

Cours des Relations Economiques Internationales

Séances: 7 et 8

(date: 16 et 23 Mars 2020)

Semestre 6

Filière: Economie et Gestion

Professeur: TOUHAMI

larbitouhami@yahoo.fr

Chapitre – Les nouvelles théories de l'échange international

Les explications fournies par les théories traditionnelles (théorie ricardienne et le modèle HOS) ne parviennent pas à expliquer certaines caractéristiques essentielles de la spécialisation internationale observée après la seconde guerre mondiale. La division internationale du travail, la spécialisation et l'avantage comparatif ne s'expliquent pas seulement par les dotations factorielles.

En d'autres termes, la théorie ricardienne et celle des dotations factorielles n'introduisent pas, explicitement, dans leurs hypothèses certains facteurs (ou phénomènes) qui jouent un rôle important dans l'orientation des spécialisations, comme le progrès technique, les économies d'échelles et la différenciation des produits.

Les nouvelles théories de l'échange international introduisent certains de ces facteurs.

- **Quels sont leurs fondements?**
- **Quelles sont leurs principales conclusions?**

I – L'approche néo-technologique: la technologie facteur de l'échange international

Dans le modèle HOS, les pays utilisent la même technologie, puisque leurs fonctions de production sont identiques (modèle HOS où la technologie est identique dans toutes les nations, qui ne diffèrent que par leurs dotations factorielles). Or, en fait, il existe des écarts de technologie, créateurs d'avantages à l'exportation pour les pays innovateurs.

L'approche néo-technologique **tente d'expliquer les échanges internationaux en terme d'écarts technologiques : les pays en avance technologiquement possèdent un avantage comparatif dans la production de biens technologiques.**

1°- L'écart technologique:

M.V. Posner, en 1961, étudie les composants de l'écart technologique entre les pays comme déterminant des échanges internationaux. L'avantage technologique d'un pays et d'une industrie va permettre de découvrir de nouveaux processus de production, et de conférer alors un nouvel avantage comparatif au pays innovateur. Ce dernier bénéficie d'un monopole jusqu'à ce que les autres pays apprennent à fabriquer ces biens : entre temps, ils doivent importer ces nouveaux produits.

Posner remarque que des pays à dotations factorielles proches, voire identiques, commerce néanmoins ensemble qui s'explique par l'innovation.

Pour l'auteur, une innovation génère un cycle de développement de l'échange international dont les initiateurs sont précisément les pays qui connaissent une avance technologique. Les pays qui réalisent plus d'innovation vont acquérir un avantage dans l'échange. Le pays en avance dispose de nouveaux produits que n'ont pas d'autres pays (même si ceux-ci sont de même développement). De cette avance va naître un échange international.

Avec POSNER « *il y a une hiérarchie dans les spécialisations. Le pays innovant va tirer bénéfice de cette situation et va imiter un commerce lié essentiellement à l'écart technologique dont il bénéficie* ». C'est un avantage lié à la capacité d'innover qui se matérialise dans un échange que POSNER qualifie d'échange lié à l'écart technologique.

En outre, selon POSNER, « *en créant des procédés et/ou des produits nouveaux, certains pays peuvent devenir exportateurs, indépendamment de leurs avantages de dotations* ». L'avance technologique acquise dans un secteur confère un monopole d'exportation pour les produits du secteur.

Un commerce d'écart technologique naît si les consommateurs des pays étrangers demandent les biens nouveaux, ce qui nécessite un certain délai (Demand lag). Il disparaît progressivement lorsque les producteurs des pays étrangers s'engagent dans la fabrication des mêmes biens, ce qui demande aussi un certain temps (Imitation lag).

Dès que la nouvelle technologie est connue à l'étranger, une concurrence potentielle existe.

Dans le cas où l'imitation a lieu, les firmes étrangères commencent par servir leurs marchés domestiques, ce qui diminue, voire supprime, les flux d'exportations en provenance des pays innovateurs. Les entreprises étrangères peuvent devenir elles mêmes exportatrices des biens nouveaux. Dans cette situation, la concurrence se faisant par les coûts, donc par la rareté relative des facteurs (modèle HOS).

