

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



La route de la soie : un bilan mitigé

Les « nouvelles routes de la soie » qui sont un réseau d'infrastructures routières et maritimes permettant de relier la Chine au sous-continent indien, à l'Europe et à l'Afrique. La Chine cherche par ce moyen de commercer et influencer les différents pays qui participent à ce réseau d'infrastructure. L'objectif est bien d'élargir leurs débouchés, leurs marchés, pour accroître la demande et, du côté de l'offre, de trouver les matières premières, les consommations intermédiaires pour nourrir la création de richesses, la croissance économique. L'enjeu est très important pour ce pays d'environ 1,5 milliards d'habitants.

Certains pays dont les pays européens déplorent un **manque de réciprocité** car les entreprises européennes n'ont pas librement accès au marché chinois.

On a pu constater une corrélation positive et une relation de causalité entre le PIB mondial et les échanges internationaux de biens et services (mesurés par les exportations). De 1980 à 2023, les exportations mondiales progressent ont été multipliées par 8 et le PIB par 4,3 durant la même période.

Les exportations tirent la croissance économique avec ses enjeux : emploi, activités, niveau de vie ...

Ainsi les économies sont alors de plus en plus **dépendantes** les unes des autres : c'est la **mondialisation** qui est devenu incontournable aujourd'hui :

La mondialisation : processus d'intégration des nations dans un espace économique mondial.

C'est une réalité pour tous,

- Les entreprises sont confrontées à une **concurrence plus forte mais aussi bénéficiant de marchés plus vastes**,
- Les ménages ont **davantage de choix** parmi les biens de consommation disponibles, mais la mondialisation **peut aussi être violente en mettant les travailleurs en concurrence**, ce qui a pour conséquence **salaires à la baisse**, flexibilité, **fermeture d'entreprises** ... Les citoyens qui craignent pour leur rôle dans la prise de décision, démocratie à défendre.
- Les gouvernements sont appelés à **défendre certains secteurs menacés** (Montebourg : ancien *ministre* (de F. Hollande) du *redressement productif*) mais aussi décident d'accords nécessaires qui favorisent cette mondialisation...

La mondialisation peut constituer une vraie opportunité mais aussi peut avoir des effets ravageurs.

Comment expliquer l'essor de ce commerce international ? Nous devons aussi interroger ses effets sur les inégalités en particulier. Le débat entre libre échange et protectionnisme mérite alors d'être discuté.

A. Quels sont les déterminants des échanges internationaux ?

1) Le rôle des avantages comparatifs et des dotations factorielles et technologiques

- Pour **David Ricardo**, les pays ont intérêt à se **spécialiser** en fonction de leurs **avantages comparatifs, fondés sur des différences de productivité et de coût.**

Définitions :

La **spécialisation** internationale représente la **répartition des activités productives entre les différents pays** qui participent à l'échange international.

Le **libre-échange** est une **politique commerciale se traduisant par l'élimination de tout obstacle aux échanges internationaux de biens et services.**

La thèse de Ricardo :

David Ricardo (Economiste anglais (1772 - 1823), de l'Ecole classique anglaise, libérale).

La théorie de l'avantage comparatif peut être résumée de la façon suivante : elle démontre que pour un pays **l'échange est toujours préférable**. Que le pays ne possède aucun avantage absolu ou au contraire qu'il possède plusieurs produits avec un avantage absolu, l'intérêt du pays reste dans le commerce avec d'autres pays.

Il démontre, à partir de l'exemple du Portugal et de l'Angleterre, **qu'il est avantageux pour chacun de se spécialiser dans la production pour laquelle il possède l'avantage le plus fort** (vin au Portugal), ou le **désavantage le plus faible** (drap en Angleterre).

Autrement dit, l'enjeu ne réside pas tant dans les coûts absolus de production (théorie de A. Smith) que dans les **coûts relatifs (thèse des avantages comparatifs de Ricardo)**.

Cette spécialisation permet encore une plus **grande rationalisation (productivité) au niveau global de l'utilisation des facteurs de production** (avec une spécialisation internationale, la production globale coûte moins chère en heures de travail que si les pays ne se spécialisaient pas) et par là, **l'accroissement globale des richesses créées**. Les pays **vont économiser du travail**. Ils vont pouvoir **produire plus de richesses avec la même quantité « heure de travail »**.

Comment la spécialisation peut-elle s'expliquer ?

- **Nous pouvons expliquer ces différences de productivité et de coûts par une distribution inégale en dotations factorielles et en dotations technologiques (avance technologique) à travers le monde.**

Le **théorème HOS** (du nom des auteurs ayant contribué à cette réflexion Heckcher, Ohlin et Samuelson – 1920-1940) ou **thèse des dotations factorielles** donne une réponse : la spécialisation des pays peut s'expliquer par **l'abondance relative d'un facteur** de production sur le territoire.

