA, l'affaire a tellement inquiété que cela donna lieu à des mesures pour éviter le rachat de certaines entreprises françaises par des étrangers. A la même époque, quand l'italien Enel veut racheter Suez, le premier ministre français lance une fusion GDF/Suez. L'Etat s'est opposé à la vente de 26% d'Eramet par Areva au groupe brésilien CVRD.

Mentionnons qu'à la même époque, France Telecom rachetait l'espagnol Amena, Suez le belge Electrabel. Qu'une entreprise française rachète une entreprise étrangère, c'est très bien et cela se voit tous les jours. Mais l'inverse, c'est intolérable pour le gouvernement, c'est une atteinte à l'honneur national ! Le protectionnisme est à sens unique !

Pourquoi les firmes françaises se font-elle racheter ? Notamment en raison d'un actionariat dispersé, les noyaux durs mis en place sous Balladur en 1986 afin de garantir un actionariat stable se sont progressivement dissous. Le capital d'une quinzaine d'entreprises du CAC 40 est dispersé à plus de 80% dans le public (petits actionnaires, zinzins, étrangers) ; c'était le cas d'Arcelor. Signalons que la présence de fonds de pensions français permettrait de mieux protéger le capital des fleurons français.

Pourquoi s'y opposer ? Les partisans du patriotisme économique évoquent le maintien en France des centres de décision, des emplois, des sous-traitants, des centres de recherche, les effets induits sur la recherche et les Universités. Dans la plupart des grands groupes français, le % des emplois dans l'Hexagone reste notablement supérieur à celui des ventes en France (respectivement 53% et 39% pour le top 5 en 2003). Denis Kessler, PDG de la SCOR, déclarait à l'Université d'été du Medef en 2005 : « *En France, l'entreprise ne suscite des élans de tendresse qu'à deux moments de sa vie : quand elle meurt ou quand elle va être rachetée par un étranger* ».

La nationalité des détenteurs du capital influence-t-elle les décisions des firmes ? Pas sûr. Les firmes nationales ont-elles un comportement meilleur que les firmes étrangères en matière sociale ou environnementale ? Il est permis d'en douter. Et par rapport au consommateur, c'est en règle générale l'inverse puisque les firmes nationales pratiquent presque toujours des prix supérieurs sur leur marché d'origine et se servent des rentes sur ce marché pour financer leur internationalisation.

Les dirigeants d'entreprise ont une fâcheuse tendance à confondre leur maintien à la tête de leur entreprise (et les avantages matériels afférents) avec la défense de l'intérêt supérieur de la Nation, même quand leur mauvaise gestion peut susciter les appétits d'entreprises mieux gérées. Symétriquement, comme l'écrit Bill Bonner dans *L'Empire de la dette*, les hommes politiques préfèrent voir les industries locales aux mains de gens du pays, pour faire pression sur eux plus commodément.

Que le patriotisme économique soit ou non fondé, il suscita des mesures anti-OPA en France :

- ✓ Les **pilules empoisonnées** : les bons de souscription d'actions (BSA) instaurés en 2006 dissuadent l'assaillant en le menaçant d'une dilution de la participation qu'il pourrait obtenir au terme de l'opération. Ils prévoient qu'avec l'accord des actionnaires à la majorité simple, les dirigeants peuvent distribuer des BSA gratuitement pour souscrire des actions avec une décote afin de gonfler artificiellement le coût de l'opération. En novembre 2007, Pernod Ricard était la 7^{ème} société du CAC 40 à s'équiper de cette protection. Elles ne sont pas forcément efficaces car il y a une menace de dilution pour les actionnaires qui seront tentés de vendre leur titre avant l'attribution des bons ; de plus les entreprises américaines qui les ont mis en place deviennent moins performantes, et leur dirigeants, qui n'ont plus rien à craindre, accroissent leurs rémunérations. Les USA, qui ont utilisé les premiers les « pilules empoisonnées » les utilisent moins aujourd'hui. Le Japon les a autorisées en 2005 et beaucoup de sociétés demandent à leurs actionnaires d'adopter de telles mesures.
- ✓ L'interdiction en 2005 des OPA hostiles dans les secteurs protégés : armement, interception des communications, production d'antidotes, casinos, sécurité privée, matériel pour l'interception de correspondance et la détection à distance des conversations, cryptologie, munitions et substances explosives, études et équipement au profit du ministère de la Défense.
- ✓ Une nouvelle réglementation contraignant toute entreprise sur le point de lancer une OPA à préciser ses intentions sous peine de ne pouvoir lancer l'opération pendant six mois

D'autres mesures existent comme le développement de l'actionariat salarié, l'attribution d'avantages particuliers aux actionnaires fidèles (droit de vote double accordés au bout de 2 ans), l'augmentation de capital pour repousser l'intrus.

