

**Faculté des Sciences Économiques, de Gestion et des Sciences
Commerciales
Département des Sciences Économiques**

**Mémoire préparé pour l'obtention du diplôme de
Magistère en Sciences Économiques**

Option : Économie et Géographie

Thème :

**Étude de la nouvelle géographie de
l'industrie automobile dans le monde**

**Sous la direction de:
Pr. DJENANE Abdelmadjid**

**Présenté par :
M. HANNICHE Belkacem**

Devant le jury composé de :

- KHERBACHI Hamid, professeur université de Bejaia, Président.
- DJENANE Abdel Madjid, professeur université de Sétif, Rapporteur.
- BOUKRIF Moussa, Maitre de conférences, université de Bejaia, examinateur.

REMERCIEMENTS

Je tiens à présenter mes remerciements et toute ma gratitude à monsieur Abdel Madjid DJENANE, professeur à l'université de Sétif et mon directeur de mémoire pour son aide et ses conseils qui m'ont été très utiles dans mon travail.

Je tiens aussi à remercier monsieur KHERBACHI Hamid, professeur à l'université de Bejaia et président du jury, monsieur BOUKFRIF Moussa, maitre de conférences à l'université de Bejaia de me faire l'honneur de participer au jury.

Mes remerciements vont à mes amis qui m'ont aidé et encouragé tout au long de mon travail.

Je tiens également à remercier ma famille qui m'a beaucoup aidé durant mon travail. Mes remerciements vont particulièrement à ma mère, mon père et à ma **Fouzia**.

LE SOMMAIRE

INTRODUCTION GÉNÉRALE	4
La première partie :	10
CHAPITRE 1 : : LA MONDIALISATION DE L'ECONOMIE.....	11
Section 1 : le concept de la mondialisation	12
Section 2 : Les acteurs, les flux, et une analyse de la mondialisation :	18
Section 3 : la régionalisation :	35
CHAPITRE II : LOCALISATION, FTN ET DÉLOCALISATIONS	42
Section 1 : théories sur la localisation :	42
Section 2 : les firmes transnationales :	53
Section 3 : les délocalisations et les nouvelles stratégies d'entreprises :	64
CHAPITRE III : La Nouvelle Géographie De Production De La Richesse78
Section 1 : Les nouveaux défis de l'attractivité à l'ère de la mondialisation :	78
Section 2 : la montée des pays en développements et des pays émergents :	87
Section 3 : La nouvelle ère dans l'économie mondiale :	98
La deuxième partie :	110
CHAPITRE IV : PRÉSENTATION DE L'INDUSTRIE AUTOMOBILE.	111
Section 1 : l'histoire de l'industrie automobile :	111
Section 2 : caractéristiques de l'industrie automobile :	119
Section 3 : La demande automobile :	129
CHAPITRE V : L'INDUSTRIE AUTOMOBILE DANS LA TRIADE.....	140
Section1 La Triade de l'automobile :	140
Section 2 : De l'internationalisation à la mondialisation des constructeurs automobiles :	153
Section 3 : La régionalisation dans l'industrie automobile de la triade :	169
CHAPITRE VI: LA NOUVELLE GÉOGRAPHIE DE L'INDUSTRIE AUTOMOBILE :	184
Section 1 Le développement de l'industrie automobile dans les pays en développement :	185
Section 2 : les nouveaux « centres » de l'industrie automobile :	198
Section 3 : le développement d'une industrie automobile en Algérie	217
CONCLUSION GÉNÉRALE.....	238

LISTE DES ABRÉVIATIONS

ACEA : Association des Constructeurs Européens d'Automobiles

ALENA : alliance des nations nord américaines

ASEAN : association des nations de l'Asie du Sud-est

CCFA : comité des constructeurs français d'automobile

CEPII : Centre d'études prospectives et d'informations internationales

CKD: completely knocked down

CBU: completely build up

FTN : firmes transnationales

F&A : fusion et acquisitions

GERPISA : Groupe d'étude et de recherche permanent sur l'industrie et les salariés de l'automobile

GM : General Motors

IDE : investissement direct étranger

IAURIF : Institut d'aménagement et d'urbanisme de la région d'Ile-de-France

Mercosur : communauté économique des pays de l'Amérique du Sud.

NPI : nouveaux pays industrialisés

OCDE : Organisation de coopération et de développement économique

OICA : organisation internationale des constructeurs automobiles

OMC : organisation mondiale du commerce

ONS : office national des statistiques

ONUDI : organisation des nations Unies pour le développement industriel

PECO : pays d'Europe centrale et orientale

PIPAME : Le pôle interministériel de prospective et d'anticipation des mutations économiques

PME : petite et moyenne entreprise

R&D : recherche et développement

SKD: semi-Knocked down

JV: joint-venture

UE : union Européenne

VUL : véhicule utilitaire léger

VP : voiture particulière

VAG : groupe Volkswagen

Introduction générale :

En ce début du XXIème siècle, force est de constater que l'économie du monde devient de plus en plus liée et interdépendante: c'est l'ère de la mondialisation de l'économie. Celle-ci se caractérise par une interconnexion plus étroite et une mobilité accrue du capital, des produits, des services des personnes et des firmes elles-mêmes.

L'interdépendance économique se fait à travers les différents acteurs économiques qui sont les Etats mais surtout les firmes. L'ouverture économique et des échanges économiques, sont favorisés par les politiques des Etats, notamment ceux des pays la triade, et les différentes institutions internationales de Bretton Woods comme le fonds monétaire international(FMI), l'OMC, et la banque mondiale et surtout les firmes multinationales qui sont des acteurs importants en termes de production, d'échange et d'investissement. Cette mondialisation inclut aussi l'intégration de la production par delà les frontières nationales, avec des hausses importantes des investissements effectués par les firmes multinationales à l'échelle internationale.

Cette mondialisation des facteurs de production a fait que la production, le commerce et l'importance économique au niveau mondial n'est plus « l'apanage » des pays développés. Les pays en développement et plus particulièrement les pays émergents s'illustrent comme des économies dynamiques et enregistrent des performances économiques qui font envier les pays développés.

En effet, depuis le début des années 90, L'économie mondiale connaît une montée des pays en développement dans l'économie mondiale. Une montée qui augure reconfiguration de la structure des économies du monde. Leur poids sur l'échiquier économique mondial ne cesse de prendre de l'importance donnant naissance à une nouvelle géographie de l'économie mondiale.

L'écart qui sépare les pays développés des pays en développement est en train de se rétrécir, d'une part une croissance faible pour les pays de la triade et une croissance même à deux chiffres dans le cas chinois. Cette différence de croissance si elle dure et se confirme dans le futur pourra conduire à une reconfiguration de l'économie mondiale. D'où l'intérêt d'étudier cette nouvelle géographie de l'économie mondiale qui est en train de se redessiner.

Pour analyser cette montée des pays en développement dans l'économie mondiale, il y a lieu de choisir un secteur représentatif de ce changement et de cette montée du monde en développement dans l'économie mondiale. Ce secteur c'est l'industrie automobile.

Peter Drucker la qualifie de l'industrie des industries. L'industrie automobile représente un secteur important dans les économies des pays producteurs d'automobiles mais aussi de beaucoup de pays inséré dans la production de composants automobiles. Elle nous est familière depuis plus d'un siècle, est l'objet de milliers d'étude et pourtant, elle échappe encore au contrôle et aux prévisions même de ses concepteurs. L'industrie automobile représente un système technique hautement complexe, constitué de dizaines de sous-systèmes interdépendants qu'il faut coordonner et intégrer.

L'industrie automobile s'inscrit durablement dans l'histoire industrielle et économique, dans laquelle elle a contribué à enrichir et à façonner, puisque elle est la fondatrice du concept de production de masse et de grande consommation.

Les automobiles permettent d'accéder aux marchés, aux médecins, aux travaux. Presque chaque voyage de voiture finit avec une transaction économique ou un autre avantage à notre qualité de vie.

En plus de 100 ans, les ingénieurs et ensuite les constructeurs feront preuve de patience, d'imagination, de créativité et de génie. L'industrie automobile est née sous le signe du « bricolage » et de la micro-entreprise. Après plus d'un siècle après son « invention », peu d'industries sont autant représentatives de la production de masse, dans de grands ensembles regroupant des milliers travailleurs. L'automobile est le résultat de beaucoup de travail, de recherches, d'invention et d'innovations. La première voiture est construite par l'ingénieur français Joseph Cugnot en 1770. En 1876, Otto construit un moteur à quatre temps, à l'origine de la plupart des moteurs à combustion interne ultérieurs. Au milieu des années 1880, Carl Benz, puis Gottlieb Daimler lancent avec succès les premières voitures à essence. En 1902, la société allemande Daimler acquiert une filiale en Autriche, et devient ainsi la première société multinationale de l'industrie automobile.

Depuis, les firmes automobiles se sont développés pour constituer aujourd'hui des groupes présents employant des milliers d'ouvriers dans des dizaines de pays.

Un secteur à forte concurrence où la production de plus de 80 % des véhicules est faite par une dizaine de constructeurs issus d'un oligopole mondial de la construction automobile.

Problématique :

Les medias se font quasi quotidiennement l'écho des bouleversements qui affectent l'industrie automobile : fusions, rachats, faillites, installation d'usines dans de nouveaux pays. L'industrie automobile se transforme à mesure que l'économie se globalise. Les constructeurs ont adapté leur stratégie à la nouvelle donne économique globale, à laquelle ils participent activement : des usines voient le jour dans des endroits reculés de la Planète, pour des marchés jusque-là négligés et des usines situées dans des pays industrialisés ferment. L'industrie automobile au début du XXI^e siècle est donc à la fois complexe avec des changements qui remettent en cause les positions et menacent même l'existence de certains acteurs et de certains pays dans l'industrie automobile.

L'industrie automobile est souvent présentée comme l'archétype de l'industrie globale: elle jouerait ainsi un rôle moteur dans l'homogénéisation du monde par le biais des stratégies d'internationalisation des firmes (fusions-acquisitions, implantation dans les pays émergents, voitures mondiales, division internationale du travail, etc.)

L'industrie automobile est aussi une industrie témoin, dans la mesure où elle connaît les principales transformations actuelles de l'économie mondiale : globalisation des stratégies des entreprises, rapports évolutifs entre les Etats, naissance d'un néoprotectionnisme à l'échelle internationale, crise du mouvement syndical..., etc.

Sa contribution la plus évidente est associée à des innovations qui ont émergé dans cette industrie avant de se diffuser dans l'ensemble des secteurs. Au début du ^{XX^e} siècle, l'introduction de la Ford T par Henri Ford est considérée comme l'événement majeur du passage à la « production de masse ». Dans ce qui était alors une toute jeune industrie émergente. La standardisation et l'interchangeabilité des composants, hérités de ce system vont se diffuser à travers le monde comme modèle d'efficacité productive.

Au cours du siècle, l'industrie automobile a été le berceau d'autres innovations organisationnelles majeures : dans les économies de gamme, le contrôle de gestion ou la structuration de l'entreprise sous une forme multidivisionnelle. D'autres innovations dans le champ du marketing avec le renouvellement des modèles. Après la guerre mondiale, les premières formes d'automatisations. Enfin depuis la fin des années 60, c'est au Japon, chez

Toyota, que seront développés un nombre d'innovations organisationnelles appelée la *Lean production*¹. Un système qui a révolutionné toute l'industrie.

Cette industrie se caractérise par une forte intensité capitaliste, un rapport capital-travail relativement élevé et, dans de nombreux pays, l'exportation d'une large part de la production.

