

## CHAPITRE 02 : LES NOUVELLES THÉORIES DU COMMERCE INTERNATIONAL

Dans les années 80, l'approche jusqu'alors dominante est supplantée par « une nouvelle théorie du commerce international » dont l'initiateur le plus connu est Paul Krugman. La nouveauté est au demeurant très relative, dans la mesure où cette « nouvelle théorie » prolonge en réalité des travaux plus anciens qui avaient aussi pour objectif d'expliquer les caractéristiques du commerce international contemporain :

- le commerce international se développe le plus entre des nations de niveau de développement comparable, aux dotations factorielles identiques (l'Allemagne est le premier partenaire économique de la France).
- les échanges intra-branches occupent une part significative dans le commerce mondial.
- la théorie traditionnelle ne laisse aucune place aux firmes multinationales et au commerce intra-firme, puisque selon elle ce sont les nations et elles seules qui échangent.

### I. ÉCHANGES INTERNATIONAUX ET RENDEMENTS CROISSANTS

#### 1) Les différents cas de rendements d'échelle croissants.

Alfred Marshall (1879) a été le premier à introduire la distinction fondamentale entre les économies d'échelle internes et externes à la firme.

##### 1.1. Les économies d'échelle internes.

**C'est l'augmentation de la taille de l'entreprise**, et elle seule qui conduit à ces économies d'échelle, qui peuvent provenir d'économies réalisées sur l'organisation interne de la firme ou encore de l'existence de coûts fixes (La fonction de production présente des rendements d'échelle croissants si  $f(\lambda K, \lambda L) > \lambda f(K, L)$  avec  $\lambda > 1$ , dans ce cas la production d'une grande firme est supérieure à la somme des productions d'entreprises plus petites).

##### 1.2. Les économies d'échelle externes.

Il existe des économies d'échelle externes lorsque **l'efficacité d'une firme quelconque est influencée positivement par la taille du secteur ou du pays**. Lorsque de telles économies existent, toutes les entreprises du secteur, alors qu'elles gardent la même taille, voient leurs coûts de production diminuer suite à une augmentation de la production globale. Exemple de la silicon valley.

## 2. Les rendements croissants : une explication endogène de la spécialisation internationale

*Les économies d'échelle peuvent justifier la spécialisation internationale.*

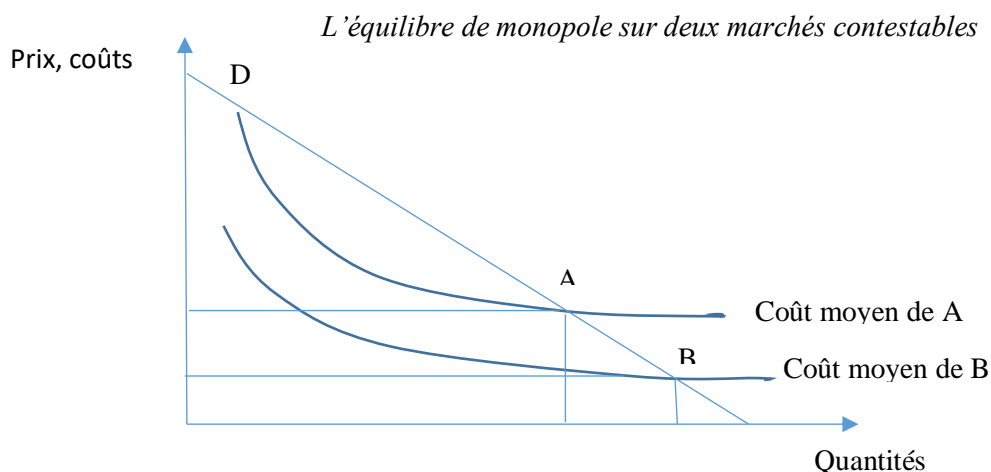
Si l'on prend deux pays semblables en tous points : même niveau technique, même dotation en facteurs (**c-à-d à avantages absolus identiques**), même taille et les consommateurs y ont les mêmes goûts variés...Et si l'on prend deux biens fabriqués dans les mêmes conditions mais avec des rendements croissants dans les deux pays. On montre que malgré la similitude des coûts comparatifs qui ne justifierait aucun échange entre les deux pays, chaque pays peut trouver avantage à la spécialisation et au commerce international pour obtenir plus de biens qu'en autarcie.