Par exemple, la spécialisation du Canada dans les produits forestiers s'explique par ses **dotations factorielles abondantes en capital naturel**.

En effet, une dotation abondante dans un facteur permet de disposer d'un avantage comparatif puisque ce facteur abondant est peu cher. Ainsi, le Canada dispose d'un avantage comparatif dans les productions utilisant de manière intensive le bois, **peu onéreux sur ce territoire**.

Les dotations en facteurs de productions (travail et capital) ne sont pas statiques et peuvent évoluer en fonction de :

- **La dotation en facteur travail évolue quantitativement** en fonction de la **démographie** du pays, c'est-à-dire de la taille de sa population et de sa composition par âge, et des **choix collectifs** en matière d'âge de la scolarisation obligatoire et de départ en retraite.
- Elle peut aussi **évoluer qualitativement** en fonction des **investissements en capital humain** (éducation et formation).
- **La dotation en facteur capital évolue en fonction de l'investissement intérieur**, qui dépend à la fois de financements internes et externes (IDE - investissements directs à l'étranger).

- **Mais la spécialisation des pays peut aussi résulter de technologies plus efficaces sur un territoire donné.**

L'exemple de la **Corée du Sud** est particulièrement parlant :

Ce pays ne dispose pas d'avantages comparatifs « naturels » comme c'est le cas du Canada. La **spécialisation de la Corée du Sud dans la haute technologie, dans les microprocesseurs, résulte de la constitution d'une dotation technologique**.

Comment ce pays y est parvenu ?

- **Les dépenses élevées de R&D** (recherche et développement) **ont permis à la Corée du sud** de développer des avancées technologiques qui ont accru sa **productivité dans le domaine**. Cette R&D permet à ce pays **de se doter d'un avantage comparatif dans la production de produits de haute technologie**. Ceci explique la **spécialisation de la Corée du Sud** dans l'exportation de produits de haute technologie.
- **Par contre, dans les années 1960-70**, la principale spécialisation de la Corée du Sud était le **textile** qui représentaient environ 1/3 du total des exportations de ce pays. C'est une dotation (factorielle ici) en **main-d'œuvre bon marché grâce à son abondance relative de main-d'œuvre** (et la rareté du capital productif) qui avait permis cette spécialisation.

Les explications par la **thèse des avantages comparatifs** de Ricardo, par le **théorème HOS** et par les **dotations technologiques** sont satisfaisants dans le cas **d'échanges interbranches entre pays au niveau de développement différent**. **Les spécialisations des pays expliquent des échanges entre pays spécialisés dans des productions différentes.**

*Cependant les 2/3 des échanges sont des échanges intrabranches.
Alors ? Quelles explications ?*

2) Le commerce international entre pays comparables

Après la Seconde Guerre mondiale et de plus en plus nettement à partir des années 1990, l'essentiel du commerce international se réalise entre des pays de niveau de développement semblable (Triade). Ainsi, ces pays s'échangent des produits identiques mais différenciés, donc aussi substituables. Ces produits sont donc issus d'une même branche d'activité (ex : la branche automobile). Or, les théories issues de l'analyse des avantages comparatifs par Ricardo expliquaient uniquement l'intérêt des échanges entre des pays très différents exportant des produits différents... mais standardisés.

Des nouvelles explications du commerce international sont proposées par les « **Nouvelles théories du commerce international** » formulées par **Paul Krugman** notamment.

Les auteurs de ces théories prennent en compte le nouveau contexte du commerce international de l'après 2Gm, caractérisé par une forte **concurrence qui conduit les entreprises à différencier leurs produits** pour obtenir un **pouvoir de marché** (rappel de 1^{ère}) et bénéficier **d'économies d'échelle** grâce au fait d'être seules à vendre de grandes quantités de cette production.

Pouvoir de marché : capacité d'une entreprise à influencer le prix de ses produits (price-maker et non price-taker).

Economies d'échelle : plus l'entreprise accroît ses quantités produites, plus son coût de production unitaire (coût moyen) baisse. Il s'agit bien d'un facteur de rentabilité pour l'entreprise).

Ces théories mettent l'accent sur :

- le rôle des économies d'échelle

Les économistes montrent que les échanges s'expliquent par l'existence d'économies d'échelle. En effet, en produisant pour un vaste marché international, les firmes augmentent les quantités produites, ce qui leur permet de baisser le coût par unité produite. Ceci incite les entreprises à se spécialiser sur certains types de produits, et sur certains segments de marché d'un même produit, en tenant compte de la différenciation.