Le phénomène n'est pas que français. La part des changements de réglementation nationale concernant les investissements étrangers allant dans le sens d'un plus grand protectionnisme est passée de 5% en 2002 à 20% en 2006.

VI) La globalisation

Lénine a écrit en 1916, L'Impérialisme, stade suprême du capitalisme dans lequel il définissait l'impérialisme par l'exportation de capitaux, notamment vers les pays arriérés, car « *les profits y sont élevés, les capitaux peu nombreux, le prix de la terre faible, les salaires bas, les matières premières bon marché* » et par la course à l'hégémonie des monopoles. L'investissement international, permettant de résoudre le problème de l'écoulement de l'excès des capitaux, caractériserait le stade final du capitalisme.

Il a caractérisé l'impérialisme « *comme un capitalisme de transition, ou plus exactement un capitalisme agonisant* ». L'agonie est longue ! Ironie de l'histoire : les anciens pays communistes essaient d'attirer le maximum d'IDE. Le marxiste Pierre Jalée avait déjà observé dans *Le pillage du tiers monde*, (1965) que se produit au contraire une diminution des IDE vers le tiers monde et un accroissement des IDE entre PDEM. Il en concluait que les échanges de marchandises intéressent davantage l'impérialisme que les investissements de capitaux.

Si la thèse léniniste s'est révélée fautive, il n'en reste pas moins que le mouvement de globalisation des économies est croissant depuis le début des années 1980, ce que nous allons analyser dans cette dernière partie.

A) La tendance à la globalisation des firmes :

Les définitions de la firme globale

Le terme de *globalisation* est un anglicisme : il vient du mot anglais *global*, qui signifie « mondial ». La globalisation serait alors le terme impropre pour définir la mondialisation. En français, les deux mots sont utilisés. Comme nous l'avons signalé dans l'introduction du chapitre 1, une première distinction simple consiste à dire que la mondialisation concerne le commerce international, la globalisation la production à l'étranger. La globalisation se situe donc davantage au niveau des entreprises.

L'OCDE préfère conserver l'expression globalisation qui a un contenu plus étroit et la définit comme « *l'élargissement et l'approfondissement des activités des entreprises visant à produire et à vendre des biens et des services sur un plus grand nombre de marchés* », c'est-à-dire en fait l'internationalisation du système productif.

Fabrice Hatem, dans son ouvrage *Les multinationales en l'an 2000*, Economica (1995), définit la globalisation comme la combinaison de trois éléments : la production et l'exportation depuis le pays d'origine ne représentent qu'une part minoritaire de la firme, les produits sont à vocation mondiale, le fonctionnement de plus en plus décentralisé de l'entreprise entraînant un éparpillement des centres de recherche et de décision.

Elie Cohen, dans *La tentation hexagonale*, Fayard (1996), définit les firmes globales comme des « firmes présentes dans l'ensemble de la Triade où elle dispose d'états majors régionaux, organisant la chaîne complète de leurs activités sur une base mondiale, gouvernées par une élite multinationale que cimenterait une culture d'entreprise forte ». Ce sont des firmes capables de penser leur développement à l'échelle mondiale et de déployer des stratégies globales de production, de commercialisation (marque mondiale), et de gestion. Il donne comme exemple Nestlé, ABB, Unilever.

Kenichi Ohmae, un consultant de Mac Kinsley au Japon, a érigé la firme globale en modèle d'organisation, dans *La triade. Emergence d'une stratégie mondiale de l'entreprise* (1985). Les éléments constitutifs de la globalisation des marchés se trouvent du côté de l'offre et de la demande. Du côté de l'offre, la firme pénètre les marchés de la Triade simultanément afin d'exploiter le plus rapidement et le plus largement ses avantages technologiques, d'éviter la montée trop rapide d'imitateurs et d'obtenir des économies d'échelle en produisant en grande quantité. Elle y est contrainte par l'accélération technologique et les coûts élevés de R&D. Du côté de la demande, émerge une demande de produits semblables de la part des consommateurs dans la Triade qui ont des niveaux de revenus, d'éducatifs, des styles de vie, des loisirs comparables.

