

## I. Les évolutions du commerce international jusqu'au années 1970.

### A. Panorama de l'évolution du CI

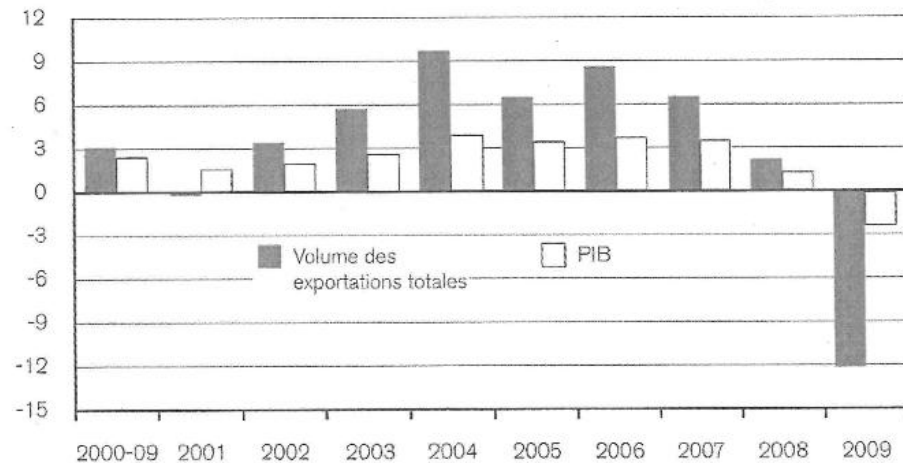
[Activité 1] Compléter le tableau à partir du texte

Période	Avant la Rev industrielle	XIX	Entre 2 guerres	30 Glorieuses	Depuis 1990
Evolution quantitative des changes.	Très peu	Essor. CI= 2 milliards (1820) 38 mds \$ (1913) *20 du CI	Repli	Explosion TCAM CI= 9% de 1963 à 1973 Xce Xt° >Xce P°	Aujourd'hui, les pays développés assurent toujours la grande majorité des échanges (N⇒N) mais les NPI et les pays émergent voient leur part dans le CI progresser.
Explications	Difficultés de transports	Stabilité politique, croissance éco (révolution indust) dvp moyens de transport et de communication	Ralentissement de la croissance (crise 29) et protectionnisme dorée	Forte croissance (5% /ans) Dvp techniques	Fin guerre froide Chine OMC Développement des FMN et du DIPP Internet (échanges en direct) et globalisation financière * Accords régionaux
Les acteurs du CI		Europe (+un peu USA)	Europe majoritaire Même si ↓ part ds CI (de 62 % à 55% entre 1913 et 1938. USA = 1 <sup>er</sup> Xteur mond (13%), UK = 2 <sup>nd</sup> (10%). Fr = 5 <sup>ème</sup> (5%)	USA, Europe USA 1 <sup>er</sup> Xteur (20% Xt° mond) Rôle du GATT (OMC)	
Type de B/S échangés	Epices, esclaves	Matières premières (agricoles et minières)	Peu d'évol= mat 1 <sup>ère</sup> . Même si ↓ des produits agricoles, ↑ pétrole (PED)	↓ part prod primaires ↑ part prod manu (b. de prod, d'équipement, indus chimique) + Services	Financier Service Biens manufacturé

## B. La corrélation positive entre les exportations et la croissance.

[Activité 2] : Type EC2 : Après avoir présenté le document vos montrerez les relations qu'il met en évidence.

Volume des exportations mondiales de marchandises et produit intérieur brut mondial, 2000-2009 (Variation annuelle en %)



Source : *Statistiques du commerce international 2010*, Organisation mondiale du commerce.

Aide : Faire une lecture pour chaque donnée de 2009.

Entre la croissance et le volume des exportations existe une corrélation positive (remarque : une corrélation est différent d'une causalité). En effet, toutes choses égales par ailleurs, une hausse des exportation fera augmenter le PIB (car  $PIB = C + I + G + (X - M) + \Delta s$ ). Et à l'inverse, une baisse des exportations (à la suite d'une  $\downarrow$  de la D étrangère) pourra entrainer une baisse de la croissance, voire du PIB (choc de D ext -). De la même façon une baisse de la croissance (ralentissement de l'activité économique) entrainera (toutes choses égales par ailleurs) à un ralentissement des exportations.