- le rôle d'une demande de diversification des produits.

Les échanges intra-branches entre pays de **niveau de développement comparable** s'expliquent par des stratégies de **différenciation, horizontale et verticale des entreprises** qui cherchent à échapper à la concurrence par les prix (marché imparfaitement concurrentiel, ... rappel de 1^{ère}).

La différenciation permet à chaque pays de **développer un avantage comparatif** dans une variété ou qualité de produit, avec un renforcement de cet avantage comparatif grâce aux **économies d'échelle**. Ainsi, les entreprises **Apple** (États-Unis) et **Samsung** (Corée du Sud) fabriquent toutes les deux des téléphones portables de qualité comparable mais de variété différente, de même **qu'Airbus** et **Boeing** dans l'aviation ou encore dans le domaine des glaces, nous pouvons évoquer **Ben&Jerry's** (Vermont aux USA) et **Carte d'Or** (Saint-Dizier en France).

Pour différencier son produit de ceux des concurrents, une entreprise peut **changer les caractéristiques** de son produit en améliorant sa **qualité** ou en lui donnant des **fonctionnalités nouvelles**. Elle peut aussi investir dans des dépenses de publicité pour différencier **l'image du produit**.

- La **différenciation horizontale** consiste à offrir des produits similaires et de la même gamme, mais de marque ou de design différent. Cette différenciation horizontale renvoie à une **logique de similitude des demandes nationales** : la demande domestique représentative (la demande nationale) détermine la nature des produits exportés, vers des pays dont le niveau de vie moyen de la population est comparable.
- La **différenciation verticale** consiste à offrir des **produits similaires mais de gammes différentes** (par exemple l'échange d'une Peugeot 208 contre une Ferrari) : la différenciation verticale renvoie donc à une **logique de différence pour des pouvoir d'achat différents**.

Différenciation horizontale (même qualité mais caractéristiques différentes)	Différenciation verticale (qualité différente)
<ul style="list-style-type: none"> - Design et couleur d'un produit (ex. : smartphones, vêtements de prêt-à-porter). - Taille de l'écran (petit ou grand) pour les smartphones. - Localisation d'un magasin en centre-ville ou dans un centre commercial à l'extérieur de la ville. 	<ul style="list-style-type: none"> - Haut de gamme / bas de gamme en termes de performances techniques (ex. : voitures, smartphones). - Nouveaux modèles qui attirent une demande forte les premiers mois (ex. : les produits Apple, Samsung et Xiaomi). - Service après-vente et réputation de fiabilité (ex. : les aspirateurs Dyson, censés résister à la chute d'un immeuble ; les sacs à dos Eastpak garantis 30 ans).

- De plus, depuis la 2Gm et de manière encore plus évidente depuis les années 1990, la **fragmentation de la chaîne de valeur** (division du processus de production en plusieurs étapes réalisées par les firmes multinationales ou leurs fournisseurs dans différents pays) **contribue aussi aux échanges entre pays comparables**.

La production fait intervenir plusieurs sites répartis dans plusieurs pays. Une fois ces composants fabriqués, il sera nécessaire de les réunir pour les assembler, ce qui occasionne des importations du pays qui sera chargé de l'assemblage. Par exemple, l'assemblage de l'**Airbus A321XLR** à Toulouse en France nécessite des importations de composants en provenance de l'Allemagne, du Royaume-Unis et de l'Espagne. Les différents pays qui participent à cette production sont **des pays proches géographiquement** (pour limiter les coûts de transport et de coordination de la production), mais également **proches du point de vue de leurs caractéristiques économiques** car ces productions nécessitent une main d'œuvre qualifiée.

En conséquence, la fragmentation de la chaîne de valeur engendre des échanges **intra-branches, inter-firmes** (entre sous-traitants et donneur d'ordre, ici Airbus), mais aussi **intra-firmes** (au sein de la société Airbus).

B. Le rôle des firmes dans la mondialisation

1) Productivité des firmes et compétitivités d'un pays

La **compétitivité** représente la capacité d'une entreprise ou d'un pays à maintenir ou accroître ses parts de marché.

- **Au niveau d'une entreprise**, la **compétitivité dépend des gains de productivité** qui résultent des investissements réalisés. En effet ces investissements permettent à l'entreprise de **produire moins cher** quand elle conduit à mettre en place des **innovations de procédé**. Via la recherche et développement, ces investissements peuvent aussi permettre de développer des **nouveaux produits** générant **plus de valeur ajoutée**. Dans tous les cas, l'entreprise génère donc **plus de valeur ajoutée**, ce qui favorise à la fois les **profits** de l'entreprise, la pérennité des **emplois** et les **salaires**.