**Echange international => spécialisation => avantage comparatif (économies d'échelle)**

## 3. Les économies d'échelle internes et les échanges internationaux

Lorsqu'il existe des économies d'échelle internes aux firmes les marchés deviennent oligopolistiques, voire monopolistiques. Le nombre de firme dépend, pour une fonction de demande donnée, de la fonction de coût. Si celle-ci présente des économies d'échelle interne pour l'ensemble des quantités demandées, le marché est un monopole.

**Sur un marché contestable, les firmes installées fixent leur prix à un niveau égal à leur coût moyen.** En effet, si le prix est établi à un niveau supérieur, l'entrée de concurrents potentiels aura lieu, parce qu'elle est profitable, et le prix sera ramené au coût moyen.



Quelles sont les conséquences des échanges internationaux lorsque cette forme de marché prévaut ? **Le marché mondial (composé de la somme des deux marchés nationaux) est approvisionné par le monopoleur du pays B.**

*L'ouverture de l'économie à la concurrence profite donc aux consommateurs sous forme d'une augmentation des quantités consommées et d'une baisse des prix. En revanche, le monopoleur du pays A est contraint de cesser son activité avec pour conséquence*

**immédiate des destructions d'emplois.** A moins qu'il ne choisisse de différencier son offre.

## II. LA DIFFÉRENCIATION DES PRODUITS

La différenciation peut porter sur la qualité du produit (voiture plus puissante, plus rapide, plus économe en carburant...), elle est dite **verticale**. Elle peut également concerner la variété des caractéristiques d'un produit à qualité identique (emballage, couleur, proximité,...), elle sera dite **horizontale**.

Les entreprises sont supposées toutes en situation de monopole sur la variété des produits qu'elles fabriquent sachant que tous les produits sont différenciés. Par exemple, Volkswagen a le monopole de la Golf tandis que Peugeot détient le monopole de la 307. Les deux entreprises sont concurrentes sur le marché de l'automobile, mais au lieu de produire le même bien sur ce marché elles développent des variantes originales de ce bien.

Ainsi deux pays ayant les mêmes dotations factorielles, utilisant les mêmes technologies à économies d'échelle internes pour produire des biens différenciés, seront conduits à échanger, malgré leur parfaite similitude dans les conditions d'offre. **Cet échange de différenciation résulte de la préférence des consommateurs des deux pays pour la variété.**

L'ouverture des économies engendre les effets suivants :

- le nombre de variétés disponibles augmente ;
- Les économies d'échelle sont plus importantes et mieux exploitées, les firmes produisant des séries plus longues, ce qui réduit le coût de production et donc le prix.
- L'utilité des consommateurs augmente, l'échange avec l'étranger permettant de consommer un plus grand nombre de variétés.

## III. LES STRATÉGIES DES ACTEURS DU COMMERCE INTERNATIONAL

### 1. Les stratégies des firmes

#### 1.1. La division internationale du processus productif (DIPP), mobilité du capital et échange intra-firmes

Les modèles contemporains du commerce international réintroduisent les entreprises et tiennent compte, pour les plus grandes d'entre elles, de leur capacité à influencer la structure du marché et du développement des implantations d'unités de production à l'étranger.

**L'ouverture des économies se manifeste par une mobilité croissante du capital**, les firmes ne reculant plus devant la délocalisation de « segments de production » et la fabrication d'un produit sur une base internationale, chacune des filiales implantées à l'étranger opérant à un stade différent de la transformation des biens intermédiaires en biens finals.

*Par exemple, plus du tiers des exportations françaises de produits industriels représentent des ventes de firmes installées en France à des établissements installés à l'étranger et appartenant à un même groupe.*

Les facteurs qui déterminent ces décisions de localisation sont la recherche d'avantages absolus comme une main d'œuvre bon marché, des ressources naturelles, une main d'œuvre qualifiée, etc.