## II. Les premières explications du Commerce International et de la spécialisation.

**[Activité 3]** Les explications traditionnelles du commerce international.

Dès les débuts de la science économique, les auteurs « classiques » (A. Smith et D. Ricardo notamment) voient le libre échange comme un jeu à somme positive et encouragent l'essor du libre échange. Nous allons voir leurs différents arguments.

A. Smith : l'avantage absolu.	D. Ricardo : l'avantage comparatif (ou relatif)	HOS : l'avantage de dotation factorielle
<p><b>La théorie de l'avantage comparatif.</b> Chaque Etat a intérêt à se ..... dans la production et l'exportation de produits dans lequel il dispose d' ..... càd dans la production de produits où il est le <b>plus/moins</b> efficace, là où ses couts de production sont <b>supérieurs/inférieurs</b> à ceux des autres pays. En d'autres termes, si un pays est plus efficace que tous les autres dans la production d'un bien particulier, il doit s'y spécialiser pour pouvoir bénéficier des avantages de l'échange.</p>	<p><b>Les Hypothèses du modèle de Ricardo :</b> - Les couts de transport sont nuls. - Il y a parfaite mobilité internationale des biens produits - Les facteurs sont parfaitement mobiles sur le plan national et immobile sur le plan international - Les couts relatifs de production des différents pays sont différents</p> <p><b>La théorie de l'avantage comparatif.</b> Ricardo considère, lui aussi, le L.E. comme un jeu à somme <b>positive/nulle/négative</b> et justifie le libéralisme par la théorie des ..... (ou relatifs), ce ne sont pas les coûts absolus qui déterminent l'échange mais les coûts relatifs (mesurées en temps de travail). Un pays peut très bien n'avoir aucun avantage absolu et voir intérêt au commerce international. L'avantage comparatif est pour un pays, le fait d'avoir une productivité relative dans la production d'un bien (par rapport aux autres biens) supérieur à celle des autres pays. Raisonnement : Que doivent faire les pays qui n'ont que des désavantages absolus ? Certainement pas s'exclure du CI et ne pas bénéficier des avantages de la spécialisation. Les pays doivent se spécialiser dans la production de produits la où ils ont le plus grand avantage comparatif ou le moins grand désavantage comparatif (ex. vin et drap entre le RU et le Portugal).</p>	<p><b>La théorie de l'avantage de dotation factorielle.</b> Cette théorie libérale justifie encore différemment la spécialisation. Pour les trois auteurs <b>Heckscher-Ohlin-Samuelson</b> chaque pays a intérêt à se spécialiser dans la production pour laquelle il possède une meilleure ..... (capital, travail, ressources...). Ainsi, un pays qui possède abondamment du facteur travail va se spécialiser dans la production de biens nécessitant beaucoup de facteur ..... (et inversement). Explication : La Chine par exemple a un avantage de dotation factorielle dans le facteur travail car ce facteur est plus abondant que l'autre, autrement dit il y a, dans le pays, beaucoup plus de facteur travail que de facteurs capital. Ainsi, puisqu'il y a beaucoup de facteur travail il va être <b>très/peu</b> cher et à l'inverse le facteur capital va être très cher à utiliser (cf. loi de l'offre et de la demande). Du coup, le pays va se spécialiser dans la production qui nécessite d'utiliser beaucoup de facteurs travail et peu de facteurs capital (ex : production de textile, de ballon de foot, assemblage d'I phone). A l'inverse, dans un pays qui détient beaucoup de facteur capital, ce dernier sera peu cher, il faudra donc se spécialiser dans la production de biens nécessitant beaucoup de facteur capital et peu de facteur travail (ex. ....).</p>
<p><b>Les gains à l'échange.</b> Chez Smith et Ricardo on dit qu'il y a des gains à l'échange (et donc au commerce international) car les pays abandonnent les productions dans lesquelles ils ne sont pas suffisamment efficaces de façon à pouvoir utiliser l'intégralité de leur facteurs de production (K,L) dans la production dans laquelle ils sont le <b>plus/moins</b> efficaces. Chaque facteur est utilisé au mieux : on gagne en ..... Ainsi, avec un même niveau global de facteurs on peut produire <b>plus/moins</b>. Ainsi, au niveau global, avec le même nombre de facteurs de production, comme la productivité globale est plus élevée, dans un pays comme dans l'autre, la production totale est plus élevée que si les pays n'échangeaient pas. C'est pour cela que l'on parle de jeu à somme positive. Le bien-être global (mondial) sera plus élevé dans la situation où les pays se spécialisent que dans celle où ils restent en autarcie car la spécialisation permet d'augmenter la productivité. Cela s'explique car chaque pays cesse de produire le bien dans lequel ils sont le moins efficace pour augmenter la production de bien dans lequel ils sont le plus efficace.</p>		<p><b>Le paradoxe de Léontief</b> Il constate que les exportations américaines contiennent un rapport capital/travail moins important que celui des importations. Alors que selon cette théorie on s'attendrait à l'inverse. <b>La résolution du paradoxe.</b> Ce paradoxe est résolu à partir du moment où l'on tient compte de l'h..... du capital. En effet, les USA qui ont le facteur travail le plus qualifié et efficace (c'est leur avantage de dotation) exportent beaucoup de biens intensifs en travail qualifié et importent des biens intensifs en travail peu qualifié.</p>