Une **entreprise est alors plus compétitive** que ses concurrents quand elle parvient à **obtenir davantage de parts de marché** qu'eux en raison, par exemple, de la **meilleure qualité de ses produits** et/ou de **prix plus attractifs**. On peut alors distinguer 2 types de compétitivité :

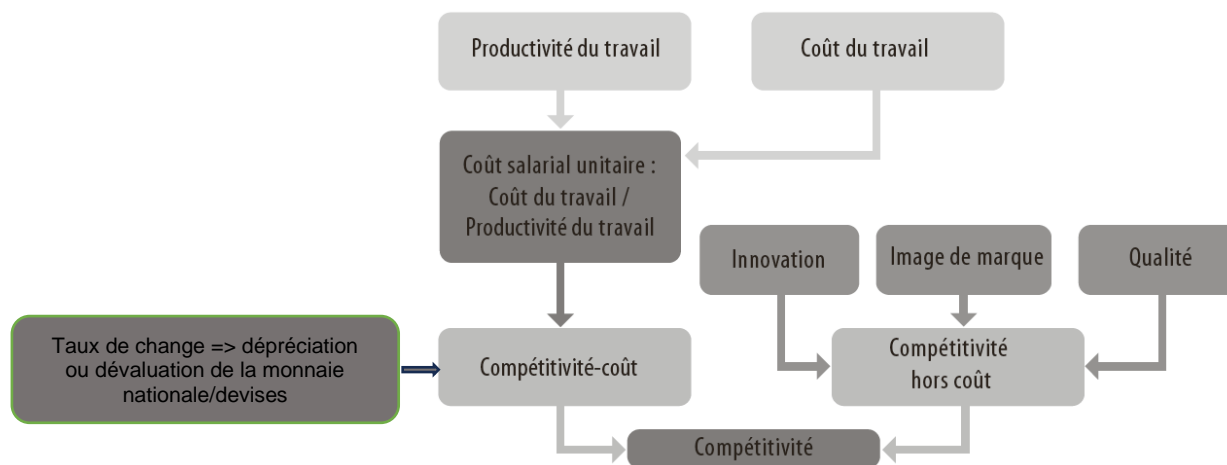
- **La compétitivité-prix** correspond à un gain de part de marché obtenu grâce à des prix plus faibles que ceux proposés par les concurrents. Une entreprise plus productive que ses concurrents est capable de produire davantage qu'eux avec moins de facteurs de production, ce qui lui permet d'avoir des **coûts de production et donc des prix plus faibles**. Elle peut donc gagner des parts de marché, et donc gagner en compétitivité.

Pour bénéficier d'un coût de production plus faible que celui pratiqué par les concurrents, un **coût du travail** (charges sociales + salaire) **plus faible ne suffit pas**. Il faut également profiter d'une **productivité du travail plus forte** que celle des concurrents, par l'utilisation d'équipements plus performants par exemple. Les économistes parlent de **coût salarial unitaire**, ce qui représente le coût du travail par unité produite. Il se calcule en divisant le coût salarial horaire (ce que coûte une heure de travail) par la productivité horaire du travail (le nombre d'unités produites en une heure de travail).

La compétitivité-prix dépend aussi du **taux de change de la monnaie nationale** : la compétitivité-prix est plus forte si le taux de change est déprécié.

- **La compétitivité hors-prix (ou structurelle)** correspond à un gain de part de marché grâce aux caractéristiques plus attractives des produits proposés face à la concurrence.

Par exemple les constructeurs automobiles allemands, par exemple Mercedes-Benz, BMW ou Volkswagen ont su développer des innovations, investir sur la qualité, et construire une image de marque favorable. Cela génère de la compétitivité hors-prix (structurelle), alors même que les coûts de production et les prix des voitures allemandes sont élevés.



- **La compétitivité des pays** dépend de la productivité des firmes présentes sur le territoire, elle-même liée à la qualité des **institutions** et des **infrastructures**, à la capacité **d'innovation** et à la **taille du marché**.

Le lien de causalité entre **productivité des entreprises et exportation est à double sens**.

- D'une part, **les entreprises les plus productives atteignent un niveau de productivité qui leur permet de concurrencer les entreprises étrangères et donc d'exporter**.
- D'autre part, en retour, **le fait d'exporter permet aux entreprises concernées d'améliorer leur productivité par un effet d'apprentissage par l'exportation (« learning by exporting »)**.

