Stage de formation continue SES sur les nouveaux programmes de terminale – Académie d'Amiens

CHAPITRE : QUELS SONT LES FONDEMENTS DU COMMERCE INTERNATIONAL ET DE L'INTERNATIONALISATION DE LA PRODUCTION

Les Programmes : l'ancien et le nouveau

Thèmes	Notions	Indications complémentaires 2011
2. Quels sont les fondements du commerce international et de l'internatio-nalisation de la production ?	Avantage comparatif, dotation factorielle, libre-échange et protection-nisme, commerce intra-firme, compétitivité prix et hors prix, délocalisation, externalisation, firmes multinatio-nales, spécialisation	En partant d'une présentation stylisée des évolutions du commerce mondial et en faisant référence à la notion d'avantage comparatif, on s'interrogera sur les déterminants des échanges internationaux de biens et services et de la spécialisation. On analysera les avantages et les inconvénients des échanges internationaux pour les producteurs comme pour les consommateurs. On présentera à cette occasion les fondements des politiques protectionnistes et on en montrera les risques. On s'interrogera sur les effets d'une variation des taux de change sur l'économie des pays concernés. En s'appuyant sur des données concernant le commerce intra-firme et sur des exemples d'entreprises multinationales, on abordera la mondialisation de la production. On analysera les choix de localisation des entreprises et leurs stratégies d'internationalisation. On étudiera à cette occasion les principaux déterminants de la division internationale du travail, en insistant sur le rôle des coûts et la recherche d'une compétitivité hors prix. Acquis de première : gains à l'échange.

PROGRAMME 2020

Chapitre 2 Quels sont les fondements du commerce international et de l'internationalisation de la production?

2.1- Comprendre le rôle des dotations factorielles et technologiques (avantages comparatifs) dans les échanges commerciaux et la spécialisation internationale.

2.2- Comprendre le ***commerce entre pays comparables (différenciation des produits, qualité des produits, et fragmentation de la chaîne de valeur).***

2.3- Comprendre que la ***productivité*** des firmes sous-tend la compétitivité d'un pays, c'est-à-dire son ***aptitude à exporter***.

2.4- Comprendre l'internationalisation de la ***chaîne de valeur*** et savoir l'illustrer.

2.5- Comprendre les effets induits par le commerce international : **gains *moyens*** en termes de ***baisse de prix, réduction des inégalités entre pays, accroissement des inégalités de revenus au sein de chaque pays*** ; comprendre les termes du débat entre libre-échange et protectionnisme.

Eléments d'actualité

- Selon OMC, en 2019, CI de marchandises = 19 051 milliards de dollars (en recul de 3% par rapport à 2018)
- Echanges internationaux de **services commerciaux** = 5 898 milliards de dollars (en hausse de 2,1% par rapport à 2018)
- Entre 2008 et 2018, CI de marchandises a augmenté au même rythme que le PIB mondial (hausse de 26 %)
- Il existe 60 000 FMN contrôlant 500 000 filiales = 50 % du CI, en particulier du fait de l'intense commerce intra-firme
- Contestations de la mondialisation (effet sur les inégalités internes) dans les pays développés et demande de protectionnisme (élection de Trump, Brexit, score électoral du RN, etc.)
- Tensions commerciales USA/Chine => baisse CI de marchandises de 0,1% en 2019 + perturbation des chaînes de valeur mondiales par le COVID en 2020

1. Quels modèles théoriques pour expliquer le commerce international ?

Ancien programme

- Centré sur les théories traditionnelles du CI (avantages comparatifs, dotations factorielles et spécialisation).
- Absence des nouvelles théories du CI (différenciation des produits et économies d'échelle)
- La fragmentation internationale du processus productif n'est pas vraiment abordée comme une explication des flux commerciaux

Nouveau programme

- Reprise des théories traditionnelles du CI mais introduction du concept de dotations technologiques
- Pour expliquer échanges entre pays comparables (échange intra-branche) nécessité de mettre la focale sur les stratégies des firmes :

- Différenciation des produits
- Exploitation des économies d'échelle
- Fragmentation internationale de la chaîne de valeur

1.1 – Comprendre le rôle des dotations factorielles et technologiques (avantages comparatifs) dans les échanges commerciaux et la spécialisation internationale

1.1.1 – Le modèle des avantages absolus : le commerce international renforce la richesse de toutes les nations

1.1.2 – Le modèle des avantages comparatifs : l'échange est profitable même si un pays concentre tous les avantages absolus

1.1.3 – Le modèle HOS : les dotations factorielles à l'origine des avantages comparatifs

1.1.4 – Combiner dans un même modèle les dotations factorielles et les dotations technologiques pour mieux saisir les avantages comparatifs

1.1.1 – Le modèle des avantages absolus : le commerce international renforce la richesse de toutes les nations

- **A. Smith** souligne le caractère fallacieux du **discours mercantiliste** sur le commerce international : *« tenter d'accroître la richesse d'un pays en y introduisant ou en y retenant une quantité inutile d'or et d'argent est aussi absurde que de tenter d'accroître la bonne chère des simples familles en les obligeant à garder un nombre inutile d'ustensiles de cuisine »*
- Mise en évidence de **gains à l'échange** : **allocation des facteurs de production améliorée** grâce à la **spécialisation** que le CI rend possible => hausse productivité dans les deux pays coéchangistes => **production mondiale en LE > production mondiale en autarcie** => après ouverture, chaque pays dispose d'une quantité plus importante des deux biens = échange mutuellement avantageux

1.1.2 – Le modèle des avantages comparatifs : l'échange est profitable même si un pays concentre tous les avantages absolus

Le modèle des avantages comparatifs (D. Ricardo)

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.

La **loi des avantages comparatifs** stipule ainsi qu'un pays doit se spécialiser dans la production du bien dont le coût relatif interne est plus faible que dans l'autre pays.

Tableau 1 : Coûts de production du drap et du vin en Angleterre et au Portugal

Coût unitaire en nombre de travailleurs	Portugal (P)	Angleterre (A)	Avantage absolus
Drap (D)	$C_{DP} = 90$	$C_{DA} = 100$	$C_{DP} < C_{DA}$
Vin (V)	$C_{VP} = 80$	$C_{VA} = 120$	$C_{VP} < C_{VA}$
Avantages comparatifs	$C_{DP}/C_{VP} = 90/80 = 1,125$ $C_{VP}/C_{DP} = 80/90 = 0,89$	$C_{DA}/C_{VA} = 100/120 = 0,83$ $C_{VA}/C_{DA} = 120/100 = 1,2$	/

Avec C_{DP} : coût du drap au Portugal ; C_{VP} : coût du vin au Portugal ; C_{DA} : coût du drap en Angleterre et C_{VA} : coût du vin en Angleterre.

1.1.3 – Le modèle HOS : les dotations factorielles à l'origine des avantages comparatifs

Les hypothèses du modèles HO

- Théorie des avantages comparatifs dans un cadre NC
- Modèle 2x2x2 : 2 pays, 2 biens, 2 facteurs production (K & L)
- Facteurs de production parfaitement mobiles à l'intérieur des nations mais immobiles entre nations
- Les technologies entre pays sont identiques (pas de différentiel de productivité) mais ils diffèrent par leur dotation en facteurs de production = grosse différence avec le modèle ricardien

1.1.3 – Le modèle HOS : les dotations factorielles à l'origine des avantages comparatifs

Le modèle en action

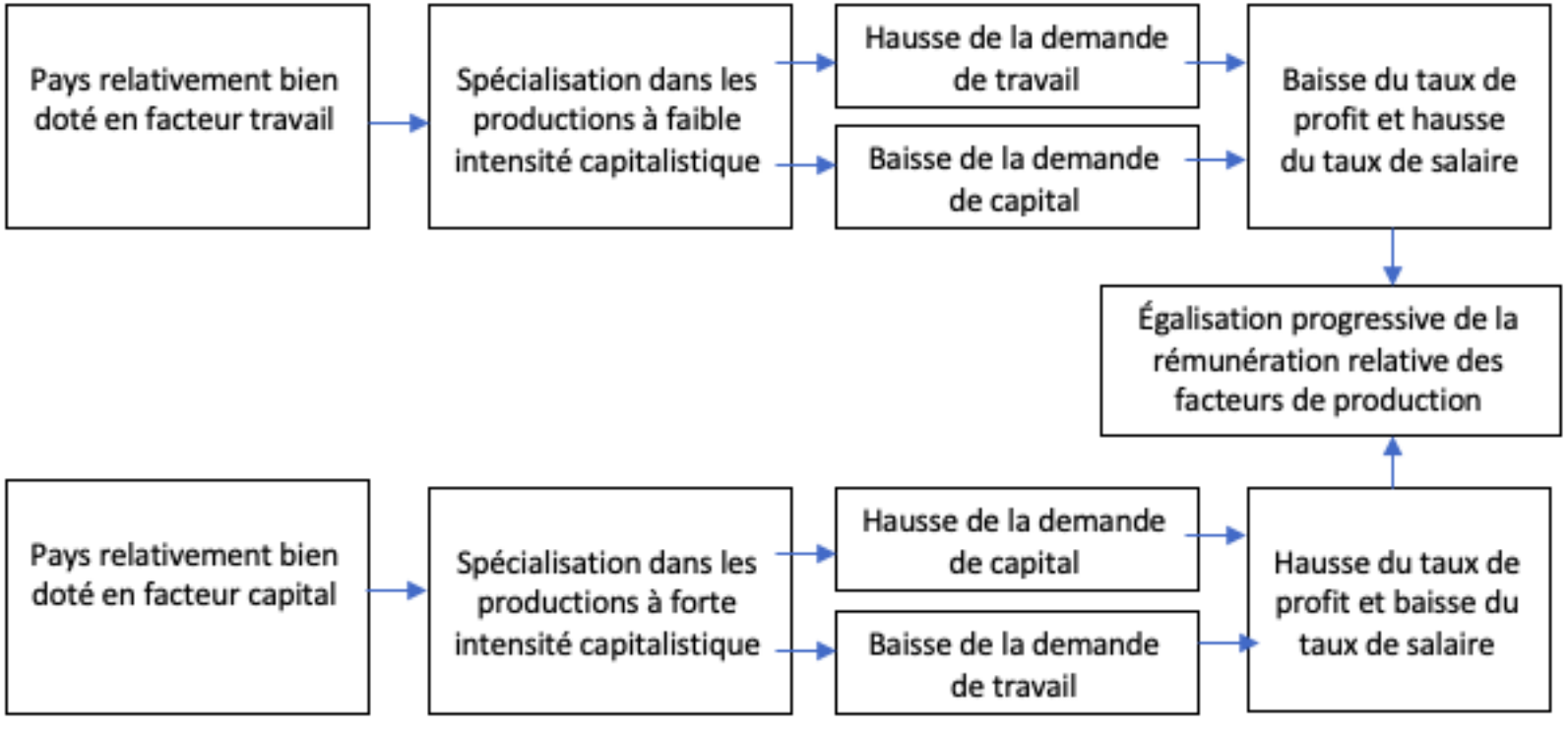
- **Av. comparatif** ne repose plus sur écarts de productivité mais sur **différences de dotations factorielles**
- Les pays possèdent un avantage comparatif dans les productions utilisant de manière intensive le facteur qui est relativement abondant sur son territoire parce que **l'abondance ou la rareté relative des facteurs impacte leurs prix relatifs**, les coûts relatifs de production et donc le type de spécialisation.
- Exemple des PED (population nombreuse et faible volume de capital physique) => spécialisation dans les productions intensive en facteur travail
- Tout se passe comme si les pays échangeaient, via les produits qu'ils importent et exportent, les facteurs de production dont ils disposent en abondance contre les facteurs de production qui sont rares sur leur territoire.

1.1.3 – Le modèle HOS : les dotations factorielles à l'origine des avantages comparatifs

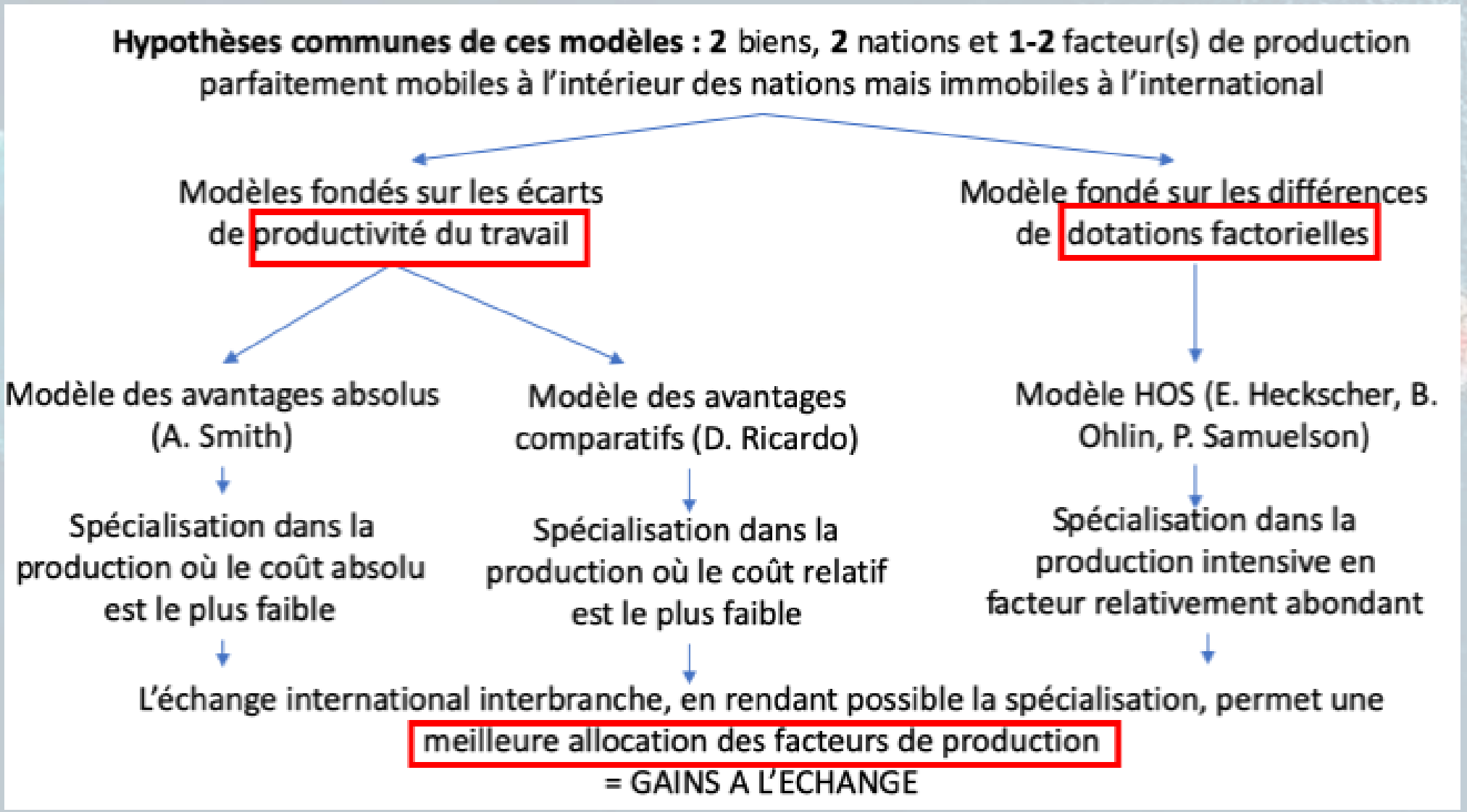
Le théorème Stolper-Samuelson : un prolongement du modèle HO

A terme, le libre-échange conduit à une égalisation internationale de la rémunération relative des facteurs de production

Figure 1 : Le théorème Stolper-Samuelson



Synthèse : les théories traditionnelles du commerce international



1.1.4 – Combiner dans un même modèle les dotations factorielles et les dotations technologiques pour mieux saisir les avantages comparatifs

Paradoxe de Leontieff (1953)

Les USA, se caractérisant par une abondance relative du facteur capital, devraient exporter des biens intensifs en facteur capital et importer des biens intensifs en facteur travail.

Or, les statistiques des relations commerciales américaines ne confirme pas ce résultat théorique.

Paradoxalement les exportations des États-Unis sont moins intensives en facteur capital que ses importations.

Comment l'expliquer ?

Tableau 2 : Contenu en facteur des exportations et des importations américaines en 1962

	Importations	Exportations
Capital ($) par million de dollars	2 132 000 $	1 876 000 $
Travail (personne/année) par million de dollars	119	131
Ratio capital/travail (dollar par travailleur)	17 916 $	14 231 $
Nombre moyen d'années d'éducation par travailleur	9,9189	10,1
Proportion d'ingénieurs et de scientifiques dans la main d'œuvre	0,0189	0,0255

Source : Robert Baldwin, « Determinants of the Commodity Structure of US Trade », American Economic Review, 61, mars 1971, p. 126-145 cité dans P. Krugman & alii., *Economie international*, Pearson, 2018 (11ème edition)

1.1.4 – Combiner dans un même modèle les dotations factorielles et les dotations technologiques pour mieux saisir les avantages comparatifs

Pour saisir les avantages comparatifs des nations, il faut donc combiner les dotations factorielles et les dotations technologiques :

- **Dotation technologique =** ensemble des actifs immatériels (capital technologique et capital humain) qui permettent à une économie d'être plus productive, c'est-à-dire de produire davantage sans qu'il soit nécessaire d'accumuler du facteur travail ou du facteur capital (**lien à faire avec le concept de PGF du chapitre précédent = sources de la croissance**). Ces différences de dotations technologiques entre nations se traduisent donc par des différentiels de productivité et ce sont ces écarts de productivité qui permettent de résoudre le paradoxe de Leontieff.