### III. Les évolutions du commerce international et les NTCI.

#### A. Les modifications récentes du CI remettent en partie en cause les anciennes théories du CI.

Le CI connaît 3 grandes modifications :

**[Activité 4]** A partir des textes suivants, compléter le tableau à partir des textes suivants :

	commerce intra-zone	commerce intra-branche	commerce intra-firme
Description/ Définition :			Il s'agit d'échanges entre deux agents économiques situés sur des territoires différents mais appartenant au même groupe. Un groupe est composé plusieurs entreprises. Dans un groupe, une entreprise appelée société mère contrôle d'autres entreprises appelés filiales dès lors qu'elle possède +50% du capital de cette dernière
Statistique(s) significative(s) :	Aujourd'hui 50% du CI en Europe est du CIIZ.		
Explications : Comment expliquer que ce type de commerce se développe ?			<p>Une partie toujours croissante des échanges internationaux se fait à l'intérieur de la même firme. Par le passé un bien était produit dans un pays puis envoyé vers un autre pour être consommé (exportations, importation de produits finis). Aujourd'hui, un bien peut-être conçu dans un pays puis progressivement fabriquer dans quatre pays différents avant d'être consommé dans un sixième. Ex. Poupée Barbie (Cohen) ou I-phone.</p> <p>On parle alors de DIPP (Division Internationale du Processus Productif) car c'est de plus en plus des produits semi-finis qui sont échangés. Le processus de production n'est plus assuré au sein d'un même pays est éclaté (partagé) entre différentes régions du monde.</p> <p>Voilà pourquoi certains décrivent le déclin de l'internationalisation des échanges et montre l'essor de l'internationalisation de la production. L'acteur central du CI n'est pas l'Etat mais bien la firme.</p>

En quoi le développement de ces échanges remet en question les théories traditionnelles ?			Ce ne sont plus des biens finis, mais des biens intermédiaires qui s'échangent, les facteurs de productions ne sont plus immobiles internationalement, il existe des couts de transactions, il n'y a pas que les couts de production qui entre en jeu dans les choix de spécialisation car les Etats peuvent par des politiques stratégiques, modifier les spécialisations
---	--	--	--

### B. Les Nouvelles Théories du Commerce International.

Alors que les théories traditionnelles sont basées sur les hypothèses de CPP, Krugman pense que le commerce international s'intègre dans un modèle de concurrence imparfaite. Une partie du CI s'explique par la ..... (goût du consommateur pour la variété des produits d'une même branche) ou par l'existence de rendements croissants (.....) qui sont des avantages dynamique de la spécialisation. Ainsi, les consommateurs sont gagnants au CI car en plus d'avoir des prix moins élevé, ils ont aussi plus de choix. De plus, les producteurs ont eux aussi un grand intérêt au libre échange car le grand marché peut leur permettre de faire des économies d'échelle c'est-à-dire que comme ils produisent plus ils amortissent au mieux leurs cout fixes et leur investissement de départ.