2) **Les stratégies de production des firmes multinationales**

La **recherche de compétitivité** incite les firmes multinationales à internationaliser la chaîne de valeur mondiale. Pour créer de la valeur, les **FMN fabriquent chaque segment de leur produit** (de la conception à la commercialisation) **séparément les uns des autres** et n'hésitent pas à répartir toutes les étapes de la fabrication du bien dans différents pays afin de **tirer profit de leurs avantages comparatifs et minimiser leurs coûts de production**. C'est la **fragmentation de la chaîne de valeur**.

Fragmentation internationale de la chaîne de valeur : fait que les différentes étapes de la production d'un produit (conception, approvisionnement, fabrication, commercialisation) soient réalisées dans plusieurs pays.

Les FMN localisent chaque étape de la fabrication du bien **en fonction des opportunités offertes par chaque pays**.

Elles peuvent chercher une **implantation** dans un pays où ...

- **le coût du travail** est plus faible (filiale-atelier),
- la **fiscalité** est plus avantageuse,
- des **ressources en matières premières** sont accessibles,
- la **main d'œuvre est qualifiée** pour mener des activités de recherche et développement.
- l'existence d'un **vaste marché** lui permettra de commercialiser ses biens en quantité (filiale relais) ...

L'entreprise Apple localise les étapes de la production de l'iPhone dans différents pays, car cela permet de **bénéficier des avantages comparatifs de chaque pays**. Ainsi, certains pays disposent de matières premières, d'autres de main **d'œuvre qualifiée** et d'usines pour **produire des composants, d'autres de main d'œuvre moins coûteuse** et d'usines pour **produire de très grandes séries** (comme la Chine et l'Inde), et enfin d'autres sont des **marchés où les iPhones sont achetés**, ce qui justifie l'implantation d'Apple Stores (il n'y a pas d'Apple Store en Afrique, et 2 seulement au Brésil pour toute l'Amérique latine).

Différents types de stratégie d'implantation sont possibles :

- **Produire dans le pays domestique ou délocaliser** (transfert d'une activité vers un lieu de production à l'étranger) ? Quand une entreprise **délocalise**, elle cherche également à **baissier les coûts de production**, mais aussi à se **rapprocher de certains marchés**. C'est ce dernier motif qui explique que **Coca-Cola fasse produire son soda dans un réseau de 250 entreprises partenaires dans le monde entier** pour fournir chaque marché.

En revanche, c'est la baisse du coût de production qui explique qu'Apple fasse assembler l'iPhone par des entreprises sous-traitantes en Chine.

- **Produire dans l'entreprise ou externaliser** (transfert d'activités d'une entreprise vers un prestataire externe spécialisé qui peut être un sous-traitant) ? Quand une entreprise **externalise son activité**, elle cherche à **diminuer ses coûts et à profiter du savoir-faire d'une autre entreprise**. C'est le cas, par exemple, de **Peugeot** qui achète des pare-chocs à un sous-traitant en France et des boîtes automatiques à un sous-traitant au Japon.

Lorsqu'une entreprise s'implante à l'étranger, elle peut faire l'acquisition d'une entreprise locale ou s'implanter sans structure préexistante (*ex nihilo*). Dans les 2 cas, elle aura besoin de capitaux (financiers) qui transiteront du pays d'origine au pays d'accueil. Ces capitaux à long terme sont appelés **IDE (investissements directs à l'étranger)** : d'un point de vue comptable, ils correspondent à **au moins 10% de la valeur de l'entreprise** (stratégie industrielle à long terme) pour les distinguer des investissements de portefeuille qui eux correspondent à une stratégie de placement à court terme)

Nous constatons un essor de ces chaînes de valeur mondiale. Comment expliquer ce phénomène ?

Les **principaux facteurs** qui ont permis **l'essor des chaînes de valeur** mondiale :

- la baisse des coûts du commerce dès le 19^{ème} siècle avec la Révolution industrielle : **les coûts de transport se sont largement réduits** grâce aux **progrès technique : le transport maritime en particulier en a bénéficié avec les porte-conteneurs, les infrastructures portuaires (haut fond)**, les coûts d'assurance s'est réduit aussi. La mise en place du GATT en 1946 puis de l'OMC (1995 avec les accords de Marrakech) ainsi que l'établissement de régionalisation (ALENA, MERCOSUR, UNION EUROPÉENNE etc...) cherchent à promouvoir le libre-échange, ce qui a débouché sur une réduction très nettes des **droits de douane**.
- Celle des coûts de communication avec l'essor du numérique à partir des années 1990 : la **fragmentation du processus de production et son l'internationalisation** a été possible grâce à la **baisse des coûts de communication** qui est venue s'ajouter à la baisse des coûts de transport et de droits de douane.
Ainsi, des pays d'Asie, notamment la Chine dans les années 1980 mais surtout à partir de son entrée à l'OMC en 2001, **ont pu s'appuyer sur leurs avantages comparatifs en termes de coût de la main d'œuvre pour accueillir certaines étapes de la production** de biens industriels, des biens au contenu technologique de plus en plus fort : textile, électronique grand public, automobile etc... ce qui a contribué à leur take-off (décollage/développement économique).

