

TG n°5 (2h)
Rédigez les §AEI d'une EC3

EC3 : A l'aide de vos connaissances et du dossier documentaire, vous mettez en évidence les principaux facteurs expliquant les choix de localisation des firmes multinationales. (Nouvelle Calédonie 2013)

DOCUMENT 1

Répartition des flux d'investissement direct à l'étranger (IDE⁽¹⁾) par région, 2007-2010
(en pourcentage des flux mondiaux)

Région	Entrées d'IDE				Sorties d'IDE			
	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010
Pays développés	68,8	55,3	50,9	48,4	84,8	80,7	72,2	70,7
Pays en développement dont :	26,9	37,7	43,1	46,1	12,9	16,2	23,1	24,8
- Amérique latine et Caraïbes	7,8	11,9	11,9	12,8	2,5	4,2	3,9	5,8
- Asie du Sud, de l'Est et du Sud-Est	12,3	16,3	20,4	24,1	7,9	9,3	16,5	17,5
Europe du Sud-Est, CEI ⁽²⁾	4,3	6,9	6,0	5,5	2,3	3,2	4,2	4,6

Source : « Mondialisation et entreprises : quelles interactions ? », RAINELLI Michel, Cahiers Français n°365, 2011

(1) Investissement direct à l'étranger : création d'un lieu de production à l'étranger ou acquisition d'au moins 10% de la propriété d'une entreprise située à l'étranger.

(2) Communauté des Etats Indépendants: ensemble économique formé par 11 républiques de l'ex Union Soviétique, dont la Russie.

DOCUMENT 2

La firme ne s'engage pas si elle n'a pas conscience de détenir des avantages compétitifs spécifiques : un avantage technologique, une marque, un accès privilégié au marché étranger, l'apprentissage que lui a procuré l'exportation vers ce marché. (...) Quant aux pays où elle est susceptible de s'implanter, ils doivent présenter des avantages comparatifs. (...) La disparité⁽¹⁾ entre les salaires du pays d'origine et ceux des pays hôtes est supposée susciter l'IDE⁽²⁾. Telle quelle, cette explication est inexacte théoriquement : la productivité du travail est omise. Et concrètement : les IDE ne se concentrent pas au Bouthan, au Mali ou à Madagascar où les salaires sont les plus faibles. L'IDE est attiré dans les pays ayant le rapport le plus avantageux entre coût salarial charges incluses et productivité du travail. (...)

En outre, la main-d'œuvre doit avoir les qualifications requises en pays hôte ; la qualité relative du capital humain peut donc attirer l'IDE. Les différences de productivité renvoient aussi à des écarts technologiques entre pays.

Source : *Les multinationales globales*, ANDREFF Wladimir, 2003

(1) Disparité : écart.

(2) Investissement direct à l'étranger : création d'un lieu de production à l'étranger ou acquisition d'au moins 10% de la propriété d'une entreprise située à l'étranger.

DOCUMENT 3

Les firmes chinoises qui appartiennent au secteur primaire⁽¹⁾ sont des firmes étatiques qui investissent à l'étranger pour des motifs d'accès aux ressources naturelles. Le recours à l'IDE⁽²⁾ plutôt qu'à l'importation vise essentiellement à réduire les risques de non-approvisionnement, malgré les coûts engendrés par l'exploration, l'extraction et la distribution.

Les firmes opérant dans l'industrie lourde ont pour principal motif d'internationalisation des problèmes de taille du marché interne comparée à celle des marchés mondiaux. (...) Le recours à l'investissement est une alternative aux exportations lorsque celles-ci sont limitées par les barrières à l'entrée⁽³⁾. L'accès au marché comme facteur déterminant est ainsi cité par 85% des entreprises. (...)

Le deuxième motif le plus cité par les firmes multinationales chinoises est l'accès aux actifs stratégiques⁽⁴⁾ (51%), en particulier dans les secteurs de l'électronique, de la chimie et des services en infrastructure. (...)

Au total, les stratégies de déploiement des firmes multinationales des pays émergents⁽⁵⁾ sur les marchés occidentaux suivent des logiques d'accès aux ressources naturelles, d'accaparement des actifs technologiques et stratégiques et d'accès aux marchés dans les secteurs traditionnels. Source : *Mondialisation et délocalisation des entreprises*, MOUHOUD El Mouhoub, 2011.

(1) Secteur primaire : activités liées à l'exploitation des ressources naturelles.

(2) Investissement direct à l'étranger : création d'un lieu de production à l'étranger ou acquisition d'au moins 10% de la propriété d'une entreprise située à l'étranger.

(3) Barrières à l'entrée: difficultés d'entrée sur le marché dues notamment à protectionnistes.

(4) Actifs stratégiques : atouts tels un brevet, une marque.

(5) Pays en développement connaissant une croissance économique très rapide.

Réponse des élèves :

I) Les choix de localisation des firmes sont guidés par la recherche d'une meilleure compétitivité prix

§1 A : La recherche des coûts salariaux les plus bas est un puissant moteur de l'internationalisation des firmes.