Dans *The borderless world* (1990), K. Ohmae généralise à l'ensemble de l'économie et aux relations entre les nations le modèle de l'entreprise globale. Nous entrons dans l'ère de l'économie inter reliée (*Interlinked economy*) car les trois ensembles de la triade sont pris dans un écheveau de relations croisées et le nationalisme économique devient sans fondement. L'information circule sans entrave. La nation n'a plus d'initiative politique, c'est un espace géographique de déploiement de l'activité des firmes. La firme globale doit nouer des alliances pour avoir des économies d'échelle et toute la gamme des produits sur tous les marchés. La culture d'entreprise devient la véritable nationalité de la firme globale.

Pour résumer, la firme globale considère le marché mondial comme un seul et même marché et lance le produit simultanément en Amérique, Europe et Asie. Elle est présente dans la plupart des pays sous la forme d'un réseau de filiales de production, de commercialisation et de R&D ainsi que de sous-traitants et d'alliances. La spécialisation par filiale entraîne un accroissement rapide des flux internationaux de biens et de services intra-firme. Les relations hiérarchiques société mère/filiale disparaissent au profit de relations de coopération entre les différentes filiales principales. L'entreprise devient progressivement un vaste réseau en

forme de toile d'araignée intercontinentale, c'est à dire une galaxie d'entreprises autour d'elles qui lui sont plus ou moins liées sous diverses formes contractuelles : sous-traitance, franchise, ventes de licences, etc. L'exemple type est Fijitsu qui opère avec des centaines de partenaires extérieurs par l'intermédiaire de participations ou d'investissements croisés ou de simples contrats.

Cela rejoint le concept de firme sans usines comme Nike, Benetton, Virgin ou Dell. Le cœur de métier est réduit à la conception des modèles, à la commercialisation des produits finis et à la gestion de la marque, la partie production est externalisée grâce à la sous-traitance.

La décomposition internationale des processus productifs (DIPP) :

Les activités internationales des firmes se sont généralement accrues avec la possibilité de décomposer les produits. Plus le produit est complexe, plus il comprend de composants qui peuvent être fabriqués de façon autonome les uns des autres.

Un véhicule automobile comporte, par exemple, plus de 5 000 pièces. Ses composants sont progressivement réunis en sous-ensembles, puis totalement rassemblés lors de l'élaboration du produit final dans le cadre d'une opération d'assemblage. La production est alors décomposée internationalement, d'où le nom de DIPP. Le produit final est recomposé lors de l'assemblage, pour être ensuite vendu.

Ce phénomène donne lieu à un commerce international de pièces détachées et de produits semi-finis, et à des réexportations de produits finis après montage.

L'exemple de la Ford Escort illustre également un tel réseau d'échanges : le montage final s'effectue en GB et en Allemagne alors que les pièces viennent de 15 pays différents.

Un exemple de globalisation : l'automobile

Multiplication des accords interentreprises dans les années 1980. Ils sont utilisés pour partager les risques, offrir des dispositifs d'acclimatation aux environnements étrangers, permettre une plus grande flexibilité en offrant des moyens de diversifier la gamme à moindre coût, accélérer l'innovation et les apprentissages de nouveaux savoir faire et aussi pour limiter l'augmentation des coûts de recherche (les budgets de R&D représentent en moyenne 3 à 4% de la production).

Les années 1980 ont été marquées par l'adoption des méthodes japonaises par les constructeurs étrangers. Les japonais voulaient accélérer leur processus d'internationalisation sans courir trop de risques, alors que leurs partenaires avaient besoin de compléter leur gamme de voitures avec des petits modèles ou souhaitaient observer les méthodes japonaises.

Ford a pris une participation dans Mazda en 1979, Mazda a implanté une usine aux USA en 1987 en se fournissant chez Ford. Par ailleurs, l'usine japonaise de Mazda à Hofu a servi de modèle pour la construction de celle que Ford a construite à Hermosillo au Mexique au milieu des années 1980 et pour la rénovation de sites américains de Ford.