Une nouvelle géographie automobile se dessine avec l'entrée de nouveaux pays producteurs en dehors des pays de la Triade qui ne présentent plus de capacités de croissance. Indépendamment de la crise économique actuelle, le contexte général du marché de l'automobile au niveau mondial a clairement changé : saturation des marchés de la Triade, transfert de la croissance du marché vers l'Asie et l'Europe de l'Est, surcapacité et concurrence accentuée, ambitions naissantes chez les nouveaux constructeurs des Etats des BRICs, notamment chinois et indien et dans une moindre mesure russe, qui veulent jouer un rôle de plus en plus important sur le marché mondial.

Depuis le début du XXIème siècle, la production s'est de plus en plus développée dans des régions extérieures à la zone OCDE – en Asie et en Europe de l'Est. Entre 2000 et 2007, la part des États-Unis et du Japon dans la production mondiale a reculé de 40 à 30 %, tandis que celle des régions non OCDE passait d'une voiture sur dix à une voiture sur cinq (OCDE, 2009). La crise économique pourrait bien renforcer et accélérer cette tendance.

Conscients de la place que peuvent jouer les nouveaux pays producteurs, les constructeurs mondiaux ont massivement investi dans de nouvelles usines dans des pays à bas salaires pour accroître leurs capacités et lancer de nouveaux modèles et options sur leurs véhicules destinés aux marchés émergents pour capter cette croissance.

L'externalisation croissante des activités manufacturières standardisées, afin de rétablir la compétitivité-coût, est en train d'impulser une nouvelle vague de délocalisation dans les économies périphériques. Le faible coût du travail, l'existence d'une base industrielle diversifiée, une réglementation sociale peu restrictive et la proximité des marchés constituent les principaux avantages de localisation qui veulent se positionner dans la nouvelle chaîne de valeur de cette industrie.

Les recompositions industrielles induites par la mondialisation, que l'actuelle crise économique internationale est en train d'accélérer, tendent à renouveler la géographie

¹ Jean-Jacques CHANARON et Yannick LUNG., Industrie automobile, la croisée des chemins, la documentation française, Paris, 2011, p9-10.

économique mondiale. Si les pays émergents confirment leur position de « places industrielles », s'ouvrent également des opportunités pour les pays en développement ayant manqué les précédentes vagues d'externalisation de la production, notamment industrielle.

Avec un marché de plus de 300 000 véhicules par an, une économie de plus en plus ouverte, la signature de plusieurs accords de coopération avec une ouverture de plus en plus de l'économie nationale l'Algérie peut saisir l'opportunité d'une intégration économique à travers l'industrie automobile.

Toutefois, malgré ses atouts, l'Algérie n'arrive pas à attirer les constructeurs et les équipementiers malgré la taille de son marché et sa place dans la méditerranée et en Afrique du nord, un cas qui nécessite d'être mis en lumière alors que d'autres pays qui semblent moins dotés ont réussi à convaincre les acteurs de cette industrie à s'installer.

L'objet de notre est de rendre compte de ces transformations et des réponses qui leur sont apportées par les firmes automobiles.

C'est de cette nouvelle recomposition de l'industrie que nous allons d'étudier la nouvelle géographie de l'industrie automobile essayant de répondre aux questions suivantes :

- Quelles sont les raisons de ce changement de localisation des constructeurs et équipementiers automobiles ?
- Cette nouvelle localisation est-elle durable ?
- Les pays émergents vont-ils remplacer les pays de la Triade comme cœur de l'industrie automobile ?
- L'Algérie dispose-t-elle d'avantages suffisants pour convaincre les constructeurs et les équipementiers automobiles de s'installer ?

Hypothèse du travail :

Pour mener à terme cette recherche, un nombre d'hypothèses semblent importantes et seront le fil conducteur pour répondre à notre problématique :

- Les constructeurs et équipementiers sont des acteurs majeurs dans l'industrie automobile et peuvent déterminer le choix de localisation ;
- Le changement de la géographie de l'industrie automobile est irréversible et les pays émergents constituent l'avenir de cette industrie ;
- L'Algérie peut devenir un pays producteur de l'automobile.

Plan de travail :

Pour répondre à notre problématique nous avons opté pour le plan suivant qui sera scindé en deux parties:

La première partie sera scindée en trois chapitres, avec un premier chapitre pour l'étude de la mondialisation de l'économie et les changements dus à la mondialisation, le second traitera de la présentation d'un des acteurs majeurs de cette nouvelle configuration de l'économie qui sont les firmes transnationales et leur rôle dans la configuration de la localisation à travers les IDE, le troisième se focalisera sur l'attractivité des territoires et les opportunités offertes par le monde émergent et la place qui sont en train de jouer dans l'économie du XXI^{ème} siècle.

La seconde partie sera divisée en trois chapitres dont le premier traitera de la présentation de l'industrie automobile. Le second traitera de l'industrie automobile dans la triade, des constructeurs et des équipementiers et des pays intégrés dans les trois pôles de la triade. Le dernier chapitre traitera du développement de l'industrie automobile dans les pays en développement notamment les BRIC ainsi que les perspectives de développement de l'industrie automobile en Algérie.

LA PREMIERE PARTIE

Introduction :

En ce début du XXIème siècle, force est de reconnaître que l'économie du monde devient de plus en plus liée et interdépendante: c'est l'ère de la mondialisation de l'économie. Celle-ci se caractérise par une interconnexion plus étroite et une mobilité accrue du capital, des produits, des services des personnes et des firmes elles-mêmes; sans omettre l'innovation technologique qui se diffuse très massivement.

La mondialisation est en train de changer les économies au rythme de l'interdépendance économique croissante entre notamment les pays développés et les pays émergents. Le débat est vif sur le point de savoir si la mondialisation a produit des effets positifs ou négatifs à l'égard des consommateurs, des travailleurs, des entreprises et des Etats, et quelles perspectives d'avenir se dégagent.

La mondialisation est l'un des principaux moteurs de l'économie mondiale. Tous les pays, même le royaume solitaire de la Corée du Nord, ont été touchés ou affectés par la mondialisation.

Depuis 1990, des murs se sont effondrés, des frontières ont été supprimées et les continents n'ont jamais autant communiqué. La mondialisation est la principale structure de l'économie mondiale, reliant les pays et continents de manières sans précédents.

Pour Hay et Rosamond¹ :

« La mondialisation est devenue la lentille à travers laquelle les décideurs voient le contexte dans lequel ils se trouvent ».

Robin Cook² évoque aussi l'irréversibilité du phénomène :

« Non seulement la mondialisation était une réalité incontestée, elle est, aussi inévitable que le lever du soleil, Cook a fait remarquer aussi : «c'est une bonne chose que le soleil se lève tous les jours, mais je sais aussi qu'il n'y a rien que je puisse faire pour l'arrêter, même si je voulais »

Ce qui rend une analyse du phénomène avant de développer un sujet d'économie internationale d'une grande importance.

¹ Auteurs cités par, David. M. Weber(2010) , the lens of globalization and new labor's vision for the world, Paper to be presented at the 2010 SGIR 7th Pan-European Conference on International Relations, Stockholm, Sweden.43p.

² Ibid, p8 .

1 le concept de la mondialisation :

La mondialisation est un sujet très débattu et analysé dans la littérature économique, les définitions abondent mais elles sont différentes selon l'angle sous lequel on l'entend

1.1. Définitions et origines de la mondialisation :

1.1.1. Définitions de la mondialisation :

Nous allons essayer de donner quelques définitions du phénomène de la mondialisation :

Pour Jacques ADDA³ : « le phénomène de mondialisation traduit une mutation plus qu'une continuité dans ce processus. L'intégration croissante des parties constituant le tout de l'économie mondiale donne à celle-ci une dynamique propre, échappant de plus en plus au contrôle des États et portant atteinte à certains attributs essentiels de leur souveraineté, telle le contrôle monétaire et la gestion des finances publiques. La mobilité des données, des images et des capitaux, devenue extrême grâce à la révolution des communications, rend obsolètes dans nombre de domaines, les notions de frontière ou de territoire. Elle encourage en revanche, l'organisation de la production sur une base transnationale et concourt à la mondialisation des normes de consommation. Aux complémentarités, qui fondaient jusqu'aux années cinquante la circulation des biens et des capitaux, s'est substituée une concurrence généralisée pour la maîtrise des marchés et des ressources (matière première, main d'œuvre, réseaux de distribution, savoir-faire, matière grise, épargne, etc. »

Dans le même ordre d'idées, la Confédération Internationale Des Syndicats Libres la définit⁴ : « La mondialisation est un niveau d'interdépendance qui va au-delà de la simple expansion du commerce international, qui constituait auparavant le signal principal de l'internationalisation de l'économie. La mondialisation inclut l'intégration de la production par-delà les frontières nationales, avec des hausses importantes des investissements effectués par les entreprises multinationales à l'échelon international. La production des automobiles, par exemple, qui pendant près d'un siècle s'est concentrée géographiquement et à l'échelon national, s'effectue maintenant à l'échelon mondial, les voitures étant souvent assemblées à partir de pièces produites et fournies par de très nombreuses entreprises dans des dizaines de pays. La société General Motors était, en 2003, présente mondialement dans plus de 190 pays, elle compte des activités manufacturières dans 32 pays et des dizaines de milliers d'entreprises d'approvisionnement dans le monde, employant au total 340.000 personnes »

Une autre définition de la mondialisation est la suivante⁵ :

« C'est l'ensemble des processus (socio-économiques, culturels, technologiques, etc.) facilitant la mise en relation des sociétés du monde entier. La mondialisation est accélérée par les systèmes contemporains de communication, de circulation de l'information. Elle tend à accentuer les phénomènes de diffusion et d'homogénéisation à travers l'espace mondial. »

³ Jacques Adda cité par Salah Mouhoubi in, la mondialisation en marche, ENAG Alger, 2003.

⁴Confédération Internationale Des Syndicats Libres (Cisl) « Guide Syndical De La Mondialisation, 2^{ème} Édition, disponible sur : <http://www.icftu.org/pubs/globalisation>

⁵ Définition disponible sur : <http://geoconfluences.ens-lyon.fr/notions/>

Pour **Frédérique Sachwald**⁶ « *La notion de mondialisation a été introduite précisément pour souligner qu'au-delà du commerce international, les économies s'intègrent plus directement selon différentes dimensions : commerciale, mais aussi financière, productive et humaine.* »

Pour Laurent CARROUE⁷ qui, à partir des travaux géographiques de Fernand Braudel(1979), Immanuel Wallerstein (the modern world system, 1974) ou Paul Bairoch (1997), définit la mondialisation peut être définit comme :

« *Le processus historique d'extension progressive du système capitaliste dans l'espace géographique mondial.* »

Une définition qui est proche de celle de Jean-Luc Ferrandéry (1998, p.3)⁸ qui insiste sur la nature capitaliste de ce concept qui, selon lui, désigne :

« *un mouvement complexe d'ouverture des frontières économiques et de déréglementation, qui permet aux activités économiques capitalistes d'étendre leur champs d'action à l'ensemble de la planète.* »

Laurent CARROUE⁹ insiste aussi sur le fait que la mondialisation c'est du territoire:

« *C'est d'abord du territoire (avec sa dimension historique, ses héritages), une société (des hommes qui aménagent, transforment l'espace). Elle valorise de manière différenciée les territoires et produit de nouvelles singularités, oppositions territoriales. Cela s'oppose au postulat économiste qui cherche à tout transformer en un ensemble de phénomènes ou de modèles mathématiques* »

Pour E. Mouhoud¹⁰, la mondialisation peut être appréhendée de deux manières :

D'une part, en termes de degré de mobilité internationale des firmes et des facteurs de production qu'elles mettent en œuvre. La mondialisation se définit alors analytiquement comme l'accélération sans précédent de la liberté de localisation des firmes dans l'espace mondial. Cette liberté ne se traduit toutefois pas nécessairement par une dispersion des unités productives dans cet espace.