**[Activité 5]** Compléter le tableau (de synthèse) suivant.

	Les arguments (anciens et nouveaux) sur les avantages du L.E.			
	Bilan des théories traditionnelles du commerce international			Bilan des NTCI
	A. Smith	D. Ricardo	HOS	Krugman et
Les raisons de la spécialisation				
Existe-t-il des gains à l'échange ? Faut-il se spécialiser et faire du CI ?				

## IV. Les politiques commerciales : L.E. vs Protectionnisme ?

Jusqu'à présent nous avons vu les avantages du LE, nous allons montrer maintenant qu'en réalité le LE n'est ni toujours bénéfique, ni bénéfique pour tout le monde.

### A. Comment mettre en œuvre une politique protectionniste ?

Pour mettre en œuvre un politique protectionniste un pays a le choix entre plusieurs outils. Généralement on distingue les instruments :

❶ Les instruments (droits de douanes, taxes).	❷ Les instruments :														
<p>La politique protectionniste traditionnelle passe par l'instauration de droits de douane. C'est-à-dire qu'une taxe est prélevée lorsqu'un produit entre sur le territoire national. Ce qui alourdit le coût pour les entreprises étrangères.</p> <p><b>[Activité 6]</b> Commenter l'évolution des droits de douane moyens.</p> <p style="text-align: center;"><b>Droits de douane moyens des pays développés (en % du prix d'importation)</b></p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th></th> <th>1947</th> <th>1964</th> <th>1979</th> <th>1993</th> <th>2001</th> <th>2011</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><b>Droits de douane moyens</b></td> <td>40,0</td> <td>15,2</td> <td>9,9</td> <td>6,5</td> <td>4,0</td> <td>2,1</td> </tr> </tbody> </table> <p>Que signifient la donnée 40, la donnée 2,1 ? Que pouvez-vous dire de l'évolution du droit de douane ?</p> <p>Les politiques protectionniste utilisent de moins en moins ce levier (des droits de douane) car il trop visible, contrôlé par l'OMC (Organisation Mondiale du Commerce) et peut faire l'objet de représailles. Aujourd'hui les pays utilisent des politiques protectionnistes plus subtiles et discrètes mais toutes aussi efficaces pour protéger leurs producteurs nationaux.</p>		1947	1964	1979	1993	2001	2011	<b>Droits de douane moyens</b>	40,0	15,2	9,9	6,5	4,0	2,1	<p>❷❶ La politique protectionniste peut passer par la mise en place de ..... ou de .....</p> <p>❷❷ La politique protectionniste peut passer par des .....</p> <p>❷❸ La politique protectionniste peut passer par .....</p>
	1947	1964	1979	1993	2001	2011									
<b>Droits de douane moyens</b>	40,0	15,2	9,9	6,5	4,0	2,1									

Fiche méthode n° ... : Le taux de change.

### B. Des arguments viennent nuancer les bienfaits du libéralisme.

**[Activité 7]** Libre échange ou protectionnisme.

❶ Le libre échange n'est pas toujours une bonne chose : il engendre des méfaits et des effets pervers :

❶❶ Certains accusent le libre échange d'être responsable de la montée du c..... et de la d..... Cela car les entreprises peuvent délocaliser leur production dans les pays à bas coûts (Chine...) puis envoyer leur marchandises dans le monde entier. Si leur arguments n'est pas infondé, il est néanmoins très largement nuancé (effet du PT, variation de la demande sont tout autant responsable de ces phénomènes).

❶❷ La théorie de la croissance appauvrissante (et l'analyse marxiste, inégal, centre périphérie, Prébisch)

❶❸ La création d'un moins disant (d.....) social et f..... (qui consiste en .....

❷ Parfois et pour certains le protectionnisme peut être une meilleure option que le libre échange.

❷❶ Protection des industries n..... de F. List (ou encore protection des industries v.....)

