

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

§1 La recherche des coûts salariaux les plus bas est un puissant moteur de l'internationalisation des firmes. En effet, pour être compétitives, les firmes cherchent à localiser leur production dans les pays où, parce que la main-d'œuvre est abondante, elle est bon marché. Elles vont donc s'implanter ou sous-traiter la partie de leur production intensive en main-d'œuvre là où c'est le moins couteux afin de profiter de l'avantage comparatif de tel ou tel pays. Par exemple, si Tefal faisait assembler ses grille-pains par des entreprises sous-traitantes en Roumanie, ce serait pour profiter du faible cout du travail en Roumanie par rapport aux couts du travail en France.

§2 La proximité avec les fournisseurs et les clients est aussi un moteur de l'internationalisation des firmes. En effet, pour une firme, il peut être pertinent de s'implanter près de ses fournisseurs pour réduire les coûts et délais de transport liés à l'approvisionnement et gagner ainsi en compétitivité-prix. Par exemple, on peut penser que l'implantation de MARS en Alsace présente l'avantage d'être près du fournisseur de sucre d'Erstein dont MARS est un gros client. Par ailleurs, il peut être pertinent pour une firme de s'implanter au cœur de son marché, c'est-à-dire là où sont se ses clients. Là encore il s'agit de réduire les délais et distance de transport afin d'en réduire les coûts. C'est particulièrement vrai pour les firmes automobiles : pour BMW, s'implanter en Chine pour y vendre des voitures à la classe moyenne chinoise est moins couteux que d'exporter les voitures fabriquées en Allemagne en Chine. Là encore, cela permet de rester compétitif au niveau du prix par rapport aux concurrents asiatiques par exemple. (**Document 3** « les firmes chinoises qui investissent à l'étranger le font pour des motifs d'accès aux ressources naturelles »)

§3 La recherche du capital technique (ou physique) abondant et bon marché est aussi un moteur de l'internationalisation des firmes. En effet, il est couteux de s'implanter dans un territoire où tout est à construire en termes d'usines ou de machines. Mieux vaut alors, pour une firme textile européenne par exemple, s'implanter là où existent déjà des entreprises, des machines de son secteur pour économiser sur l'IDE finançant son implantation. Ainsi, mieux vaut racheter une usine textile au Bangladesh plutôt que d'en construire une au Mali. Là encore l'économie de coût permet de rester compétitif en termes de prix.

§4 La recherche d'une fiscalité accommodante est aussi un moteur de l'internationalisation des firmes. En effet, les pays développés d'origine des FMN pratiquent en général une fiscalité plus élevée que celle des pays émergents. C'est-à-dire les cotisations sociales, les impôts sur les bénéfices ou sur la production y sont plus élevés qu'ailleurs. Ainsi, les FMN originaires de ces pays peuvent localiser tout ou partie de leur activité dans des pays à la fiscalité plus attirante, soit parmi les pays développés (l'Irlande, le Luxembourg en Europe) soit dans un paradis fiscal (les Bahamas). C'est ce qu'Amazon ou Apple font.

§5 Le contournement des droits de douanes est aussi un moteur de l'internationalisation des firmes. En effet, l'existence de droits de douane sur son produit peut inciter une firme à s'implanter directement dans le pays où elle exporte pour ne plus payer les droits de douane et retrouver de la compétitivité-prix. C'est une des raisons de l'implantation d'usines Toyota en Europe. Il s'agissait à l'époque pour le constructeur japonais de ne plus payer de droits de douane sur ses véhicules

destinés au marché européen. En les produisant sur place, elle ne les exporte plus et donc n'est plus soumise au tarif douanier.

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

§6 La qualification de la main-d'œuvre est un stimulant important de l'internationalisation des firmes. En effet, si les firmes recherchent les plus faibles coûts salariaux, il faut tout de même que la main-d'œuvre soit suffisamment qualifiée. Comme cela est expliqué dans le **document 2**, « les IDE ne se concentrent pas au Bouthan, au Mali ou à Madagascar où les salaires sont les plus faibles » car la productivité du travail y est mauvaise par manque de main-d'œuvre qualifiée. Ainsi, au-delà de la main-d'œuvre bon marché, les firmes se localisent là où la main-d'œuvre possède une qualification en adéquation avec le produit fabriqué.

§7 La proximité avec les clients est aussi un stimulant important de l'internationalisation des firmes. En effet, indépendamment de la réduction des coûts de transport (§2), il est pertinent pour une firme de s'implanter là où se trouvent ses clients pour avoir une meilleure connaissance du «marché» c'est-à-dire mieux suivre l'évolution des goûts de ses clients. En outre, produire sur place peut avoir un effet de notoriété favorable, c'est-à-dire que le produit semblera moins étranger aux consommateurs puisqu'il est produit sur place. C'est une autre raison qui a poussé les constructeurs automobiles à s'installer en Europe, les voitures japonaises, perçues comme fiables étaient cependant réputées difficiles à réparer à cause du difficile approvisionnement en pièces détachées pour les réparateurs européens. (Ce que montre clairement l'importance des IDE entrants dans les pays développés (**document 1**))

§8 La proximité avec les fournisseurs est aussi un stimulant important de l'internationalisation des firmes. En effet, au-delà des coûts réduits de transport (§2), s'installer près de ses fournisseurs présente l'avantage pour une firme de limiter les risques de mauvais approvisionnement (retard, ou quantité insuffisantes) ou de mauvais suivi de la qualité de la production de ses consommations intermédiaires par ses fournisseurs. C'est particulièrement vrai dans le textile et cela correspond par exemple à la stratégie de localisation de Zara, au Maghreb plutôt qu'en Asie, bien que les coûts du travail y soient moins avantageux mais cela permet de mieux suivre/contrôler les fournisseurs.

§9 La proximité avec les concurrents est aussi un stimulant important de l'internationalisation des firmes. En effet, il peut être paradoxalement avantageux pour une firme de s'implanter là où sont déjà présents ses concurrents car cela permet de bénéficier des externalités positives du cluster (regroupement, généralement sur un bassin d'emploi, d'entreprises du même secteur). En effet, une firme qui s'installe là où sont déjà implantés ses concurrents pourra bénéficier de la spécialisation des fournisseurs, de la main-d'œuvre, des infrastructures que ses concurrents utilisent déjà et limiter ses coûts d'arrivée.

§10 Les territoires riches en infrastructures et biens publics sont recherchés par les firmes. Comme pour la qualification de la main-d'œuvre, les entreprises ne recherchent pas que les faibles coûts de production, sinon elles s'implanteraient en Irak ! Elles ont un besoin vital d'infrastructures de transport et télécommunication pour limiter les coûts et délais d'approvisionnement et de livraison des marchandises mais aussi d'un réseau électrique et de télécommunication dense et fiable. En outre, elles recherchent des pays où justice et police garantissent les droits de propriété, ce que montre clairement l'importance des IDE entrants dans les pays développés (**document 1**). Tous ces éléments sont généralement produits et garantis par les pouvoirs publics (capital public).