2° - La recherche – développement (concurrence internationale par l'innovation):

« la R-D désigne l'ensemble des activités de recherche fondamentale et de recherche appliquée permettant de découvrir et de mettre au point des procédés et des produits nouveaux ».

La thèse de l'écart technologique met en lumière la R-D en tant qu'un phénomène essentiel dans la concurrence entre nations dans les branches de haute et de moyenne technologie.

En effet, la compétition entre pays ne passe pas seulement par l'exploitation d'avantage naturels ni par l'utilisation de facteurs abondants, mais par l'innovation dont l'intensité dépend des contributions que la collectivité met en œuvre par le biais de la R-D.

Dans les pays les plus développés, les efforts de R-D constituent un facteur essentiel de croissance et de compétitivité. La théorie de l'écart technologique incite à penser que les dépenses de R-D et le nombre de chercheurs jouent un rôle essentiel, voire déterminant, dans les performances à l'exportation d'un pays pour les produits nécessitant un gros investissement en technologie.

3° - La théorie du cycle du produit de R.VERNON (1966):

la thèse du cycle du produit de VERNON prolonge la théorie de l'écart technologique en analysant les causes de l'innovation et les modalités de sa diffusion.

Dans sa théorie du cycle de vie du produit Vernon montre que le commerce international s'explique par la dynamique du monopole d'innovation. Il met l'accent sur le nouveau produit lui-même et sur son cycle de vie.

D'après l'auteur, tous les pays avancés ont accès aux connaissances scientifiques, mais la transformations de celles-ci en innovations nécessite la présence d'un marché vaste et riche, sur lequel il soit possible de lancer le produit nouveau.

Dans les années 60, si le marché des Etats-Unis qui répond à ces caractéristiques, ce qui signifie que la grande partie des innovations apparaissent aux Etats-Unis (sur le marché américain).

Dans le cycle de vie du produit, Vernon identifie quatre phases:

- La phase d'émergence (l'innovation): le produit est intensif en technologie et en recherche-développement et la firme innovatrice, qui est la seule à le produire (monopole), l'introduit sur le marché. Les séries de fabrications sont limitées. Le prix est élevé. Le bien est essentiellement consommé par de riches consommateurs du pays innovateur (les Etats-Unis).
- La phase de croissance: dans cette phase, la croissance du produit et sa production de masse nécessite une forte intensité en capital (investissement).

La production intensive en capital se fait en grande série. Le prix de vente diminue. De nouveaux consommateurs achètent le produit, notamment dans les pays suiveurs (l'Europe et le Japon) et les ventes progressent. Des firmes imitatrices apparaissent dans le pays d'origine du monopole. Les Etats-Unis exportent le produit vers les autres pays industrialisés (le produit pénètre le marché européen).