GM a créé en 1984 une joint venture avec Toyota, la NUMMI. Cela permettait à Toyota de pénétrer les USA tout en limitant les investissements et les risques. GM complétait sa gamme avec une petite voiture et observait les méthodes de production japonaises. Ce fut un succès.

Coopération entre Honda et Rover dès 1979 avec un accord de licence. Honda fonde sa première usine en Europe en 1989 et prend une participation de 20% dans Rover. Rover a ainsi pu acquérir du savoir faire et des ressources en matière d'ingénierie.

Quand ils se sont installés aux USA, les constructeurs japonais ont eu recours aux importations de composants. Ils ont ensuite progressivement attiré un certain nombre de leurs fournisseurs aux USA pour favoriser des relations étroites et le juste-à-temps. Au début des années 1990, environ 300 équipementiers japonais s'étaient implantés aux USA et en 1993 le taux de composants locaux pour le modèle Honda Accord fabriqué aux USA atteint plus de 80%. Le maintien des relations avec les fournisseurs japonais a suscité de vives polémiques sur le taux de contenu local des unités d'assemblage japonaises, accusées d'être des usines tournevis.

La conception et la planification d'un nouveau produit sont peu susceptibles d'être délocalisées à l'étranger car elles requièrent la coopération de divers services centraux. Cependant, la mondialisation pousse à délocaliser le design et le style pour s'adapter aux conditions locales. Ainsi, Honda (1975), Toyota (1973), Nissan (1979) et Mazda (1972) ont créé des centres de design et de R&D en Amérique du Nord et en Europe dès les années 1973-1980, bien avant d'y implanter des centres de production. Ensuite, les implantations productives provoquent l'ouverture de laboratoires de test, de certification.

La quête de la voiture mondiale

Cette idée apparaît dès les années 1970, notamment chez les constructeurs américains. Cela consistait à concevoir des voitures qui puissent être produites pour tous les marchés importants avec un minimum d'adaptation des produits aux spécificités locales. L'objectif est de réduire le nombre de types de véhicules différents tout en permettant des variantes sur des aspects non fondamentaux. La minimisation des

coûts devait provenir de la décomposition internationale des processus productifs (DIPP), c'est-à-dire la spécialisation des usines à l'échelle mondiale et la délocalisation vers les pays à bas salaires.

D'après F. Sachwald, *Les défis de la mondialisation : innovation et concurrence* (1994), seuls Ford et GM se sont lancés sur cette voie, et l'échec est clair.

En 1976, le lancement de la Ford Fiesta marque l'apparition d'une stratégie unique au niveau européen avec un modèle conçu (élaboration conjointe des centres de recherche anglais et allemands), produit et vendu de manière unifiée.

La Ford Escort – produite de 1968 à 2000, élue voiture européenne de l'année en 1980 – devait être une voiture mondiale. En fait, les versions américaines et européennes ont été conçues par des équipes différentes des deux côtés de l'Atlantique, d'où une duplication des coûts de conception, l'utilisation de composants différents, et une différenciation des deux modèles. En alliance avec Mazda à partir de 1983, Ford a renouvelé l'Escort, avec un modèle conçu pour les marchés américain, asiatique et pacifique.

L'idée de voiture mondiale est revenue avec la Ford Mondeo, lancée en 1993 et élue voiture européenne de l'année en 1994. Voiture de gamme moyenne pouvant convenir aux européens et aux américains, elle ne concerne pas le Japon.

Finalement on s'aperçoit qu'il n'existe pas de modèle unique pour les trois régions de la Triade.

Honda a conçu le modèle Accord comme une tentative de voiture mondiale. Succès aux USA, échec au Japon où il a fallu concevoir des variantes japonisées. Selon Takashi Matsuda, l'un des dirigeants de Honda, « *l'expérience de l'Accord a souligné la difficulté de commercialiser une voiture au niveau mondial* ».

La Ford Focus était une voiture conçue pour les marchés américain et européen. Jacques Nasser, PDG de Ford, déclarait en 2000 au *Nouvel économiste* : « *Les concepts de voiture mondiale et de voiture régionale m'ont toujours paru deux notions assez exagérées. Même si la Focus rencontre un formidable succès commercial, ce n'est pas une voiture mondiale à proprement parler. Je ne pense pas qu'il existe un seul véhicule qui puisse être vendu massivement partout dans le monde. En revanche, la Focus est une automobile globale dans le sens où elle peut être adaptée aux différentes spécificités de nombreux marchés régionaux* » (entretien du 27 octobre 2000). On s'oriente plus vers des voitures régionales que mondiales.