La recherche des coûts salariaux les plus bas est un puissant moteur de l'internationalisation des firmes. En effet, les coûts salariaux comptant dans le budget d'une firme celle-ci va chercher à minimiser son coût global en implantant sa filiale ou son unité de production dans un pays aux coûts salariaux (salaires et cotisations sociales si le pays les impose) faibles, comme le montre le document, où on observe que les flux mondiaux d'investissement direct à l'étranger (IDE) dans les pays en développement représente 46% soit presque la moitié des IDE. Par exemple la firme H&M a tout intérêt à implanter une unité de production au Bangladesh où les coûts salariaux sont moindres afin de minimiser ses coûts globaux plutôt qu'en France où les cotisations sociales viendront s'ajouter aux coûts salariaux et les feront donc augmenter.

§2 A : La recherche des coûts de transport les plus bas est aussi un moteur de l'internationalisation des firmes.

La recherche des coûts de transport les plus bas est un moteur de la mondialisation. En effet, une firme privilégie des choix de localisation stratégique pour réduire ses coûts de transport si elle recherche une meilleure compétitivité prix. Le fait de s'installer pour une entreprise de textile Britannique en Normandie permet un accès privilégié au marché de l'Union Européenne, et les exportations coûteront moins cher puisque les porte-conteneurs n'auront que la Manche à traverser contrairement à si une de ces filiales s'installe au Sri Lanka, la distance sera bien plus longue dans le second cas. Comme le montre le document 2, une firme s'engage à importer et exporter le moins possible si elle veut la meilleure compétitivité prix pour le cas des transports matériels, immatériels et humains.

§3 A : La proximité avec les fournisseurs est aussi un moteur de l'internationalisation des firmes.

La proximité avec les fournisseurs est aussi un moteur de l'internationalisation des firmes. En effet, quand une firme s'implante à l'étranger (IDE : investissement direct à l'étranger qui permet la création d'un lieu de production), elle choisit un endroit où les fournisseurs peuvent accéder facilement à la firme car ils pourront fournir des matières premières / consommations intermédiaires. Par exemple, la firme Mars, qui s'est implanté à Haguenau, possède une proximité avec le sucre produit à Erstein.

§4 A : La recherche d'une fiscalité accommodante est aussi un moteur de l'internationalisation des firmes.

II) Ils sont aussi motivés par la recherche d'une plus grande compétitivité hors-prix

§5 A : La qualification de la main-d'œuvre est un stimulant important de l'internationalisation des firmes.

§6 A : La proximité avec les clients est aussi un stimulant important de l'internationalisation des firmes.

La proximité des firmes avec les clients est un stimulant important pour l'internationalisation. Comme l'explique le document 3, «l'accès au marché comme facteur déterminant est ainsi cité par 85% des entreprises ». En effet, les firmes préfèrent s'implanter dans un pays où, certes les coûts de production ne sont pas trop élevés, mais il est également nécessaire que la firme puisse vendre ses produits dans ce pays. Par exemple, le laboratoire Lilly s'est implanté à Fegersheim car l'Alsace disposait d'une main-d'œuvre qualifiée mais surtout car elle est au cœur d'un marché important pour la vente d'insuline en Europe.

La proximité avec les clients est aussi un stimulant important de l'internationalisation des firmes. En effet la proximité d'une filiale avec les clients permet un service d'accompagnement facilité (service après vente), un certain prestige et une certaine confiance du consommateur apporté par le "made in..." (par exemple un "made in France » est plus bénéfique qu'un "made in Turquie" dans le choix du consommateur), mais surtout des couts de distribution

fortement diminués. Prenons l'exemple du café; 80% de sa consommation est localisé dans les pays du Nord, si une firme productrice de café décide de s'implanter dans un pays développé du Nord (typiquement la France), sa proximité avec les grandes firmes de distributions (grandes surfaces commerciales) permettrait de diminuer les couts de transport du café mais également augmenterait le nombre de vente grâce à la proximité avec les équipes de marketing qui amélioreraient la qualité de la campagne publicitaire du produit. En outre, nous observons dans la part mondiale des entrées d'investissement directs à l'étrangers (IDE) par région est majoritaire dans les pays développés (1/2 des parts en 2010) et dans les pays en développement (46% des parts en 2010). Soit là ou le pouvoir d'achat et les consommations sont les plus importantes (doc. 1).

§7 A : La proximité avec les concurrents est aussi un stimulant important de l'internationalisation des firmes.

§8 A : Les territoires riches en infrastructures et biens publics sont recherchés par les firmes

Les territoires riches en infrastructures et biens publics sont recherchés par les firmes. En effet, la présence d'infrastructures et de biens publics sont essentiels à l'approvisionnement en ressources, la circulation de la main d'œuvre, son bien être (nécessaire à sa productivité) mais également pour certains domaines (électronique, numérique...), la présence de réseaux est d'une importance cruciale. Prenons l'exemple d'une firme qui décide de s'implanter dans un pays à faible cout salarial et supposons que cette entreprise soit spécialisée dans la vente de services en informatique. La présence d'infrastructures tel que le réseau internet, réseau téléphonique, des locaux solides, des routes, ce genre d'infrastructure ne serait pas simplement des options mais des prérequis dans le choix d'implantation de cette firme.