

Quels sont les fondements du commerce international et de l'internationalisation de la production ?

La **spécialisation** internationale désigne le fait qu'un pays se concentre sur la production d'un bien ou d'un service pour lequel il détient un avantage comparatif et délaisse d'autres productions au profit d'un autre, qu'il **importera** par la suite. Cela suppose donc de recourir à des échanges internationaux.

On entend par échange international, l'ensemble des opérations **commerciales** et financières réalisées par des agents économiques résidants dans des pays différents. Il comprend les échanges de marchandises, de services et les échanges de capitaux.

Les économistes néoclassiques utilisent l'expression « **spécialisation** internationale » alors que les auteurs radicaux et hétérodoxes lui préfèrent celle de « division **internationale** du travail » qui insiste sur les effets de domination que provoque le développement du capitalisme à l'échelle mondiale.

La spécialisation s'oppose à l'autosuffisance. Cette spécialisation a été mise en évidence par des économistes, Adam Smith puis David Ricardo pour promouvoir le **libre-échange**.

Les avantages absolus d'Adam Smith :

Pour A. Smith les pays ont intérêt à se spécialiser dans la production pour laquelle ils disposent d'un avantage **absolu** c'est-à-dire dans la production pour laquelle il est plus efficace qu'un autre pays (coût de production).

La spécialisation et l'échange international ont ainsi trois avantages :

- D'une part, la productivité globale des économies augmente
- D'autre part, la production va augmenter
- Enfin, ils vont acheter à moindre coût les produits qu'ils ne savent pas fabriquer avec efficacité, ce qui augmente le pouvoir d'achat de leur population.

Les avantages comparatifs de David Ricardo

- Ricardo considère que chaque pays a intérêt à se spécialiser dans la fabrication des biens pour lesquels son avantage **comparatif** est le plus grand ou son **désavantage** comparatif le plus faible.
- L'avantage comparatif correspond donc au rapport entre les productivités respectives de chaque pays pour un bien ou le rapport entre leurs coûts unitaires pour ce bien.

La théorie des avantages comparatifs nous enseigne donc que l'échange est mutuellement **avantageux** même dans le cas où l'un des deux pays est plus **productif** que l'autre dans toutes les branches. Ces gains mutuels sont le produit de la spécialisation, rendue possible par l'échange, qui permet à chaque pays d'allouer plus efficacement ses facteurs de production.

Les avantages comparatifs sont aussi liés à des différences de dotations **factorielles** : chaque pays se spécialise dans les productions intensives en facteurs relativement **abondants** et moins coûteux dans ce pays par rapport aux autres pays.

Heckscher et Ohlin vont proposer une explication alternative du commerce international et de la spécialisation fondée sur les différences de dotations relatives en facteurs de production (stock de facteur capital/stock de facteur travail). Dans cette optique, les pays possèdent un avantage comparatif dans les productions utilisant de manière intensive le **facteur** qui est relativement abondant sur son territoire parce que l'abondance ou la rareté relative des facteurs impacte leurs prix relatifs, les coûts relatifs de production et donc le type de spécialisation.

Par exemple, les pays en développement se caractérisent par une population **nombreuse** et un faible volume de **capital** physique. Ils sont donc relativement bien dotés en facteur **travail**. Ils ont alors intérêt à se spécialiser dans la production de biens à **faible** intensité capitalistique (les conditions technologiques pour produire ce type de biens nécessite beaucoup de **travail** et peu de capital) parce que le coût relatif du travail y est favorable. Dans les pays développés, c'est l'inverse. Le **capital** étant relativement abondant, ce type de pays est alors incité à se spécialiser dans la production de biens à **forte** intensité capitalistique parce que le coût relatif du capital y est favorable.

Ces théories supposent que les échanges internationaux résultent de la **complémentarité** des économies, c'est-à-dire des échanges interbranches. Ces échanges concernent surtout des pays de niveaux de développement **différents** : on dit que le commerce international est essentiellement **interbranche**. (Il s'agit de l'ancienne division internationale du travail).

Par ailleurs, les pays ont également des dotations technologiques différentes qui expliquent les échanges **internationaux**. Tous les pays ne maîtrisent pas les techniques de production les plus à la pointe, ce qui joue sur leur **productivité**, donc sur les productions pour lesquelles ils vont bénéficier d'un avantage comparatif. Les pays fortement dotés en **technologie** se spécialisent ainsi dans ces domaines, alors que les autres les délaissent pour les importer. Ainsi, la France a une **forte** dotation technologique en matière de chimie et d'aéronautique, ce qui explique les **exportations** importantes de la France dans ces domaines.