❷❷ Les politiques commerciales stratégiques (comme par ex, subventionner Airbus pour qu'il puisse devenir un concurrent crédible de Boeing)

**C. Bilan : les avantages et inconvénients du libre échange et du protectionnisme.**

	Libre Echange		Protectionnisme	
	Avantages	Inconvénients	Avantages	Inconvénients
<b>Producteurs</b>				
<b>Travailleurs</b>				
<b>Consommateurs</b>				
<b>Etats (recettes publiques)</b>				
<b>(balance commerciale ...)</b>	Cela dépend du pays :			
<b>Croissance</b>				

## V. Les stratégies d'internationalisation des entreprises.

### A. Le développement des FMN a conduit à la DIPP.

#### 1. Les FMN : de quoi parle-t-on ?

Les F..... M..... N..... encore appelée S.T.N. (société transnationale) sont des entreprises qui possèdent au moins une filiale à l'étranger. On retient généralement deux critères pour identifier une FMN :

- son activité se développe dans au moins un autre pays que celui de son origine.
- Elle adopte une stratégie globale notamment dans la maximisation de profit.

Une firme devient multinationale grâce aux IDE (I..... D..... à l'E.....). Les IDE sont des investissements dont le but est de contrôler une entreprise hors du territoire national. Attention, il faut distinguer les IDE des investissements de portefeuille qui, eux, sont des placements financiers dans des entreprises étrangères mais sans volonté d'en prendre le contrôle.

Les FMN sont la plus part du temps américaines (dans 40% des cas), puis britanniques (9,5%), puis Japonaises (8% des cas). La France est juste derrière avec un peu plus de 6% du total des FMN.

Parmi les plus grande FMN on peut citer : Général Electric, Microsoft, Toyota Motors. En France les groupes les plus importants étaient en 2007 : Axa, Total, Sanofi, société générale.

#### 2. Le développement des FMN a bouleversé le CI.

L'ONU estime que 1/3 du CI est du commerce intra-firme (entre les entreprises et leurs f.....) et que 2/3 des échanges internationaux sont le fait des F..... M..... N.....

Une partie toujours croissante des échanges internationaux se fait à l'intérieur de la même firme. Par le passé, on avait à faire à la DIP (Division Internationale de la Production) un bien était produit dans un pays puis envoyé vers un autre pour être consommé (exportations, importation de produits finis). Aujourd'hui, un bien peut-être conçu dans un pays puis progressivement fabriqué dans quatre pays différents avant d'être consommé dans un sixième comme par exemple la Poupée Barbie ou l'iPhone. L'acteur central du commerce international n'est pas (plus) l'Etat mais bien .....

On parle alors de DIPP (D..... I..... du P..... P.....) car c'est de plus en plus des produits semi-finis qui sont échangés. Le processus de production n'est plus assuré au sein d'un même pays mais est éclaté (partagé) entre différentes régions du monde. On remarque que la traditionnelle DIP est progressivement remplacée par la DIPP. Voilà pourquoi certains décrivent le déclin de l'internationalisation des échanges et montre l'essor de l'internationalisation de la production.

## **B. Comment l'internationalisation des entreprises permet l'augmentation de la compétitivité ?**

### **Sujet dissertation : Comment les entreprises font-elles leur choix de localisation ? Quels sont les principaux déterminants de la division internationale du travail ?**

Consignes : 1. Dans ce sujet de dissertation vous repérerez la structure externe (plan, transi, chp introductif) et la structure interne (AEI) à l'aide de différentes couleurs . 2. Compléter le tableau synthétique à la fin de la dissertation.

Quels sont les déterminants des stratégies d'internationalisation de la production des firmes multinationales ?

Depuis le XVIème siècle, en passant par le XIXème, on ne peut que constater une transformation radicale du commerce international. Loin des caravelles de Christophe Colomb et du trafic d'épices, à distance de l'internationalisation des échanges nous serions rentrés, depuis les années 70, dans l'ère de l'internationalisation de la production. Cela se traduit par une très nette augmentation du commerce international intra-firmes, c'est-à-dire des échanges de produits finis ou semi-finis entre sociétés localisées dans des pays différents mais appartenant à un même groupe. On parle de FMN ou STN (société transnationale) lorsqu'une entreprise appelée société mère possède au moins une filiale à l'étranger. Pour identifier une FMN on retient généralement deux critères, tout d'abord il faut que son activité se développe dans au moins un autre pays que celui de son origine mais il faut aussi qu'elle adopte une stratégie globale notamment dans la maximisation de profit. Il est devenu impossible de négliger ce nouveau type de commerce qui aujourd'hui représente plus d'un tiers du commerce international. Les FMN qui étaient autrefois exceptionnelles sont aujourd'hui au centre de la production mondiale. Pourquoi les FMN se développent-elles autant ? Quelles logiques adoptent-elles ? Pourquoi se localiser dans un pays plutôt que dans un autre ? Nous allons voir que le développement des FMN dépend de deux stratégies différentes. La première stratégie est de chercher à améliorer la compétitivité prix notamment en comparant les coûts de production (I), alors que la seconde stratégie visera, quant à elle, à améliorer la compétitivité hors-prix (II).