1.2 – Comprendre le commerce international entre pays comparables

1.2.1 – Le commerce entre pays comparables occupe un poids important dans le commerce international contemporain

1.2.2 – Expliquer les échanges intra-branches : le rôle joué par les stratégies des firmes en termes de différenciation des produits

1.2.3 – Expliquer les échanges intra-branches : le rôle joué par les stratégies des firmes en termes d'exploitation des économies d'échelle

1.2.4 – Expliquer les échanges intra-branches : le rôle joué par les stratégies des firmes en termes de fragmentation internationale de la chaîne de valeur

1.2.1 – Le commerce entre pays comparables occupe un poids important dans le commerce international contemporain

Tableau 3 : Matrice des échanges tous produits en 2007 (surligné) et 2017 (en % du commerce mondial : 13 246 milliard de dollars en 2007, 16 380 milliards de dollars en 2007)

Zones importatrices / Zones exportatrices	Amér. du Nord	Amér. du Sud	UE-28	Autres Europe	CEI	Afrique et M.-O.	Japon	Chine	Autres Asie NE-SE	Autres Asie Océanie	Monde*
Amérique du Nord	6,6	0,9	2,1	0,2	0,1	0,5	0,6	0,6	1,0	0,4	13,0
	6,4	1,0	1,9	0,3	0,1	0,5	0,5	1,0	1,0	0,4	13,0
Amérique du Sud	1,2	1,1	0,8	0,0	0,1	0,2	0,1	0,3	0,2	0,1	4,1
	0,8	0,8	0,5	0,1	0,1	0,2	0,1	0,6	0,2	0,2	3,7
Union européenne à 28	3,2	0,6	26,7	2,2	1,3	2,1	0,5	0,8	1,1	0,7	39,3
	3,1	0,6	21,5	2,1	0,9	2,1	0,4	1,4	1,3	0,7	34,1
Autres Europe	0,3	0,0	2,2	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	3,3
	0,4	0,1	1,9	0,1	0,1	0,4	0,1	0,2	0,2	0,2	3,6
CEI	0,2	0,1	1,9	0,3	0,8	0,2	0,1	0,2	0,1	0,1	3,9
	0,1	0,0	1,3	0,2	0,6	0,2	0,1	0,4	0,2	0,1	3,2
Afrique, Proche et Moyen-Orient	1,4	0,2	1,9	0,2	0,0	0,8	0,9	0,6	1,3	0,7	8,0
	0,6	0,1	1,4	0,3	0,0	1,2	0,5	1,1	1,1	0,9	7,3
Japon	1,3	0,2	0,8	0,1	0,1	0,3	0,0	1,0	1,5	0,2	5,4
	0,9	0,1	0,5	0,1	0,0	0,2	0,0	0,9	1,3	0,2	4,3
Chine	2,7	0,4	2,3	0,2	0,4	0,7	0,9	0,0	1,5	0,6	9,6
	3,6	0,7	2,5	0,3	0,5	1,3	1,0	0,0	2,8	1,2	13,8
Autres Asie du Nord et du Sud-Est	1,6	0,2	1,4	0,1	0,1	0,5	0,9	2,2	2,7	0,7	10,5
	1,9	0,3	1,4	0,2	0,1	0,6	0,9	3,2	3,5	1,0	13,1
Asie du Sud et Océanie	0,4	0,1	0,5	0,0	0,0	0,4	0,3	0,3	0,5	0,3	3,0
	0,5	0,1	0,6	0,1	0,0	0,6	0,2	0,7	0,7	0,4	3,9
Monde*	18,8	3,8	40,6	3,5	3,2	6,0	4,3	6,0	10,0	3,8	100,0
	18,4	3,7	33,6	3,7	2,5	7,2	3,7	9,4	12,4	5,3	100,0

*Non compris les flux non ventilés géographiquement.

Lecture : les exportations de la Chine vers l'Amérique du Nord représentaient 2,7 % des exportations mondiales en 2007 et 3,6 % en 2017.

Source : CEPII, base de données CHELEM-Commerce international.

Source : CEPII, *L'économie mondiale 2020*, Coll. Repères, La Découverte, 2019

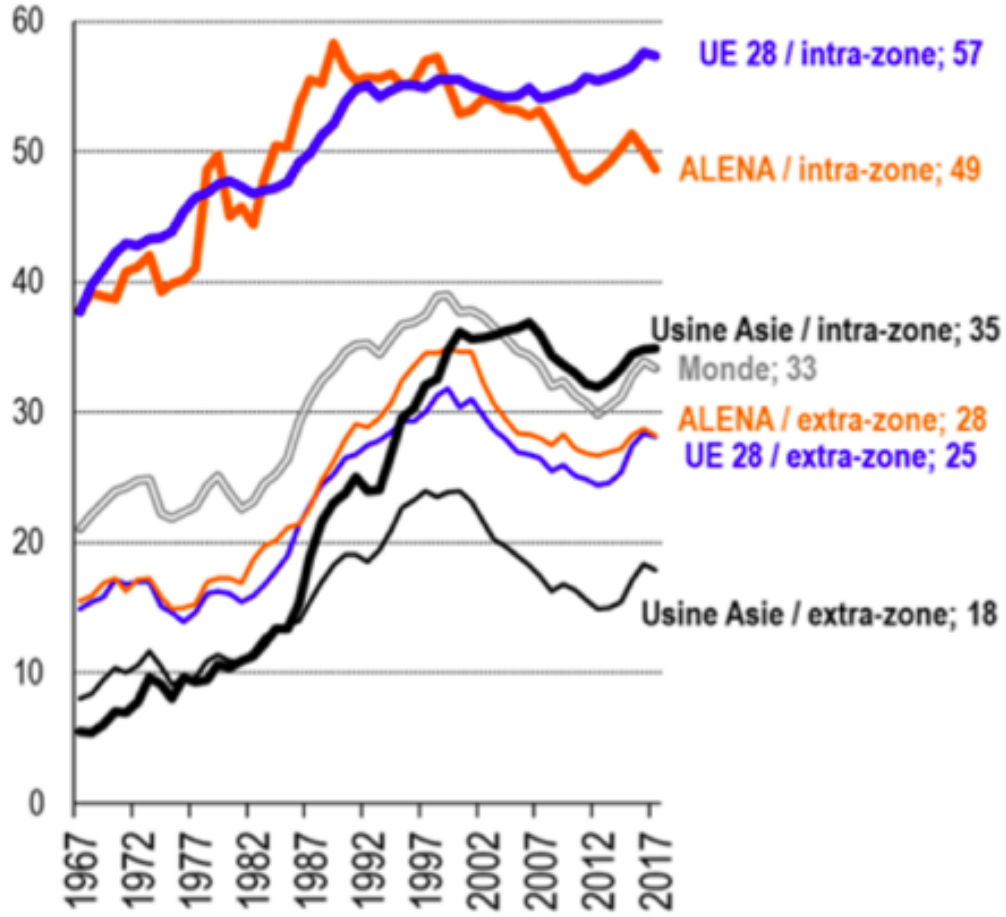
Les échanges entre l'Amérique du Nord, l'Union Européenne à 28, les autres pays d'Europe et le Japon représentent **plus de 40% du commerce mondial en 2017**

Incapacité des théories traditionnelles à expliquer ces échanges entre pays comparables : modèle qui prédisent uniquement des échanges entre pays aux niveaux de développement différents

1.2.1 – Le commerce entre pays comparables occupe un poids important dans le commerce international contemporain

Une grande partie de ces échanges entre pays similaires sont des **échanges intra-branches** = flux simultanés d'exportations et d'importations de marchandises appartenant à la même branche d'activité

Graphique 1 : Échanges intra-branches par grandes zones
(en % du commerce intra ou extra-zone de l'ensemble régional)



La région « Usine Asie » est composée des pays de l'Association des nations de l'Asie du Sud-Est (Indonésie, Malaisie, Singapour, Philippines, Thaïlande, Brunei, Vietnam, Laos, Myanmar et Cambodge) et de six autres grands pays (Chine, Corée du Sud, Japon, Inde, Australie et Nouvelle Zélande).

Source : Deniz Ünal, « L'onde de choc du Brexit sur la maison Europe et la France », *Le blog du CEPII*, billet du 20 mars 2019

1.2.2 – Expliquer les échanges intra-branches : le rôle joué par les stratégies des firmes en termes de différenciation des produits

La différenciation des produits au cœur des stratégies des firmes

- **Différenciation des produits** = conférer aux produits des caractéristiques (technologie, design, couleur, forme, image de marque, etc.) que les produits des autres firmes ne possèdent pas.
- Stratégie qui place la firme dans une situation de **monopole**, ce qui lui confère un **pouvoir de marché**.
- **Pouvoir de marché** toutefois **limité** par l'existence produits concurrents différents mais suffisamment proches au regard des consommateurs pour être considérés comme **substituables**.
- Cette structure de marché = **concurrence monopolistique**

1.2.2 – Expliquer les échanges intra-branches : le rôle joué par les stratégies des firmes en termes de différenciation des produits

Différenciation horizontale des produits et commerce international

- Ces biens se différencient de ceux des concurrents par leur taille, 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**.
- Gains à l'échange qui changent de nature : le consommateur a accès à une **plus grande variété de biens** et peut désormais acquérir des produits présentant des **caractéristiques qui correspondent davantage à ses préférences**, ce qui accroît sa satisfaction.
- Deux pays ont donc bien **intérêt à échanger même s'ils détiennent des dotations factorielles et technologiques très proches**.

1.2.2 – Expliquer les échanges intra-branches : le rôle joué par les stratégies des firmes en termes de différenciation des produits

Différenciation horizontale des produits et commerce international : une illustration

Figure 2 : La différenciation horizontale des produits : comparatif Peugeot 308/VolksWagen Golf

Peugeot 308

On aime
Compromis confort/comportement
Ensemble moteur/BVA plus vif et silencieux
Poste de conduite séduisant
On regrette
Tablette tactile obsolète (graphisme, menus, réactivité, commandes de clim')
Finition un cran en dessous
Habitabilité arrière en retrait

Volkswagen Golf

On aime
Aisance et aménagement à bord
Qualité de présentation/technologie
Sobriété et accord de l'ensemble
TDI/DSG
On regrette
1.6 TDI bruyant
Châssis moins talentueux
Trop peu d'évolutions pour un restylage

Source : https://www.largus.fr/actualite-automobile/essai-comparatif-la-nouvelle-volkswagen-golf-defie-la-peugeot-308-8455388_p_5.html

1.2.2 – Expliquer les échanges intra-branches : le rôle joué par les stratégies des firmes en termes de différenciation des produits

Différenciation verticale des produits et commerce international

- Des biens différenciés verticalement sont des produits similaires mais d'un **niveau de gamme différent** : ils se distinguent par leur niveau de **qualité** et donc leur prix.
- Lorsqu'ils sont offerts **au même** niveau de **prix**, **toute la demande est captée par l'un des deux produit**s.
- Une telle stratégie (positionnement de gamme) permet à l'entreprise de pouvoir fixer des prix plus élevés pour ses produits.
- Ces différences de gamme entre firmes sont à l'origine de **flux commerciaux croisés de produits similaires mais de gammes différentes**.
- Les **firmes se spécialisent sur un niveau de gamme** en fonction des **dotations factorielles, technologiques et institutionnelles des territoires** sur lesquels elles sont implantées.

1.2.2 – Expliquer les échanges intra-branches : le rôle joué par les stratégies des firmes en termes de différenciation des produits

Spécialisation en fonction du niveau de gamme en France et en Allemagne

Tableau 4 : Répartition des importations et des exportations françaises et allemandes de véhicules par gamme de valeurs unitaires

en % du total des exportations ou des importations de la filière, moyenne 2015-2017

	Bas de gamme	Gamme moyenne	Haut de gamme
Exportations françaises 2015-2017	43%	39%	17%
Importations françaises 2015-2017	29%	35%	36%
Exportations allemandes 2015-2017	9%	31%	59%
Importations allemandes 2015-2017	27%	47%	26 %

Source : http://visualdata.cepii.fr

Le poids des biens verticalement différenciés dans le commerce entre pays comparables

Tableau 5 : Répartition du total des échanges manufacturiers par filière et type de commerce en Allemagne et en France

(en % du total des exportations et des importations manufacturières de la filière, moyenne 2015-2017)

FRANCE

2015 - 2017	Commerce univoque	Commerce croisé		
		Qualité	Variété	Non ventilé
Total manufacturier	43,1	41,9	14,6	0,5
Alimentaire	63,4	25,9	10,6	0,1
Textile	44,0	45,3	10,5	0,3
Bois, papiers	36,1	48,5	15,1	0,4
Chimique	44,2	43,2	12,3	0,3
Sidérurgique	55,6	22,3	22,0	0,1
Non ferreux	36,3	32,2	31,4	0,2
Mécanique	45,9	37,1	16,5	0,6
Véhicules	25,5	52,1	22,2	0,2
Electrique	33,1	55,8	10,3	0,8
Electronique	31,3	58,8	8,3	1,5

ALLEMAGNE

2015 - 2017	Commerce univoque	Commerce croisé		
		Qualité	Variété	Non ventilé
Total manufacturier	39,8	45,8	13,7	0,7
Alimentaire	47,9	35,8	16,2	0,1
Textile	30,8	50,7	18,3	0,3
Bois, papiers	39,2	46,7	13,8	0,3
Chimique	38,9	46,9	13,1	1,0
Sidérurgique	52,8	28,4	18,6	0,1
Non ferreux	48,0	26,7	24,9	0,5
Mécanique	41,4	46,0	12,0	0,7
Véhicules	43,4	41,6	14,8	0,1
Electrique	29,1	56,5	13,3	1,1
Electronique	32,0	55,2	10,7	2,1

1.2.3 – Expliquer les échanges intra-branches : le rôle joué par les stratégies des firmes en termes d'exploitation des économies d'échelle

Rôle des économies d'échelle internes & des économie d'échelle externes dans les flux commerciaux

- Economie d'échelle internes = incitation à exporter pour les firmes = gains à l'échange à travers un effet d'échelle
- Economie d'échelle externes = stratégie de localisation des firmes pour bénéficier des économies d'agglomération

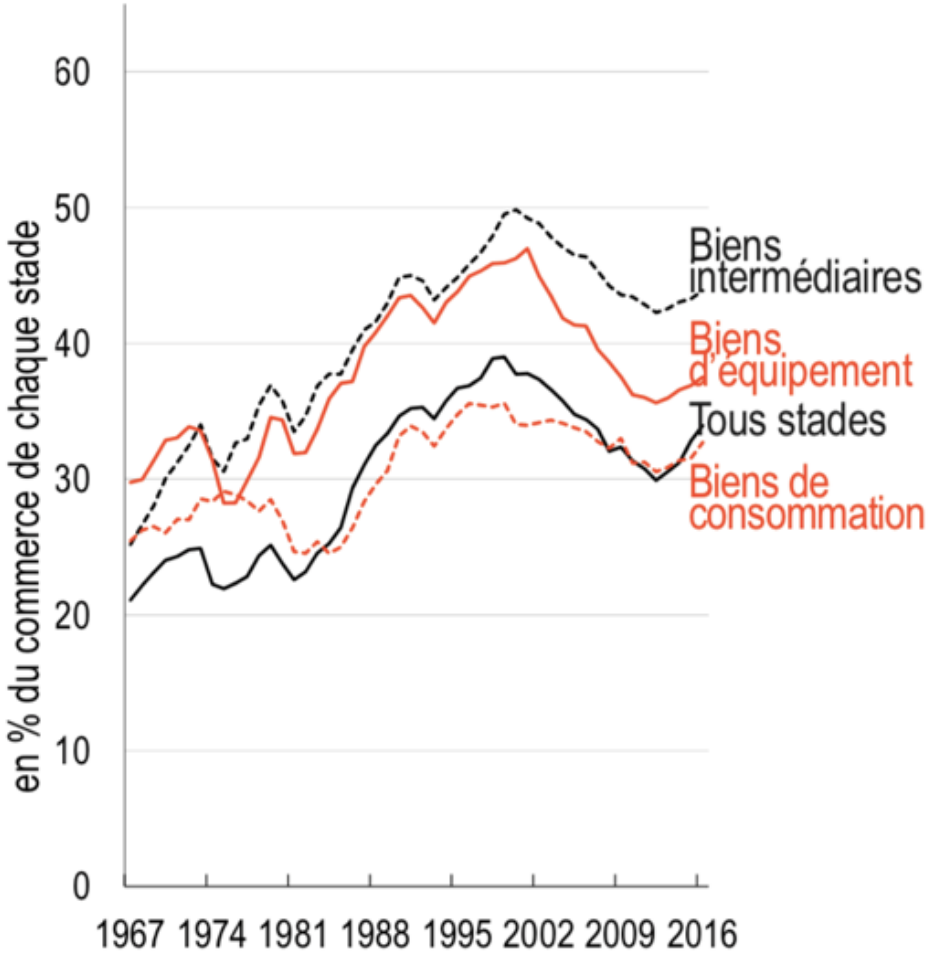
- Silicon Valley pour la « tech » ;
- Qiaotou dans la province du Zeijang en Chine qui est la capitale mondiale du bouton ;
- industrie lunetière française dans le Jura à Morez = 80 % des lunettes « Made in France ») ;

- avantage comparatif =, ici, accident historique

1.2.4 – Expliquer les échanges intra-branches : le rôle joué par les stratégies des firmes en termes de fragmentation internationale de la chaîne de valeur

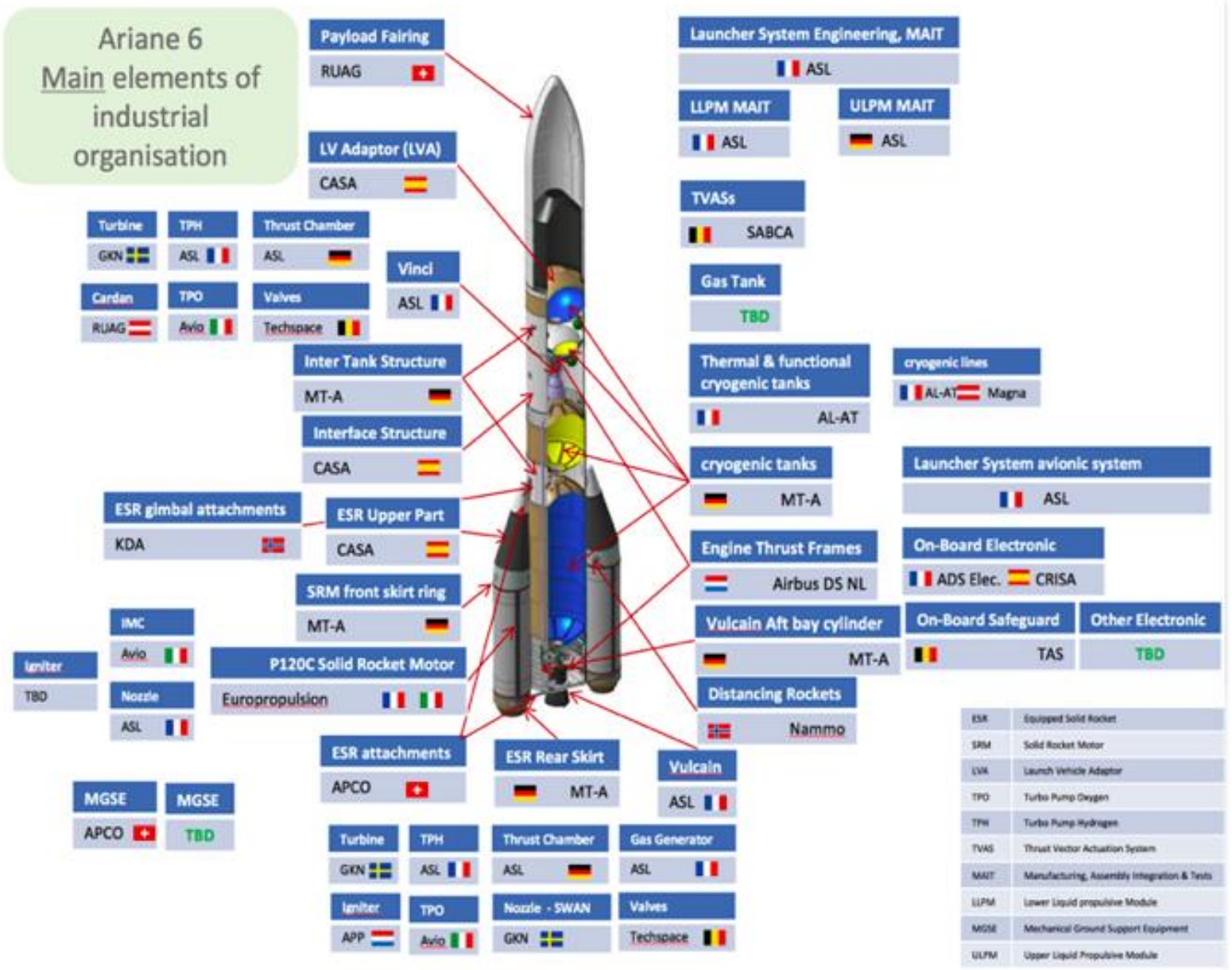
Le commerce intra-branche ne concerne pas uniquement les échanges internationaux de biens finals (biens de consommation et biens d'équipement) mais aussi ceux de **biens intermédiaires** (produits semi-finis qui feront l'objet de transformation mais aussi pièces détachées ou composants qui feront l'objet d'un assemblage).