Les théories **traditionnelles** du commerce international, fondées sur les différences de dotations factorielles et/ ou technologiques, ne permettent pas d'expliquer les échanges **intrabranches** qui occupent pourtant une place significative dans le commerce mondial.

Les échanges intrabranches correspondent à des flux simultanés d'exportations et d'importations de marchandises appartenant à la même **branche** d'activité (une branche d'activité regroupe l'ensemble des entreprises qui exercent la même activité productive).

B/ Comment expliquer les échanges internationaux entre pays comparables ?

Alors que les théories **traditionnelles** expliquent des échanges entre pays spécialisés (à niveau de développement différent), on s'aperçoit que des pays similaires échangent également entre eux : ce sont principalement des échanges **intra-branches**, échanges qui ont lieu entre pays de niveau de développement comparable qui portent sur des produits **différenciés**.

Au début des années 1980, l'économiste Paul Krugman met en place une nouvelle théorie du commerce international permettant d'expliquer les échanges intra-branches qui se développent fortement. Ces nouveaux modèles s'inscrivent dans un cadre de concurrence imparfaite dans lequel les biens sont **différenciés**.

Pour échapper à la concurrence, les firmes mettent en œuvre des stratégies de **différenciation** de leurs produits (caractéristiques techniques, design, couleur, forme, image de marque, etc.). Le produit de la firme est alors perçu par les consommateurs comme différents des autres biens ce qui place le producteur en situation de **monopole** et lui confère un certain **pouvoir** de marché. Le pouvoir de marché de l'entreprise est toutefois limité par l'existence de produits concurrents différents mais suffisamment proches au regard des consommateurs pour être considérés comme **substituables**. Cette situation correspond à une structure de marché particulière : la concurrence **monopolistique**.

Cette différenciation des produits provient à la fois de la demande des **consommateurs** pour des produits moins standardisés et des **stratégies** des firmes combinant deux axes :

- La différenciation horizontale par la **variété** (même gamme mais marques ou designs différents)

Dans ce cas les biens qu'elles proposent vont se différencier de ceux proposés par les concurrents par leur forme, leur goût, leur couleur, leur design, etc. tout en restant au même niveau de gamme, c'est-à-dire de qualité comparable. Pour un prix identique ou proche, la demande adressée à des produits différenciés **horizontalement** se partagent entre eux. Les échanges intra-branches sont alors la conséquence des différences de goût des consommateurs.

Par exemple, la française « Peugeot 308 » et l'allemande « Volkswagen Golf » sont deux véhicules de même niveau de gamme (prix proche des 30 000 euros pour les deux véhicules, dont le gabarit et la motorisation sont similaires) pour lesquels on constate des échanges croisés entre la France et l'Allemagne.

- La différenciation verticale par la **qualité** (gammes différentes, qualité, service après-vente...)

Dans ce cas les produits sont **similaires** mais d'un niveau de gamme **différent** : ils se distinguent par leur niveau de qualité et donc leur **prix**. Par exemple, à peu près tout le monde conviendra qu'un Smartphone Apple présente une qualité supérieure à un Smartphone Xiaomi, cela peut expliquer la différence de prix entre ces deux produits.

C/ Pourquoi un pays exporte-t-il plus ou moins ?

La compétitivité d'un pays c'est-à-dire sa capacité à conserver ses parts de **marché** à l'exportation, dépend de plusieurs facteurs. Il est possible d'améliorer la compétitivité-**prix** en réduisant le coût du travail. Mais le coût du travail doit être appréhendé au regard de la **productivité** des travailleurs. En

effet, la productivité permet de diminuer les prix ce qui permet à l'entreprise de gagner des parts de marché.