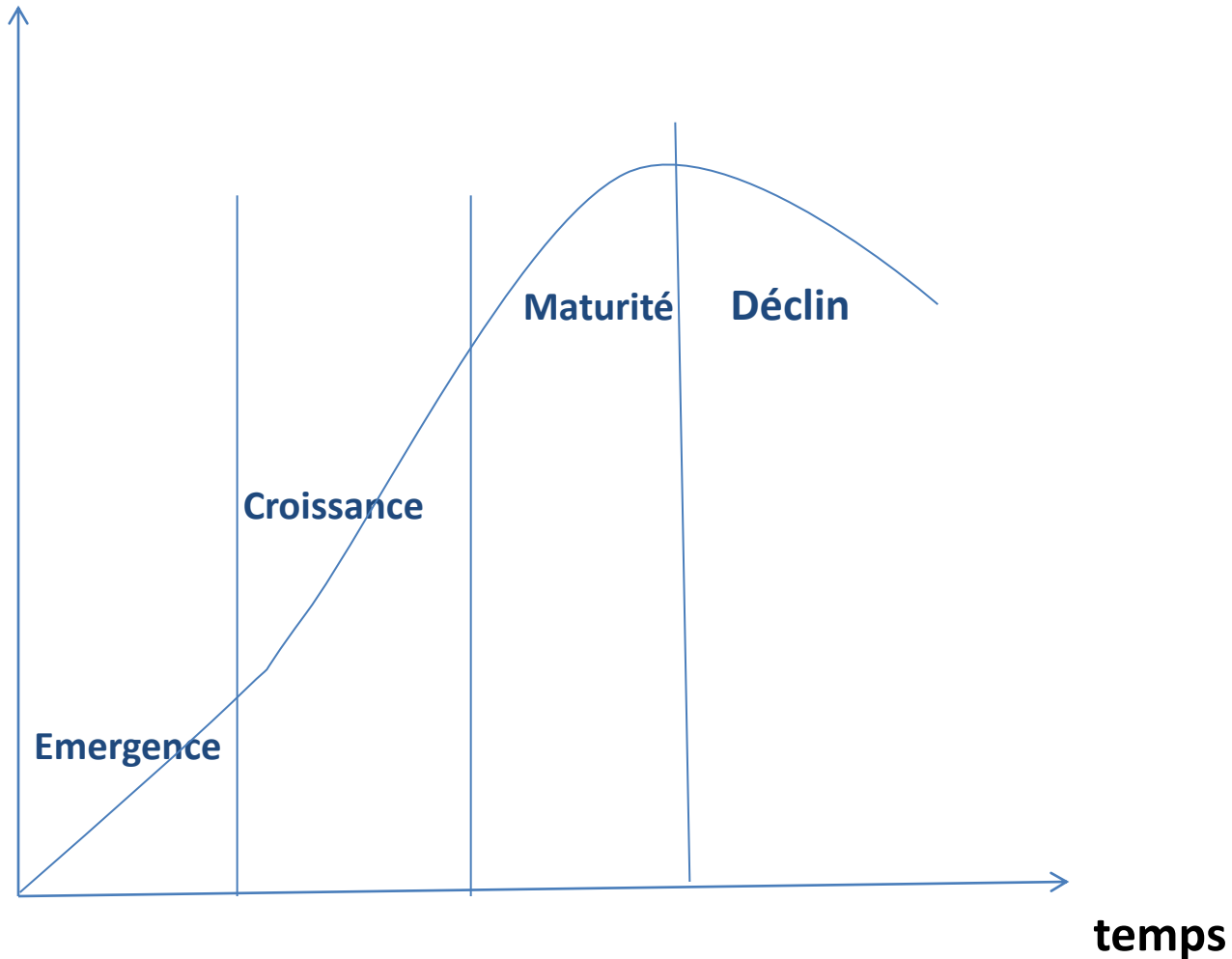
- **La phase de maturité:** cette phase caractérise un produit banalisé et intensif en main-d'œuvre (production intensive en travail faiblement qualifié). La consommation du bien devient courante. Les firmes se livrent à une concurrence par les prix. Le pays innovateur (les Etats-Unis) importe le produit en provenance des pays industrialisés suiveurs.
- **La phase de déclin (le produit devenu complètement banalisé):** De nouveaux produits substitués apparaissent sur le marché. L'intensité en travail non qualifié s'accroît. Le marché se trouve en surcapacité. La production se déroule maintenant dans les pays en développement (PED) qui exportent ces produits vers les pays industrialisés.

Au cycle de vie du produit correspond ainsi un cycle du commerce international: les produits en début de cycle seront exportés par les pays en avance technologique (pays industrialisés), et en fin de cycle les produits seront exportés par les abondants en travail peu qualifié (pays moins développés).

Dans le cycle du produit, trois groupes de pays peuvent être considérés: le pays innovateur, les pays développés suiveurs et les pays en voie de développement.

Le cycle de vie du produit d'après R.Vernon

Ventes du produit



Ce modèle met en évidence des avantages comparatifs dynamiques. Le pays qui a un avantage comparatif dans la fabrication d'un produit change : du pays industrialisé innovateur aux PED. La localisation de la production dépend de l'étape du cycle de vie dans laquelle se situe le produit.