Degré de trans-nationalité des firmes

Depuis 1995, la CNUCED calcule un indice de transnationalité (indice XNAL) qui est une moyenne de 3 indicateurs : le % des actifs à l'étranger, le % des ventes à l'étranger et le % des emplois à l'étranger.

Dans le rapport 1998 de la CNUCED, les firmes les plus transnationales sont : ABB, Thomson, Nestlé, Unilever, Solvay, Electrolux, Philips, Bayer, Roche. Pour la France, il s'agit d'Air Liquide, Total, Lafarge, Rhône-Poulenc, Alcatel, LVMH, Michelin, Saint-Gobain, Danone, Elf.

Exemple d'ABB. Asean Brown Boveri est une FMN issue de la fusion du Suédois Asean et du suisse Brown Boveri. ABB fabrique des équipements et des systèmes électriques. Son PDG la définit comme une firme à la fois mondiale et locale. C'est en fait un groupe d'entreprises locales fortement coordonnées au sommet. Les entreprises locales sont mises en concurrence, mais la firme est régulée en dernière instance par le siège de Zurich où travaillent seulement 100 personnes sur les 240 000 employés du groupe. Points forts : spécialisation, économies d'échelle, partage des compétences, réponse adaptée à des demandes locales.

La thèse de Reich : les entreprises ont-elles encore une nationalité ?

Dans l'ancienne économie de production de masse, les produits, tout comme les firmes dont ils émanaient, avaient une nationalité précise. Or aujourd'hui divers éléments sont produits dans divers lieux et ensuite combinés. Le capital intellectuel et financier peut provenir de partout, et être incorporé instantanément.

Reich se pose la question de la nationalité des produits. Pour la voiture Pontiac, la campagne publicitaire est conçue au RU, filmée au Canada, montée à New York. La voiture est financée au Japon, dessinée en Italie, assemblée dans l'Indiana grâce à des composants inventés dans le New Jersey et fabriqués au Japon. De même, un satellite conçu en Californie, fabriqué en France et financé par des Australiens est envoyé dans l'espace par une fusée russe est-il américain ? L'idée que les produits ont un pays d'origine devient obsolète.

Ce qui est échangé, ce ne sont pas seulement les produits mais aussi des services de résolution de problèmes (R&D, marketing, publicité, études de marché, courtage...) D'où la difficulté d'appliquer des règles de contenu local.

Le capital est apatride : Bull Honeywell se dit américain pour obtenir des avantages fiscaux, mais Bull est possédé par des Français et des Japonais. Les constructeurs automobiles US pestaient contre la concurrence japonaise fin des années 1970 mais en même temps ils rachetaient des constructeurs nippons : Chrysler rentrait dans le capital de Mitsubishi, Ford dans Mazda, GM dans Isuzu. Les champions nationaux

deviennent des réseaux mondiaux n'ayant pas de lien particulier avec une nation particulière. Le plus grand employeur de Singapour est GM. Le terme de firme domestique est plus adapté que celui de firme nationale.

Reich considère que la nationalité décline au profit du territorial. L'intérêt d'une économie nationale n'a plus aucun rapport avec celui des firmes qui en sont originaires. Le vieil adage « *Ce qui est bon pour General Motors est bon pour les USA* » correspond à une vision périmée. Les firmes ne prennent en compte que les conditions de coût pour localiser leur production dans le monde ; le système productif national se dissout au sein du système productif mondial.

La logique des champions nationaux n'a un sens que si l'on est capable de vendre à l'étranger tout en gardant l'emploi chez soi. Or si on prend les 25 plus grandes FMN, le pays d'origine correspond à 39% des ventes et 47% de la main d'œuvre employée en 1995, à 42% des ventes et 51% de la main d'œuvre employée en 2003 (calculs personnels), soit pour les deux années un écart assez faible.

Pour illustrer la thèse de Reich, on pourrait rajouter dans le cas français le fait que près de 50% du CAC 40 appartient à des investisseurs étrangers et que les firmes françaises sont soucieuses d'universalité ; pour être cotée à Paris, Londres et New York, GEC Alstom est devenue **Alstom** sans 'h', c'est plus facile à prononcer pour un anglo-saxon. La compagnie générale des eaux est devenue **Vivendi**.