Le **coût** du travail n'est pas le seul facteur qui agit sur le coût de production d'un produit et donc sur la compétitivité-prix. Il y a d'autres façons d'améliorer la compétitivité-prix :

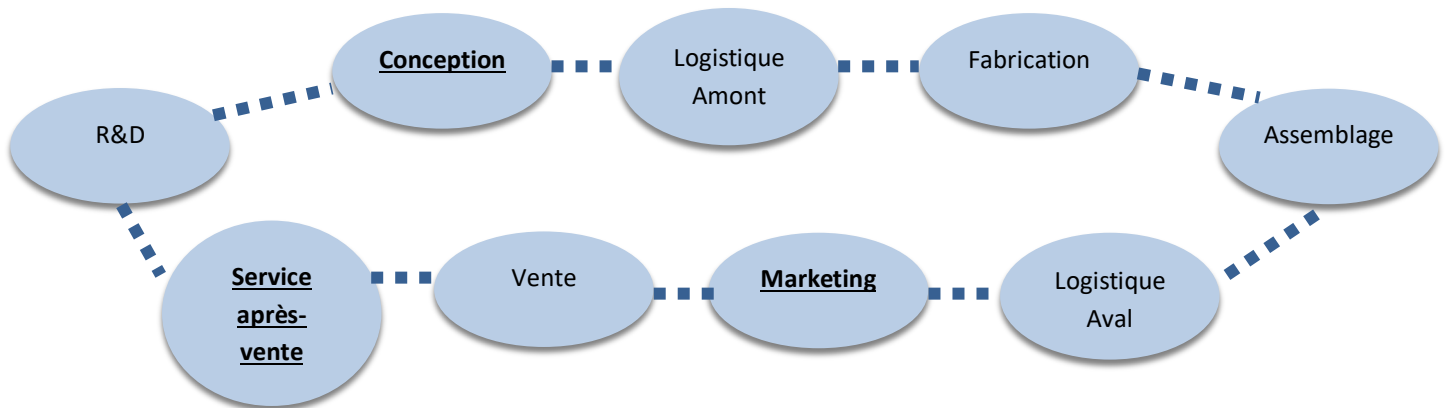
- En prenant en compte le niveau comparé de la **fiscalité** du capital (impôts sur les bénéfices)
- En réduisant les coûts de transport
- En réduisant les coûts d'accès à l'énergie

Les stratégies de compétitivité ne reposent pas uniquement sur la recherche des prix les plus **faibles** possibles (compétitivité-prix). Les entreprises peuvent aussi se distinguer de leurs concurrentes par la **différenciation** des produits (compétitivité hors-prix). L'idée générale à retenir sur la différenciation des produits est que l'entreprise essaye de se démarquer des produits concurrents pour séduire les consommateurs sans avoir à lutter en réduisant ses prix. Il est encore possible d'améliorer la compétitivité **hors-prix** grâce à la productivité car elle permet d'augmenter le profit qui est indispensable pour financer des investissements et ainsi améliorer la qualité des produits.

Il est aussi possible d'améliorer la compétitivité hors-prix :

- En recherchant des infrastructures de **qualité**
- En recherchant la stabilité des **institutions** politiques, économiques et sociales

La réalisation d'un produit implique la réalisation successive de différentes **activités**. De l'amont vers l'aval, il est possible de citer : la recherche et développement, la conception, la logistique amont (approvisionnement en matière premières et biens intermédiaires), la production (fabrication et/ou assemblage), la logistique aval (acheminement du produit jusqu'au consommateur final), le marketing, la vente, le service après-vente. L'ensemble de ces activités constitue ce que Michael E. Porter dénomme la **chaîne de valeur**.



Les **chaînes** de valeur mondiales se sont internationalisées : les étapes de la production sont divisées et certaines, comme la commande de matières premières, l'assemblage ou la publicité peuvent être localisées dans des pays étrangers dans lesquels une partie de la valeur ajoutée du produit est créée. Cela s'explique par la baisse des coûts de **transport** et la **libéralisation** des échanges, ainsi la part de la **valeur ajoutée** réalisée à l'étranger dans les exportations a nettement augmenté entre 1993 et 2015.

Accentuant la **spécialisation** des entreprises, l'internationalisation de la chaîne de valeur permet aux entreprises de tirer profit des différents **avantages comparatifs** des pays, soit pour diminuer leurs coûts, soit pour bénéficier des **dotations technologiques** d'un pays. Cette stratégie permettra d'améliorer leur compétitivité. Les entreprises peuvent aussi chercher à s'implanter à l'étranger dans le but de conquérir des **marchés porteurs**.

Les segments de la chaîne de valeur d'une firme peuvent être situés sur différents territoires nationaux. On parle alors de chaîne de valeur mondiale. Depuis les années 1980, les entreprises internationalisent de plus en plus leur chaîne de valeur pour exploiter les avantages comparatifs des différents territoires sur la planète de manière à réduire leurs coûts et à proposer aux consommateurs des produits attractifs.