II – Echange international et économies d'échelle

On parle d'économies d'échelle, lorsqu'une augmentation de l'ensemble des facteurs de production (capital et travail) entraîne une hausse plus que proportionnelle de la production. Une croissance de 10 % (du travail et du capital) entraîne une augmentation de plus de 10 % de la production. Ce phénomène a été exclu des approches traditionnelles qui raisonnent en concurrence pure et parfaite.

« Il y a économies d'échelles dans une branche ou une firme si l'accroissement du volume des facteurs utilisés engendre une augmentation plus élevée, en pourcentage, de la production ».

Les économies d'échelle (ou rendements croissants) exprime une réduction du coût moyen du produit lorsque la quantité fabriquée augmente.

Les firmes les plus efficaces dans un type de production ont donc intérêt à accroître leur volume de production pour réduire leur coût. Elles se trouvent alors plus compétitives et peuvent exporter leur production.

La présence d'économies d'échelle dans le processus productif des branches et/ou des firmes influence les conditions de la spécialisation et peuvent être source d'existence du commerce international (de gain à l'échange).

Il existe deux formes d'économies d'échelle:

- Les économies d'échelle internes: dépendent des quantités de facteurs utilisés par les firmes. Plus une entreprise produit plus le coût moyen diminue.
- Les économies d'échelles externes des firmes: ne dépendent pas des quantités des facteurs utilisées par les firmes.

1°- Echange avec 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. Le coût unitaire de production dépend alors de la taille du secteur d'activité, mais pas nécessairement de celle de de chaque entreprise.

2° - L'échange avec économies d'échelle internes:

On a des économies d'échelle internes lorsque le coût unitaire de production dépend de la taille de chaque entreprise, mais pas nécessairement de celle du secteur.

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 (dans ce cas la production d'une grande firme est supérieure à la somme des productions d'entreprises plus petites).

Les économies d'échelle externes et internes ont des implications différentes sur les structures de marché. Un secteur dans lequel les économies d'échelle sont uniquement externes comprendra une multitude de petites firmes et sera parfaitement concurrentiel. En revanche, les économies d'échelle internes confèrent un avantage aux grandes firmes. Celles – ci ont des coûts plus faibles et gagnent des parts de marché sur les petites entreprises, ce qui conduit forcément au développement d'une concurrence imparfaite.

Les rendements croissants est une explication endogène de la spécialisation internationale, c-à-d, Les économies d'échelle peuvent justifier la spécialisation internationale. c'est la spécialisation et l'échange international qui créent l'avantage comparatif issu du phénomène d'économies d'échelle.

Echange international  spécialisation  avantage comparatif (économies d'échelle)

3° - La concurrence imparfaite: Lorsqu'il existe des économies d'échelle internes aux firmes, les marchés deviennent **oligopolistiques**, voire **monopolistiques**.

La concurrence imparfaite: fonctionnement des marchés lorsqu'il y a un petit nombre de vendeurs face à un grand nombre d'acheteurs : **monopole** et **oligopole**.

- **En concurrence parfaite**, les agents qui interviennent sur les marchés de concurrence sont **preneurs de prix** (price takers). Les vendeurs estiment que quelles que soient les quantités qu'ils proposent sur le marché, il ne seront jamais en mesure d'agir sur le prix qu'ils reçoivent pour leurs produits.

- **En concurrence imparfaite**, les choses sont forcément différentes lorsque quelques firmes seulement partagent le marché (monopole). L'entreprise détermine le prix auquel elle vend sa production. Donc, les producteurs possèdent le pouvoir de modifier sensiblement l'équilibre de marché: ils sont **faiseurs de prix** (price setters).

Sur un marché contestable (il n'y a pas de barrières à l'entrée et à la sortie des marchés, c'est-à-dire qu'il n'existe pas de coûts irrécupérables, les capitaux investis doivent pouvoir être redéployés dans une autre activité sans que cela implique des pertes) **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 ?

Les consommateurs gagnent à l'ouverture des nations aux échanges : le prix est plus faible, les quantités consommées sont plus importantes.