Pour faire face à la concurrence le premier levier d'action d'une entreprise est d'arriver à proposer un prix plus bas que ses concurrents. La FMN doit pour ce faire chercher, avant tout, à diminuer ses coûts de production. La recherche de la compétitivité prix est à la base des stratégies d'internationalisation de la production. Pour améliorer ce type de compétitivité les entreprises vont se localiser de façon à, tout d'abord, diminuer leurs coûts de production (A), mais aussi diminuer leur pression fiscale (B) et enfin éviter les barrières tarifaires et une politique de change désavantageuse (C).

Les FMN gagnent en compétitivité prix dès lors qu'elles savent parfaitement affecter des segments de production entre différents territoires, selon le principe de la division internationale du processus productif (DIPP). Les firmes productrices peuvent arbitrer aussi selon les coûts de production locaux, les coûts de transport de manière à avoir un coût final unitaire le plus bas possible. Cette quête du coût de fabrication le plus bas est un souci permanent pour les FMN, qui sont soumises à la concurrence internationale. Les entreprises vont pouvoir comparer notamment les coûts de la main-d'œuvre entre les différents pays. Ainsi, Renault a délocalisé une partie de sa production au Maroc pour diminuer ses coûts de main-d'œuvre. On assiste aussi de plus en plus à l'externalisation de services comme l'ont fait les opérateurs téléphoniques avec les services après-vente d'assistance téléphonique. Les FMN, lorsqu'elles sont globales, peuvent faire le choix de fabriquer une partie de leur production dans différents pays comme Apple qui fait fabriquer ses systèmes de mémoire en Corée de Sud, ses systèmes wifi à Taiwan, ses écrans au Japon, et qui assemblent tous ces éléments en Chine.

La DIPP est ainsi avant tout basée sur une recherche internationale du prix le plus bas. Mais l'entreprise peut aussi arriver à baisser sa pression fiscale grâce à des stratégies de localisation.

Grâce à la mobilité internationale des capitaux, les FMN élaborent des stratégies d'implantation qui vont leur permettre d'être moins soumises aux taxes. Elles peuvent tout d'abord, par un système ingénieux de comptabilité, réduire leur assiette fiscale dans les pays les plus taxés et l'augmenter dans les pays où la pression fiscale est la plus basse. On parle alors d'optimisation fiscale. Deuxième possibilité, même sans bouger, juste par la menace de le faire, les FMN influencent les taux de fiscalité des pays concernés. On rentre alors dans une concurrence entre les pays pouvant mener au « moins-disant » fiscal (ou dumping fiscal). Par exemple, le géant de l'Internet américain, Google, transfère ses revenus - essentiellement des royalties versées pour utilisation de la marque - amassés dans ses filiales européennes, au siège irlandais afin de réduire le bénéfice imposable en France, en Allemagne ou en Italie. L'astuce est de passer par une société «hybride», en l'occurrence le holding irlandais, qui permet une double nationalité fiscale. Résultat, Google paie à peine plus de 3 % d'impôt sur les bénéfices.

Après avoir optimisé leurs coûts de production et leur fiscalité les FMN peuvent encore améliorer leur compétitivité prix en se localisant de façon à éviter les barrières douanières et/ou une politique de change désavantageuse.

En ouvrant une unité de production dans un pays étranger, l'entreprise n'est alors plus soumise aux droits de douanes qui pèsent sur les exportations. Ainsi, il peut revenir moins cher de produire localement que de produire dans son pays

d'origine puis d'exporter. Cela est encore vrai, y compris malgré la baisse des coûts de transport et des tarifs douaniers liés à l'action de l'Organisation mondiale du Commerce (OMC) notamment. En France, par exemple, si 45% ou plus de la valeur ajoutée d'un bien (ou service) est créé sur le territoire, il peut obtenir le label « made in France » et échapper aux taxes pesant sur les biens importés.