Reich propose d'abandonner la politique de promotion des champions nationaux qui est vouée à enrichir de plus en plus des parties extérieures (clients, salariés ou actionnaires étrangers) pour une politique d'attractivité. L'Etat devrait se contenter de rendre le territoire national attractif, en développant les infrastructures et la qualification de la main d'œuvre.

B) Une globalisation à nuancer :

La nationalité des firmes reste importante

- le territoire d'origine demeure pour la plupart des FMN le principal lieu de production et le principal marché ; liens privilégiés avec les fournisseurs, les clients, les pouvoirs publics
- les centres de décision, de management et de recherche restent la plupart du temps dans les pays d'origine ; la part des budgets de R&D réalisée par les FMN à l'extérieur de leur territoire d'origine est passée de 15% à 22% entre 1995 et 2001.
- la R&D est la partie qui est la moins internationalisée, elle est située à 90% dans le pays de la société-mère (statistiques des années 1990) ; liens avec le système de formation, l'accès à la recherche publique
- le critère de la nationalité continue à jouer un rôle important en cas de crise et pour les décisions stratégiques.
- les firmes vraiment globales comme Nestlé ou ABB sont issues de petits pays (Suisse, Suède), l'extraversion s'explique par l'étroitesse du marché national
- l'exemple de Nestlé montre que l'ancrage local perdure : la recherche fondamentale et la maîtrise du développement des technologies de base restent concentrées en Suisse à Vevey, les filiales doivent adopter les méthodes du groupe. L'idéologie maison – nourrir la planète et assurer une alimentation – les dialectes maison, les procédures maison, le caractère multinational du management central ont contribué à la cohésion du groupe et à son ancrage local, explique Elie Cohen.

Les limites de la globalisation

- les 300 plus grosses FMN possèdent 20% seulement des actifs mondiaux, chiffre qui a peu varié en 20 ans ; les 2/3 de ces actifs sont situés dans leur pays d'origine et 1/3 hors de leur pays d'origine
- échec d'Eurodisney en France : échec commercial initial car le marketing n'avait pas été fait pays par pays mais au niveau européen ; tension entre globalisme et réalité locale : les notions de goût moyen ou de produit universel sont inopérantes
- échec de la fusion Renault/Volvo en 1993 : l'Etat français devait détenir une golden share pour lutter contre les OPA hostiles, E. Cohen montre que cela provoque l'ire des actionnaires suédois qui y voient une nationalisation française
- les firmes globales sont surtout le témoin de l'imperfection des marchés et de la volonté de contourner le protectionnisme
- la notion de produit mondial est sujette à caution : Danone, allié avec une firme US, n'a pas réussi à imposer le yaourt glacé sur le marché européen en 1994. On peut aussi évoquer l'échec de la voiture mondiale (cf. encadré)

La diversité des stratégies d'entreprises

Suzanne Berger, professeur au MIT, dans *Made in Monde*, a mené une enquête de terrain auprès de 500 entreprises contestant l'idée reçue selon laquelle la mondialisation imposerait un modèle unique d'entreprise. Les entreprises développent des stratégies diversifiées.

Le monde « Lego » : Dell : externalise presque tout sauf 4'30 d'assemblage final ; Cisco s'approvisionne exclusivement auprès de fournisseurs contractuels comme Jabil ou Flextronics.

Sony produit tout lui-même alors que Samsung sous-traite pour avoir des prix plus bas.

Zara fabrique une grande partie de ses vêtements en Espagne (c'est plus cher que s'ils venaient de Chine mais l'entreprise multiplie les nouveaux modèles en créant la mode) alors que Gap externalise ses approvisionnements dans les pays émergents.

Pourquoi ces différences ? Héritages d'entreprise ou contexte national.

Absence de lien direct évident entre le coût salarial et le coût de fabrication. La majorité de la sous-traitance se réalise en Occident (49% en Europe, 42% aux USA), 10% pour le reste du monde. Selon S. Berger, l'importance du coût du travail dans le choix de délocalisation est généralement surestimée. La qualité de l'infrastructure, l'abondance en ressources et en capital, une main d'œuvre qualifiée, le niveau de corruption, etc., jouent un rôle plus important. C'est parce que certaines régions en Chine maîtrisent ces facteurs, qu'elles attirent les investissements étrangers.