D'autre part, en termes d'intensité et d'évolution de cinq composantes de la mondialisation :

- les délocalisations des activités impliquant ou non les IDE ;
- les flux commerciaux de biens et services entre les filiales des firmes ou entre firmes, et les échanges de biens intermédiaires ;
- les flux financiers ou de capitaux à court terme ;
- Les flux de connaissances et de technologies ;
- les migrations internationales de travail.

Peter Dicken¹¹ lui insiste sur la nature qualitative de la mondialisation qui diffère de l'internationalisation qui est plutôt quantitative :

⁶ **Frédérique Sachwald, Luis Miotti**, Commerce mondial : le retour de la vieille économie,

⁷ L. Carroué, géographie de la mondialisation, Armand Colin, 2007.

⁸ Cité par David Bolduc, Antoine Ayoub Green in , La mondialisation et ses effets: revue de la littérature, 2000.

⁹ L. Carroué, op, cit.

¹⁰ El Mouhoub Mouhoud, Mondialisation et délocalisation des entreprises, La Découverte « Repères », 2011, p.7

¹¹ Ibid, p3.

“Internationalization processes involve the simple extension of economic activities across national boundaries. It is essentially a quantitative process which leads to a more extensive geographical pattern of economic activity. Globalization processes are qualitatively different from internationalisation processes. They involve not merely the geographical extension of economic activity across national boundaries but also - and more importantly - the functional integration of such internationally dispersed activities. “

La mondialisation vient ainsi pour remplacer l'internationalisation¹² :

“Because we believe that the rise globalization is a qualitative change in how the world economy operates, it is inherently difficult to measure in a precise way. Suffice it to say that at some point when transportation and telecommunication costs are low enough, information systems are functional and ubiquitous enough, and the global supply-base is capable enough, globalization can be expected to supplant internationalization as the dominant mode of world-scale economic organization. We believe that if we have not crossed such a threshold yet, we soon will”.

Il semble cependant que la mondialisation observée dans les dernières années du XXe siècle constitue une mutation économique sans précédent et que, au-delà d'une certaine continuité historique, ce phénomène possède une dynamique propre et que ses acteurs échappent de plus en plus au contrôle d'États dont les marges de manœuvre se réduisent¹³.

1.1.2. Les origines de la mondialisation :

Les origines de la mondialisation actuelle ne font pas l'unanimité tout comme l'absence d'une définition consensuelle à ce phénomène, un débat persiste aussi sur son origine, nous allons essayer de donner un aperçu historique et les différentes analyses sur le commencement de la mondialisation.

Pour F. Crouzet¹⁴, la première vague de mondialisation s'étend de 1846 date de l'abolition du protectionnisme agricole en Angleterre en 1914 date, du déclenchement de la première guerre mondiale, il y eut une première vague de mondialisation, peut-être plus poussée à certains égards que celle d'aujourd'hui. L'existence d'une économie dominante, qui était celle de la Grande-Bretagne, y a contribué, ainsi que la politique anglaise de libre-échange.

Alors que J.-L. Mucchielli considère que la première phase de la mondialisation peut être la découverte des Amériques par Christophe Colomb en 1492 si on la mondialisation est définit comme ouverture des économies et interdépendance¹⁵.

L'OCDE considère que l'actuelle phase de mondialisation, est née dans les années 50 et que son rythme rapide a suscité un vif intérêt ces dernières années. La première est celle de la période des années 1870-1913 s'est elle aussi accompagnée d'une hausse significative des échanges internationaux et d'importants flux transnationaux de capitaux et de main

¹² Timothy J. Sturgeon and Richard Florida, *Globalization and Jobs in the Automotive Industry*, A Study by Carnegie Mellon University and the Massachusetts Institute of Technology, November 2000.p 20.

¹³ Hachette

¹⁴ Barjot D., Gastaldi L., Caron F., Cohen E., Crouzet F. et Mucchielli J.-L., *Globalization. La mondialisation, Entreprises et histoire* 2003/1, Volume 32, p. 138-151.

¹⁵ *ibid.*

d'œuvre. Elle a pris a cause de la Première Guerre mondiale, de mesures protectionnistes prises par bien des pays.¹⁶

Pour Hachette¹⁷, la mondialisation n'est que l'expression moderne d'un processus d'expansion qui prend ses racines dans les conquêtes commerciales des nations européennes engagées dès les XVIe et XVIIe siècles et poursuivies par leur expansion coloniale.

Pour Laurent Carroué¹⁸, il y a eu trois grandes phases successives de mondialisations :

- Celle de l'époque des Grandes Découvertes à l'entrée du XIX^e siècle.
- Celle de l'époque coloniale et de la Révolution Industrielle (70 % du territoire mondial est dominé par les puissances coloniales de 1914).
- A partir des années 1970, 3^e mondialisation.

Les trois appellations pour les trois phases de la mondialisation¹⁹ :

- Le capitalisme marchand (15 -18ième siècle)
- Le capitalisme industriel (18-19ième siècle / révolutions industrielles)
- Le capitalisme financier (20ième s.-...) : règle des trois D (désintermédiation /décloisonnement/dérèglementation)²⁰

Pour Baldwin et Martin, la première vague de mondialisation a débuté dans les années 1820 avec les avancées technologiques dans le domaine du transport. L'élément le plus important était le développement de réseau du transport ferroviaire (entre 1820-1850), et la diffusion de l'utilisation du moteur à vapeur dans la navigation maritime²¹. Ces avancées ont modifié carrément la structure économique britannique. La part des travailleurs dans l'industrie est passée de 19% en 1700 à 24% en 1760, 30% en 1800, pour atteindre un sommet de 49% 1870²². La productivité du travail a connu une augmentation importante et dans quelques secteurs comme le tissage du coton de 708 % et cela en l'espace de 30 ans (de 1830 à 1860)²³.

La seconde vague de la mondialisation débute des années 1960 jusqu'à nos jours. La phase actuelle à des similarités superficielle avec l'ancienne phase mais dans le fond cette phase est très différentes. Les similarités sont dans les flux de capitaux et de marchandises et la réduction des barrières à l'échange. La grande différence réside dans l'impact des réductions des barrières dans le flux des biens et celui des idées. Le flux des idées étant plus important dans la seconde phase.

Malgré les différences sur la définition et les phases de la mondialisation, une affirmation peut toutefois être retenue est celle que nous sommes en pleine mondialisation avec ses manifestations où un consensus semble être réellement dégagé.

¹⁶ OCDE (rapport), Le défi de la mondialisation comment rester compétitif dans l'économie mondiale : progresser dans la chaîne de valeur, 2007.

¹⁷ Hachette Multimédia

¹⁸ Laurent Carroué, Mondialisation : réalités et limites,

¹⁹ ibid

²⁰ Sandye Gloria-Palermo, Mondialisation et Inégalités Economiques, 2006.

²¹ Richard E. Baldwin et Philippe Martin(1999),two waves of globalization : superficial similarities, fundamental differences, NBER N°6904, Cambridge.p4

²² ibid

²³ ibid

1.2. Caractéristiques et forces de la mondialisation :

1.2.1. Caractéristiques de la mondialisation :

Le débat entourant la définition même de la mondialisation fait en sorte que les divergences d'opinion se retrouvent également dans l'identification des caractéristiques et des manifestations du phénomène. Mais en dépit des désaccords, certaines de ces caractéristiques de nature générale rallient une majorité de chercheurs. Selon Anthony McGrew (1997)²⁴, les lignes directrices de la mondialisation peuvent se résumer dans les caractéristiques suivantes :

- 1.2.1.1. **L'interdépendance** : Par l'effet de l'échange et de la diffusion de l'information, les activités sociales, politiques et économiques transcendent les frontières nationales de telle sorte que les événements, décisions et activités situés à n'importe quel endroit dans le monde peuvent affecter les individus et les communautés en tout point du globe.
- 1.2.1.2. **L'effacement des frontières nationales** : La frontière entre ce qui est local et ce qui est global devient de plus en plus floue. Il est par conséquent plus difficile de distinguer ce qui est « interne » de ce qui est « externe ».
- 1.2.1.3. « **Conflit de souveraineté** ». L'interdépendance croissante génère de plus en plus de problèmes transnationaux mettant en question la souveraineté nationale. Ces questions ne peuvent être résolues que par la voie du multilatéralisme intergouvernemental.
- 1.2.1.4. « **Complexité systémique** ». L'augmentation du nombre d'acteurs et des liens entre eux entraîne une intensification et une complexification du système mondial et génère une contrainte systémique sur leurs activités et leur autonomie.
- 1.2.1.5. **la «compression de l'espace-temps** ». Cette expression réfère aux transformations profondes aux sein des sociétés qui se produisent à un rythme accéléré, se calculant en années plutôt qu'en générations, ainsi qu'à l'érosion du sens traditionnel des notions d'espace, de territoire et de région, qui semblent réduites à un simple support à l'économie mondiale.

1.2.2. Les forces motrices de la mondialisation :

Pour Michael D. Intriligator²⁵, la mondialisation actuelle a cinq sources qui font sa différence et son importance :

1.2.2.1. Les progrès technologique :

C'est la première source de cette mondialisation. En effet, les différentes découvertes et inventions qu'a connus le monde après la seconde guerre mondiale ont considérablement réduit les coûts de transport et de communication et ils ont réduit de façon spectaculaire les

²⁴ Cité par David Bolduc et Antoine Ayoub, « La mondialisation et ses effets: revue de la littérature », 2000, Québec, Canada, 2000.

²⁵ Michael D. Intriligator, globalization of the world economy: potential benefits and costs a net assessment, Milken Institute, university of California, Los Angeles, 24p, 2003.

coûts de traitement des données et des informations de stockage. Le développement de l'électronique, de l'ordinateur et de l'internet ont permis une grande connexion au niveau mondial avec un traitement rapide et en temps réel d'un volume important d'informations et de données. Le commerce international repose en partie sur l'état des techniques²⁶. Le coût moyen d'une cargaison d'importation par tonne passait de 90 à 29 dollar (dollar de 1990) entre 1920 et 1990. Le prix d'un appel téléphonique de 3 minutes passait de 244,65 à 3,32 durant la même période²⁷. L'une des conséquences est l'augmentation des échanges internationaux, en particulier les échanges « intra-groupe », ceux qui s'opèrent entre les filiales de groupes à implantation mondiale.²⁸

1.2.2.2. la libéralisation du commerce :

Et les autres formes de la libéralisation économique qui ont conduit à des réductions de la protection commerciale et à une plus grande libéralisation. Ce processus a commencé au siècle dernier, mais les deux guerres mondiales. Les guerres et la Grande Dépression a interrompu. Il a repris après la Seconde Guerre mondiale par le biais de l'approche la plus favorisée de la à la libéralisation des échanges, tels que consacrés par le (GATT) en 1946, qui est devenu en 1995 l'Organisation mondiale du commerce (OMC). En conséquence, il ya eu des réductions significatives des droits de douane et autres obstacles au commerce des biens et services. D'autres aspects de la libéralisation ont conduit à l'augmentation de la circulation des capitaux et d'autres facteurs de production.