De plus, pour améliorer la compétitivité prix, il est également possible d'ouvrir une unité de production dans une zone où les taux de change sont plus bas. C'est le dilemme auquel fait face notamment Airbus. Doit-il continuer à produire en Europe ou doit-il produire en zone dollar ? Comme l'euro s'est très largement apprécié par rapport au dollar, la compétitivité prix d'Airbus n'a cessé de diminuer vis-à-vis de son concurrent direct : Boeing. En ouvrant une unité de production en zone dollar, Airbus ne ferait plus les frais d'une politique de change européenne qui défavorise les exportations.

Ainsi les firmes multinationales ont, en premier lieu, une stratégie d'internationalisation de la production qui correspond à une recherche de compétitivité-prix. Mais si les firmes deviennent multinationales, c'est aussi parfois selon une logique qui n'a rien à voir avec les coûts, on parle alors de recherche de compétitivité hors-prix lorsque les entreprises cherchent à faire face à la concurrence grâce à d'autres éléments que le prix comme par exemple l'image de marque, la qualité, etc.

Une entreprise peut ouvrir une unité de production dans un pays malgré un coût de main-d'œuvre, ou un coût d'emplacement élevé lorsque ces derniers sont compensés par une amélioration de la qualité ou de l'image du produit. Grâce à l'internationalisation de la production, les FMN peuvent accroître et s'adapter à la demande (A), contrôler la qualité des produits des leurs sous-traitants (B), ou encore chercher à bénéficier d'un environnement propice que ce soit en termes d'infrastructures ou de qualification de la main-d'œuvre (C).

La décision de se localiser dans un nouveau pays peut être une stratégie pour se rapprocher de la demande. Ce rapprochement permet non seulement de trouver de nouveaux débouchés (d'un point de vue quantitatif) mais aussi de répondre au mieux à cette demande (d'un point de vue qualitatif). Lorsqu'une FMN décide d'ouvrir une unité de production dans un nouveau pays, cette dernière peut toucher un nouveau public. La réouverture des Burger King en France participe de cette logique. De plus, une stratégie de localisation peut être grandement influencée par le marketing comme ce fut le cas d'Atol (optique) lorsqu'il a décidé de relocaliser sa production en France malgré des coûts plus élevés pensant que le « made in France » serait un argument de vente.

Mais, en plus, l'ouverture d'une unité de production proche de la demande permet de mieux s'y adapter que lorsque l'on exporte des biens ou des services d'un pays (parfois très éloigné) à l'autre. Par exemple, le succès de McDonald's n'était pas une évidence dans le pays de la gastronomie. En effet, pour s'imposer, la filiale McDonald's France a ainsi dû modifier ses burgers (qualité du pain, ...) et se distinguer de la maison mère. Ces modifications de qualités, cette diversification des produits (facilités par la proximité des marchés) permettent aux FMN de s'adapter à une demande locale et donc de dégager une compétitivité hors-prix. Un autre exemple de cela, alors que dans beaucoup de pays européens, on consomme des œufs à coquille complètement blanche, l'introduction de ces œufs en France s'est révélée un échec commercial. En effet, les Français sont attachés à une coquille d'œuf colorée, gage de qualité et de naturel, pensons-nous... Une entreprise qui veut produire pour un marché mondial ne peut pas ne pas tenir compte de ces spécificités.

La mondialisation de la production permet donc de s'adapter à la demande locale mais aussi maîtriser la qualité de ces matières premières.

L'installation des FMN dans un pays peut aussi correspondre à une stratégie d'intégration verticale afin que la société mère puisse contrôler ses matières premières. En prenant le contrôle à l'aide d'Investissements Directs à l'Etranger (IDE) d'un fournisseur, les FMN peuvent ainsi s'assurer des quantités et de la qualité des biens ou services indispensables à la production. Comme l'a fait Décathlon en créant « Décathlon production international ». Cette stratégie permet aussi de pouvoir être plus flexible et encore une fois de mieux s'adapter à la demande. Par exemple, si les goûts se modifient, Décathlon n'aura pas à perdre du temps pour convaincre son fournisseur de changer le produit, ou à rechercher de nouveaux collaborateurs. Il est donc intéressant pour elles d'intégrer les sous-traitants étrangers dans leur groupe pour mieux s'assurer de la qualité des produits et/ou des matières premières.