La fragmentation internationale du processus productif peut se réaliser de deux manières :

- L'internationalisation de la production peut se faire par des investissements directs à l'étranger (IDE) pour créer ou acquérir une filiale qui assurera la réalisation d'un segment de la chaîne de valeur à l'étranger (IDE verticale) ou dupliquera le processus de production de la maison-mère sur un autre territoire (IDE horizontale).
- Elle peut aussi internationaliser sa production sans passer par des transferts d'actifs. Dans ce cas l'entreprise confiera une étape de sa chaîne de valeur à des sous-traitants ou des franchises à l'étranger.
 - Cela passe par de la sous-traitance, les contrats de licences ou encore la franchise.
 - La licence de marque est le contrat par lequel le titulaire d'une marque concède au licencié le droit d'exploiter la marque, dans les conditions définies contractuellement.
 - La franchise est un accord commercial et juridique par lequel une entreprise s'engage à fournir à une seconde entreprise une marque, un savoir-faire et une assistance permanente en contrepartie d'une rémunération.

III/ Libre-échange ou protectionnisme ?

A/ Quels sont les avantages du libre-échange ?

Grâce au libre-échange, les consommateurs bénéficient de prix plus **bas**, d'un plus grand choix de **produits** et d'une meilleure **qualité** de produits. La spécialisation permet de faire diminuer les prix car elle entraîne des effets **d'apprentissage** et des économies **d'échelle**. L'intensification de la concurrence permet des gains de **productivité**, des baisses de **prix**, ainsi qu'une amélioration de la qualité des produits. Le libre-échange permet de stimuler la **croissance** et de réduire les **inégalités** entre les pays.

Effet **d'apprentissage** = désigne la baisse des coûts unitaires avec l'augmentation de la production depuis la mise en fabrication du produit. Relation entre le coût unitaire et l'expérience. Les entreprises qui produisent depuis longtemps disposent d'un certain avantage sur leurs concurrents.

Économies **d'échelle** = correspondent à une baisse des coûts unitaires avec l'augmentation instantanée de la capacité de production

B/ Les effets du commerce international sur les inégalités entre pays et au sein de chaque pays

La spécialisation des pays **en développement** dans des productions intensives en main-d'œuvre conduit à une hausse de la demande de travail et à une élévation des salaires. Le niveau de vie de certains pays insérés dans les échanges mondiaux converge ainsi vers la moyenne mondiale.

Le commerce international, en favorisant la hausse de la production, de l'emploi et la baisse des prix, contribue à la réduction de la **pauvreté** et des **inégalités** entre pays.

Certains pays **émergents** mènent des stratégies de remontée des filières vers des productions à plus forte **valeur ajoutée** qui permettent la hausse des revenus. Ils sont alors conduits à **délocaliser** des productions vers des pays moins avancés qui peuvent également entamer une dynamique de rattrapage.

Les pays **développés** se spécialisent dans les productions intensives en travail **qualifié** et importent les produits intensifs en travail peu qualifié : les salaires des moins qualifiés baissent relativement par rapport à ceux des plus qualifiés, d'où une hausse des inégalités de revenu.

Les revenus des classes moyennes-inférieures des pays **développés** ont ainsi peu progressé notamment par rapport à ceux de la classe moyenne-haute. Toutefois, les écarts de revenus entre les classes moyennes-hautes des pays **émergents** et les classes moyennes-basses des pays avancés restent important, suggérant que le rattrapage économique est loin d'être achevé. Cependant, les écarts de **revenus** restent importants entre pays développés et pays émergents. De plus, les effets bénéfiques du commerce international sont **inégalement** répartis au sein des pays émergents, d'où une hausse des inégalités en leur sein.