Qui bénéficie de cette fragmentation de la chaîne de valeur ? Les pays en bénéficient-ils de la même façon ?
Non.

La répartition de la valeur ajoutée sur l'ensemble de la chaîne de valeur est très inégale, de l'**amont** (avant la fabrication des produits) à l'**aval** (après la fabrication des produits). **C'est ce que nous montre la « courbe du sourire »** qui a été utilisée pour la première fois en 1992 par le **fondateur d'Acer, Stan Shih**, pour illustrer les problèmes auxquels étaient confrontés les fabricants du secteur des technologies de l'information de Taïwan, pris à l'époque dans le creux de la courbe.

Depuis les années 1970, on observe une augmentation **de la valeur ajoutée en amont et en aval des activités matérielles de production**, alors que la **valeur ajoutée générée par ces activités matérielles de production diminue**. Le « sourire », relativement plat dans les années 1970, s'accroît pour former un « U ».

Les activités qui ont gagné en valeur ajoutée sont immatérielles, donc

- celles en **amont**, il s'agit des activités de **recherche et développement** et de **conception** et ,
- celles en **aval** des activités liées au **marketing et à la distribution**.

De façon générale, les firmes multinationales des pays développés se concentrent donc sur les activités qui génèrent le plus de valeur ajoutée, ce qui **explique l'évolution de leur spécialisation vers le secteur des services**.

A contrario, les **activités matérielles de production sont réalisées dans des pays où le coût de la main-d'œuvre** est peu élevé, puisque ces activités génèrent moins de valeur ajoutée, ce **qui conduit ces pays à s'industrialiser**.

Ainsi l'entreprise Apple pratique une fragmentation de son processus de production en tirant parti des avantages comparatifs de chaque pays et se **spécialise sur les activités qui génèrent le plus de valeur ajoutée**. L'entreprise décide donc **d'externaliser les activités matérielles de production**, alors qu'elle continue à réaliser elle-même les activités à fort contenu en valeur ajoutée que sont la **recherche et développement, la conception, le marketing et les ventes** (via son réseau d'Apple Store et son site).

C. Les conséquences du commerce international

1) Les effets du commerce international : baisse des prix et inégalités

Cependant, le commerce international contribue à une hausse des inégalités des revenus au sein de chaque pays, au détriment des moins qualifiés dans les pays développés et au profit des catégories les plus favorisées, dans l'ensemble des pays.

○ La mondialisation favorise la baisse des prix

Comme la **spécialisation favorise une « meilleure utilisation des ressources »** comme l'a démontré David Ricardo dans la théorie des avantages comparatifs, chaque pays produit avec un coût de production plus faible. Ainsi les pays développés importent des vêtements venant d'Asie du Sud-Est, pays bénéficiant d'une dotation factorielle abondante en travail non qualifié. De ce fait le **coût du travail** y est par conséquent plus faible qu'en France, ce qui explique des prix avantageux pour les consommateurs français par exemple (et donc un **gain de pouvoir d'achat** toute chose égale par ailleurs).

Si tous les ménages ont pu profiter de la baisse des prix due à la mondialisation, ce sont **les ménages aux revenus les plus faibles qui en ont davantage bénéficié**. Compte tenu du fait que leur revenu est faible, lorsqu'ils achètent un bien ménager, cet achat représente une part plus importante de leur revenu que pour un ménage riche. Dès lors, la baisse des prix de ces biens permet aux ménages les moins favorisés d'**avoir davantage de pouvoir d'achat** à consacrer à d'autres dépenses.

C'est bien la mondialisation qui a favorisé la baisse des prix. Cette baisse des prix est liée à l'**intensification des échanges et à la concurrence**.

○ La mondialisation, réduction des inégalités entre pays et accroissement des inégalités au sein des pays

La mondialisation serait-elle créatrice d'inégalités ?

Branko Milanovic, cité pour sa fameuse « courbe de l'éléphant », souligne que la **mondialisation n'a pas les mêmes effets pour tous : elle fait des gagnants, mais aussi des perdants**.