Graphique 2 : Le commerce mondial intra-branche par stade de production



Source : Alix de Saint Vaulry, Deniz Ünal, « Commerce intra- versus interbranches – Regain de similitudes ? dans CEPII, *Carnets graphiques L'économie mondiale dévoile ses courbes*, 2018 p. 66-67

Figure 3 : Ariane 6 : une chaîne de valeur européenne



Source : Rapport d'information n°131 (2019-2020) de Mme Sophie Primas et M. Jean-Marie Bockel, fait au nom de la commission des affaires économiques (1) et de la commission des affaires étrangères, de la défense et des forces armées (2) sur la politique des lanceurs spatiaux, déposé le 19 novembre 2019

2. Comprendre que la productivité des firmes sous-tend la compétitivité d'un pays, c'est-à-dire son aptitude à exporter

2.1 – La compétitivité d'un pays : de quoi parle-t-on ?

2.2 – La compétitivité d'un pays dépend de la productivité des firmes

2.3 – L'ouverture commerciale renforce la productivité moyennes des firmes

2.1 – La compétitivité d'un pays : de quoi parle-t-on ?

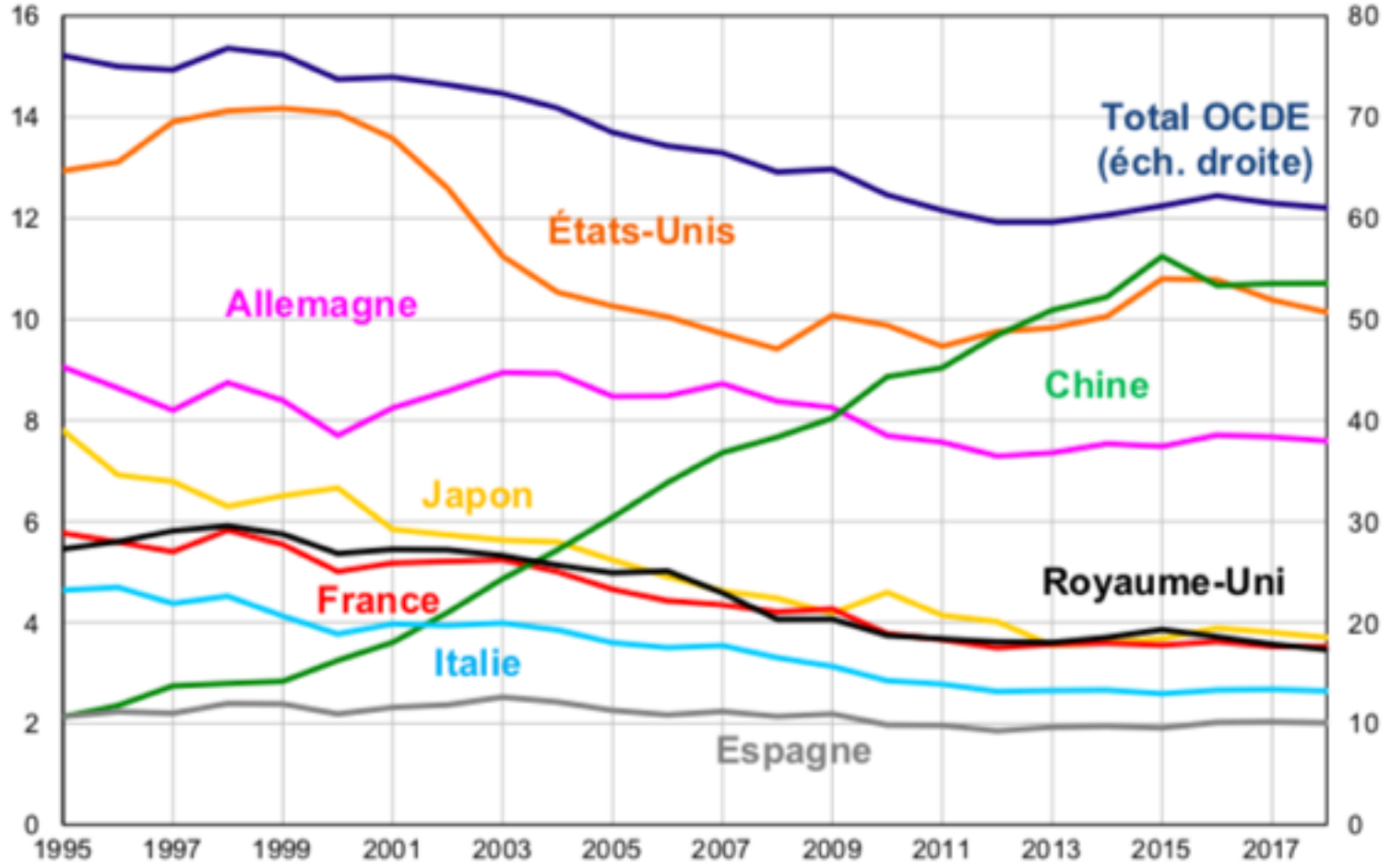
Selon le rapport COE Rexecode (2011), la compétitivité d'un pays se définit comme la « capacité des unités de production implantées sur le territoire à maintenir leur position face à la concurrence des unités de production implantées sur d'autres territoires ».

Avantages de cette définition : met au cœur du concept de compétitivité les firmes et leur performance

MAIS qu'entendre par position concurrentielle d'un pays ?

La position concurrentielle d'un pays = les parts de marché à l'export ?

Graphique 3 : Évolution des parts de marché de quelques pays dans le monde depuis 1995
(Données en valeur, échanges de biens et services, en % du commerce mondial)



Source : Trésor DG, *Rapport annuel du commerce extérieur de la France*, février 2020

La position concurrentielle d'un pays = le solde commercial ?

Dans cette optique, creusement du déficit commercial = perte de compétitivité

MAIS ce n'est pas forcément le cas, si forte hausse de l'investissement ou de la consommation intérieure.

Encadré 2 : Équilibre emplois-ressources, solde commercial et position financière de la nation

Dans une économie ouverte, la production (Y) et les importations (M) constituent des ressources. Les utilisations de ces ressources, qui sont appelées emplois, sont variées : consommations intermédiaires (CI), consommation finale (CF), investissement (I), exportations (X)[6]. Il est alors possible de formuler l'équilibre emplois-ressources :

$$Y + M = CI + CF + I + X$$

$$\Leftrightarrow \mathbf{PIB + M = CF + I + X} \text{ car } Y - CI = PIB$$

Un réagencement rapide de l'équilibre emplois-ressources permet de faire apparaître le solde commercial (X – M) :

$$\mathbf{PIB = CF + I + (X - M)}$$

Si (X – M) > 0, le pays connaît un excédent commercial ; si (X – M) < 0, le pays connaît un déficit commercial ; si (X – M) = 0, le pays est en situation d'équilibre commercial.

Le solde commercial d'un pays permet de déterminer si le pays est en besoin de financement (S < I) ou en situation de capacité de financement (S > I). Pour le démontrer, il faut d'abord rappeler que le PIB, en tant que revenu national, est soit consommé (CF), soit épargné (S) :

$$\mathbf{PIB = CF + S}$$

Puisque le PIB est aussi un indicateur de produit dont l'équation correspond à l'équilibre emplois-ressources présenté supra, il est possible d'écrire :

$$CF + S = CF + I + X - M$$

$$\Leftrightarrow \mathbf{S - I = X - M}$$

La compétitivité comme l'aptitude d'un pays à exporter

- Nécessité de s'en tenir à une définition très simple de la compétitivité = aptitude à exporter
- Gains de compétitivité lorsqu'un pays accroît ses exportations.
- Pour exporter davantage, un pays a deux solutions :

- soit il ouvre de nouveaux marchés,
- soit il développe des marchés existants.

- Un marché se définit comme un couple type de produit/destination. Les données du commerce international recensent 5 000 types de produits différents et près de 200 destinations, ce qui représente près d'un million de marchés potentiels pour chaque pays du monde.

Les marges de progression des exportations

- **La marge intensive =** exportations permis par le développement de marchés déjà existants. Elle se traduit par une augmentation de la valeur moyenne des exportations par marché qui peut provenir d'une hausse des quantités vendues et/ou de la capacité d'imposer un prix plus élevé. Explique 87,7 % de la progression des X FR d'une année sur l'autre selon Note du CAE n°23 de mai 2015
- **La marge extensive =** hausse des exportations permis par l'ouverture de nouveaux marchés. Elle va dépendre du nombre de types de produits qui sont exportés et du nombre de destinations qui seront couvertes par les exportations de ce type de produit. Explique 12,3 % de la progression des X FR d'une année sur l'autre (2,4% pour l'arrivée de nouvelles entreprises, 9,9% pour des firmes déjà présentes mais qui ajoutent des produits ou des destinations à leur portefeuille d'exportation).

Les marges de progression des exportations

MAIS SUR 10 ANS (Note du CAE n°23)

- **Marge extensive** = 53,5 % de la dynamique des exportations : 26,2 % du fait de l'entrée de nouvelles entreprises et 27,3 % du fait de la multiplication des produits ou marchés par celles déjà en place
- **Marge intensive** = 46,5 % de la croissance des exportations agrégées.

« La différence entre l'analyse à court terme et à l'horizon d'une décennie tient au fait que les nouveaux flux d'exportation sont de petite taille, mais sont susceptibles de croître rapidement au cours du temps s'ils perdurent (en raison d'une sélection drastique des meilleurs entrants, les autres sortant assez vite du marché), si bien qu'au bout de dix ans, ces flux initialement faibles deviennent significatifs. »

2.2 – La compétitivité d'un pays dépend de la productivité des firmes

2.2.1 – Des firmes productives : un préalable à la conquête de nouveaux marchés

2.2.2 – Améliorer la productivité : la condition sine qua non pour développer les marchés existants

2.2.1 – Des firmes productives : un préalable à la conquête de nouveaux marchés

- Les théories les plus récentes du commerce international (Mark Melitz) rompent avec l'hypothèse d'agent représentatif et introduisent dans le raisonnement **l'hétérogénéité des firmes** = différences de productivité entre les firmes
- Constat empirique : **seule une minorité des firmes domestiques exportent** (8,7 % des firmes françaises en 2017 selon l'Insee).

2.2.1 – Des firmes productives : un préalable à la conquête de nouveaux marchés

Quelles sont les caractéristiques de ces firmes exportatrices ?

- Ce sont des firmes de grande taille : seulement 7% des microentreprises (MICRO) et 31,5% des petites et moyennes entreprises (PME) réalisent des exportations contre près de 72% des grandes entreprises (GE) et entreprises de taille intermédiaire (ETI).
- Les ETI et les GE sont également les **firmes qui sont les plus productives**.

Tableau 6 : Distribution par catégorie de taille de la productivité apparente du travail mesurée au niveau de l'entreprise en 2017 en France (en milliers d'euros de valeur ajoutée/équivalent temps plein – ETP)

	Moyenne	P95	P90	Q3	Médiane	Q1	P10	P5
Microentreprises	78	178	133	86	54	33	18	10
PME (hors MICRO)	70	203	136	86	59	42	30	22
ETI	94	362	225	123	80	59	44	35
GE	107	384	273	148	93	66	49	40
Ensemble	87	181	134	86	55	34	19	11

Clé de lecture : En 2017, chaque personne à temps plein dans une microentreprise est en moyenne à l'origine de 78 000 euros de valeur ajoutée. Dans les 5% des microentreprises les plus productives, chaque personne à temps plein est à l'origine d'au moins 178 000 euros de valeur ajoutée ; dans les 10% des microentreprises les plus productives au moins 133 000 euros de valeur ajoutée ; dans les 25% des microentreprises les plus productives au moins 86 000 euros de valeur ajoutée ; dans les 25% des microentreprises les moins productives au maximum 33 000 euros de valeur ajoutée ; dans les 10% des microentreprises les moins productives au maximum 18 000 euros de valeur ajoutée ; dans les 5% des microentreprises les moins productives au maximum 10 000 euros de valeur ajoutée. 50% des microentreprises ont une productivité apparente du travail supérieure à 54 000 euros par ETP et l'autre moitié moins.

Source : Elisabeth Kremp, Gabriel Sklénard, « Productivité du travail et du capital : une mesure renouvelée au niveau de l'entreprise » in *Les entreprises en France Edition 2019*, Collection Insee Références, 03/12/2019

2.2.1 – Des firmes productives : un préalable à la conquête de nouveaux marchés

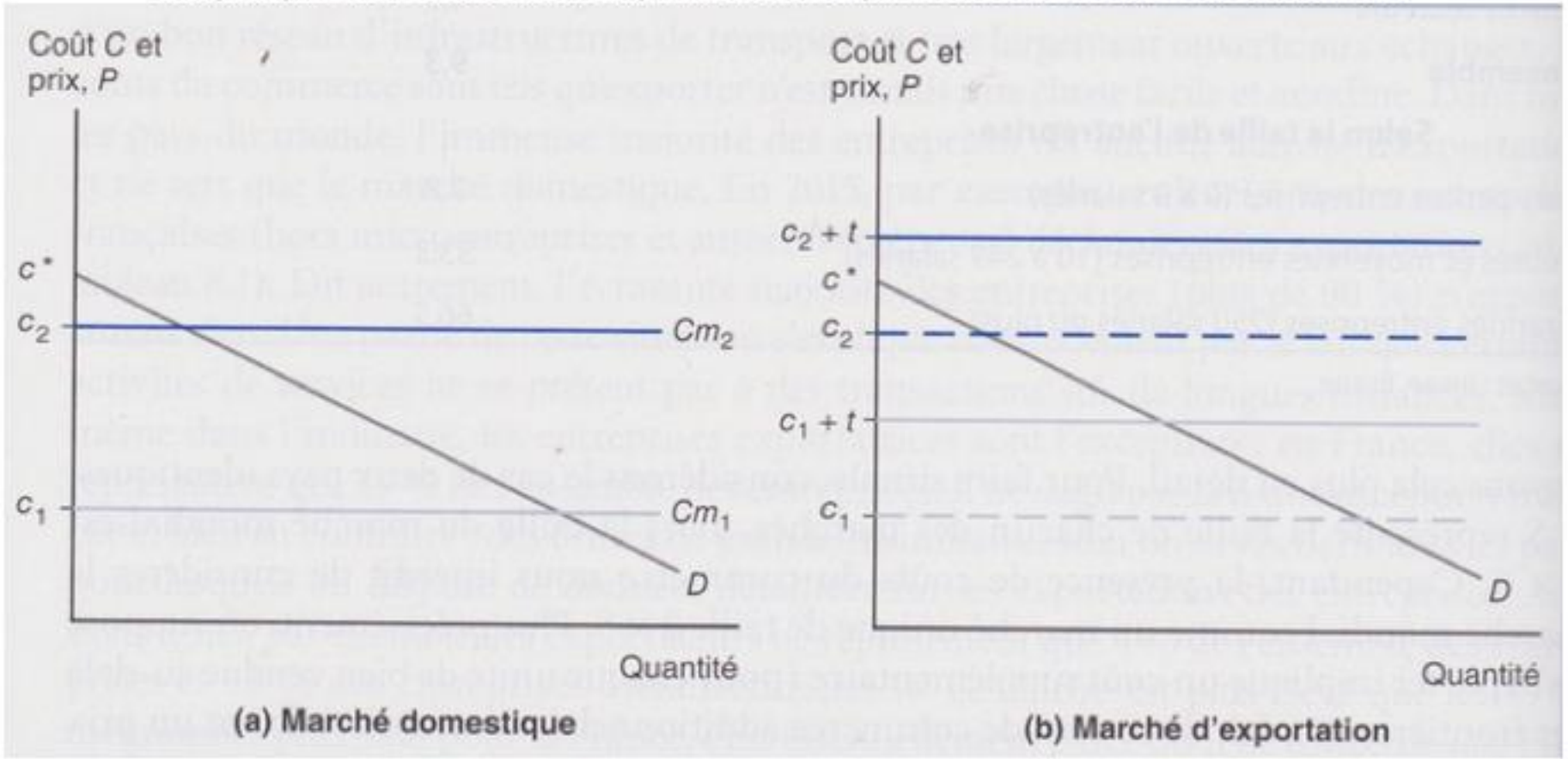
Pourquoi est-ce que ce sont les firmes les plus productives qui assurent l'essentiel des exportations ? (Mark Melitz)

- Une firme qui vend à l'étranger supporte des **coûts du commerce** (transport, recherche de partenaires, adaptation des produits aux normes locales, recrutement de personnel polyglotte, réalisation de formalités douanières, etc.)
- Ces coûts **réduisent les profits réalisés à l'export**…
- Partant, seules les firmes les plus productives c'est-à-dire présentant des **coûts marginaux de production suffisamment faibles** pour rester profitables, s'engagent à l'export ; les autres doivent renoncer à exporter

2.2.1 – Des firmes productives : un préalable à la conquête de nouveaux marchés

Un graphique pour comprendre le modèle de Mark Melitz

Graphique 4 : Décisions d'exportation en présence de coûts du commerce



Source : Paul Krugman, Maurice Obstfeld, Mark Melitz, *Economie internationale*, Pearson, 2018 (11ème édition) p.190

2.2.1 – Des firmes productives : un préalable à la conquête de nouveaux marchés

Implications de ce modèle

- Un pays doté de nombreuses firmes très productives aura une forte capacité à exporter parce qu'il pourra desservir davantage de marchés d'exportation.
- **Importance des politiques structurelles qui soutiennent la croissance potentielle pour renforcer la compétitivité d'un pays** (lien avec le chapitre précédent sur les sources de la croissance).