1.2.2.3. Les changements au niveau des firmes :

Leur portée est désormais plus large, en raison, en partie, des changements technologiques et des nouvelles opportunités qui s'ouvrent suite aux politiques d'ouvertures prônées par les pouvoirs politiques à travers le monde. Ainsi, les entreprises, qui ont été principalement axés sur les marchés locaux, ont étendu leur gamme en termes de marchés et les installations de production d'un groupe national, multinational, une portée internationale, voire mondiale. Ces changements dans la structure industrielle ont conduit à l'augmentation de leur pouvoir, leurs profits et la productivité. Ces entreprises peuvent choisir parmi de nombreux pays pour leurs matières premières et lieux de production et marchés. Pratiquement toutes les grandes entreprises disposent d'une structure qui s'appuie sur des filiales ou des alliances stratégiques. Un tiers du commerce international total se fait désormais uniquement au sein de ces entreprises multinationales affirme leur importance dans les échanges internationaux²⁹.

1.2.2.4. L'accord mondial sur l'idéologie :

²⁶ Jean-Louis Amelon et Jean-Marie Cardebat, les nouveaux défis de l'internationalisation, quel développement international par la crise ?, Deboeck Bruxelles, 2010.

²⁷ Jeffrey Frankel, Globalization of the Economy, Kennedy School of Government, Harvard University, 2000.

²⁸ Jean-Louis Amelon et Jean-Marie Cardebat, op,cit.

²⁹ Michael D. Intriligator op, cit. p4.

L'ouverture économique est avant toute chose un acte politique. L'histoire économique l'illustre parfaitement. Il n'a pas eu d'ouverture sans une idéologie économique et politique, voire philosophique qui la sous-tende³⁰. La genèse du premier mouvement de mondialisation au milieu du dix-neuvième siècle en est un exemple marquant. Elle s'inscrit en effet dans le cadre d'une révolution générale des idées qui débute au dix-huitième siècle, le siècle des lumières³¹. Impulsée par la puissance hégémonique, à savoir les Etats-Unis d'Amérique, ainsi qu'à la réémergence des idées libérales à la faveur des chocs pétroliers et la limite des politiques keynésiennes qui n'ont pas pu résoudre les problèmes inflationnistes et cela avec l'arrivée à la Maison Blanche de Ronald Reagan et Margaret Thatcher au Royaume-Uni, cela d'une part. D'autre part, une sorte de convergence sur la croyance dans la valeur d'une économie de marché et du système de libre-échange, avec les changements politiques et économiques en 1978 en Chine réformes et puis impliqués les révolutions dans l'Est et l'Europe centrale à partir de 1989 qui a pris fin avec la dissolution de l'Union soviétique en décembre 1991. Ce processus a abouti à une convergence de l'idéologie, avec la fin de la division entre les économies de marché dans les économies de l'Ouest et socialiste à l'Est ayant été remplacé par une dépendance quasi-universelle sur le système de marché. Cette convergence des croyances dans la valeur d'une économie de marché a conduit à un monde qui n'est plus divisé en économies axées sur le marché et des économies socialistes³².

1.2.2.5.L'évolution culturelle :

Avec un passage à un média mondialisés et homogénéisés, les arts et la culture populaire et avec l'utilisation généralisée de la langue anglaise pour la communication mondiale.

1.2.2.6.l'insertion dans l'économie mondiale des pays émergents :

Cette sixième source, que nous ajoutons, est l'arrivée durant les deux dernières décennies, de certains pays très peuplés, les économies émergentes avec une main-d'œuvre *low cost*, ont pris une place de plus en plus importante dans l'économie et les échanges internationaux. La BRICS sont les nations les plus prometteuses actuellement avec des taux de croissance impressionnants mais d'autres pays en dehors de ce groupe connaissent, eux aussi, des taux de croissance supérieurs au taux mondial comme la Turquie l'Indonésie etc.

³⁰ *ibid*

³¹ Jean-Louis Amelon et Jean-Marie Cardebat, *op. cit.*

³² Michael D. Intriligator, *op. cit.*, p6.

2 Les acteurs, les flux, et une analyse de la mondialisation :

La vague actuelle de mondialisation se caractérise par des flux importants facilités par des acteurs comme les Etats et les institutions.

2.1. Les acteurs de la mondialisation :

2.1.1. Les institutions internationales :

A la fin de la seconde guerre mondiale, une tentative de refondation du système international est lancée au travers de la création de l'ONU et de toute une série d'institutions pour élaborer un nouvel ordre international³³.

2.1.1.1. Les institutions économiques internationales issues de Bretton Woods :

A l'issue de la 2^{ème} Guerre Mondiale, la *Conférence de Bretton Woods* s'est tenue pour déterminer un nouvel ordre économique mondial. Qui est en mesure de régler l'économie mondiale et réparer les désordres antérieurs à travers :

- Il faut donc un *système monétaire international* (SMI) moins rigide que l'étalon-or.
- Il faut donc une certaine fixité des changes
- Régler la question la question du protectionnisme.

Ces actions se sont concrétisées à travers trois organismes qui sont le FMI, la banque mondiale et L'OMC (le GATT avant lui).

2.1.1.1.1. Le Fond monétaire international (FMI) :

Le rôle initial du FMI à la sortie de Bretton Woods :

Le FMI a pour rôle principal d'assurer une stabilité et un véritable ordre monétaire international afin de favoriser l'expansion et l'accroissement harmonieux du commerce

A partir des années 1980 et de l'éclatement de la bulle de la dette des pays du Tiers Monde, le FMI revient sur le devant de la scène. Il sera ensuite présent pour gérer les crises financières des années 90 (spéculation sur le peso mexicain en 1994, crises financières asiatique, puis russe de 98 et argentine en 2001). Plus généralement, et conformément à ses autres buts, il a pour responsabilité d'assurer la stabilité du système financier international.

2.1.1.1.2. Le fonctionnement actuel du FMI :

Le FMI est constitué de 185 pays membres, chacun ayant une voix pondérée par sa participation financière à l'organisation (sa « quote-part »). Sa gestion courante est confiée à un conseil d'administration composé du président de l'organisation et de 24 administrateurs représentant chacun une nation. Huit d'entre elles ont un représentant permanent (États-Unis, Royaume-Uni, France, Allemagne, Japon, République populaire de Chine, Russie et Arabie saoudite), les 16 autres sont élus par les pays membres.

Les ressources du FMI liées aux quotes-parts sont d'environ 210 milliards de DTS (soit 300 milliards de dollars américains), auxquels s'ajoute la possibilité pour le FMI de recourir à des emprunts envers les grandes puissances économiques (ces crédits sont de l'ordre de 50

³³ Chapitre 2 : Les principaux acteurs de la mondialisation,.

milliards de dollars). A la lumière de la crise actuelle, un consensus international se dégage pour augmenter fortement les capacités d'interventions du FMI.

2.1.1.1.3. Les critiques liées au FMI :

Le système de décision est fortement critiqué puisqu'il n'est pas « démocratique » dans le sens où le poids des votes est pondéré par le poids des contributions au fond du FMI. Les Etats-Unis en tant que premier contributeur ont ainsi un droit de veto. La critique apportée par J. Stiglitz estime que le FMI n'est qu'un instrument des pays les plus riches pour imposer toujours plus une forme agressive de la mondialisation.

Le FMI est le dernier prêteur pour les banques centrales mais il prête à la condition d'un ajustement structurel des économies (rétablissement des grands équilibres macro-économiques). Ces mesures sont connues sous le terme de « consensus de Washington ». Elles imposent une boîte à outils jugée néolibérale :

- Une rigueur budgétaire : Réduction des dépenses de l'Etat (diminution drastique du nombre de fonctionnaires hérités de la logique clientéliste) et réforme de l'impôt (sport national de ne pas le payer et beaucoup de niches exemptées : clientélisme).
- Une réduction du rôle de l'Etat qui voit son périmètre d'action largement rogné avec comme corollaire une série de privatisations (dans l'industrie, les télécommunications, l'aéronautique, l'énergie, la chimie ...) où s'engouffrent les groupes internationaux.
- Une libéralisation du marché du travail se traduisant par une dérégulation et la réduction des acquis sociaux obtenus pendant des périodes plus prospères.
- L'ouverture du pays aux capitaux étrangers et au commerce international qui se traduisent par la baisse des droits de douane et des législations favorables aux IDE.³⁴

2.1.1.2. La Banque mondiale :

A sa création, la Banque mondiale (*Banque internationale pour la reconstruction et le développement – BIRD*) a pour but principal la reconstruction de l'Europe et du Japon. Elle travaille sur des grands projets qu'elle finance en partie.

Avec la décolonisation des années 60, un deuxième axe, qui est devenu le principal, s'ajoute à la première mission : il s'agit de prêter de l'argent aux pays en voie de développement pour accélérer leur développement économique.

Plus récemment, l'objectif est devenu plus global : il s'agit de lutter contre la pauvreté en soutenant l'éducation, l'agriculture, l'accès à des besoins primaires (eau, santé).

Elle prête sur condition comme le FMI ce qui l'expose aux mêmes critiques que celles évoquées sur le FMI (consensus de Washington et votes).

³⁴ ibid

2.1.1.3. Le GATT et l'OMC :

2.1.1.3.1. Le GATT :

(*General Agreement on Tariff and Trade* – Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce), contient des mécanismes douaniers à une approche plus complète du commerce international.

L'entre-deux-guerres a vu la montée du protectionnisme (crise de 1929), des discriminations commerciales, des dévaluations en cascade et du contrôle et des discriminations de change. Cette politique du protectionniste a produit des conséquences désastreuses en cloisonnant les marchés, en contractant les débouchés et finalement a produit l'effondrement du commerce international. Pour éviter les mêmes errements les gouvernements se sont mis d'accord sur les principes d'une coopération devant régir les relations commerciales et cela à travers la création du GATT.

2.1.1.3.2. L'OMC

L'OMC est née le 1 janvier 1995 mais le système commercial qu'elle représente a presque un demi-siècle de plus. En 1948, l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT) établissait les règles du système.

En termes simples, l'Organisation mondiale du commerce (OMC) s'occupe des règles régissant le commerce entre les pays, à l'échelle mondiale ou quasi mondiale. Mais ce n'est pas tout³⁵. C'est une organisation qui s'emploie à libéraliser le commerce. C'est un cadre dans lequel les gouvernements négocient des accords commerciaux. C'est un lieu où ils règlent leurs différends commerciaux. L'OMC administre un système de règles commerciales.

Les principales actions de l'OMC découlent en majeure partie des négociations qui se sont tenues de 1986 à 1994, dénommées le Cycle d'Uruguay, et de négociations antérieures qui ont eu lieu dans le cadre du GATT.

Les principes fondamentaux de l'OMC :

- **la clause de la nation la plus favorisé (NPF)** : égalité du traitement pour les autres. Aux termes des accords de l'OMC, les pays ne peuvent pas, en principe, établir des discriminations entre leurs partenaires commerciaux. Si un pays accorde à un autre une faveur spéciale (en baissant, par exemple, le droit de douane sur produit donné), il doit le faire pour l'ensemble des pays de l'organisation.
- **Traitement national** : égalité de traitement pour les étrangers et les nationaux. Les produits importés et les produits de fabrication locale doivent être traité de manière égale, du moins une fois que le produit importé a été admis sur le marché. C'est la même chose pour les services.
- **Les cycles de l'OMC** : Les résultats obtenus dans ce domaine ont été rendus possibles par des séries de négociations commerciales dénommées "Cycles" ou "Rounds". Les plus grands progrès réalisés dans la libéralisation du commerce international ont été accomplis à l'issue de ces cycles de négociations tenues sous les auspices du GATT³⁶.

³⁵ OMC (rapport), comprendre l'OMC, p101, 2005, Genève, Suisse.