Ainsi, **l'existence d'économies d'échelle interne**, dans le cas de marchés contestables, **se traduit finalement par l'émergence de monopoles mondiaux.** Le monopole qui se maintient sur chaque marché est celui qui a la courbe de coût moyen la plus faible. **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.**

- Les modèles du commerce international fondés sur la concurrence monopolistique et oligopolistique expliquent l'importance des volumes d'échanges intrabranches entre économies similaires. Mais ils se révèlent incapables d'expliquer les échanges interbranches, c'est-à-dire la spécialisation des économies.
- Les modèles fondés sur la concurrence pure et parfaite justifient l'existence des spécialisations par l'avantage comparatif mais ne peuvent pas expliquer les échanges intrabranches.

III – Echanges de différenciation et commerce intrabranche

La différenciation des produits peut donner lieu à deux types de commerce international.

- Le premier résulte d'une différenciation horizontale, c'est-à-dire lorsque les produits présentent la même qualité mais sont distingués par les consommateurs en raison de leurs différences réelles ou perçues. Selon le type particulier de modèle développé, les consommateurs d'un pays vont demander des produits étrangers parce qu'ils ont un goût pour la variété (le commerce international leur permet d'accroître l'éventail des biens) ou bien parce que les producteurs étrangers offrent des produits qui correspondent plus précisément aux spécifications qu'ils demandent.
- Le second relève de la différenciation verticale, lorsque les consommateurs sont confrontés à des produits qui ont des qualités différentes, comme par exemple les modèles d'automobiles d'un producteur. Les consommateurs ayant des revenus élevés demandent la qualité supérieure, alors que ceux à revenus faibles sont intéressés par la qualité inférieure. La spécialisation internationale s'explique alors par le niveau moyen de revenu des habitants. Le pays avec le revenu moyen le plus élevé se spécialise dans la production de la qualité supérieure, celui avec le revenu moyen le plus faible dans la production de la qualité inférieure, et il existe des échanges internationaux de produits de qualité différente.

Ces deux approches des échanges internationaux offrent des explications relativement robustes du commerce intrabranche.

- Les théories traditionnelles du commerce international n'expliquent pas pourquoi l'essentiel des échanges commerciaux se fait entre pays développés dont les dotations factorielles sont peu différentes et qu'une part importante du commerce soit du commerce intrabranche.
- Des travaux développés depuis les années 1980 (dont ceux de Paul Krugman) montrent que les échanges internationaux s'expliquent, entre autres, par la différenciation des produits.

Lorsque la spécialisation se fait selon le principe de l'avantage comparatif, les produits sont homogènes et présentent les mêmes caractéristiques, quel que soit son lieu de production. Le fait qu'un pays d'exporter un produit repose uniquement sur l'avantage de prix d'autarcie, qui lui même trouve son origine dans la productivité du travail ou dans les dotations en facteurs primaires.

Cette hypothèse sera abandonnée par d'autres approches théoriques qui supposent que les produits sont différents. L'existence des produits différenciés engendre des courants d'échanges internationaux même que les pays peuvent être proches en termes d'avantages comparatifs.

A- Les divers types de différenciation:

Chaque bien est constitué d'un ensemble des caractéristiques:

- Certains sont mesurables, comme la puissance ou la vitesse maximum d'une voiture. Lorsque les caractéristiques font l'objet d'une évaluation semblable de la part de tous les consommateurs, les biens peuvent être hiérarchisés: on parle **d'une différenciation verticale**. Ainsi, une voiture rapide, puissante, confortable et robuste sera préférée par tous les consommateurs, à une voiture de bas de gamme. Entre les deux, il existe une différenciation verticale.
- D'autres caractéristiques non hiérarchisés et ne faisant pas d'une appréciation semblable de la part de tous les consommateurs (ex: couleur d'une voiture, d'une chemise, ...). La diversité des goûts conduit les producteurs à multiplier les modèles, au sein d'une gamme donnée: on parle **d'une différenciation horizontale**.