2.2.2 – Améliorer la productivité : la condition *sine qua non* pour développer les marchés existants

- L'amélioration de l'aptitude à exporter ne procède pas uniquement de la conquête de nouveaux marchés (marge extensive d'exportation) mais passe également par le développement des ventes sur les marchés déjà existants (marge intensive d'exportation).

- L'augmentation de la valeur des ventes sur un marché dépend d'une part de l'évolution des quantités exportées et d'autre part de la qualité des produits exportés et du prix qui peut être imposé.

- Ici aussi, le niveau de productivité des firmes va jouer un rôle essentiel dans l'aptitude à exporter d'une nation.

2.2.2 – Améliorer la productivité : la condition *sine qua non* pour développer les marchés existants

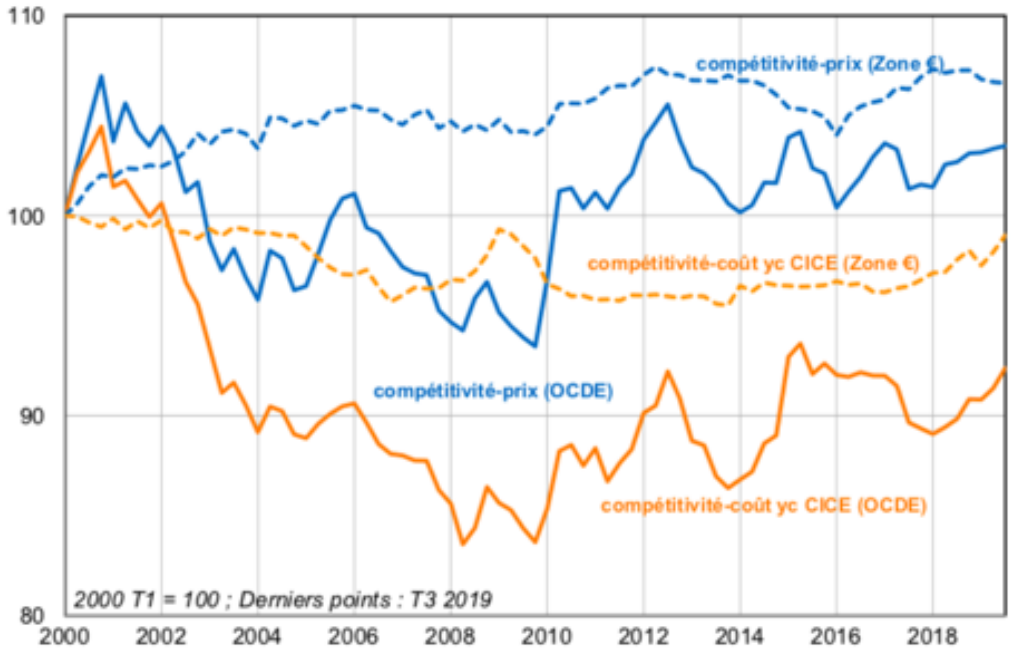
- Productivité = valeur ajoutée en € réalisée par un équivalent temps plein
- Gains de productivité => permet d'économiser du travail pour réaliser le même produit => toutes choses égales par ailleurs : baisse des coûts unitaires de production => amélioration de la compétitivité-coût => l'entreprise peut baisser ses prix et gagner des parts de marché.

2.2.2 – Améliorer la productivité : la condition *sine qua non* pour développer les marchés existants

Distinguer compétitivité-coût et compétitivité prix

- **Compétitivité-coût** dépend coût du travail pondéré par sa productivité, du coût unitaire du capital et enfin du coût unitaire des consommations intermédiaires
- Pour la **compétitivité-prix**, il faut rajouter l'impact du taux de change et les comportements de marge des firmes

Graphique 5 : Compétitivité prix et coût de la France par rapport à ses partenaires de l'OCDE et de la zone euro (base 100 en 2000)



Note de lecture : une hausse des courbes correspond à une amélioration de la compétitivité

Source : Conseil national de productivité, *Productivité et compétitivité : où en est la France dans la zone euro ?*, juillet 2019

2.2.2 – Améliorer la productivité : la condition *sine qua non* pour développer les marchés existants

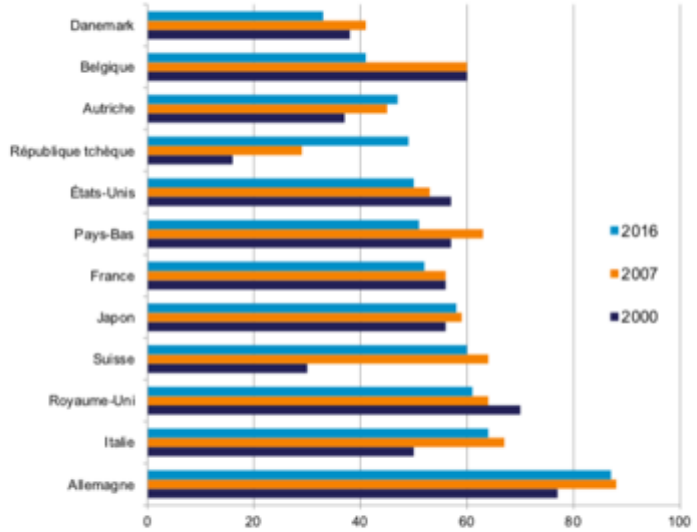
Et la compétitivité hors-prix ?

- **Compétitivité hors-prix**= capacité de conquérir des parts de marché en proposant des produits plus qualitatifs que ceux des concurrents
- Consommateurs **disposés à payer un prix plus élevé** pour des **produits haut de gamme**, c'est-à-dire dotés de caractéristiques fortement valorisées comme la marque, l'image de l'entreprise ou du pays exportateur, la réputation, la qualité des services associés, la fiabilité du produit, le design, le contenu technologique du produit, etc.
- **Tous les investissements permettant montée en gamme => gains de productivité car permettent hausse VA unitaire**
- Montée en gamme primordiale pour les pays de l'OCDE pour **échapper à la concurrence des pays à bas salaires** et préserver un **modèle social protecteur**.

Les problèmes de compétitivité de la France : un problème de niveau de gamm

Entre 2000 et 2016, les parts de marché FR ont baissé de 2,2% en moyenne par an alors que la compétitivité-prix se maintenait. Recul parts de marché FR = conséquence de la dégradation de la compétitivité hors-prix.

Graphique 6 : Nombre de secteurs par pays faisant partie des dix meilleurs en compétitivité hors-prix en 2000, 2007 et 2016



Note de lecture : en 2016, la France place 52 secteurs dans le « top 10 » de l'OCDE sur la compétitivité hors-prix, sur 102 secteurs analysés.

Source : Conseil national de productivité, *Productivité et compétitivité : où en est la France dans la zone euro ?* juillet 201

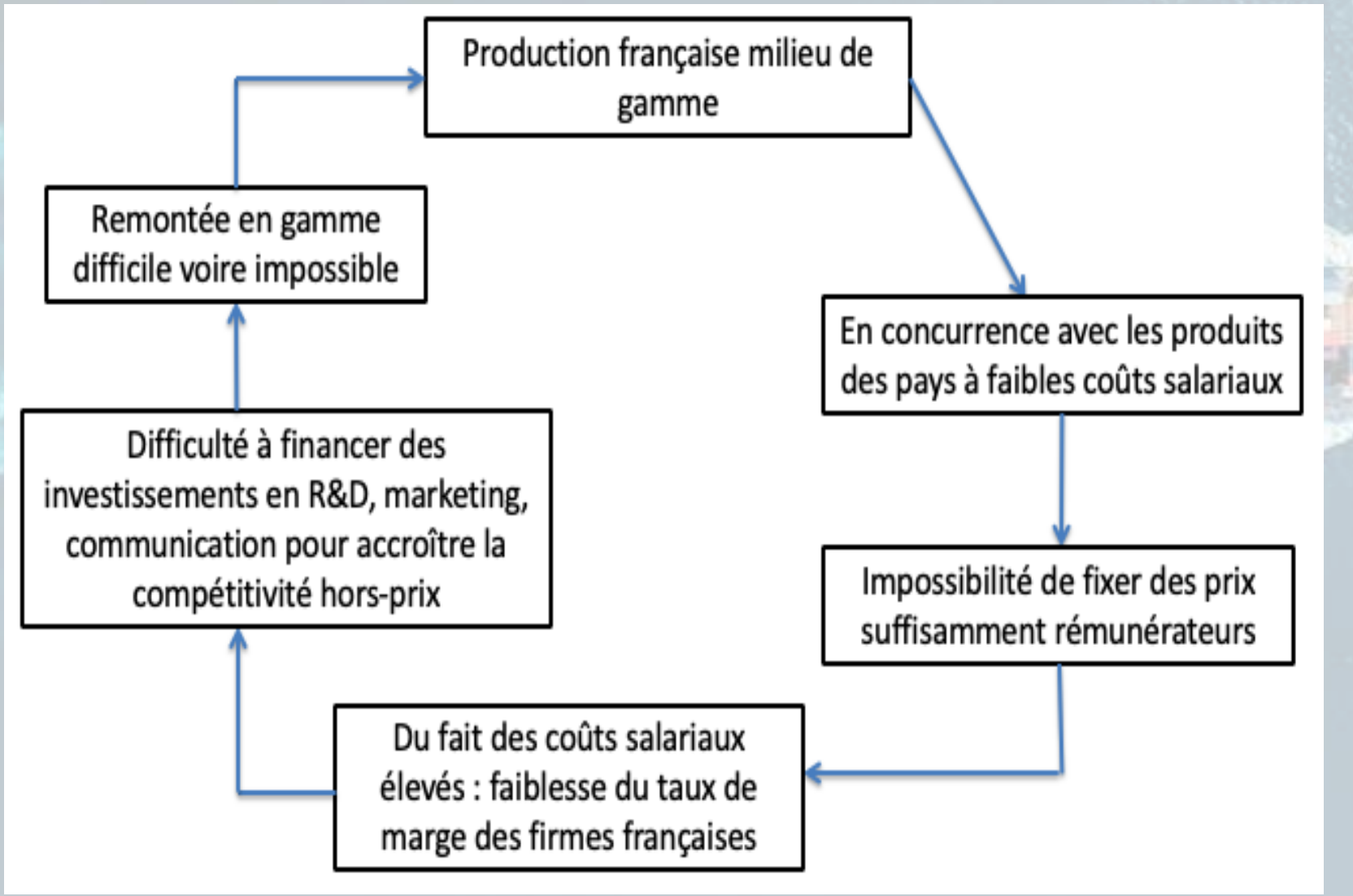
Tableau 6 : Les dix premiers secteurs pour la compétitivité hors-prix en France et en Allemagne en 2013

	Part de marché dans l'OCDE, en %	Part du secteur dans les exportations totales du pays, en %	Compétitivité hors prix*	Rang OCDE
France				
Aéronautique	10,2	3,4	2,4	1
Maroquinerie	25,6	1,3	7,3	2
Vin	28,0	2,4	2,2	3
Appareils de distribution électrique	6,0	1,7	4,5	3
Pièces détachées automobile	6,2	6,0	1,4	5
Produits laitiers	14,6	2,2	1,2	5
Vêtements	9,3	1,1	1,2	5
Plastiques	7,5	3,9	1,1	7
Autres produits métalliques,	5,8	2,2	1,2	7
Produits plastiques	6,4	2,8	1,3	8
Allemagne				
Pièces détachées automobile	22,6	8,0	3,4	1
Métaux non ferreux	16,4	3,6	1,4	1
Produits plastiques	20,4	3,3	2,8	1
Véhicules automobiles	16,8	3,0	1,6	1
Autres produits métalliques	21,5	3,0	2,2	1
Appareils de distribution électrique	24,2	2,5	34,2	1
Machineries, autres	20,7	2,3	3,7	1
Machines-outils	27,4	2,3	2,1	1
Instruments de précision	21,1	2,2	21,4	1
Composants électroniques	17,1	1,8	25,6	1

Note : * Équivalent prix. Par exemple, un chiffre de 2 signifie que dans le secteur considéré, les exportateurs peuvent avoir des prix plus de deux fois supérieurs à ce qu'ils seraient si leur qualité était identique à la moyenne des pays de l'OCDE.

Source : Maria Bas, Lionel Fontagné, Philippe Martin, Thierry Mayer, « A la recherche des parts de marché perdues », *Les Notes du conseil d'analyse économique*, n°23, mai 20

Le piège du milieu de gamme (Aghion, Cette, Cohen, *Changer de modèle*, 2014)



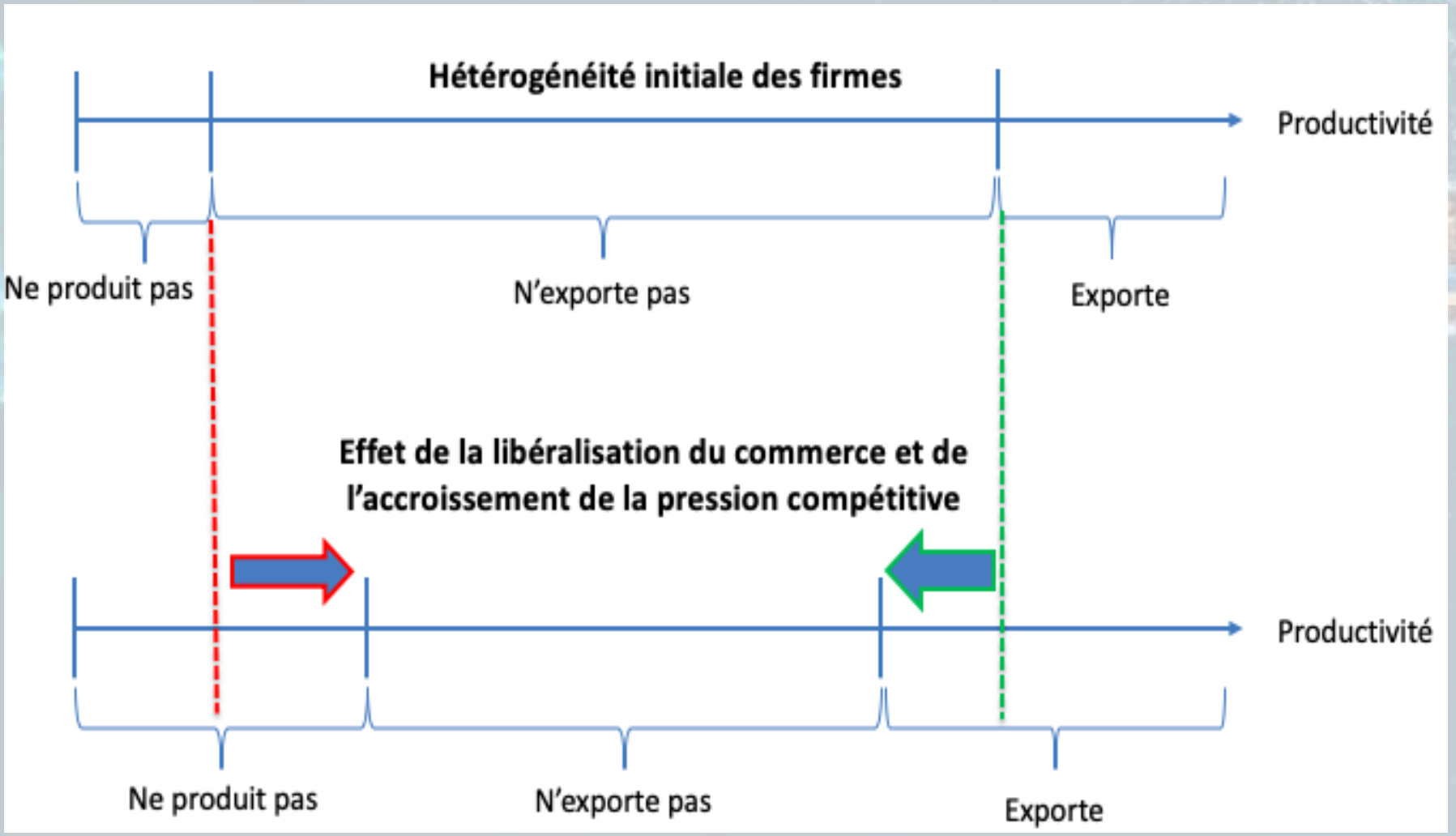
2.3 – L'ouverture commerciale renforce la productivité moyennes des firmes

- Libéralisation commerciale => baisse des coûts du commerce
- **Effets différenciés selon les firmes** :

- Les firmes **les plus productives**, capables d'exporter, voient leur taille **augmenter**
- Les **moins productives** tendent à **disparaître**

- En agissant sur la **démographie des firmes** le CI induit une **réallocation des facteurs de production vers les firmes les plus productives** => hausse productivité moyenne

Ouverture commerciale, démographie des entreprises et renforcement de la productivité moyenne



Effet du CI sur l'effort d'innovation (Aghion, Bergeaud, Lequien, Melitz, 2018)

- Effet du CI sur innovation différencié selon distance à la frontière des firmes
- CI agit sur incitation à innover à travers deux effets :
- Un **effet taille de marché** : positif pour toutes les firmes
- Un **effet de concurrence** : positif pour les firmes à la frontière, négatif pour celles qui en sont éloignées.
- **Evaluation empirique du modèle** : quand de nouveaux marchés à l'exportation sont ouverts, l'effet de concurrence l'emporte sur l'effet de taille pour les firmes éloignées de la frontière si bien que l'effet global du commerce sur leur productivité est négatif. En revanche, pour les firmes à la frontière, les deux effets se cumulent et leur productivité est fortement renforcée. **L'effet positif du choc d'export sur les firmes les plus performantes l'emporte sur l'effet négatif que subissent les firmes les moins performantes si bien que la productivité moyenne de l'économie augmente.**

3 – Comprendre l'internationalisation de la chaîne de valeur et savoir l'illustrer

3.1 – Qu'est-ce qu'une chaîne de valeur ?