³⁶ *ibid*

2.1.2. Les autres acteurs économiques internationaux :

Parallèlement à l'affirmation de ces institutions mondiales dans la gestion du commerce international, d'autres organismes s'insinuent dans la régulation. Les premiers apparaissent au travers de l'intégration régionale dont l'Union européenne est l'exemple le plus abouti. Ces ensembles approchent une taille continentale. Sur ce même registre spatial on peut aussi identifier les organismes régionaux intégrés à l'ONU comme la CEPAL ou l'OCDE. D'autres groupes plus informels apparaissent ces 20 dernières années et se fédèrent autour des thèmes de négociation dans des forums qui préparent les négociations : le G20 ou les BRICS : (Brésil, Russie, Inde, Chine et l'Afrique du Sud).

2.1.3. Les Etats :

2.1.3.1. La naissance et les pouvoirs des Etats :

Les Etats se sont imposés, à partir du milieu XVIIe – avec le traité de Westphalie en 1648 qui officialise les principes de territorialité et de souveraineté aux dépens du modèle impérial comme les intervenants privilégiés sur la scène mondiale. Egaux de par leur statut juridique, en tant que sujets de droit, les Etats sont au contraire profondément inégaux par leur capacité d'action.

Désormais, l'ensemble des terres à émergées (à l'exception de l'Antarctique) est divisé en unités étatiques³⁷. Trois éléments déterminent l'existence d'un Etat :

- un territoire aux limites (frontières) relativement fixe délimitant l'aire d'exercices des compétences gouvernementales
- une population (nationale ou étrangère) dont le gouvernement a la charge ;
- un pouvoir politique (gouvernement et administration) relativement stable, responsable des principales fonctions étatiques.

A partir du moment que ces trois éléments constitutifs sont réunis un Etat est considéré comme souverain, c'est dire :

- au plan interne ; il n'est soumis sans son consentement à aucune autorité lui imposant une contrainte.
- La souveraineté est le fondement juridique des compétences de l'Etat, et l'indépendance en est la traduction politique. C'est cette souveraineté qui fonde la légitimité des Etats comme acteurs.

Pour réaliser ses missions l'Etat a le monopole de : l'armée, la police, la justice, la diplomatie, la levée des impôts la législation ou l'application de la loi. Pour assurer sa reconnaissance à la fois interne et externe, il y a des symboles et des signes : un drapeau, un hymne national et une monnaie³⁸.

L'unité de statut juridique de l'Etat apparaît fictive car les Etats sont loin d'avoir la capacité d'action et d'influence au niveau mondial.

³⁷ Vincent Baudrand, Gerard Marie Henry, comprendre la mondialisation, Studyrama perspectives, 2006, p131.

³⁸ Cette dernière peut être commune à plusieurs Etats comme la zone Euro en Europe et la dollarisation de certaines économies de l'Amérique latine

Les Etats-Unis d'Amérique se distingue par sa superpuissance qui lui permis de peser considérablement sur la dynamique de mondialisation, elle-même le porte flambeau de cette mondialisation. Que se soit au plan commercial, financier ou culturel, les Etats-Unis contribue largement à l'ouverture et à l'intégration des espaces nationaux .les exemples de l'influence des Etats-Unis sont légions par exemple :

- Dans la diffusion de l'idéologie néolibérale, après l'arrivée au pouvoir de R. Reagan
- Dans la libéralisation des échanges mondiaux(les produits agricoles et les services).
- Dans l'augmentation spectaculaire du trafic à partir des années 1980 suite à la déréglementation du marché aérien américain en 1978 qui déclencha une véritable guerre des prix se propageant au reste du monde ;
- Dans le déroulement des recherches qui ont conduit au développement de l'internet.

Comparé individuellement les autres Etats ont une influence beaucoup moins importante que celle des Etats-Unis dans le processus de la mondialisation.

2.1.3.2.Le débat sur l'érosion du pouvoir de l'État :

L'État est-il substantiellement affecté par la mondialisation ? David Bolduc et Antoine Ayoub³⁹ identifient trois types de position, qui regroupent la grande diversité d'opinions à cet égard :

- la mondialisation entraîne de profondes transformations structurelles du système international provoquant par le fait même un changement fondamental dans la nature de l'État, voire sa disparition dans sa forme actuelle;
- la mondialisation n'affecte que marginalement la nature de l'État;
- l'État n'est pas fondamentalement menacé par la mondialisation, mais sera tout de même amené à modifier son rôle et ses fonctions.

2.1.4. Les firmes transnationales

Les visions macroéconomiques des théories du commerce international ne mettent en présence que les nations, sans laisser de place aux véritables acteurs des échanges et à leurs stratégies. Pourtant, si des exportations existent à un moment, c'est bien parce qu'une firme a jugé opportun d'étendre son marché au-delà des frontières de son pays d'origine⁴⁰.

Les FTN (firmes transnationales) influencent la nature et la composition des échanges internationaux: la possession d'unités de production implantées dans plusieurs pays et les flux qui en émanent⁴¹. Les entreprises transnationales s'étendent à plusieurs pays, en réseaux d'établissements à l'échelle du monde, dans le cadre des filiales, acquisitions ou accords de coopération. Les entreprises s'organisent à l'échelle du monde. Il ne s'agit plus d'exporter des produits, il faut tisser des réseaux internationaux complexes de recherche, d'information, de production⁴².

La production internationale des firmes transnationales (FTN) a augmenté, mais elles hésitent à investir les liquidités record dont elles disposent. En 2011, on estime que les

³⁹ David Bolduc et Antoine Ayoub, op, cit.

⁴⁰ Michel Rainelli, Le commerce international, La Découverte, 9^{ème} édition, 2003.p100

⁴¹ Ibid.,p104

⁴² J. Fontanel ,op, cit .p203

filiales étrangères de FTN ont employé 69 millions de personnes qui ont créé 28 000 milliards de dollars de chiffre d'affaires et 7000 milliards de dollars de valeur ajoutée, en hausse de près de 9 par rapport à 2010⁴³.

Les entreprises transnationales cherchent à optimiser l'organisation de leurs activités au niveau planétaire. Elles imposent un ordre économique aux Etats. Antonio Gramsci considère que les politiques même des Etats hégémoniques (Les Etats-Unis actuellement) sont faites pour répondre aux exigences et aux besoins des classes capitalistes représentées par leurs entreprises. Les FTN ont largement bénéficié de l'ouverture de l'espace économique mondial⁴⁴.

2.1.5. Les ONG :

2.1.5.1. Définition des ONG :

Les ONG (les organisations non gouvernementales) sont des acteurs très importants dans cette phase de mondialisation, par leur nombre (environ 40 000) et leur présence « mondiale » pour beaucoup d'entre elles, leur influence sur les décideurs politiques et économiques font d'elles des interlocuteurs incontournables. Il s'agit de groupements, d'associations ou mouvements, sans but lucratif, créés par des particuliers et exprimant une solidarité transnationale, elles ne prétendent pas supplanter les Etats mais plutôt pallier leur carence ou orienter son action.

2.1.5.2. L'action internationale d'une ONG :

Ces ONG agissent, tant au niveau local que mondial, dans des domaines d'activités variés : action humanitaire d'urgence, aide au développement, défense des droits de l'homme, protection de l'environnement, désarmement etc...

Principalement implantées dans les pays riches, les ONG ont connu une professionnalisation croissante et une augmentation significative de leurs effectifs. Certaines gèrent des budgets considérables, contribuent à l'élaboration du droit international, génèrent des flux de personnes, de capitaux, de matériels, de marchandises, d'informations ou de valeurs. Elles s'imposent comme des partenaires à part entière des États et des organisations intergouvernementales. Les ONG utilisent massivement Internet et disposent de formes d'action variées pour mobiliser l'opinion ou faire pression : campagnes d'information, forums, boycotts, organisation de contre-sommets, cyber pétitions, publication de rapports annuels...

Les ONG sont aussi une importante source d'information pour les Etats, grâce à une capacité d'expertise qui n'est pas toujours disponible dans les institutions officielles⁴⁵. Formée en lobbies, elles éveillent l'attention publique sur question d'ordre économique, social, politique, environnemental ou éthique qui ne semble pas avoir été pris en charge par les autres acteurs de la mondialisation.

⁴³ CNUCED, rapport sur les investissements dans le monde, 2012.

⁴⁴ William I. ROBINSON, Gramsci and Globalisation: From Nation-State to Transnational Hegemony, *Critical Review of International Social and Political Philosophy* Vol. 8, No. 4, 1-16, December 2005.

⁴⁵ J. Fontanel, op. cit. p269.

2.2. Les flux de la mondialisation

Introduction :

Portée par des acteurs comme les Etats et les firmes transnationales, la mondialisation contemporaine se manifeste par des flux de plus en plus importants. La répartition de ces flux est inégale sur la surface de la terre. Ils circulent dans la majorité entre trois grandes zones et au sein de chacune d'elles : l'Amérique du Nord, l'Europe occidentale et l'Asie maritime. Nous allons exposer les différents flux de la mondialisation contemporaine.

2.2.1. Les flux de marchandises :

La mondialisation a mis en place d'un espace commercial mondial unique, un grand marché avec une dimension mondiale. Avec les informations, ces flux constituent la première forme d'échanges à longue distance, et leur croissance est souvent considérée comme une grande manifestation de la mondialisation.

Une telle croissance s'accompagne d'une modification de la composition des échanges et de leur répartition dans le monde.

2.2.1.1.L'expansion spectaculaire des échanges de biens.

Après la seconde guerre mondiale, le commerce mondial affiche de nouveau des taux de croissance impressionnants, supérieurs à ceux de la production : environ 6% par an entre 1948 et 1960 et même 8,8 % par an entre 1960 et 1973. Ainsi, entre 1955 et 1975, celle de la production mondiale ne l'est que par 4. Les tonnes de marchandises échangées se sont multipliées par 16 entre 1950 et 2005. Puis, après une stagnation en 1993, la croissance s'accélère fortement entre 1994 et 1997 avant de ralentir de 1998 à 2003 pour reprendre un rythme de croissance d'environ 9% par an depuis 2004. La croissance du commerce mondial demeure très forte entre 1980 et 2006 : sa valeur est multipliée par 3 durant cette période, contre 1,8 pour la production mondiale⁴⁶.

Le volume des échanges de marchandises a été multiplié par 25 depuis les années 1950. Et au cours des 20 dernières années, la croissance du commerce mondial a été de 6% par an en moyenne. Dans les années 2000, la valeur des échanges de marchandise représente environ 6 500 milliards de dollars par an (1 500 milliards de dollars pour les services). Aujourd'hui, ces échanges dépassent en valeur les 12 000 milliards de dollars annuels⁴⁷.

2.2.2. Les flux financiers :

La mondialisation financière est la forme de la mondialisation la plus aboutie, des capitaux circulent au niveau mondial en quête de profits, des milliards de dollars circulent sur les marchés financiers interconnecté au niveau mondial grâce à la disponibilité de l'information et des moyens de communication qui permettent ces échanges.

⁴⁶ V. Baudrand, Op.cit, pp73-74

⁴⁷ chiffres du FMI, 2009

2.2.2.1. Les IDE :

Les flux de capitaux illustrent également le processus de mondialisation. Les investissements directs étrangers (IDE) connaissent une forte croissance (1 200 milliards de dollars en 2000, 760 milliards en 2001 et 1 500 milliards en 2011, selon la CNUCED(2012).

2.2.2.2. La globalisation financière

La globalisation financière est un des phénomènes marquants de l'économie contemporaine. Un vaste marché mondial des capitaux s'est constitué, brassant des sommes de plus en plus importantes. Les gestionnaires de fonds, à la recherche d'une rentabilité maximale, arbitrent entre tous les placements possibles à l'échelle mondiale⁴⁸.