Ainsi, grâce à l'intégration verticale (ici, en amont) la qualité des produits est mieux contrôlée ce qui améliore la compétitivité hors-prix. De plus, nous allons enfin voir que le choix de localisation peut être dicté par la recherche d'un environnement propice à la production et à l'innovation.

Les FMN peut avoir comme stratégie de s'implanter dans un endroit où l'environnement est propice que ce soit en termes d'infrastructure ou de qualification de la main d'œuvre. Par exemple, l'usine Toyota installée à Valenciennes est devenue la quatrième usine automobile Française. Ouverte en 2001 et employant aujourd'hui plus de 4.000 personnes elle connaît un développement qui peut rendre jaloux ces concurrents Français puisque qu'elle attend une hausse de sa production de l'ordre de 15 % pour 2014, soit un volume de production de 220 000 automobiles Yaris. Cette Yaris qui est bien souvent une voiture hybride qui nécessite un haut niveau de savoir-faire ainsi qu'une main d'œuvre qualifiée et productive. Le savoir-faire et la qualité de la main d'œuvre sont ainsi des critères essentiels dans les choix de localisation des FMN, c'est comme cela que l'on justifie l'implantation et la concentration d'entreprises dans des localités particulièrement chères (ex. Silicon Valley, NY). Comme c'est le cas de Hanky Panky une entreprise de lingerie qui a ouvert un atelier textile avec des dizaines de couturières

en plein cœur de Manhattan (Park Avenue) ou encore le maintien des entreprises de luxe Françaises sur le territoire car le « made in France » bénéficie d'un prestige et d'une image de marque considérable, bref d'une compétitivité hors-prix encore très importante. Il est plus important pour Dior, Chanel, Hermes de maintenir cette image de marque que de diminuer les coûts de production.

En définitive, les FMN peuvent avoir une stratégie de baisse des coûts pour améliorer leur compétitivité prix tout comme elles peuvent décider de chercher à améliorer leur compétitivité hors-prix. Le problème pour une firme multinationale est de savoir comment arbitrer entre les deux. Le mieux étant de pouvoir les combiner comme le fait Apple qui cherche à diminuer ses coûts tout en maintenant une image de marque. Mais en général, le choix stratégique entre compétitivité-prix et compétitivité hors-prix dépend d'abord de la nature du produit : quand on produit du tissu, par exemple, le prix est un argument de vente essentiel ; quand on vend des machines-outils pour la production industrielle, la fiabilité est essentielle pour le client ; quand on vend des chaînes hi-fi, on doit choisir entre une stratégie relativement bas de gamme fondée sur des prix compétitifs ou une stratégie haut de gamme fondée sur la qualité et les innovations technologiques. La localisation de la production est une conséquence de cette décision stratégique.

Néanmoins, cette internationalisation de la production pose deux problèmes devenus extrêmement difficiles à résoudre. Le premier problème est environnemental, en effet, la DIPP peut être rentable au niveau individuel mais est certainement négative au niveau collectif à cause des effets pervers dus notamment à la pollution engendrée par la multiplication du transport de marchandises semi-finies. Le second problème est d'ordre politico-fiscal. Comment arriver à limiter l'optimisation fiscale des entreprises qui s'avère être néfaste pour certains pays tels que la France ?

Les FMN se localise de façon à améliorer leur .....	Les FMN se localise de façon à améliorer leur .....
1. Elles recherchent une baisse des ..... Ex :	1. Elles recherchent de nouveaux ..... Ex :
2. Elles cherchent à optimiser leur ..... Ex :	2. Elles cherchent à mieux s'adapter à la ..... Ex :
3. Elles recherchent à obtenir des ..... Ex :	3. Elles cherchent à contrôler la ..... par l'intégration verticale* Ex :
4. Elles cherchent à éviter les barrières qui peuvent être : 4.1. Des barrières ..... Ex :  4.2. Des barrières ..... Ex :	4. Elles recherchent un ..... plus propice qui peut passer par :  4.1. Des ..... : Ex : 4.2. La qualité ..... : Ex : 4.3. La ..... de la main d'œuvre : Ex :