3.2 – Les modalités de l'internationalisation de la chaîne de valeur

3.3 – Les corolaires de l'extension des chaînes de valeur mondiale (CVM) : spécialisation des firmes et essor des flux commerciaux internationaux

3.4 – L'iPhone : une illustration de l'internationalisation de la chaîne de valeur

3.5 – Insertion dans les CVM et développement

3.6 - L'essor des CVM implique de repenser la comptabilité du CI

3.1 – Qu’est-ce qu’une chaîne de valeur ?

Une réalité qui était abordée dans l’ancien programme à travers le concept de **division internationale du processus productif DIPP**

=

regard plutôt macroéconomique

Le concept de **chaîne de valeur** est directement centré sur les stratégies d’entreprises.

C’est pourquoi le programme ne parle plus explicitement de « stratégies » des firmes. Elles sont pourtant **centrales** dans la manière d’aborder la mondialisation de la production mais sont inclues dans le concept de chaîne de valeur.

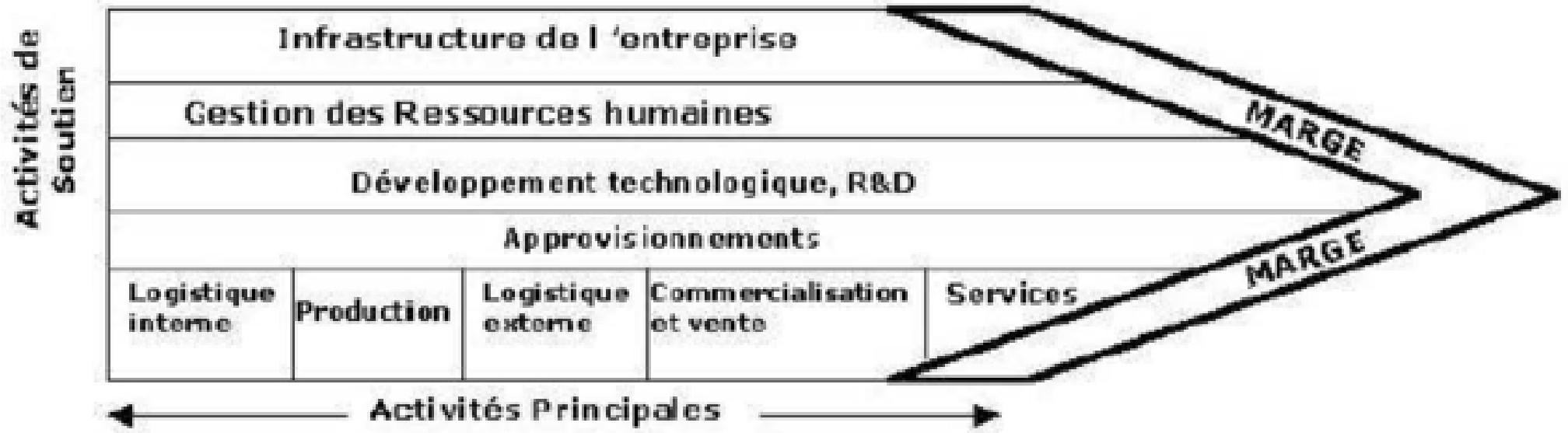
=

regard plutôt microéconomique

3.1 – Qu'est-ce qu'une chaîne de valeur ?

- La réalisation d'un produit implique l'accomplissement successif de différentes activités. De l'amont vers l'aval: la R&D, la conception, la logistique amont, la production (fabrication et/ou assemblage), la logistique aval, le marketing, la vente, le service après-vente.
- L'ensemble de ces activités constitue ce que Michael E. Porter dénomme la chaîne de valeur => son organisation définit **l'avantage concurrentiel** de la firme

Figure 6 – La chaîne de valeur chez Michael E. Porter



Source : https://theses.univ-lyon2.fr/documents/getpart.php?id=lyon2.2010.palaoro_g&part=373552

3.2 – Les modalités de l'internationalisation de la chaîne de valeur

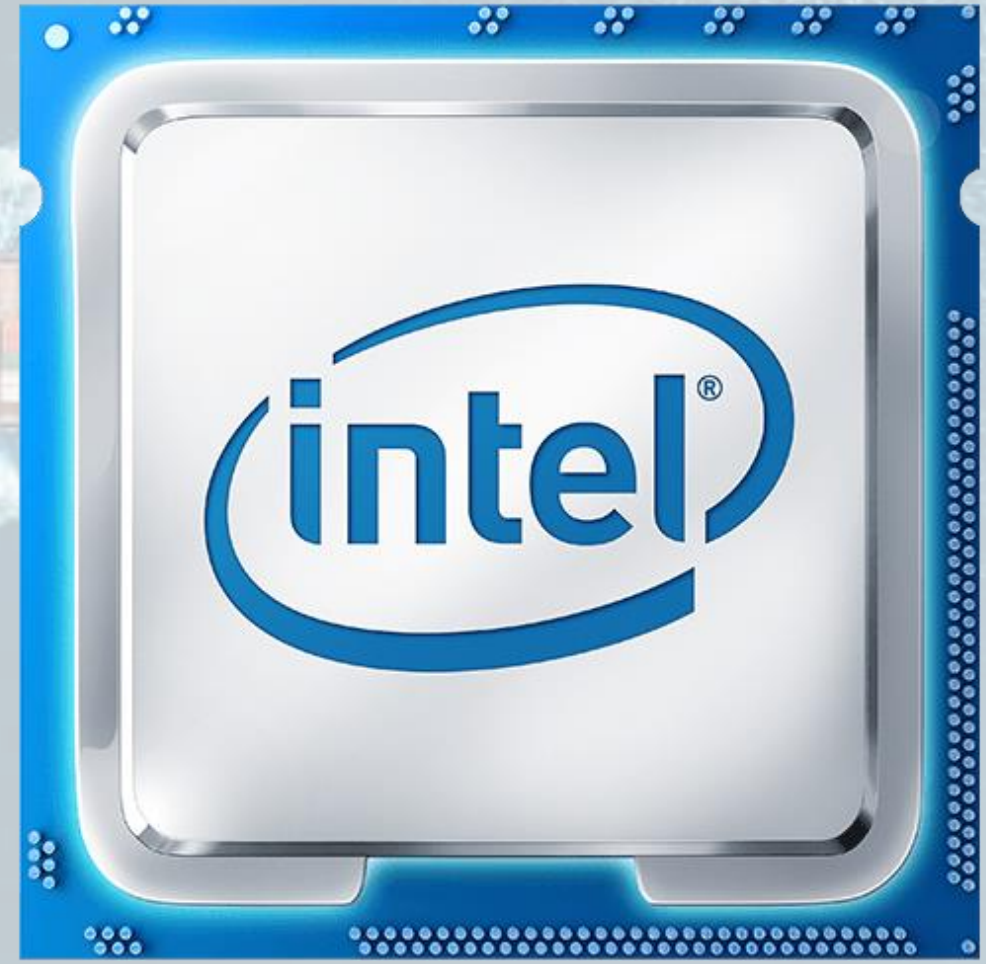
- Si les segments des chaînes de valeur sont situés sur des territoires nationaux distincts, on parle alors de **chaînes de valeur mondiales** (CVM)
- Forte expansion des CVM depuis les années 1980 parce que les firmes cherchent à exploiter les avantages comparatifs des différents territoires de la planète pour diminuer leurs coûts et proposer des produits plus attractifs.
- Cela peut passer par :

- des IDE (fait émerger des FMN)
- Externalisation internationale : licence et « *outsourcing* » (fait émerger la firme-réseau)

3.2 – Les modalités de l'internationalisation de la chaîne de valeur

- **Exemple de déploiement à l'international à travers des IDE :**

Intel, le leader mondial des microprocesseurs, a localisé la fabrication des tranches de silicium ainsi que la recherche et développement (R&D), deux activités très intensives en travail qualifié, dans des pays disposant à la fois d'un niveau élevé de formation et de bonnes institutions pour protéger les innovations, à savoir les États-Unis, Israël et l'Islande. L'assemblage, activité plus routinière et nécessitant moins de qualification, est localisé dans des pays où le coût du travail est faible comme la Malaisie, les Philippines, le Costa Rica et la Chine.



3.2 – Les modalités de l'internationalisation de la chaîne de valeur

- **Exemple de déploiement à l'international à travers l'externalisation internationale (« *outsourcing* »)**

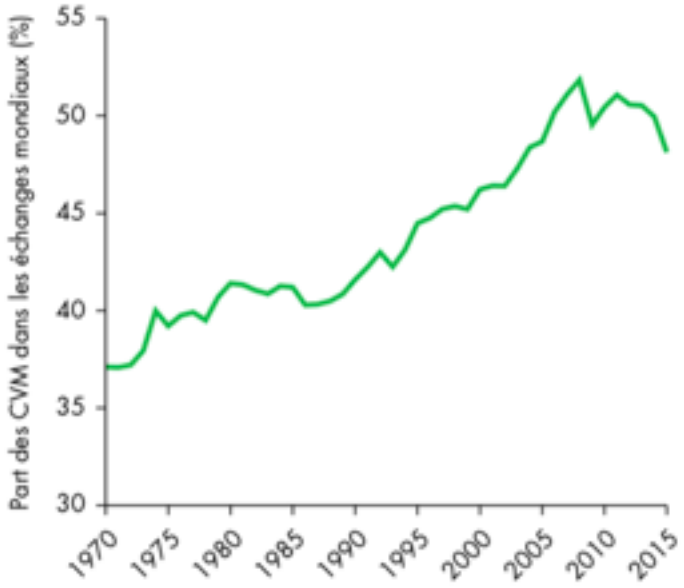
L'entreprise danoise MASCOT, qui produit des vêtements de travail et des chaussures de sécurité, fait appel à des fournisseurs indépendants en Asie pour se procurer les boutons, les zips, les bandes réfléchissantes ou les tissus. L'entreprise sous-traite également au Vietnam et au Laos une partie de la confection des vêtements et des chaussures.

3.3 – Les corolaires de l'extension des chaînes de valeur mondiale (CVM) : spécialisation des firmes et essor des flux commerciaux internationaux

L'extension des CVM a deux corollaires :

- Les firmes se spécialisent de plus en plus sur certaines tâches, certains segments de la chaîne de valeur ;
- Les échanges entre ces firmes disséminées sur toute la planète induisent d'intenses flux commerciaux internationaux

Graphique 7 : Évolution de la part des chaînes de valeur mondiales (CVM) dans les échanges mondiaux



Source : Banque mondiale, *Rapport sur le développement dans le monde 2020 Le commerce au service du développement à l'ère de la mondialisation des chaînes de valeur*, 2020

3.3 – Les corolaires de l'extension des chaînes de valeur mondiale (CVM) : spécialisation des firmes et essor des flux commerciaux internationaux

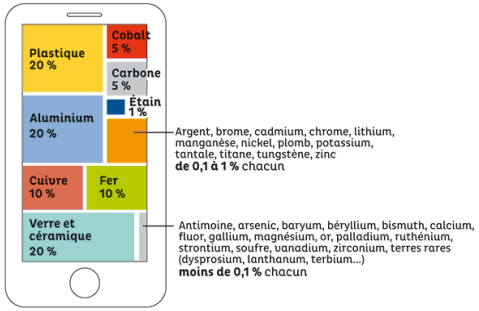
Ce mouvement d'internationalisation croissante des chaines de valeur a été rendu possible par une triple évolution :

- La **globalisation financière** a facilité les investissements transfrontaliers.
- La **libéralisation commerciale et les progrès** dans le domaine **du transport** (innovations du conteneur et du porte-conteneurs), en faisant considérablement **baisser les coûts du commerce**, ont permis une intensification incroyable des flux de marchandises.
- Le développement des **technologies de l'information et de la communication** a facilité la **coordination** des différentes entreprises impliquées dans la chaine de valeur.

PLUSIEURS TOURS DU MONDE POUR UN SMARTPHONE

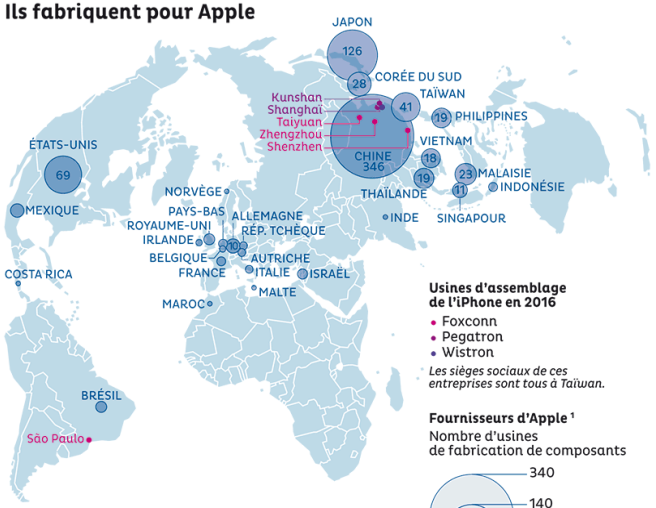
Marchandise emblématique de ce début de siècle, les smartphones produits par Apple tirent parti des chaînes mondiales d'approvisionnement permettant d'acheter le labeur humain au prix le plus bas, où qu'il se trouve. Cette division internationale du travail entre conception, fabrication des composants et assemblage garantit à l'entreprise une marge brute d'au moins 69 % sur le dernier modèle d'iPhone : l'appareil est vendu plus de trois fois le prix que coûte sa production.

Des dizaines de composants



Source : PNUE - Convention de Bâle, « Guidance document on the environmentally sound management of used and end-of-life mobile phones », 2012.

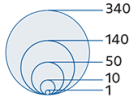
Ils fabriquent pour Apple



Usines d'assemblage de l'iPhone en 2016
- Foxconn
- Pegatron
- Wistron

Les sièges sociaux de ces entreprises sont tous à Taïwan.

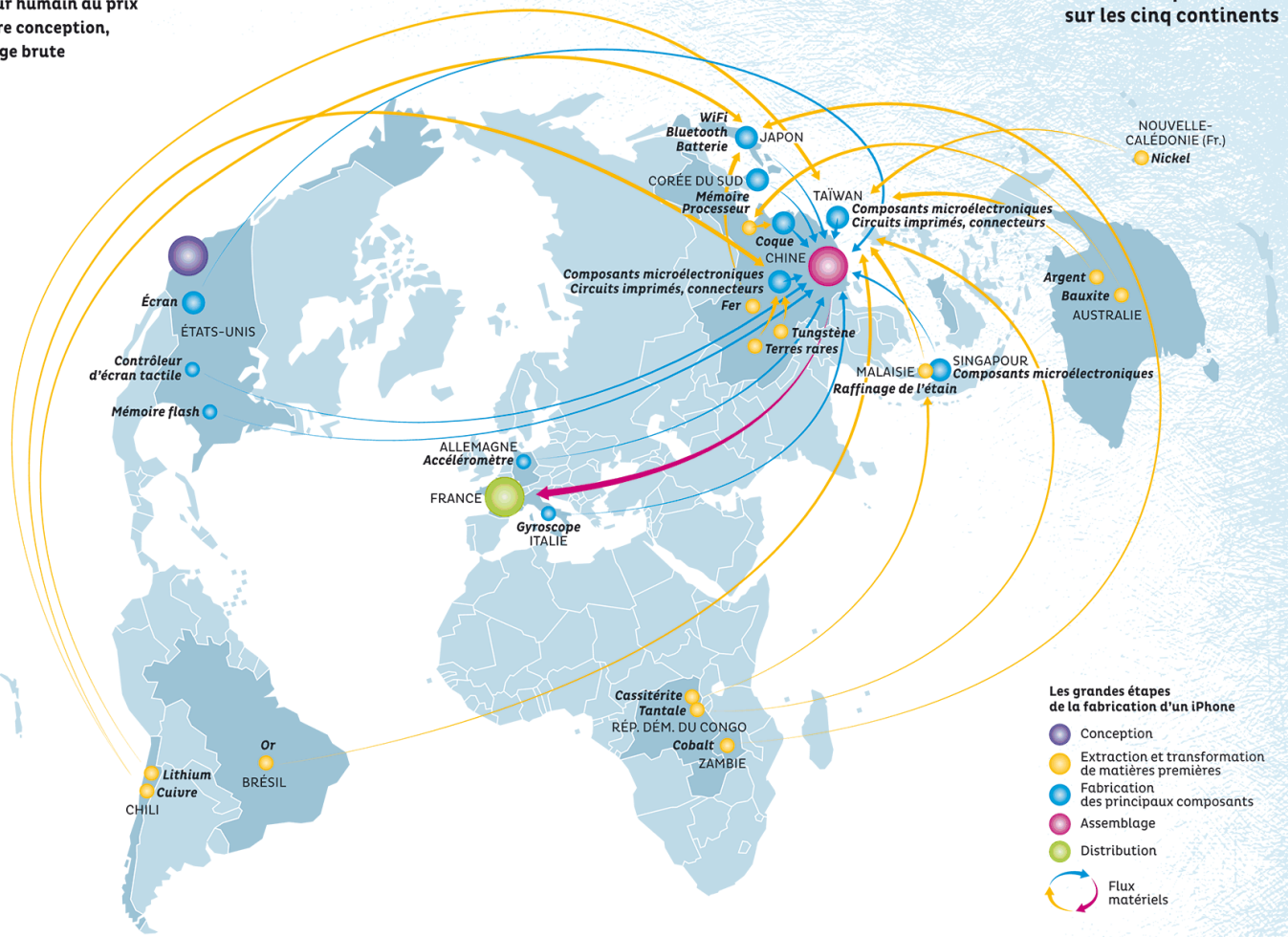
Fournisseurs d'Apple [1]
Nombre d'usines de fabrication de composants



1. Établissements des deux cents principaux fournisseurs, tous produits Apple confondus.

Source : Apple, « Supplier list 2016 ».

Une chaîne de production sur les cinq continents



Les grandes étapes de la fabrication d'un iPhone
- Conception
- Extraction et transformation de matières premières
- Fabrication des principaux composants
- Assemblage
- Distribution
- Flux matériels

Sources : Apple, « Supplier list 2016 » et « Conflict minerals report 2016 » ; CCFD - Terre solidaire, « Des ressources naturelles au cœur des conflits », octobre 2014 ; « The iPhone supply chain », http://visual.ly/iphone-supply-chain ; Jefferies Inc. ; IHS Technology.