La globalisation financière s'insère dans la mondialisation de l'économie. Les marchés de biens sont de plus en plus intégrés ; les entreprises font des choix de production à l'échelle mondiale. De même, les marchés de capitaux sont devenus internationaux. Mais la globalisation financière est plus poussée puisque la mobilité du capital financier est plus forte que celle des biens et du capital physique⁴⁹.

Le développement des marchés financiers a un double aspect : d'une part, il permet de financer la production à des taux d'intérêt relativement bas ; d'autre part, il réclame une forte rentabilité des capitaux investis. Il génère des instruments de couverture en même temps qu'il provoque des bulles et des instabilités financières.

2.2.2.3. La crise de 2007-2009

La globalisation financière avait donc de nombreux points de fragilité. Mais la crise de 2007 n'a pas été induite par une crise du dollar, par une crise boursière ou par une crise globale des produits dérivés. Elle s'est déclenchée à partir du secteur des crédits *subprimes*, dont l'effondrement a provoqué celui de tout le système. La crise provient de l'interaction entre la politique monétaire américaine, qui a maintenu des taux relativement bas, les banques américaines, qui ont distribué massivement du crédit à des taux relativement bas sans contrôle sur la qualité du crédit, et les institutions financières qui ont utilisé ces crédits pour réaliser des montages financiers⁵⁰.

2.2.3. Les flux de personnes : les migrations :

2.2.3.1. Les vagues de migrations :

L'ouverture des marchés financiers ne s'est pas accompagnée d'une ouverture de flux de travailleurs. La mondialisation est caractérisée par un démantèlement tarifaire sur le marché des biens, des services ainsi que les capitaux, tandis que les barrières sur les flux de personnes persistent encore et leur suppression ou réduction ne se fait pas d'une manière

⁴⁸ Catherine Mathieu, Henri Sterdyniak, La globalisation financière en crise, revue de l'OFCE n° 110, juillet 2009.p62.

⁴⁹ Ibid.

⁵⁰ Ibid

rapide. Toutefois les migrations entre pays développés et pays en développement n'ont pas cessé. Les flux migratoires sont toujours importants en destination des pays de la Triade.

Le nombre de migrants (personne résident actuellement une année en dehors du pays dans lequel il est né) est entre 185 et 192 millions, ce qui représente environ 3% de la population mondiale. Cela veut dire que le flux migratoire a plus que doublé durant 25 ans. L'Europe est le continent qui a le plus grand nombre d'immigrants avec 56 millions, l'Asie a 50 millions et l'Amérique du Nord 41 millions. Quasiment 1 sur 10 des personnes résident dans les pays développés est un émigré. Par contre, seulement 1 sur 70 des personnes vivant dans les pays en développement est immigré⁵¹.

Les autorités américaines estiment à 5 millions le nombre de personnes résidents en situation irrégulière et ce chiffre croît de 5% annuellement⁵².

La croissance de nombre d'émigrés dans les trente dernières années a amené un certain nombre d'Etats notamment en Europe à limiter le nombre d'immigrés. Les immigrés constituent un pourcentage qui diffère d'un pays à l'autre. En Australie, au Canada, en Nouvelle Zélande, au Luxembourg et en Suisse ce pourcentage est proche ou dépasse les 20%. Les Etats Unis et certains pays Européens comme l'Autriche, l'Allemagne, les Pays-Bas et la Suède, ils ont un pourcentage d'immigrants d'environ 12%. Ce pourcentage est de 10% en Grèce, en Irlande et au Royaume-Uni. Certains pays du Moyen-Orient ont des pourcentages plus importants comme le Qatar où les trois quarts de la population sont des étrangers. Cependant ces chiffres sont peut-être nuancés car les définitions du mot migrant et de migrant clandestin diffèrent d'un pays à un autre⁵³.

2.2.3.2. Les raisons de l'émigration

Les personnes émigrent pour des raisons différentes elles peuvent être économiques, sociales ou politiques. Les pressions démographiques et les crises économiques et sociales sont aussi des causes d'émigration. La montée des inégalités dans les revenus augmentent les proportions de personnes à vouloir quitter leur pays.

Ces mouvements sont aussi encouragés par les entrepreneurs des pays développés qui recrutent des travailleurs étrangers. Durant les trente dernières années, des pays comme l'Allemagne, la France et le Royaume-Uni souffraient d'un manque de main-d'œuvre. Initialement, ils se sont tournés vers d'autres pays européens moins industrialisés comme l'Espagne et le Portugal et même l'Italie. A cela, quelques pays ont eu recours à leurs colonies. La France s'est tournée vers l'Afrique du nord et l'Angleterre vers les Caraïbes et le sous-continent indien. D'autre part l'Allemagne recrutait avec des contrats à court terme des

⁵¹ Leslie Hamilton, Philip Webster, (2012); The International Business Environment, chap1, 33p, Oxford University Press, disponible sur : www.oup.com/uk/.../hamilton&webster_ch01.pdf

⁵² *ibid*

⁵³ *ibid*

pays limitrophes notamment Ex-Yougoslavie et la Turquie. Durant cette période, plus de 10 million de personnes se sont installées en Europe de l'Ouest⁵⁴.

Selon la banque mondiale, 3 à 4 millions de personnes par an s'expatrient pour trouver du travail. Selon le BIT, le stock mondial de travailleurs passe de 45 à 200 millions entre 1965 et 2006, soit environ 3,1% de la population mondiale, auxquels s'ajoutent 20 à 30 migrants illégaux alors que le marché du trafic humain est évalué à vingt milliards de dollars-an, en 2006⁵⁵.

Aux échelles nationales, si l'organisation internationale pour les migrations(OMI) estime que les migrants transfèrent 232 milliards de dollars par an vers leur pays d'origines (double en 10 ans) seulement 20 Etats en polarisent 88%⁵⁶.

2.2.3.3. La fuite des cerveaux : écrémage des potentiels humains des pays émetteurs :

En polarisant les meilleurs cerveaux, les économies développées s'assurent un avantage comparatif considérable tout en aggravant le fossé qui les sépare des pays retardataires. Cet écrémage du potentiel du Sud ou de l'Est représente une perte du capital humain est un obstacle supplémentaire au développement. Seulement six pays accueillent 67% des 2.5 millions d'étudiants réalisant leurs études à l'étranger, dont les États-Unis (24%), Royaume-Uni (12%), l'Allemagne accueille (10.5%), la France (10%). Les Etats-Unis et l'Europe accueillent 60% des étudiants partis à l'étranger des régions (Asie de l'Est) et 80% (Afrique sub-saharienne et Amérique latine)⁵⁷.

2.2.4. Les flux technologiques (flux d'information) :

L'un des éléments nouveaux de cette vague de mondialisation est le flux d'information, les différentes découvertes et inventions durant le XXème siècle ont bouleversé le monde, une véritable révolution dans les télécommunications ainsi que la baisse des prix des différents moyens de télécommunication et leur développement au niveau planétaire. Cette « connexion mondiale » a facilité les flux d'information qui permettent aux différents acteurs de la mondialisation d'adopter non pas des stratégies nationales ou régionales mais d'assurer une gestion « directe » et instantanée de leur entreprise au niveau mondial.

Ce flux est favorisé par la baisse des coûts et du matériel de communication, le Coût d'un appel téléphonique de 3 minutes de New York à Londres en 1960 (en dollars de 2000) passe de 60,42 \$ à 0,40 \$ 2000. Le prix d'un ordinateur et du matériel périphérique était de 1 869 004 \$ en 1960 (par rapport au déflateur du PIB; 2000 = 1000). En 2000 Prix d'un ordinateur équivalent est de 1 000 \$ en 2000⁵⁸.

La mondialisation apparaît comme l'expression d'un nouveau paradigme technologique reposant sur des inputs d'information devenus peu coûteux. Cette révolution signifie

⁵⁴ Leslie Hamilton, Philip Webster, op, cit, p13.

⁵⁵ L. Carroué, géographie de la mondialisation, Armand Colin, 2007.p

⁵⁶ Ibid.

⁵⁷ Ibid, pp .58-59.

⁵⁸ FMI, Paul Masson, 2001, "Globalization: Facts and Figures," IMF Policy Discussion Paper 01/4 (Washington: International Monetary Fund).

que l'information est devenue une ressource économique, donc une nouvelle source de pouvoir⁵⁹.

Les échanges d'informations sont un aspect qui fait partie intégrante de la mondialisation. Par exemple, l'investissement étranger direct est à l'origine non seulement d'une augmentation du capital physique, mais aussi de l'innovation technique. De façon plus générale, l'information sur les méthodes de production, les techniques de gestion, les marchés à l'exportation et les politiques économiques est disponible à un coût très faible et représente une ressource très précieuse⁶⁰.

2.3. Analyse de la mondialisation la mondialisation :

2.3.1. Risques et opportunités de la mondialisation :

2.3.1.1. Les opportunités :

Mettant en évidence les gains de l'échange et les bénéfiques des flux financiers internationaux, l'analyse économique classique conforte l'idée d'un processus bénéfique pour le progrès économique, donc a priori pour tous. Dans sa version la plus pure et parfaite, le monde économique libéré de toutes les entraves se dirigerait, grâce à la mondialisation qui permettrait à chacun de faire fructifier ses avantages comparatifs et diffuserait partout les bienfaits du progrès technique et économique, vers un « Eden » sur la terre, une planète enfin riche dont la prospérité serait partagée par tous⁶¹.

Pour accéder aux nouvelles technologies, tout comme dans le domaine commercial, la mondialisation des marchés offre aux pays en développement de nombreuses possibilités pour s'intégrer à l'économie mondiale⁶².

Dans un monde économiquement et financièrement intégré, l'existence de rendements de facteurs décroissants dans toutes les activités productives, notamment en ce qui concerne l'accumulation du capital, engendre nécessairement une tendance à l'exportation de capitaux par les pays qui en sont le mieux pourvus vers ceux qui en manquent, ce qui favorise le rattrapage économique de ces derniers. La mobilité internationale des capitaux et l'internationalisation des entreprises sont des vecteurs de diffusion des progrès techniques, ce qui devrait encore accélérer le rattrapage, en termes de productivité de la main-d'œuvre, donc également de niveau de vie. À très long terme, dans une version idéale de l'analyse néoclassique des échanges et de la croissance économique, on devrait ainsi, en l'absence d'imperfections des marchés et d'obstacles aux échanges internationaux, assister à une égalisation des rémunérations des facteurs de production dans tous les pays du monde -c'est le

⁵⁹ Gérard Kébabdjian, les sept piliers de la mondialisation économique, p3.

⁶⁰ FMI (rapport), La mondialisation : faut-il s'en réjouir ou la redouter?, Washington, mai 2000. Disponible sur : <http://www.imf.org/external/np/exr/ib/2000/fra/041200f.htm>.

⁶¹ Jacques Le Cacheux, mondialisation économique et financière : de quelques poncifs, idées fausses et vérités, Revue de l'OFCE, Hors série, Mars 2002, P28.

⁶² José Antonio Ocampo, Juan Martin, Mondialisation et développement, Un regard de l'Amérique latine et des Caraïbes, CEPALC, Publication des Nations Unies, Santiago du Chili, 235p, avril 2005.p26.

théorème de Stolper-Samuelson (1941)⁶³-et à une convergence mondiale des conditions économiques et des niveaux de vie.

La fragmentation du processus productif est l'un des caractéristiques les importantes de la mondialisation, la dispersion internationale des composants des différents produits⁶⁴. Cette fragmentation permet une répartition à l'échelle mondiale de la main-d'œuvre, ce qui représente une opportunité pour les pays en développement à bénéficier des ces emplois externalisés.