## 1.2. Les avantages dynamiques, écart technologique et innovation

**L'approche statique des modèles traditionnels** correspond à une analyse où les firmes exploitent les différences de dotations des pays. Mais en intégrant les effets de la technologie (« toute espèce de connaissance économiquement utile ») et de l'innovation, on comprend que les avantages relatifs ne sont que transitoires. Michael Posner (1961) et Raymond Vernon (1966) ont été les premiers à explorer cette voie. **Une nation peut disposer temporairement d'un avantage comparatif quand elle est la première à exploiter une innovation et les produits nouveaux qu'elle engendre. Dans l'intervalle de temps nécessaire pour que les autres pays puissent l'imiter, elle est en position de monopole.**

*La spécialisation des nations ne dépend plus de la plus ou moins grande abondance de tel ou tel facteur de production mais du processus d'innovation qui permet d'asseoir un avantage relatif temporaire (monopole temporaire d'innovation).*

Dans un premier temps les firmes innovantes disposent d'un pouvoir de monopole sur leur marché et, pour maintenir leurs marges bénéficiaires face à la concurrence qui se met en place, exportent leur produit dans les autres pays développés pour bénéficier à la fois d'économies d'échelle. Bien vite des imitateurs étrangers apparaissent et c'est pour contrer leur développement que **la firme délocalise sa production, pour bénéficier de coûts de production plus faible**. Lorsque la technologie est entièrement banalisée la concurrence est totalement fondée sur les prix. Le produit est ensuite importé à un prix très faible dans le pays où il est né, et ce dernier réalise à nouveau d'autres innovations.

## 2. Le rôle des politiques publiques

### 2.1. Les politiques publiques

La politique commerciale dispose de deux instruments, les barrières douanières et les aides publiques.

Dans les faits les Etats ne peuvent guère s'appuyer sur les premières, progressivement supprimées par les négociations internationales et l'intégration régionale. Il ne reste donc que la possibilité de peser sur le comportement des firmes nationales en leur accordant des aides sous forme de financement de la **recherche-développement**. *L'Etat est en mesure de dissuader les entreprises étrangères de se lancer dans la production d'un bien nouveau lorsque les dépenses préalables à engager sont supérieures aux profits engrangés dans un contexte concurrentiel. Exemple : le cas de Boeing et d'Airbus.*

## 2.2. Duopole et politique industrielle

L'analyse de Brander et Spencer peut être illustrée au travers d'un cas relativement simple.

Airbus et Boeing, envisagent de construire un nouveau type d'avion. La décision de produire est motivée par la perspective d'un profit. Airbus doit prendre une décision (entrer/ne pas entrer) en tenant compte des réactions de son concurrent. Si le consortium européen anticipe que Boeing décidera d'entrer sur le marché, il a tout intérêt à s'abstenir pour ne pas réaliser de pertes ; dans le cas contraire il produira l'avion et sera assuré de réaliser des profits. Le concurrent américain fait le même calcul. L'issue du jeu est indéterminée : deux équilibres sont possibles (en gras dans le tableau).

		Boeing	
		Entre	N'entre pas
Airbus	Entre	Airbus : - 5 Boeing : - 5	<b>Airbus : 0</b> <b>Boeing : 100</b>
	N'entre pas	<b>Airbus : 0</b> <b>Boeing : 100</b>	Airbus : 0 Boeing : 0

**Quelle firme va s'arroger ces profits ?** Les pouvoirs publics européens ne sont donc pas assurés qu'une firme européenne sera présente sur le marché. Cela dépendra de qui arrivera à se placer en premier. **Toutefois l'intervention publique peut interférer avec la décision d'entrer si Airbus perçoit une subvention.** Supposons que les gouvernements européens s'engagent à verser à leur entreprise une subvention de 25 si elle démarre sa production. Airbus est désormais assuré de couvrir ses dépenses. **La prise en charge d'une partie des frais d'Airbus par les pouvoirs publics représente une menace crédible pour Boeing.** Airbus modifie sensiblement sa stratégie : dans tous les cas le constructeur européen a intérêt à entrer sur le marché ; son gain sera toujours positif. Le sachant, Boeing ne se lancera pas dans le développement d'un nouvel avion pour ne pas enregistrer de pertes. **Il ne subsiste qu'un équilibre correspondant à un monopole européen.**