En 2016, Apple construit et commercialise cinq modèles d'iPhone (SE, 6, 6 Plus, 6s, 6s Plus), dont les composants varient légèrement d'un modèle à l'autre. Plusieurs fabricants peuvent être chargés de produire un même module. Par ailleurs, Apple publie la liste de ses fournisseurs de matières premières, mais ces entreprises recourent elles-mêmes à des filiales qui, elles, ne sont pas identifiées. Ainsi, le rapport sur les minerais (« Conflict minerals report 2016 ») liste pas moins de cent une sociétés de transformation et de raffinage de l'or, mais n'indique pas la localisation des mines.

Cette carte propose une configuration possible de la chaîne d'approvisionnement d'un de ces iPhone, conçu à Cupertino (Californie), assemblé à Shenzhen (Chine) et vendu à Paris, en faisant figurer pour les principaux métaux un des premiers sites mondiaux d'extraction, ainsi qu'un des sites de fabrication de chaque composant majeur.

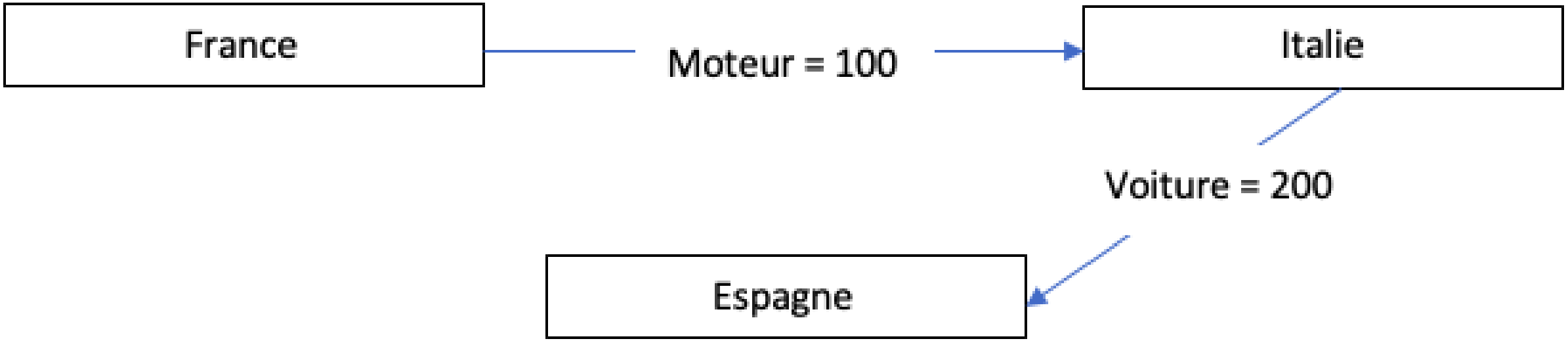
3.5 – Insertion dans les CVM et développement

- Développement du SE asiatique à travers l'inscription de ces pays dans les CVM (dragons asiatiques, Chine, etc.)
- Mais la création de VA le long des CVM est très inégalement répartie
- Enjeu pour les PED = 1) intégrer les CVM puis 2) assurer la montée en gamme fonctionnelle
- Suppose des politiques publiques de qualité

La courbe du sourire

3.6 - L'essor des CVM implique de repenser la comptabilité du CI

Figure 9 : La mesure des échanges commerciaux en données brutes : un problème des comptages multiples



Source : Banque de France Eurosystème, « La mesure des échanges en valeur ajoutée : un autre regard sur le commerce extérieur », 12 avril 2016

3.6 - L'essor des CVM implique de repenser la comptabilité du CI

Figure 10 : La mesure des échanges commerciaux en valeur ajoutée

Source : Banque de France Eurosystème, « La mesure des échanges en valeur ajoutée : un autre regard sur le commerce extérieur », 12 avril 2016

3.6 - L'essor des CVM implique de repenser la comptabilité du CI

La comptabilisation du commerce en VA : quel intérêt ?

- Mieux Interpréter les soldes commerciaux bilatéraux (exemple du déficit commercial des Etats-Unis vis-à-vis des Chine) ;
- Connaître le contenu en valeur ajoutée locale des exportations
- Permet de mesurer contribution des différents secteurs d'activité à la VA locale qui est exportée (service = 16% des X FR en données brutes contre 61% de la VA domestique exportée) : souligne importance des services pour la compétitivité française

4. Comprendre les effets induits par le commerce international : gains moyens en termes de baisse de prix, réduction des inégalités entre pays, accroissement des inégalités de revenus au sein de chaque pays ; comprendre les termes du débat entre libre échange et protectionnisme

4.1 – Le CI permet de faire baisser le prix moyen des B&S

4.2 – Les effets du CI sur les différents types d'inégalités

4.3 – Les termes du débat entre libre-échange et protectionnisme

4.1 – Le CI permet de faire baisser le prix moyen des B&S

- Une étude de la Banque de France estime que **les importations de biens finals depuis les pays à bas salaires en 2014 font économiser à chaque ménage français en moyenne 1 000 euros de dépenses de consommation par an** (par rapport à ce chaque ménage payait en moyenne en 1994).

Juan Carluccio, Erwan Gautier, Sophie Guilloux-Nefussi, « Importations des pays à bas salaires : quels gains pour les ménages ? », Banque de France, Bloc-Notes Eco billet n°61 publié le 17/04/2018. https://blocnotesdeleco.banque-france.fr/billet-de-blog/importations-des-pays-bas-salaire-quels-gains-pour-les-menages

4.1 – Le CI permet de faire baisser le prix moyen des B&S

Baisses de prix permises par la mondialisation pour quelques produits

Des ballerines

Origine : Vietnam

Prix : 9,99 euros

Prix s'il était fabriqué en France* : 16,40 euros

Gain de pouvoir d'achat : 39%

Une poupée

Origine : Chine

Prix : 10 euros

Prix s'il était fabriqué en France* : 15,60 euros

Gain de pouvoir d'achat : 36%

Un jean

Origine : Bangladesh

Prix : 14,99 euros

Prix s'il était fabriqué en France* : 27 euros

Gain de pouvoir d'achat : 44%

Pourquoi le CI permet-il de faire baisser le prix moyen des biens et services ?

- CI => spécialisation => meilleure allocation des facteurs de production => hausse productivité => baisse des coûts => baisse des prix ;
- CI permet aux firmes d'exploiter pleinement les économies d'échelle internes (effet d'échelle)
- CI permet aux firmes de profiter pleinement des effets d'agglomération (exemple de Quiaotou slide suivant)
- CI génère des effets pro-concurrentiels :

i) le pouvoir de marché des firmes domestiques diminue => baisse des prix

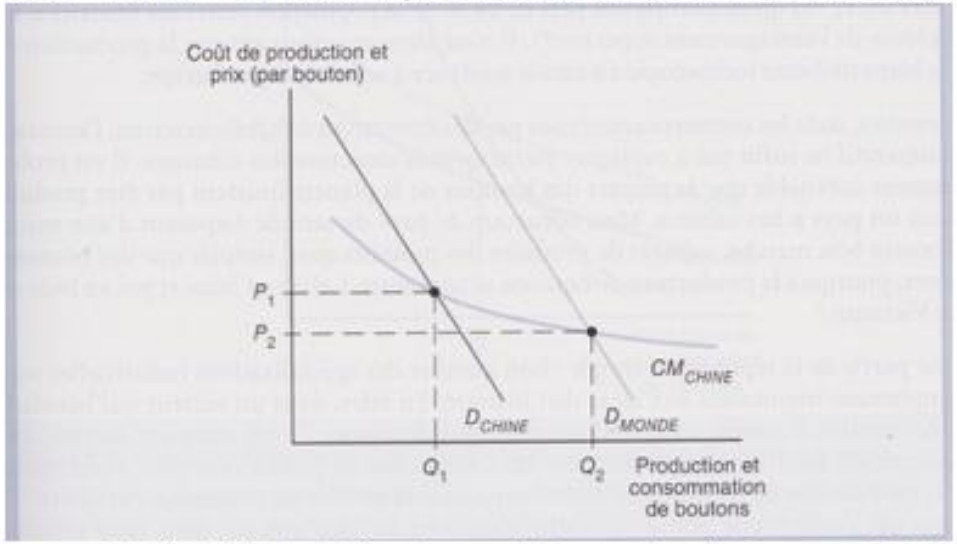
ii) Effet sur la démographie des firmes => hausse productivité moyenne

iii) Incitation à innover (étude Aghion, Bergeaud, Lequien, Melitz)

Pourquoi le CI permet-il de faire baisser le prix moyen des biens et services ?

La ville chinoise de Qiaotou dans la province du Zeijang est devenue, en quelques années, la capitale mondiale du bouton. Avant l'ouverture commerciale de la Chine, les entreprises de Qiaotou fournissaient essentiellement le marché chinois à un prix (P1 sur le graphique qui suit) inférieur au prix pratiqué ailleurs dans le monde. Après ouverture, les firmes productrices de boutons se sont multipliées à Qiaotou pour approvisionner le marché mondial ce qui a généré des économies d'échelle externes faisant baissant les coûts de production (cela se traduit par une courbe d'offre décroissante, CM_{CHINE} sur le graphique 8 qui suit) et les prix (passage de P_1 à P_2 sur le graphique 8).

Graphique 8 : Commerce international, économies d'échelle externes et baisse de prix

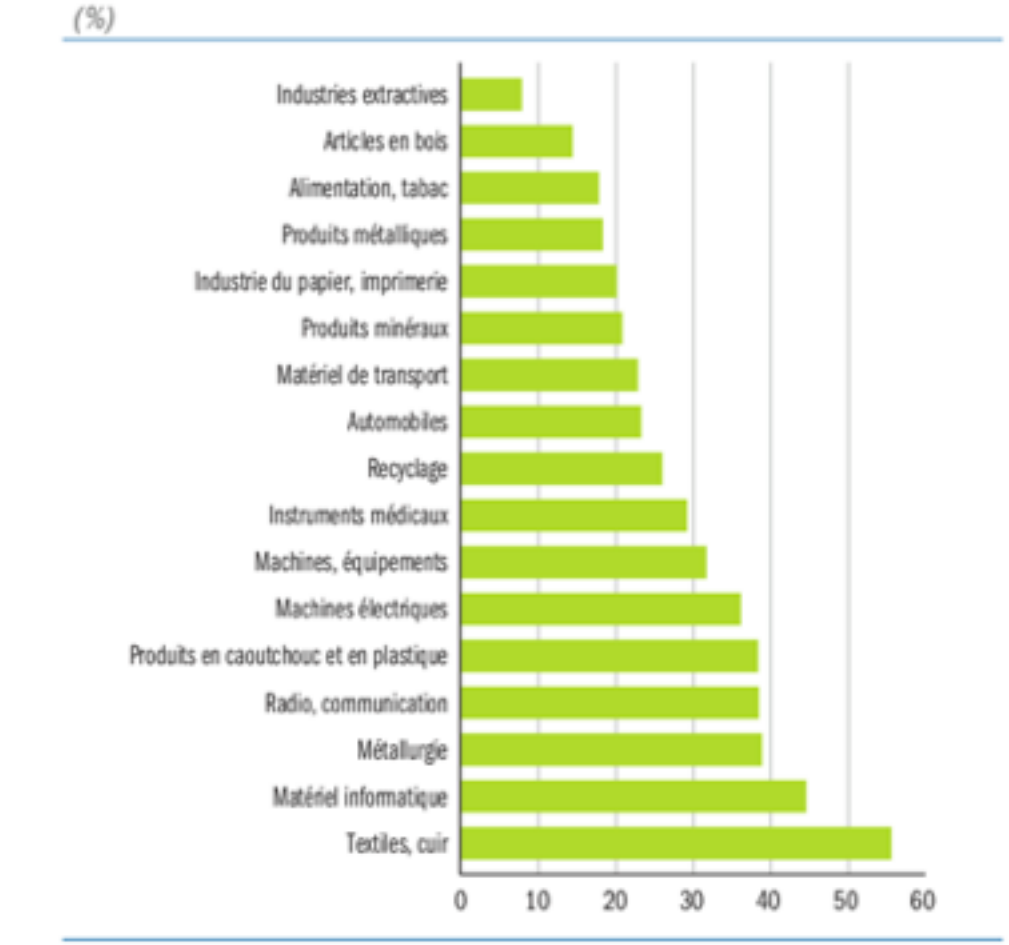


Source : P. Krugman, M. Obstfeld, M. Melitz, *Economie internationale*, Pearson, 2018 (11ème édition) p.157

Au final, le commerce international, en concentrant la production mondiale de boutons dans cette ville chinoise (en 2006, les entreprises de Qiaotou assurent 60% de la production mondiale de boutons), a permis de faire baisser les prix d'intrants essentiels dans la confection des vêtements (boutons mais aussi fermetures éclairs). Cette baisse du prix des biens intermédiaires bénéficie aux consommateurs finaux parce qu'elle permet aux fabricants de textile du monde entier de proposer des produits moins chers.

Pourquoi le CI permet-il de faire baisser le prix moyen des biens et services ?

Graphique 9 : Diminutions des prix à la consommation induites par le commerce de biens intermédiaires selon le secteur en France (pour les années 2001 à 2006)



Source : Joaquin Blaum, Claire Lelarge, Michael Peters, « Toutes les entreprises tirent-elles les mêmes bénéfices du commerce de biens intermédiaires ? », Banque de France, *Rue de la Banque* n°70, Octobre 2018

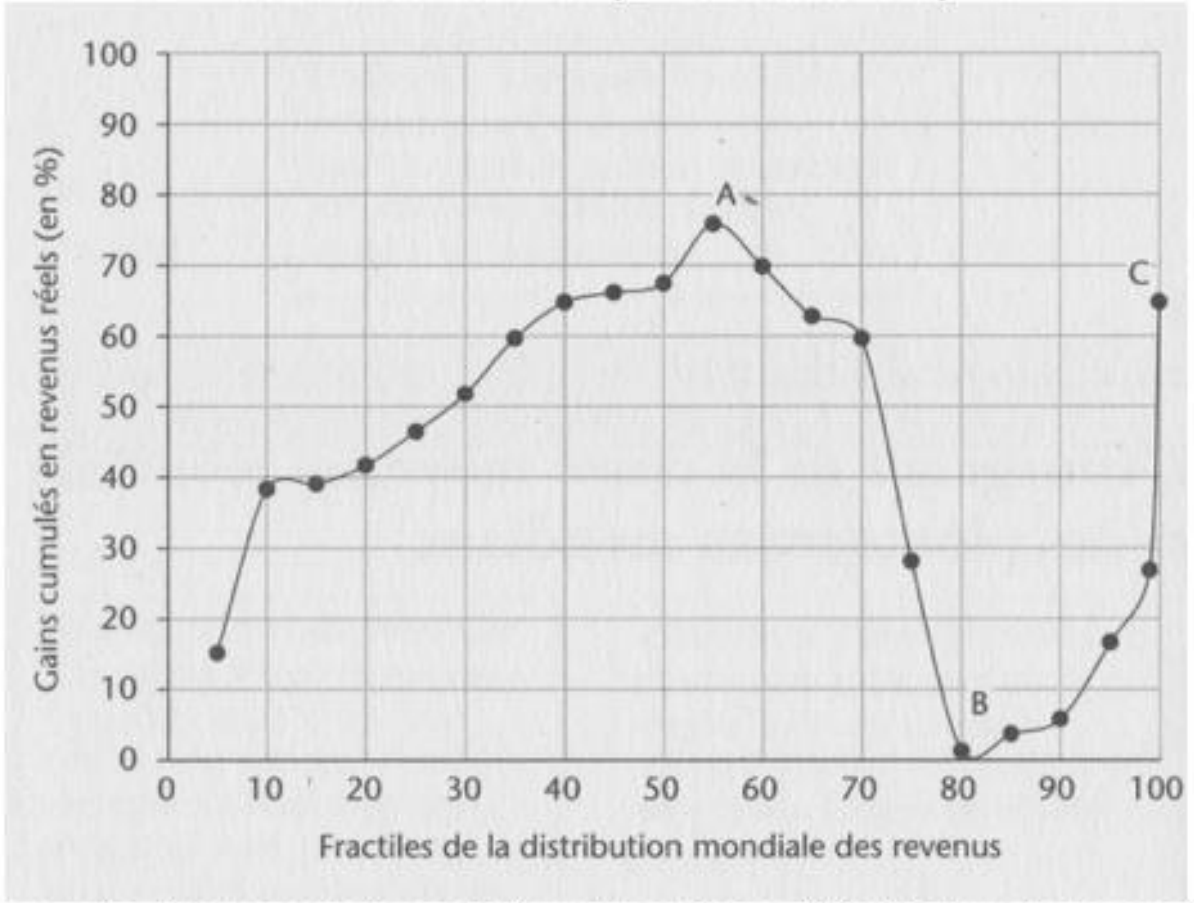
4.2 – Les effets du CI sur les différents types d'inégalités

4.2.1 – Le commerce international diminue les inégalités entre nations mais augmente les inégalités à l'intérieur des nations

4.2.2 – Les explications de l'augmentation généralisée des inégalités internes

4.2.1 – Le commerce international diminue les inégalités entre nations mais augmente les inégalités à l'intérieur des nations

Graphique 10 : La courbe de l'éléphant : gains en % de revenus réels par tête par fractiles* de revenus mondiaux (entre 1988 et 2008)

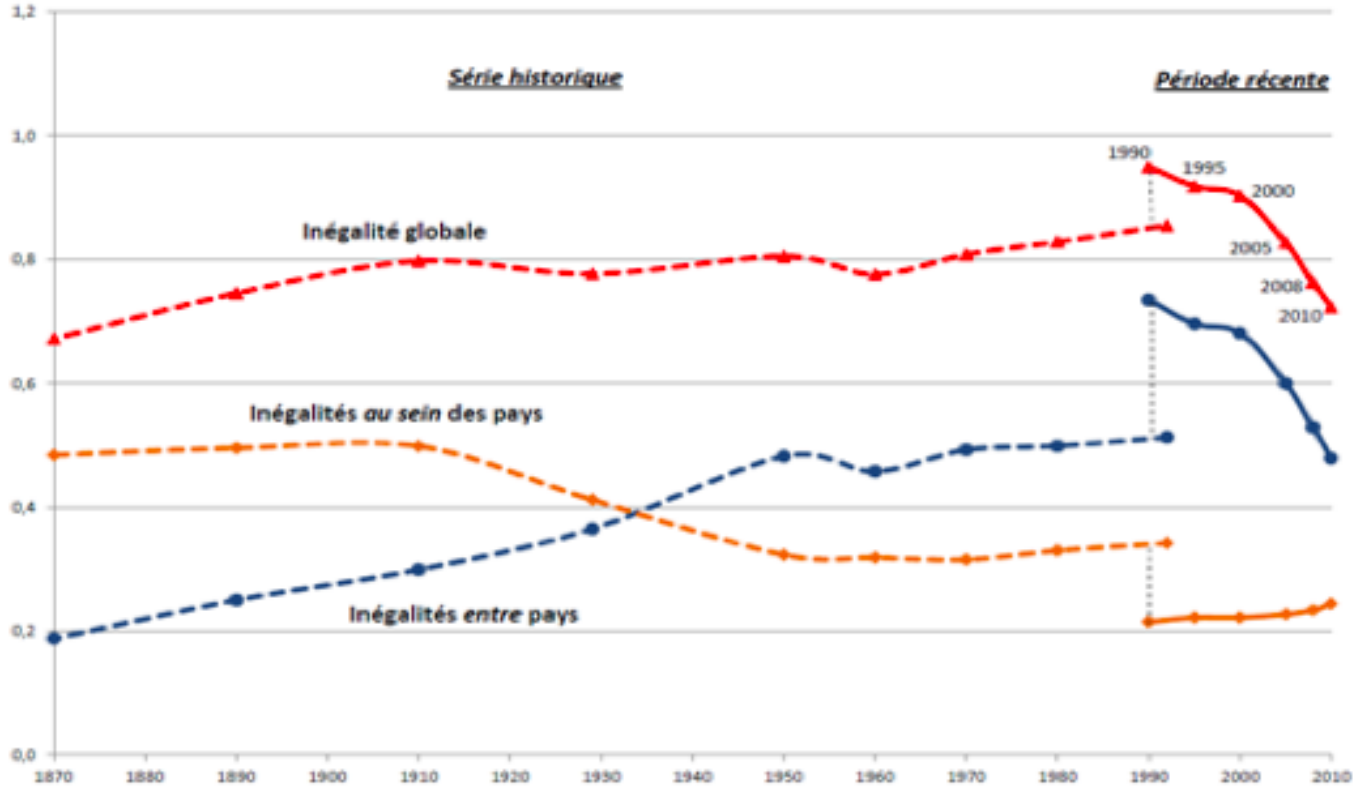


*Les fractiles sont des découpages de la population totale en classe d'effectifs égaux (on les appelle déciles si l'on découpe celle-ci en dix classe, centiles si l'on découpe celle-ci en cent classes, etc.).