Par exemple, les Japonais délocalisent en Chine les produits à cycle long (micro-ondes, PlayStation de Sony) et gardent au Japon les produits à cycle de vie court (portables sophistiqués).

De plus, quand des produits électroniques sont fabriqués en Chine, on estime que 85% des composants proviennent des USA ou du Japon. Ex de l'iPod d'Apple : l'assemblage se fait en Chine mais tous les composants électroniques sont importés.

Comment les FMN doivent-elles s'adapter à la mondialisation ?

Porter (1986) a opposé les FMN traditionnelles, organisées sur une base multidomestique en filiales locales indépendantes, à une organisation mondialement intégrée.

Stratégie mondiale = produit standardisé pour exploiter les économies d'échelle

Stratégie multi territoriale = différenciation des produits afin de satisfaire les besoins locaux

En fait, cette opposition est simplificatrice. La FMN doit en permanence évaluer les termes de l'arbitrage entre standardisation et différenciation. L'objectif d'une firme mondiale est de concilier les gains de la stratégie d'exportation de biens standardisés et la stratégie multidomestique pour adapter son offre aux spécificités locales. Par ailleurs, la firme doit assurer sa cohésion, notamment en faisant circuler les informations, l'innovation, les pratiques les plus efficaces, assumer ses responsabilités en matière de financement et de R&D.

Perlmutter distinguait déjà en 1965 les firmes ethnocentriques qui gardent la base nationale de la maison mère, polycentriques qui admettent la souveraineté de chaque filiale, et géocentriques qui sont mondialement intégrées.

Ohmae souligne que la décomposition du centre unique de l'entreprise en plusieurs centres régionaux devient un des éléments de la compétitivité. La firme doit gérer sa production locale dans chaque lieu de ses implantations, développer un réseau de sous-traitance et coordonner l'ensemble avec les autres sites de production et de commercialisation. On rentre dans la « **glocalisation** », la firme s'adapte à la fois au global et au local. Avec la constitution de blocs commerciaux régionaux, l'aspect local s'entend de plus en plus sur un plan régional et permet de produire sur un grand marché libre d'entraves douanières. Exemple de Sony en Europe dont l'objectif a été de créer une infrastructure largement autosuffisante et relativement autonome et qui a mis en place une division des tâches entre les différents sites de production situés en Europe et une organisation managériale de plus en plus intégrée sur une base continentale.

La FMN peut agir selon plusieurs logiques : répartir la production sur son réseau mondial, élaborer des produits pour le marché local, réaliser un bien final mondial. Par exemple, Nestlé sert de nombreux marchés locaux en dupliquant dans chaque pays des produits déjà élaborés dans leur pays d'origine. Intel fragmente sa production de semi-conducteurs en possédant des centres de recherche aux Etats-Unis, des unités de fabrication en Irlande et en Israël, des unités d'assemblage au Costa Rica et aux Philippines.

Conclusion : Commerce international ou commerce mondial ?

Quand on parle des « échanges internationaux », le niveau d'analyse retenu est la nation. La définition de la *nation* renvoie soit à la nation-firme pour les mercantilistes (la nation est vue comme un centre de décision unique et le prince doit être un bon commerçant), soit à la nation-bloc de facteurs pour les classiques et néoclassiques (la nation est le lieu de l'immobilité des facteurs) ou encore la nation-système économique et social (la nation possède une unité politique, économique, sociale et culturelle).

Or cette conception est critiquable. La mobilité des facteurs à l'échelle internationale rend imprécise la notion même de nation. Les véritables acteurs du commerce international sont les firmes, ce sont elles qui prennent les décisions d'exporter, d'importer. Ainsi le concept de **commerce mondial** serait plus adéquat.

Le commerce n'est international que parce que le douanier l'arrête. Laissons la parole à Turgot pour conclure : « *Quiconque n'oublie pas qu'il y a des Etats politiques séparés les uns des autres et constitués diversement ne traitera jamais bien aucune question d'économie politique* ».

On peut tirer une leçon importante de cette étude : contrairement au schéma de Ricardo expliquant le commerce mondial comme un échange entre deux pays, ce ne sont pas les pays, les Etats, qui produisent, qui se développent et qui échangent. Ce sont les entreprises, et derrière les entreprises, les hommes.