2.3.1.2. Les inconvénients de la mondialisation :

La mondialisation c'est d'abord le résultat d'une profonde réorganisation de l'économie et de la société du monde développé⁶⁵. Une mondialisation qui sanctionne très violemment ceux qui n'ont pas respecté les fondamentaux de la bonne gestion publique et privé. La crise asiatique et russe, aux coûts faramineux de 240 milliards de dollars. La crise des *subprimes* que de nombreux pays n'arrivent pas à s'en sortir. La mondialisation présente des risques certains comme l'instabilité, l'essor des inégalités, les excès de la concurrence ou la prise en compte du seul court terme.

L'interdépendance accrue se traduit par des risques de contagion des fluctuations (notamment dans les marchés financiers), la capitalisation grégaire des acteurs l'existence des firmes multinationales sans éthique, investissant partout et exerçant leurs stratégies sans référence aucune aux problèmes locaux et nationaux qu'elles engendrent.

Le développement des inégalités entre les pays et au sein même des pays est le résultat probable de la recherche de l'excellence marchande. Dans ce contexte, les salariés interdépendants et interchangeable pèsent d'un poids moins important que ceux de la production, de l'environnement, de l'Etat et même des tribunaux. Le travail et l'emploi sont dans la tempête, avec des emplois parcellisés, précarisés. La mondialisation organise aussi de manière routinière des licenciements massifs qui enrichissent les dirigeants, sans se soucier des vies des ouvriers. Ce processus fait partie des menaces qui pèsent sur la sécurité économique et sociale de la population, confrontée à un affaiblissement des systèmes de protection, soient-ils d'ordre familial ou de la responsabilité des États.

La concurrence débridée conduits aux excès, souvent soutenus par les Etats pour maintenir leur production nationale. Le fondement des actions sur le très court terme (politique à très courte vue) devient la règle sous la pression constante et excessive de la concurrence.

Dans ce contexte de mondialisation se présente comme une tentative pour nier, réfuter ou réduire le rôle de l'Etat, perçu comme un ensemble de pouvoirs destinés à contrôler les pouvoirs privés et à développer des biens collectifs. L'Etat n'est pas un arbitre neutre, il

⁶³ Jacques Le Cacheux, Op cit.

⁶⁴ Prema-chandra Athukorala(2004), Product Fragmentation and Trade Patterns in East Asia, Research School of Pacific and Asian Studies, Australian National University, Canberra.

⁶⁵ Jacques Fontanel, Géographie de la globalisation, OPU, 2005, p37 et s.

est souvent le résultat d'un compromis institutionnels. Il organise la vie sociale et d'autre part il est contrôlé par des forces sociales multiples.

Pour Edward T.Luttwark⁶⁶ :

« Le « turbo-capitalisme » n'est pas seulement la liberté des échanges, celle d'acheter ou de vendre. C'est surtout l'absence du contrôle politique, la fin des syndicats le refus de prendre en compte le sort des salariés, la volatilité des capitaux et l'absence de toute régulation. Le turbo-capitalisme conduit à la privatisation de toutes les activités, des universités aux prisons, pour les transformer en entreprises fondées sur le seul motif du profit. Cette économie dynamique est susceptible de créer de nouvelles richesses, dont la distribution revient d'abord aux nantis, à ceux qui disposent de la capacité d'action. Certes le capitalisme est un centre de création exceptionnel. Il s'est d'ailleurs déployé sur l'ensemble de la planète, balayant progressivement le pouvoir des bureaucrates. »

Le risque environnemental : Les processus environnementaux à l'échelon mondial touchent, tous les pays mais les petits pays situés dans des zones tropicales, en particulier lorsqu'ils sont insulaires, sont plus vulnérables aux changements environnementaux mondiaux, comme le démontrent la fréquence et la quantité croissantes de catastrophes provoquées par des phénomènes météorologiques.

2.3.2. Les freins à la mondialisation :

Malgré les grandes avancées réalisées durant cette phase de la mondialisation, il reste que le mouvement des biens des services, du capital et des personnes se fait plus facilement à l'intérieur des Etats qu'entre Etats⁶⁷. Les échanges entre les régions d'un même pays sont souvent plus importants que les échanges entre régions proches de pays différents, cela signifie que les barrières aux échanges sont réduites mais pas abolies. De même que le flux de marchandises sont plus libres que le flux de personnes.

Paul Bairoch⁶⁸ affirme que capitalisme n'a jamais connu une période sans entraves aux échanges :

« Le capitalisme n'a jamais connu un moment de véritable libre-échange, ni aujourd'hui ni jadis. Il y a toujours eu des entraves à la libre circulation des capitaux, des biens et, surtout, des travailleurs. En même temps, il y en a toujours eu certains pour essayer de démanteler de telles barrières, en proclamant « laissez-faire, laissez-passer ». Et il y a toujours eu d'autres pour ériger ces mêmes barrières, afin de « protéger » leurs pays des flux de capitaux, des concurrents étrangers efficaces, des travailleurs à bas salaires.»

Leslie Hamilton⁶⁹ présente les principaux obstacles à la mondialisation, ils sont les suivants :

⁶⁶ LuttwakE.N.(1999),le turbo capitalisme in J. Fontanel, Géoéconomie de la globalisation, OPU, 2005.

⁶⁷ **Leslie Hamilton, Philip Webster**, (2012); The International Business Environment, chap1 33p, Oxford University Press, disponible sur : www.oup.com/uk/.../hamilton&webster_ch01.pdf

⁶⁸ Immanuel Wallerstein, La mondialisation n'est pas nouvelle. (2002) Postface à la 2e édition du livre : Le capitalisme historique. Paris Éditions La Découverte, 2002, 123 pages. Collection : Repères, no 29, disponible sur : http://www.uqac.quebec.ca/zone30/Classiques_des_sciences_sociales/index.html

⁶⁹ Leslie Hamilton, Philip Webster, op, cit, p 24.

2.3.2.1. Les droits de douanes et les subventions :

2.3.2.1.1. Les droits de douanes :

Il reste encore un nombre important de droit de douanes dans l'importation des biens. Les pays riches imposent encore des droits de douanes élevés pour les produits importés des pays pauvres. Les Etats-Unis et l'Union Européenne imposent des droits de douanes élevés pour l'importation des produits agricoles et le textile alors que les tarifs douaniers imposés aux autres pays riches sont moins importants. L'application de droits de douanes élevés n'est pas l'apanage des pays riches, les pays en développements appliquent des tarifs douaniers élevés qui sont quelques fois plus élevés que ceux appliqués par les pays riches. L'Inde applique en moyenne un tarif douanier de 30% pour l'importation d'un produit industriel tant dis que au Brésil le taux est de 14%.

2.3.2.1.2. Les subventions :

Les subventions peuvent être des aides financières ou des allégements fiscaux, elles sont octroyées pour protéger les entreprises locales de la concurrence étrangère. En 2006, dans l'Europe des 27, les Etats membres ont dépensé un montant de 50 milliards de dollars soit 0,4% du PIB de l'Union⁷⁰. Ces subventions sont destinées pour le secteur agricole, la pêche et le secteur du transport, mais les montants importants sont destinés aux secteurs financiers et industriels. En 2004, les pays de l'OCDE ont subventionné leurs agriculteurs pour un montant de 380 milliards de dollars⁷¹. L'agence américaine du développement international (*Us Agency For International Development*), par exemple, recommande aux pays qui reçoivent les aides américaines l'achat des biens et services produits par les firmes américaines.

2.3.2.2. Le contrôle de mouvement du capital :

Le contrôle des flux financiers peut avoir lieu dans l'entrée ou la sortie des capitaux. Des progrès importants ont été réalisés dans la libéralisation de mouvements de capitaux. Toutefois, le degré d'ouverture diffère d'un pays à l'autre. Ainsi l'Inde et la Corée du Sud sont réticents à l'entrée des capitaux étrangers et le Japon a le marché financier le plus fermé des pays développés. Il peut aussi y avoir des restrictions pour des investissements dans des domaines jugées stratégiques comme l'électricité, le gaz et les ressources en eau. La France est réticente sur l'ouverture du secteur énergétique pour les capitaux étrangers avec l'OPA lancé par l'italien ENI pour l'acquisition de Suez et l'intervention de l'Etat français et la fusion entre Suez et GDF pour empêcher le passage sous contrôle italien du groupe énergétique français. Les Etats-Unis et les pays de l'Europe n'acceptent pas que leurs compagnies aériennes passent sous contrôle étranger. Aux Etats-Unis les étrangers ne peuvent acquérir plus de 24 % du capital d'une compagnie aérienne alors qu'en Europe le taux est de 49%.⁷²

⁷⁰ ibid

⁷¹ ibid

⁷² Ibid, p25

2.3.2.3. Les acquisitions publiques :

Les différents ministères, les sociétés publiques, les services publics en télécommunications, gaz et eau dépensent souvent des sommes colossales d'argent. Les achats publics dans l'EU sont de 16% du PIB européen ou 1,500 milliards d'euro, dans des pays comme la Suède et la Grèce les dépenses publiques sont de l'ordre de 4% du leur PIB respectifs. Au Royaume-Uni, le gouvernement dépense environ 18 milliards de livres annuellement pour l'achat des biens et services. Par conséquent, les gouvernements sont des clients importants pour les entreprises, particulièrement celles qui fabriquent d'armements, santé, et le secteur d'éducation. Dans l'attribution des marchés, les gouvernements favorisent souvent les entreprises locales au détriment des concurrentes étrangères même si les prix proposés par les entreprises locales sont plus chers que les prix pratiqués par les concurrentes étrangères. Un choix discriminatoire qui entrave la libre circulation et la concurrence.

Une étude de Matthieu Crozet et Federico Trionfetti(2002) confirme que les achats publics européens que les des derniers ont effectivement eu un impact négatif sur les flux de commerce internationaux, favorisant les producteurs domestiques et produisent même une réduction des flux de commerce internationaux⁷³.

2.3.2.4. Les frontières et le contrôle de l'immigration :

Le contrôle des frontières affecte les échanges de biens. Le contrôle des douanes aux frontières à l'import et à l'export prend du temps et le vendeur aura à supporter le cout du transport et le cout du dédouanement qui rend sa marchandise moins compétitive. Plusieurs barrières reste encore et empêche la libre circulation des gens. Cela va de l'imposition de visa pour l'entrée à certains pays, les quotas, la recherche d'employés nationaux avant de faire appel aux postulants étrangers et le refus de reconnaissance des diplômes acquis dans les pays extracommunautaires comme c'est le cas du Canada qui refuse de faire l'équivalence entre le diplôme délivré au pays d'origine des émigrés.

2.3.2.5. Le frein technologique :

Les standards techniques et les réglementations peuvent être des barrières à l'échange. Il existe des milliers de spécificités techniques relatives aux biens et aux services qui peuvent être utilisés pour la protection des entreprises locales de la concurrence étrangères. L'EU a essayé a travers le marché commun. L'union utilise le principe de reconnaissance mutuelle par lequel les pays acceptent des produits des autres Etats membres tant que le produit ne constitue pas un danger sur les consommateurs. Les établissements financiers comme les banques trouvent des difficultés pour vendre ses services dans d'autres à cause des différences entre les exigences sur la solvabilité ou bien les différents niveaux de liquidités des pays dans lesquels opèrent ces banques.

⁷³ Crozet M. et Trionfetti F., Effets-frontières entre les pays de l'Union européenne : le poids des politiques d'achats publics, *Économie internationale* 2002/1-2, n° 89-90, p. 189-208.

2.3.2.6. La culture et la distance géographique :

La différence culturelle peut constituer une barrière importante à la mondialisation. Elle peut être d'ordre linguistique, religieux, racial, les goûts nationaux et régionaux, les normes et les valeurs sociales. Ces différences peuvent constituer un obstacle majeur à la mondialisation. La culture peut avoir un effet important sur le comportement du consommateur, la culture du travail, et les pratiques commerciales.