Source : Branko Milanovic, *Inégalités mondiales Le destin des classes moyennes, les ultra-riches et l'égalité des chances*, La Découverte, 2019 p.22

4.2.1 – Le commerce international diminue les inégalités entre nations mais augmente les inégalités à l'intérieur des nations

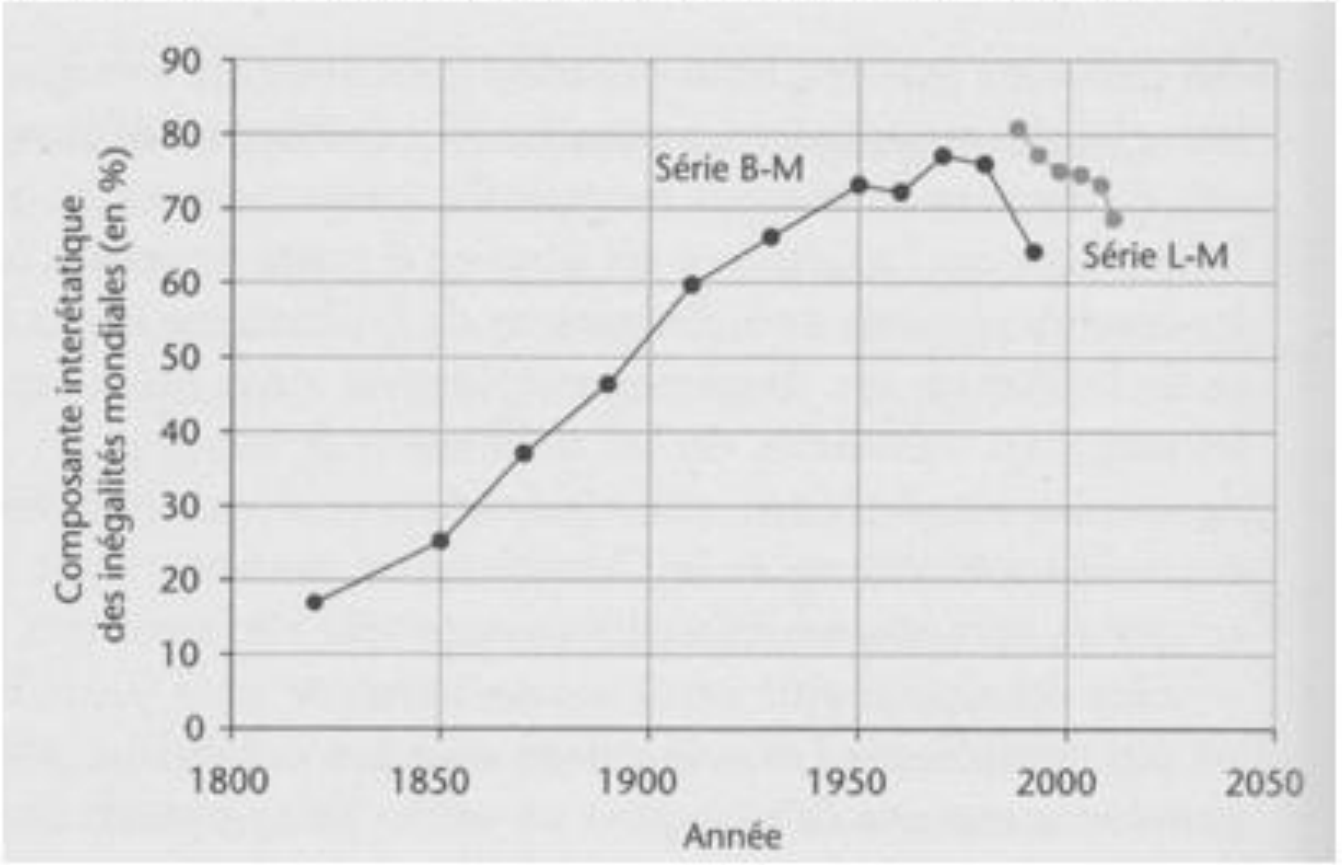
Graphique 11 : L'évolution historique des inégalités mondiales de revenus (coefficient de Theil 1870-2011) : inégalité globale, inégalité entre pays et inégalité à l'intérieur des pays



Remarque : L'évolution des inégalités est appréhendée à travers deux séries, la série Bourguignon-Morrisson pour la période allant de 1870 à 1990 et les séries Lackner-Milanovic et Milanovic pour la période récente depuis 1990. Le niveau des inégalités entre les deux séries diffère car, d'une part, les nouvelles données incluent à la fois beaucoup plus de pays et de fractiles de revenus au sein de chaque pays et, d'autre part, les parités de pouvoir d'achat retenues ne sont pas les mêmes. Toutefois, ces différences dans les estimations du niveau général des inégalités n'ont pas d'incidences majeures sur les conclusions concernant l'évolution des inégalités.

4.2.1 – Le commerce international diminue les inégalités entre nations mais augmente les inégalités à l'intérieur des nations

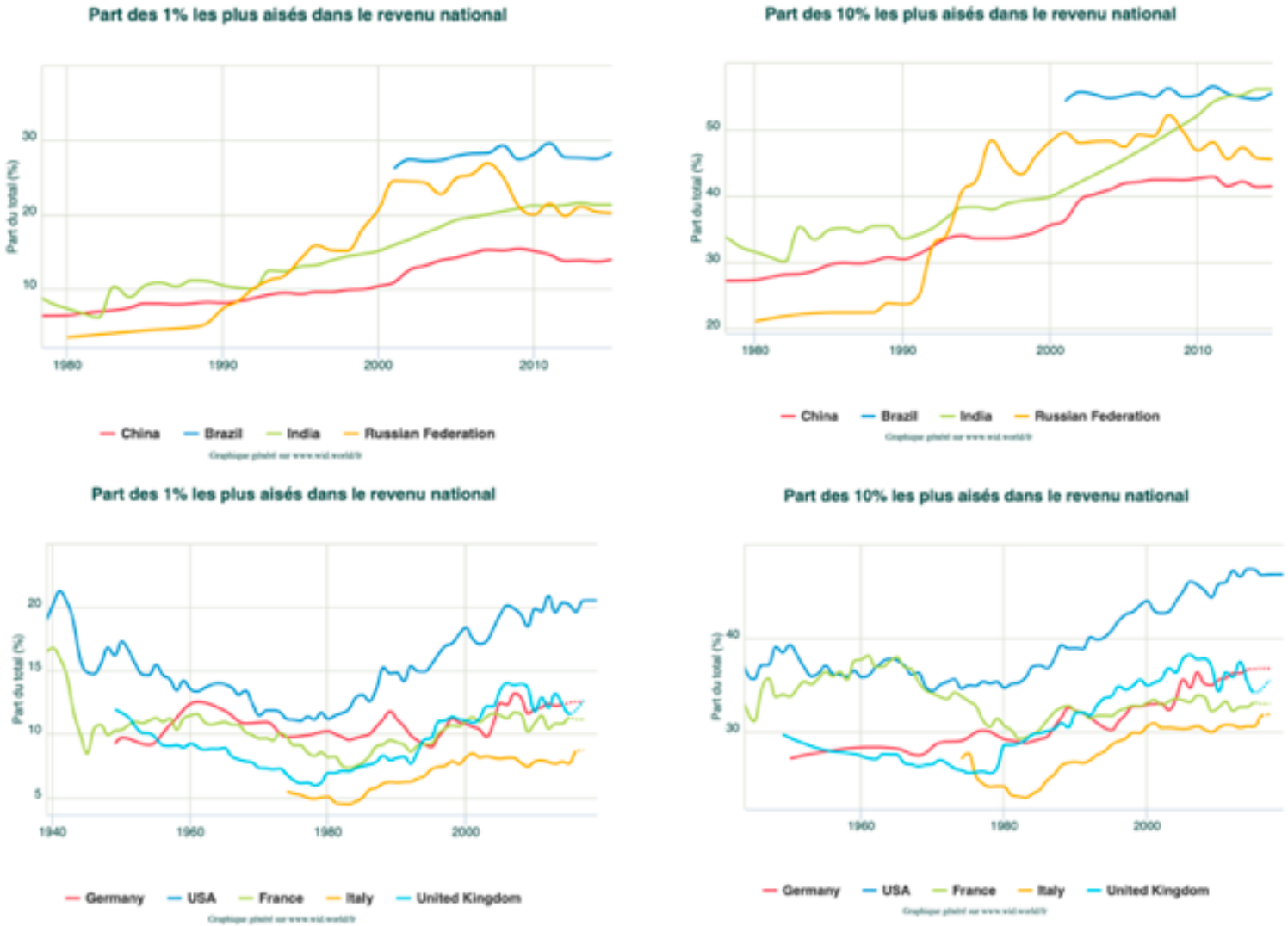
Graphique 12 : Part de l'inégalité mondiale due aux inégalités entre pays (1820-2011)



Source : Branko Milanovic, *Inégalités mondiales Le destin des classes moyennes, les ultra-riches et l'égalité des chances*, La Découverte, 2019 p.142

4.2.2 – Les explications de l'augmentation généralisée des inégalités internes

Graphique 13 : Des inégalités intranationales en hausse aussi bien dans les économies développées que dans les économies émergentes



Source : *World Inequality Database*, https://wid.world/fr/accueil/

4.2.2 – Les explications de l'augmentation généralisée des inégalités internes

- Théorème Stolper-Samuelson (pertinent pour pays développés mais pas pour les PED)
- Modèle de Feenstra et Hanson centré sur la fragmentation de la chaîne de valeur
- Interaction mondialisation et progrès technique : effet « super-star » (Sherwin Rosen) ou « the winner takes all society »
- Mondialisation qui favorise la métropolisation (modèle centre périphérie de Krugman)

4.3 – Les termes du débat libre-échange vs protectionnisme

- Libre échange => gains en termes de baisse des prix moyens et d'une plus grande diversité des produits ;
- Mais il exerce aussi de **puissants effet redistributifs au sein des nations** : il y a des gagnants et des perdants de la mondialisation ;
- **Demande politique de protectionnisme** par les **perdants de la mondialisation**
- **Protectionnisme** = barrières tarifaires ou non tarifaires destinées à limiter les importations et à favoriser la production domestique. Il s'incarne dans des droits de douane, des subventions aux exportations, des manipulations de taux de change, des quotas d'importations, des restrictions volontaires aux exportations, des normes sanitaires et techniques ou bien encore des règles de contenu local.

4.3 – Les termes du débat libre-échange vs protectionnisme

4.3.1 – Les mesures protectionnistes réduisent le bien-être domestique

4.3.2 – Les arguments en faveur du protectionnisme

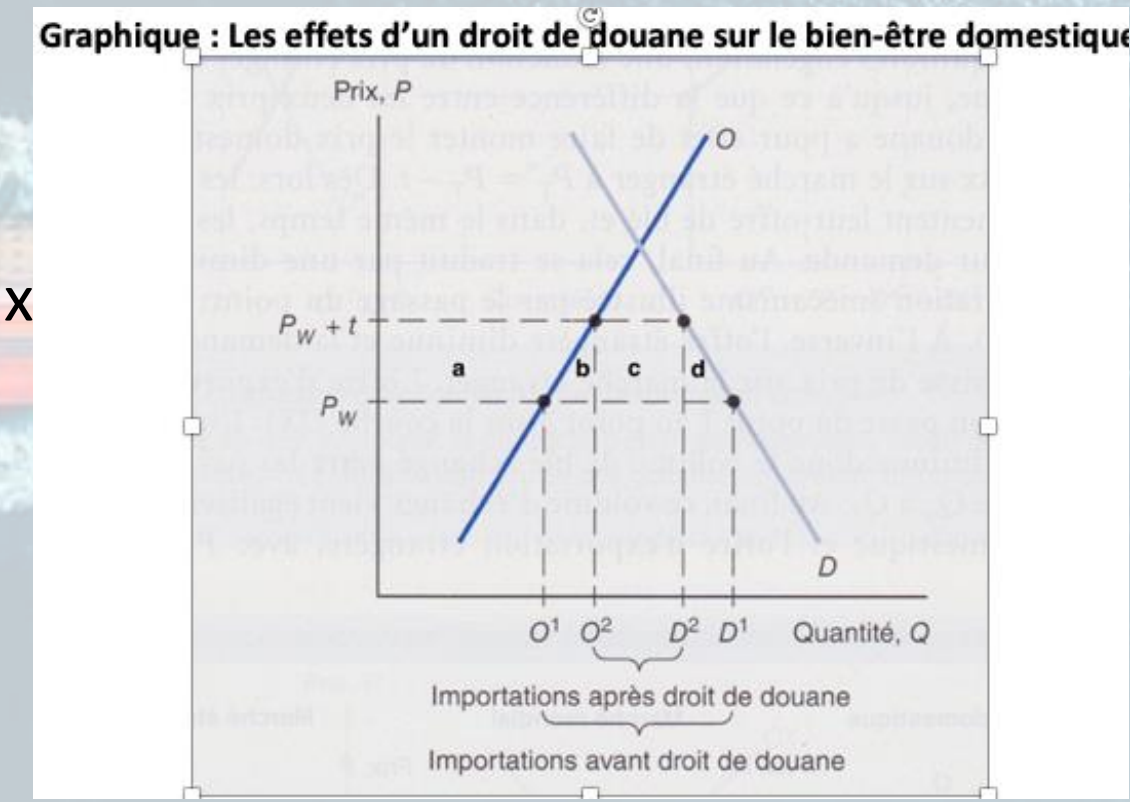
4.3.3 – Les critiques du protectionnisme

4.3.1 – Les mesures protectionnistes réduisent le bien-être domestique

Un **tarif douanier** élève artificiellement le prix pratiqué sur le marché domestique. Cette hausse de prix est **facteur d'inefficacité** à double titre :

- du côté de l'offre, ce prix plus élevé permet à des firmes domestiques, aux coûts de production pourtant moins avantageux que ceux des entreprises étrangères, de vendre leurs produits sur le marché national. L'économie protégée met donc en œuvre une production trop peu efficace dans le sens où elle pourrait l'acheter moins cher à l'étranger.
- du côté de la demande, ce prix plus élevé se traduit par une quantité consommé moindre.

Effets similaires des subventions aux exportations et des quotas sur le bien-être domestique



4.3.2 – Les arguments en faveur du protectionnisme

a) L'argument de l'union douanière
b) L'argument du protectionnisme éducateur
c) L'argument des politiques commerciales stratégiques
d) Du protectionnisme pour rendre la mondialisation équitable

a) L'argument de l'union douanière

- Une **union douanière** est un ensemble de pays dans lesquels les biens et services circulent librement et qui ont mis en place un tarif extérieur commun vis-à-vis du reste du monde
- Elle engendre des **créations de commerce** entre les pays membres de la zone et des **détournements de commerce** avec le reste du monde.
- Si l'effet sur le bien-être des créations de commerce l'emporte sur celui induit par les détournements de commerce, le bien-être domestique croît mais c'est l'inverse quand ce solde est négatif.

a) L'argument de l'union douanière

Quand une union douanière est mise en place, les effets de création de commerce ont d'autant plus de chance de l'emporter sur les effets de détournement si :

- Le différentiel de productivité et donc de compétitivité entre les pays de l'union douanière est important. Dans ce cas, l'effet de création de commerce sera très fort.
- Le tarif douanier initial est élevé. Dans ce cas l'effet de détournement de commerce sera faible parce que les importations étaient rares et l'effet de création de commerce sera très important.
- Les échanges entre les pays de la zone sont initialement importants. Dans ce cas, l'effet de destruction de commerce sera faible.
- Le tarif extérieur commun est inférieur à celui qui était initialement pratiqué. Cela amoindrit les effets de détournement de commerce.