- Entre **1820 et 1970, les inégalités entre pays n'ont cessé d'augmenter** mais la **tendance s'inverse depuis 1970**, et surtout depuis 1988, date à laquelle la mondialisation s'accélère avec la chute du mur de Berlin.
- Depuis les années **1970**, les **inégalités mondiales** ont diminué pour la grande majorité des individus. Ainsi, les plus **pauvres** ont vu leurs **revenus progresser de 40 %**, les **classes moyennes** des pays émergents de **75 %** et les plus **riches** de **65 %**.
Seules les classes **moyennes et populaires des pays développés** n'ont vu **aucune amélioration de leurs revenus**.
Depuis les années **1970**, les **inégalités à l'intérieur des pays ont donc augmenté** car la part de la richesse captée par les plus riches a augmenté, contrairement à celle des plus pauvres dans la plupart des pays.

La mondialisation conduit à une baisse du salaire relatif des moins qualifiés par rapport aux plus qualifiés dans les pays développés.

Du fait de la mondialisation et de la spécialisation des pays en fonction de leurs avantages comparatifs, **les pays développés se spécialisent dans les produits à plus forte valeur ajoutée**, nécessitant de la **main-d'œuvre qualifiée**, et délaissant les produits à plus faible valeur ajoutée, nécessitant de la **main-d'œuvre peu qualifiée**. Les **salaires des plus qualifiés** (hausse de la demande sur le marché du travail) **augmentent**, tandis que les **salaires des peu qualifiés diminuent** (baisse de la demande sur le marché du travail). Donc baisse du salaire relatif des moins qualifiés par rapport aux plus qualifiés dans les pays développés.

La mondialisation a accéléré le progrès technique au profit des plus qualifiés dans les pays développés.

La mondialisation renforce la **concurrence entre les pays**, d'abord sur les produits à faible valeur ajoutée. Pour rester compétitif, il faut innover. Cette incitation à **innover**, donc au progrès technique, **renforce la demande des plus qualifiés dans les pays développés**.

Mais attention, les effets du commerce international sur les **inégalités sont très différents selon l'ampleur de la politique de redistribution des revenus par l'État (prestations sociales, politiques fiscales)**. C'est ce qui explique la **moindre progression des inégalités en Europe par rapport aux États-Unis**, et aussi la **forte progression des inégalités en Chine, Inde et Russie**, dans un contexte **d'affaiblissement de la redistribution**.

2) Libre échange ou protectionnisme ?

Nous avons vu que le libre-échange profite aux **producteurs et aux consommateurs** et, en facilitant **l'internationalisation de la chaîne de valeur mondiale, il contribue au développement des pays émergents**. N'oublions pas que le **libre-échange** peut aussi avoir des effets néfastes et susciter des **inquiétudes en termes d'emploi, de santé et d'environnement**...

Le **protectionnisme**, tarifaire et non tarifaire, offensif (protectionnisme éducateur), défensif ou à visée stratégique peut présenter alors **certains avantages**.

Qu'est-ce que le **libre-échange**.

Politique commerciale qui vise à réduire les entraves aux échanges commerciaux entre les pays.

Qu'est-ce que le **protectionnisme** ?

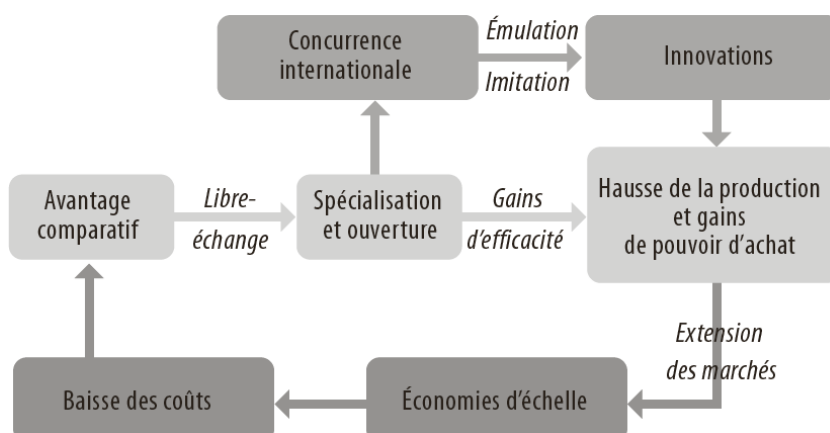
C'est une politique commerciale destinée à réduire l'ampleur de la concurrence étrangère.