Les entreprises se concurrencent en produisant des biens différenciés horizontalement et verticalement, aussi bien au niveau national qu'international. La recherche de différenciation par les consommateurs les conduits à acheter des biens étrangers dès lors que ceux-ci présentent des caractéristiques jugées différentes de celles offertes par le marché domestique. Ceci donne lieu à des échanges croisés de produits similaires entre pays, repérables par les flux de commerce intrabranche.

B.Lassudrie-Duchêne « *les échanges des produits similaires correspondent à une demande de différence de la part des consommateurs* ».

B – Le commerce intrabranche:

L'expression « échanges intra-branches » désigne les importations et exportations de produits similaires entre pays, c'est-à-dire produits relevant de la même branche d'activité.

Ce type d'échanges ne cadre pas avec la théorie traditionnelle du commerce international ; en effet, selon elle, les pays devraient se spécialiser dans des productions différentes, et donc s'échanger des produits différents. Or, là, on s'aperçoit que les produits échangés sont, si ce n'est identiques, du moins proches, car compris dans la même branche d'activité.

Comment expliquer ces échanges ?

1° - L'approche par la demande: la thèse de B.Linder:

Pour B.Linder, **l'échange croisé de produits manufacturés entre pays ne s'explique pas par les dotations factorielles mais par les comportements de demande.** Un pays devient exportateur s'il dispose d'abord d'une demande nationale pour les produits, ce qui lui permet de lancer la production. Les ventes à l'étranger sont ensuite possibles et intenses, dès que les pays importateurs ont des comportements de demande proches de ceux du pays producteur.

En d'autres termes, **selon Linder, les conditions de la production au sein d'un pays dépendent des conditions de la demande.** En effet, dans un premier temps, **les perspectives de vente sont avant tout nationale**; les producteurs vont donc produire des biens correspondants à ceux recherchés par la population locale. Le marché extérieur n'est alors que le prolongement du marché intérieur. Plus les pays sont semblables, et plus la gamme des produits exportables est identique à la gamme des produits importables. Les échanges s'effectuent donc entre pays semblables et concernent des produits proches, qui recherchent de nouveaux débouchés sur des marchés extérieurs où la demande pour ce type de produit existe déjà. **La concurrence entre les entreprises va donc les pousser à chercher à s'implanter simultanément sur le territoire des concurrents, ce qui va entraîner l'apparition d'un commerce intrabranche.**

2° - La thèse de préférence pour la variété et l'échange international ou l'approche par la différenciation des produits :

Les produits d'une même branche ne sont pas identiques. Ils sont hétérogènes dans leurs caractéristiques, même si leur utilité est la même. Ils vont différer par leur couleur, leur packaging, leur publicité, leur marketing, leur image, le service après-vente proposé...

Selon Lassudrie-Duchêne, la demande des consommateurs est une demande de différence dans la similarité : les agents économiques demandent en fait un ensemble de caractéristiques. Or, les produits d'une même branche diffèrent par les caractéristiques offertes. Par conséquent, un consommateur français qui désire acheter une voiture pourra très bien être attiré par une voiture allemande, car les caractéristiques de cette voiture correspondront mieux à ses besoins que celles des voitures françaises. Dans le sens inverse, des consommateurs allemands seront attirés par des voitures françaises.

Le développement d'échanges intra-branche proviendrait alors de l'hétérogénéité des produits au sein d'une même branche d'activité.

L'existence d'un commerce international ne s'explique alors pas tant par des différences de prix, et donc de coûts de production, mais par la différenciation des produits, et donc par des politiques stratégiques de recherche, de qualité, de marketing et de publicité.

Conclusion:

Les théories exposées dans ce chapitre apporte des nouvelles explications et des éclairages nouveaux à la théorie traditionnelle du commerce international, c-à-d, au principe des avantages comparatifs et/ou à la théorie des dotations factorielles. Elles intègrent des éléments issus de l'observation du système productif ou des comportements de consommation: progrès technique, économies d'échelle, différenciation des produits,...Elles apparaissent plus comme des compléments par rapport aux thèses de référence que comme des théories alternatives.

Elles restent fondées implicitement ou explicitement sur l'hypothèse de libre-échange entre partenaires, hypothèse non vérifiée pour un certain nombre de marchés.