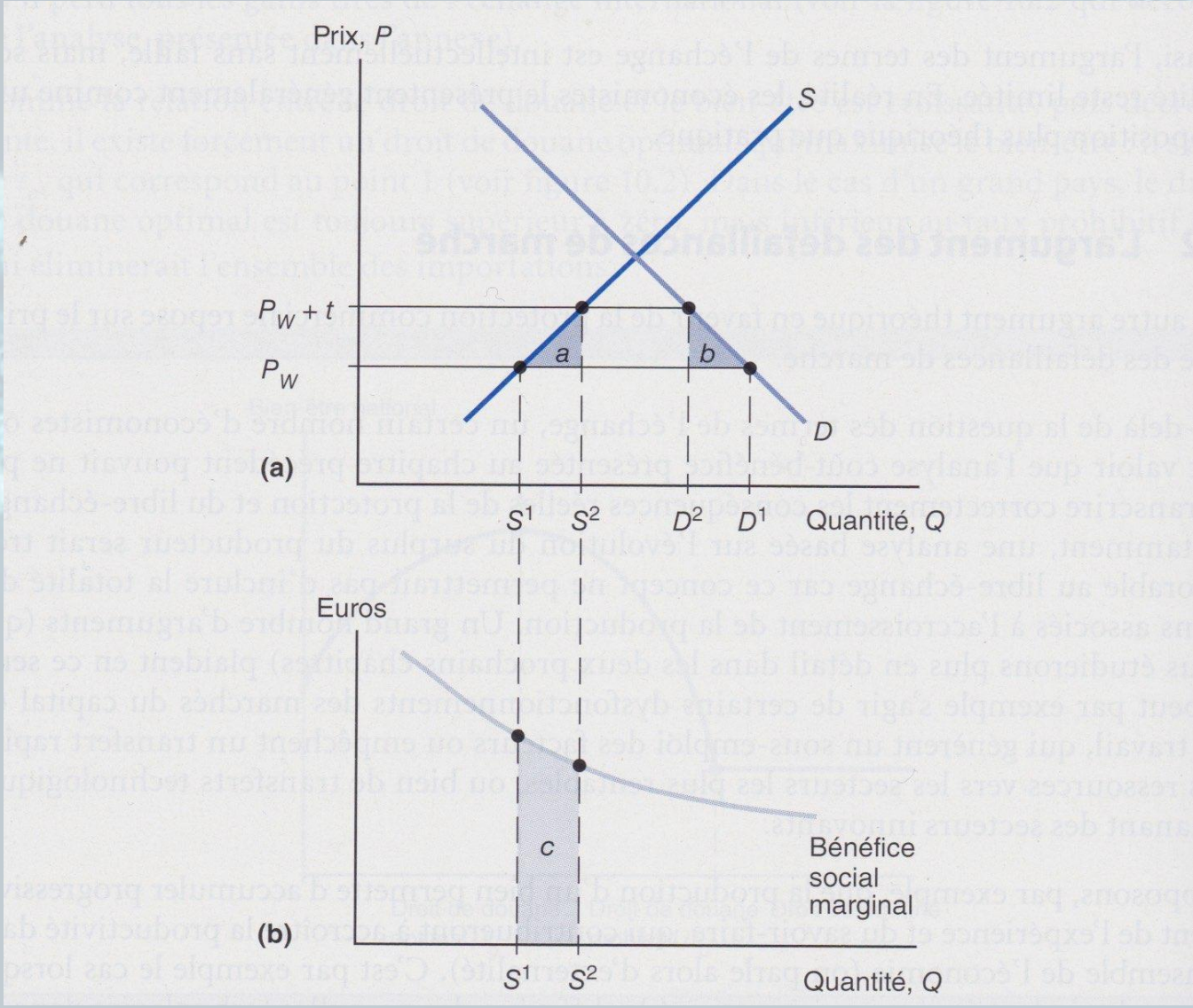
b) L'argument du protectionnisme éducateur

- Si rendements croissants, des coûts unitaires des industries dans l'enfance trop élevés pour affronter la concurrence internationale.
- F. List préconise protection des industries naissantes pour que les firmes puissent réaliser les économies d'échelles et les économies d'expérience nécessaires pour devenir compétitives.
- Protectionnisme temporaire : « *le libre-échange est notre but, le protectionnisme notre voie* »

b) L'argument du protectionnisme éducateur

Protection de l'économie naissante (Stiglitz et Greenwald, *La nouvelle société de la connaissance*, 2017)

Leur raisonnement repose sur les externalités positives de connaissance qu'engendre les activités permises par le protectionnisme > distorsions d'offre et de demande induites par le protectionnisme.



c – L'argument des politiques commerciales stratégiques

- Secteurs dans lesquels les coûts d'entrée sont importants = oligopoles ou monopoles => pouvoir de marché => prix élevés (rentes)
- Toutes les firmes de ces secteurs oligopolistiques sont en concurrence pour s'accaparer ces rentes
- J Brander et B Spencer (1985) estiment qu'il est profitable pour une économie nationale de mettre en œuvre une politique commerciale stratégique, à savoir **subventionner les firmes domestiques** pour décourager l'investissement et la production des firmes étrangères afin que l'économie nationale capte davantage de rente. Si ce supplément de rente capté par les firmes nationales est supérieur au montant de la subvention, le protectionnisme augmente alors le bien-être domestique.

L'exemple d'Airbus et de Boeing

Tableau 12.1 : Concurrence entre deux firmes

Boeing \ Airbus	Produire	Ne pas produire
Produire	–5 ; –5	0 ; 100
Ne pas produire	100 ; 0	0 ; 0

Tableau 12.2 : Les effets d'une subvention à Airbus

Boeing \ Airbus	Produire	Ne pas produire
Produire	–5 ; 20	100 ; 0
Ne pas produire	0 ; 125	0 ; 0

d) Du protectionnisme pour rendre la mondialisation équitable

- Selon D. Rodrik, les sociétés mettent en œuvre un ensemble d'institutions (de création des marchés, de réglementation des marchés, de stabilisation des marchés, de légitimation des marchés) pour garantir le bien-être de leur population.
- Il n'y a pas de supériorité d'un modèle institutionnel sur un autre. Il dépend des spécificités du pays (son histoire, sa culture, son contexte)
- Nécessité d'un espace politique démocratique pour qu'un pays puisse se doter d'institutions adaptées à ses valeurs nationales (démocratie = métainstitution

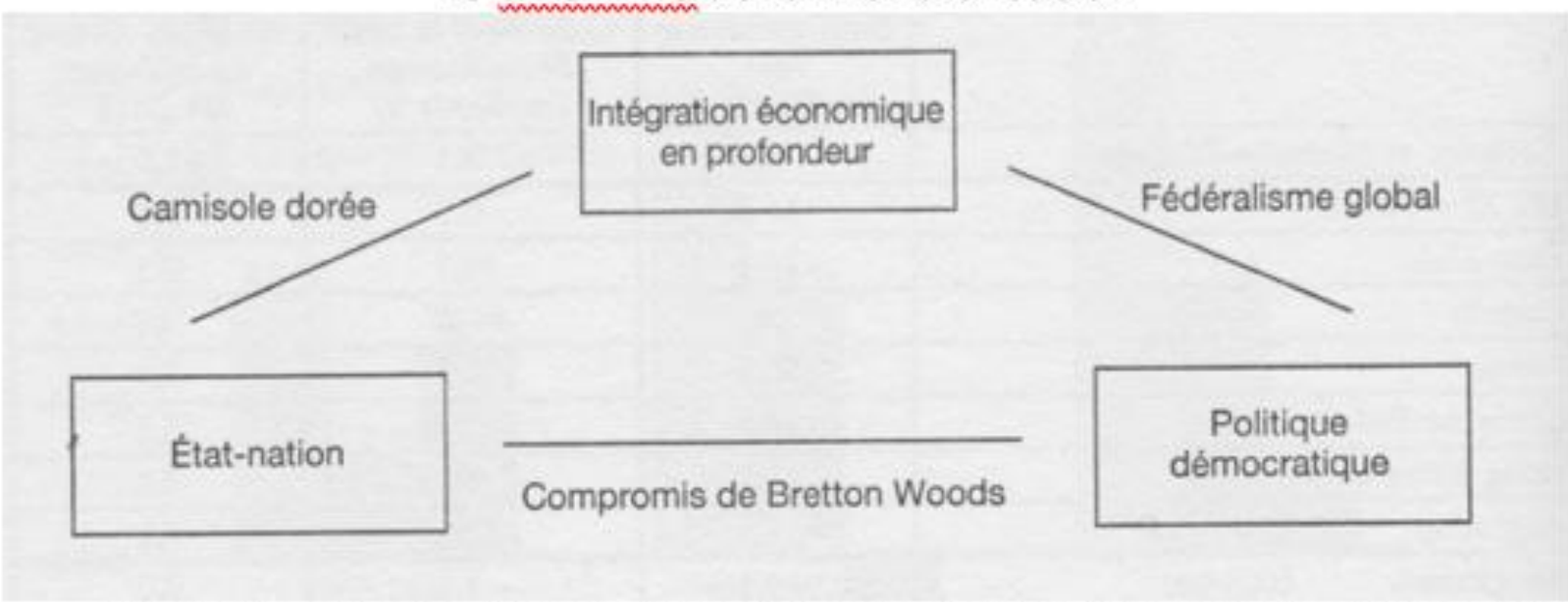
d) Du protectionnisme pour rendre la mondialisation équitable

- Or le CI ne se réduit pas à une relation marchande mais reconfigure aussi les systèmes institutionnels : la concurrence des pays à bas salaires sape les avantages sociaux obtenus au sein des nations développées.
- Dani Rodrik estime donc que les sociétés doivent avoir le droit de mettre en œuvre des mesures protectionnistes pour empêcher le dumping social, soit les flux commerciaux qui débouchent sur des reconfigurations institutionnelles jugées non équitables par la population.

d) Du protectionnisme pour rendre la mondialisation équitable

- D. Rodrik souligne *« l'incompatibilité mutuelle de l'intégration en profondeur, de la souveraineté nationale et de la démocratie »* qui est à l'origine de ce qu'il nomme le trilemme de la mondialisation

Le trilemme de la mondialisation



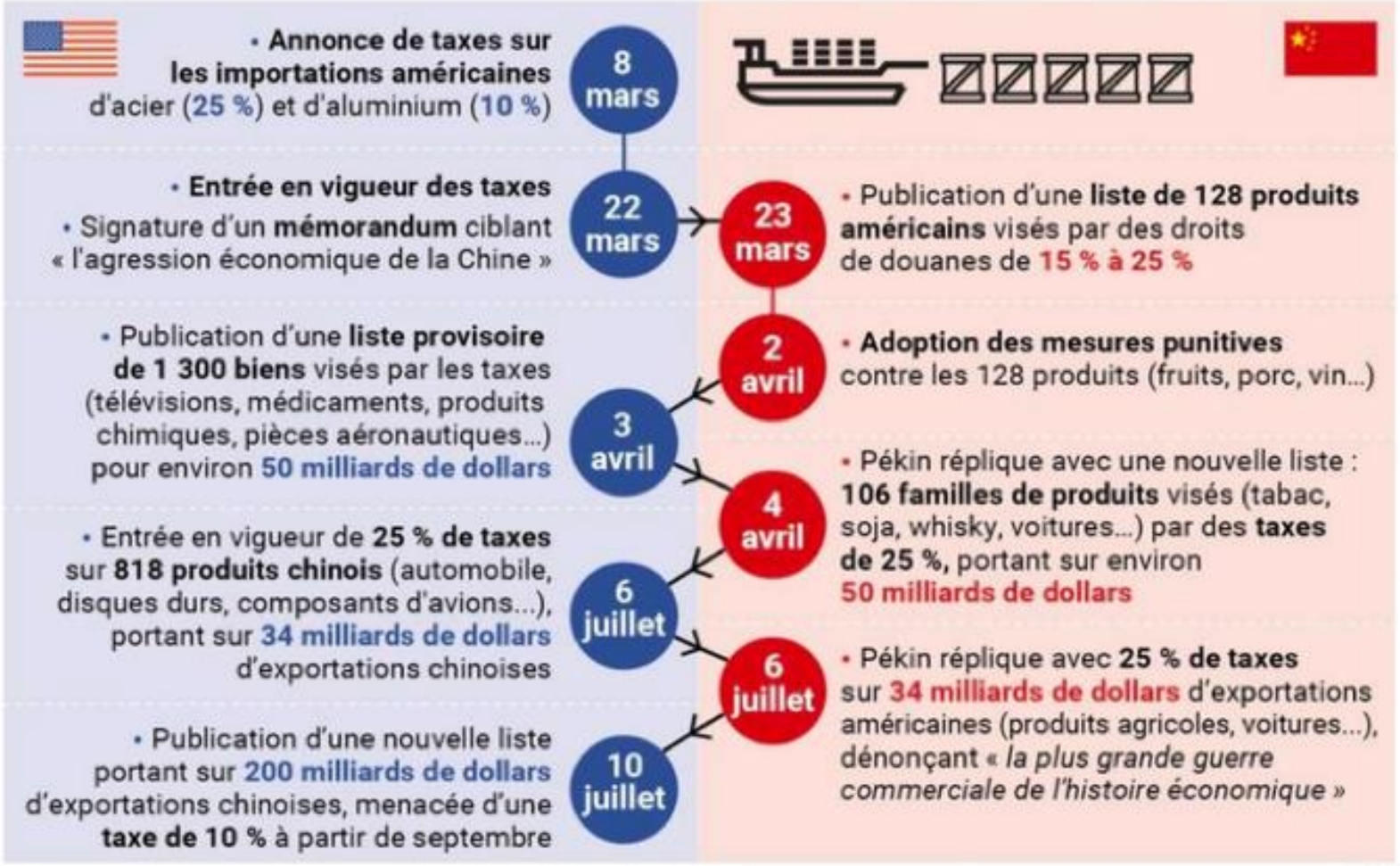
Source : Dani Rodrik, *Nations et mondialisation*, Coll. Textes à l'appui, La Découverte, 2008 p.38

d) Du protectionnisme pour rendre la mondialisation équitable

- Il ne croit **pas** en la possibilité d'un **fédéralisme global**
- Les nations sont actuellement dans ce qu'il appelle « la **camisole dorée** » = situation dans laquelle les souverainetés nationales se limitent aux actions compatibles avec les exigences d'une intégration économique en profondeur.
- Dans ce cas, la **démocratie est mise de côté** puisque les États-nation sont ici insensibles aux attentes exprimées par les citoyens.
- Pour rompre avec cette « camisole dorée » et retrouver un espace politique démocratique, indispensable à l'émergence d'institutions répondant aux attentes et aux valeurs des populations – et garantissant de ce fait une bonne qualité de vie aux citoyens –, il est nécessaire que les nations aient la **possibilité de recourir au protectionnisme quand les flux commerciaux remettent en cause les arrangements institutionnels démocratiquement légitimés**. Pour Dani Rodrik, la **modération de la mondialisation** – autrement dit la possibilité pour les nations de recourir au protectionnisme – **est la seule façon de la sauver, en la rendant équitable et donc acceptable**.

4.3.3 – Les critiques du protectionnisme

Figure 8 : La guerre commerciale entre les États-Unis et la Chine



Sources : médias, ministères du Commerce américain et chinois (juillet 2018)

Source : https://www.boursorama.com/actualite-economique/actualites/guerre-commerciale-entre-la-chine-et-les-etats-unis-pekin-replique-aux-sanctions-americaines-329c16a5c61d42a8211b7b4af010320e

Le problème des représailles commerciales

4.3.3 - Les critiques du protectionnisme

Le protectionnisme est moins pertinent dans un monde interconnecté à travers les chaînes de valeur mondiales

- VA étrangère dans les X FR en 2015 = 21% des X
- Le tissu productif dépend donc de l'extérieur pour s'approvisionner en biens intermédiaires : sa compétitivité dépend de ses approvisionnement !
- Effets négatifs des mesures protectionnistes :

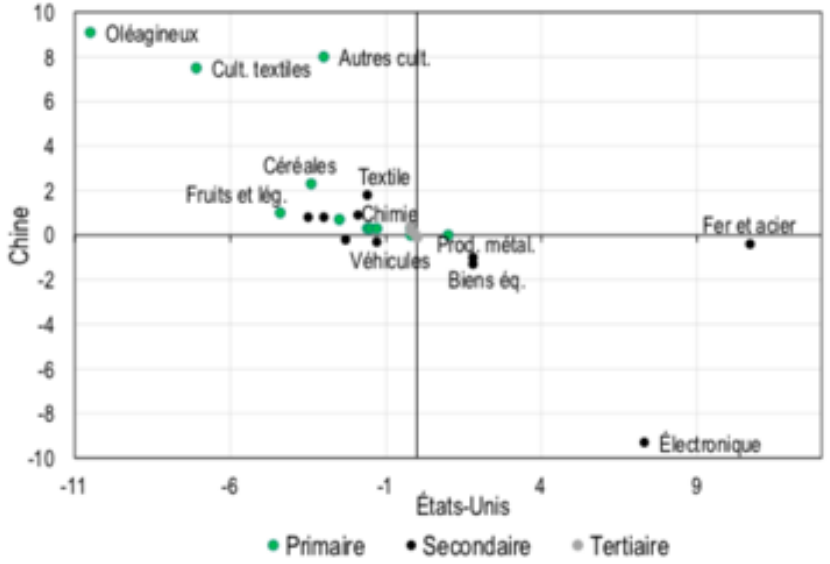
- hausse prix des M de biens intermédiaires et baisse compétitivité prix des firmes FR => baisse des X
- Baisse indirecte des X FR par la baisse des M de biens contenant des intrants fabriqués en France.

4.3.3 - Les critiques du protectionnisme

L'arroseur arrosé ?

En taxant les importations, les États-Unis pénalisent leur propre production parce que les importations américaines contiennent de la valeur ajoutée américaine (des composants fabriqués aux États-Unis par exemple). Bellora et Fontagné estiment ainsi que c'est **près de 900 millions de dollars de valeur ajoutée américaine incorporée dans les importations que les nouveaux droits de douane handicapent**. En sus, l'appareil exportateur américain perdra en compétitivité parce que **les coûts de production des entreprises utilisant des intrants importés augmenteront**. Les auteurs se livrent alors à une évaluation des effets sur la valeur ajoutée des deux pays des mesures protectionnistes américaines et des représailles commerciales chinoises qu'elles entraînent. Ils estiment que **cette guerre commerciale entraînera une perte de valeur ajoutée de l'ordre de 62 milliards de dollars aux États-Unis et de 91 milliards de dollars en Chine**.

Graphique 12 : Estimations des variations relatives de la valeur ajoutée sectorielle aux États-Unis et en Chine suite à la guerre commerciale entamée en 2018



Source : Cecilia Bellora et Lionel Fontagné, « L'arroseur arrosé » in CEPII, *La lettre du CEPII* n°398, avril 2019