Le débat est vif à l'image des enjeux, comme nous le montre les tensions entre les Etats-Unis, Chine et l'Europe. L'« *Inflation Reduction Act* » du Président Biden, une loi qui vise moins à lutter contre l'inflation qu'à soutenir les industries vertes aux États-Unis en est un exemple. **Ces subventions massives sont une forme de protectionnisme. Les taxes chinoises et nord-américaines et européennes pour protéger leurs industries de la concurrence extérieure en sont d'autres exemple.** Plusieurs types de mesures protectionnistes peuvent ainsi être mises en place :

	Types de mesure	Effets attendus
Barrières tarifaires	Droits de douane.	Renchérissement des produits importés qui découragera les consommateurs d'acheter des produits importés.
Barrières non tarifaires	Normes, pratiques bureaucratiques (formalités à respecter, documents à fournir, etc.), contingentement ou quota.	Limiter les entrées possibles de produits étrangers et donc limiter la concurrence sur le marché national.

Les avantages du libre-échange :

Le libre-échange conduit chaque pays à se **spécialiser dans la production où il a un avantage comparatif**, ce qui lui permet **d'augmenter à la fois la production et la quantité de produits auxquels les habitants ont accès pour consommer** (gains de pouvoir d'achat). Par ailleurs, **l'extension des marchés** liée au libre-échange contribue aussi à augmenter la production dans le domaine où le pays se spécialise, ce qui génère des **économies d'échelle**. En produisant en plus grande quantité, les firmes voient leurs **coûts moyens de production diminuer**, ce qui **renforce encore l'avantage comparatif de départ**.



Mais :

- le **libre-échange** peut aussi avoir des effets néfastes et susciter des **inquiétudes en termes d'emploi, de santé et d'environnement**...
- toutes les spécialisations ne se valent pas !!** Les **avantages tirés de l'échange international dépendent en fait de la spécialisation des pays**. Les **pays mono-spécialisés ou spécialisés dans des productions primaires**, dont les prix sont très volatiles (en raison, en particulier, de la spéculation), **ne tirent pas profit de la mondialisation**.

D'où la tentation du protectionnisme ...

Le protectionnisme, qui consiste à dresser des barrières tarifaires et/ou non tarifaires pour diminuer ou empêcher les biens étrangers d'entrer sur le territoire, se justifie dans plusieurs situations.

Ainsi, certaines mesures protectionnistes visent à assurer **une plus grande sécurité nationale** et en particulier à protéger les consommateurs, comme c'est le cas des normes qui, si elles ne sont pas respectées, font obstacle à l'entrée de produits étrangers sur le territoire national. Il peut s'agir de normes liées à la sécurité mais aussi aux droits sociaux, ou encore des normes en matière d'environnement. Il en va ainsi des normes relatives au travail

des enfants, ou celles qui s'intéressent à la pollution émise dans le processus de production. Toutefois, les normes sont aussi parfois l'occasion pour un pays d'éviter la concurrence étrangère.

De la même façon, certaines mesures protectionnistes visent à **éviter des licenciements dans des secteurs peu compétitifs**. C'est la stratégie adoptée par Donald Trump lorsque son administration a imposé des tarifs douaniers sur l'acier et l'aluminium en provenance de Chine.

Enfin, certaines mesures ont pour objectif de **protéger les entreprises dans l'enfance souvent trop peu expérimentées pour affronter la concurrence internationale**, comme l'a d'ailleurs démontré l'économiste prussien **F. List**. C'est une des raisons pour lesquelles les droits de douane sont plus élevés dans les pays pauvres que dans les pays riches, selon les données de l'OMC.

	Protectionnisme éducatif	Protection des industries vieillissantes	Politique commerciale stratégique
Explication	Protéger une entreprise (ou un secteur) le temps qu'elle devienne compétitive. Puis supprimer la protection pour que l'entreprise puisse participer à la concurrence internationale.	Protéger une entreprise en difficulté, le temps qu'elle redevienne compétitive ou le temps que ses salariés puissent retrouver un autre emploi.	Subventionner une entreprise pour que son activité devienne rentable au niveau international.
Exemple	Développement de l'industrie américaine au XIX ^e siècle	En 2009, les États-Unis ont appliqué un droit de douane de 35 % sur les pneus importés de Chine.	La mise en place d'Airbus a été financée par les États européens.
Limite(s)	Protectionnisme qui doit être temporaire (et non permanent). Surtout efficace si le marché national est de grande taille (pour que l'entreprise protégée puisse réaliser les économies d'échelle et les gains de productivité suffisants pour devenir compétitive au niveau international).	Augmentation des prix pour les consommateurs. L'entreprise protégée peut ne pas parvenir à se redresser. La conversion de tous les salariés peut être longue. Les entreprises protégées ont moins intérêt à innover ou à baisser les prix.	Possible réplique des autres États : politique commerciale de rétorsion