C/ Les avantages et les limites du protectionnisme

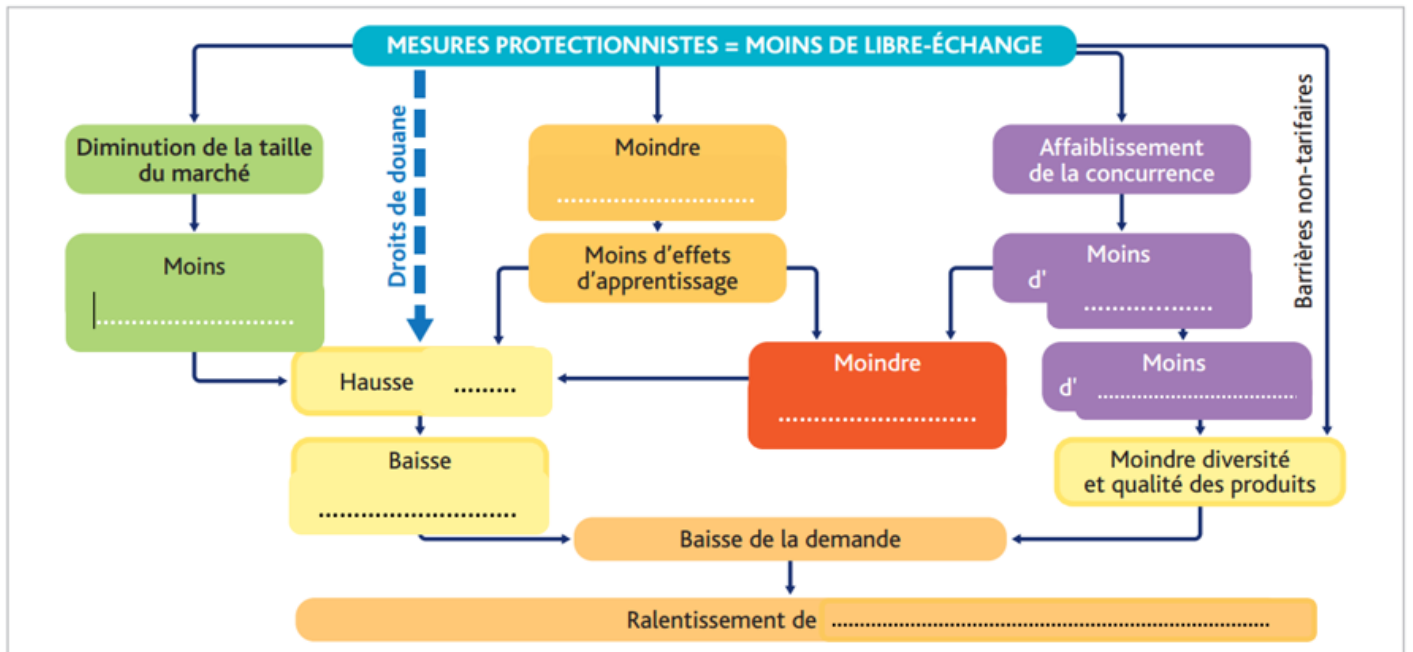
Le protectionnisme consiste à établir des **barrières** tarifaires ou non-tarifaires à l'entrée des produits étrangers sur le territoire national. Il s'agit de **protéger** la production nationale de la concurrence étrangère. On distingue :

- Le protectionnisme **tarifaire** (droit de douane : taxe imposée aux produits importés afin d'accroître leur prix)
- Le protectionnisme **non tarifaire** vise à **limiter** la quantité de produits importés. Cela peut être obtenu de différentes façons :
 - Le quota d'importation est une restriction directe sur la **quantité** d'un bien qui peut être importée
 - Les **normes** sanitaires ou techniques que tous les produits, locaux comme importés, doivent respecter peuvent également être édictées.

Le protectionnisme peut se justifier dans des cas précis. Ainsi, un « protectionnisme **éducateur** » protège les industries naissantes de la concurrence, le temps qu'elles acquièrent un avantage comparatif. Par ailleurs, le protectionnisme est aussi mis en œuvre pour sauvegarder des **emplois** ou pour préserver la **sécurité** nationale et sanitaire.

Le protectionnisme prive les économies des avantages du **libre-échange**. Les entreprises ne bénéficient plus autant **d'économies d'échelle** et, étant moins soumises à la concurrence, elles sont moins incitées à **innover** pour être **productives**. Les entreprises locales voient aussi le prix des biens intermédiaires qu'elles importent augmenter. Les prix des **entreprises** nationales augmentent donc. Dans les économies protectionnistes, les consommateurs sont confrontés à une baisse de leur **pouvoir d'achat** en raison de la hausse des prix des entreprises nationales mais aussi de la hausse des prix des entreprises étrangères du fait des droits de **douane**. Par ailleurs, le **protectionnisme** entraîne souvent des mesures de **rétorsion** de la part des économies qui les subissent, ce qui a donc des conséquences néfastes sur le pays ayant pris des **mesures** protectionnistes au départ.

Complétez le schéma avec les termes suivants : productivité, des prix, spécialisation, du pouvoir d'achat, la croissance économique, investissements, économies d'échelle, innovations produit.



Complétez le schéma avec les termes suivants : **Transferts de technologie / Hausse de la production / économies d'échelle / Baisse des prix / Innovation**