2.3.2.7. La corruption :

L'autre différence qui peut constituer une entrave à l'échange est la corruption, un problème pour les entreprises soit dans l'exportation ou dans la production. Dans certains pays, en Afrique et au Moyen-Orient par exemple, « normal » de donner des récompenses pour des personnes pour régler les problèmes administratifs ou pour créer une entreprise. Ce genre de comportements est perçu comme une corruption. La présence et le suspect de corruption est élément dissuasif pour les entreprises.

2.3.2.8. La distance géographique :

La distance géographique peut aussi être une barrière. Il a été démontré que les nations les plus éloignées ont tendance à s'échanger moins. La distance peut représenter une difficulté à l'entreprise surtout si elle produit des biens lourds à transporter et d'une valeur moindre, comme le ciment par exemple. Le coût de transport pour une longue distance du ciment peut être dissuasif pour l'entreprise. Les produits fragiles et périssables peuvent aussi être moins échangeables.

Conclusion :

Les Etats sont des acteurs majeurs de la mondialisation, toutefois les différentes actions et les politiques prônées par les Etats ne favorisent pas toutes plus d'ouvertures et freinent même la mondialisation. Les réglementations des gouvernements peuvent entraver les flux de biens et de marchandises, le mouvement du capital et des personnes.

3 la régionalisation

3.1. le phénomène de régionalisation

3.1.1. définition de la régionalisation

Pour J.M. Siroën (2000, 6), la régionalisation signifie que⁷⁴ :

« Les relations économiques sont plus intenses entre les pays qui appartiennent à une même grande zone géographique (...) qu'avec le reste du monde. »

Si la mondialisation définit l'ensemble des processus de multiplication des liens entre les sociétés, entre les hommes, sur toute la planète, la régionalisation, elle, couvre toutes les formes d'établissement de liens privilégiés au sein d'une région (Europe, Afrique...) ⁷⁵

3.1.2. L'essor de la régionalisation :

L'émergence de la régionalisation, depuis le milieu des années 1980, doit être interprétée dans le contexte des transformations structurelles du monde⁷⁶.

Une question s'impose alors c'est de savoir si la régionalisation ne serait en fait qu'une étape vers le marché mondialisé ? L'intérêt est d'autant plus élevé qu'elle supprime des droits de douanes prohibitifs, que le nombre de partenaires est important et les économies des pays partenaires sont suffisamment semblables pour permettre la restructuration des économies consécutives aux processus d'intégrations.

3.2. Régionalisation et/ou mondialisation :

3.2.1. La régionalisation facteur de protection contre la mondialisation

Les accords régionaux sont souvent discriminatoires, ils sont susceptibles d'un néomercantilisme qui refuserait l'application du libre-échange. La naissance de l'OMC a marqué un choix en faveur de la libération internationale des marchés, dans des domaines étendus. Mais depuis 1995, les accords régionaux sont souvent discriminatoires susceptibles d'un néomercantilisme qui refuserait l'application du libre-échange. Les échanges se sont intensifiés à l'intérieur des différents groupements régionaux, ce qui représente un détournement des échanges.

3.2.2. La régionalisation une étape de préparation pour la mondialisation :

L'évolution sur le plan pratique indique que l'intégration, loin de provoquer un détournement du commerce, constitue une source de nouvelles relations commerciales, en particulier de flux commerciaux de haute qualité. Ces flux sont en effet caractérisés par une plus forte teneur technologique et par des relations interindustrielles productives.

Un autre avantage substantiel de l'intégration est qu'elle permet de tirer parti d'économies de spécialisation dans le commerce intra-industriel entre pays présentant des degrés

⁷⁴ Auteur cité par Head K. et Mayer T., Effet frontière, intégration économique et «Forteresse Europe», Économie et Prévision 2002/1-2, n° 152-153, p. 71-92

⁷⁵ Moreau Defarges, La mondialisation, P.U.F. « Que sais-je ? », 2010, p. 110

⁷⁶ Auteurs cité par Catherine FIGUIÈRE et Laëtitia GUILHOT, Caractériser les processus régionaux: les apports d'une approche en termes de coordination, Mondes en Développement Vol.34-2006/3-n°135.

similaires de développement. Le troisième atout est la participation accrue des entreprises plus petites au commerce intra-régional, notamment entre pays voisins, grâce à la réduction des coûts de transaction. Cette évolution contrarie les tendances traditionnelles à concentrer les opérations de commerce extérieur aux mains des plus grandes entreprises de chaque secteur productif ou commercial.⁷⁷

La régionalisation entraîne une intégration régionale qui est une réponse politique à la mondialisation, mais aussi elle aide les forces que comptent les pays ces ensembles (les entreprises les Etas et leur institutions) à se préparer à la mondialisation à travers la compétition interne⁷⁸.

3.2.3. Une synthèse entre les deux thèses :

Dans tous les cas, ces accords font clairement apparaître des effets de détournement et de création de commerce. Si les effets de création l'emportent, on estime que les gains sont supérieurs aux pertes même s'ils sont inégalement répartis (ce qui est l'objectif au moins implicite des accords). L'un des inconvénients cependant de la multiplication des accords régionaux est de rendre plus complexe la gestion des régimes douaniers⁷⁹.

Un large consensus se dessine aujourd'hui sur la complémentarité de ces deux types de flux⁸⁰, la coordination des pratiques d'acteurs privés à l'échelle internationale combinant désormais les deux, comme le montre l'importance toujours croissante du commerce international intra-firme.

3.3. Les accords régionaux :

3.3.1. Les différentes modalités des accords régionaux :

Les différentes modalités d'accords régionaux sont :

- Les associations et forums de coopération économique proposent une coopération multiple concernant notamment les politiques de la concurrence, l'environnement ou la coordination de la politique économique. C'est le cas de l'OCDE ou de l'APEC⁸¹.
- les accords de préférence non réciproques octroient des avantages particuliers aux pays exportateurs. L'Union européenne ouvre son marché aux pays ACP (Afrique-Caraïbes-Pacifique) sans contrepartie. Ces accords sont souvent contestés par l'OMC.

⁷⁷CEPALC (Commission économique pour l'Amérique latine et les Caraïbes des Nations Unies), Mondialisation et développement : Un regard de l'Amérique latine et des Caraïbes, Publication des Nations Unies, Santiago du Chili, avril 2005, p 235.

⁷⁸Ramona Frunză, Liviu George Maha et Claudiu Gabriel Mursa, Globalization & Regionalization In International Trade, CES Working Papers, I, (2), 2009.

⁷⁹Michel Fouquin, Pascal Morand, Richard Avisse, Gildas Minvielle, Philippe Dumont, Mondialisation et régionalisation : le cas des industries du textile et de l'habillement, CEPII, Document de travail n° 08,2002, 95p.

⁸⁰Catherine Figuière et Laëtitia Guilhot, Caractériser les processus régionaux: les apports d'une approche en termes de coordination, Mondes en Développement Vol.34-2006/3-n°135, p

⁸¹Asia-Pacific Economic Cooperation

- la zone de libre-échange propose la réduction réciproque des barrières douanières entre le pays membres, mais les politiques douanières extérieures restent indépendantes. Ces accords excluent les matières premières, les services et les facteurs de production. Chaque Etat conserve son autonomie en matière de politique commerciale et même de barrières non tarifaires. L'ASEAN ou l'ALENA sont de ce type.
- l'union douanière se présente comme une zone de libre-échange, avec la mise en place d'un tarif commun extérieur des droits de douane et le partage des recettes douanières. C'est le cas du Mercosur (Brésil, Argentine, Uruguay, Paraguay).
- le marché commun est une union douanière qui propose une libre circulation des hommes et des capitaux et l'absence d'obstacles douaniers. C'est le cas de l'Union Européenne depuis l'achèvement du marché unique en 1993.
- l'union économique est un marché commun qui s'engage dans une harmonisation ou une coordination des politiques économiques, monétaires, financières et sociales. L'exemple le plus avancé est l'union monétaire européenne.

3.3.2. L'Union Européenne(UE), le processus européen :

L'intégration européenne qui débuta en 1957 par la création de la Communauté Economique Européenne semble la plus aboutie et la plus complète tant sur le plan quantitatif que qualitatif. En effet, depuis le traité de Rome, les différentes étapes de la construction européenne, qu'elles soient réalisées, en cours de réalisation ou en projet, sont marquées par quatre tendances qui sont⁸² :

- L'accroissement du nombre d'Etats appartenant à l'Union.
- Le renforcement et l'évolution des institutions communautaires pour accompagner les nouvelles missions de l'Union Européenne : l'Assemblée Européenne, le Comité Economique et Social, la Banque Centrale Européenne.
- L'extension des mesures d'intégration économique qui revêtent deux aspects :
 - d'abord, par la création d'un « marché commun », un ensemble de mesures visant à intégrer des marchés c'est-à-dire visant à reconnaître et à faciliter différentes libertés de circulation : celle des marchandises, des capitaux, des hommes, de l'information ;
 - ensuite, un ensemble de politiques communes, c'est-à-dire élaborées et mises en place à l'échelle communautaire (en liaison avec les échelons nationaux et régionaux) visant à « réguler » l'activité économique de l'Union Européenne : politique agricole, politique sectorielle, politique régionale, etc ...
- La tendance à l'affirmation d'un fait régional européen qui se matérialise tant au niveau des actions économiques (la région est le niveau territorial d'application des actions définies par la Réforme des Fonds Structurels) qu'au sein des institutions communautaires. La représentation institutionnelle des régions se fait à travers deux organes. L'Assemblée des Régions d'Europe, créée en 1985 et dont les statuts et objectifs ont été affinés en 1990, regroupe les régions des Etats membres et des autres pays d'Europe.

⁸² Catherine Baumont, Economie géographique et intégration régionale : Quels enseignements pour les Pays d'Europe Centrale et Orientale ?, n° 9811, pp 36, 1998.

Pour J.Fontanel,⁸³ cet ensemble représente un exemple de réussite d'un processus d'intégration régionale:

« L'union européenne (UE) constitue historiquement l'essai le plus important et le plus réussi de construction d'un système étatique de gouvernance économique internationale pour un capitalisme international. Son rôle, ses pouvoirs et son système institutionnel sont différents de ceux des Etats, car il n'y a pas de vocation à devenir un pouvoir supranational interventionniste sur le modèle des Etats keynésiens. L'UE est passée du marché unique, à l'union économique, à l'union monétaire et financière. Aujourd'hui, elle fonctionne sous le mode d'une solidarité d'action et sur la base des défis constants à relever. »

3.3.3. Le Mercosur : un accord régional des pays du Sud :

La fin des dictatures militaires antagonistes en Argentine et au Brésil et l'abandon des politiques de développement en autarcie offraient l'environnement nécessaire à un rapprochement entre les deux pays. Au même titre que l'énergie dans le cas de l'intégration européenne, l'hydroélectricité, qui remplaça le charbon (la demande d'acier étant appelée à s'accroître avec l'essor de l'automobile), fournit un prétexte et un catalyseur pour le Mercosur (Marché commun du sud). Ce processus démarre en 1986 par un programme de coopération et d'intégration entre l'Argentine et le Brésil. À partir de ce moment furent signés plusieurs protocoles sectoriels permettant une libéralisation des échanges. Les deux pays reprenaient l'idée jamais officiellement abandonnée d'une intégration latino-américaine. Ils décidèrent d'adopter une stratégie régionale dans une première étape. Les fondements du nouveau groupe régional est en effet le libéralisme, et les méthodes choisies, le gradualisme et la flexibilité. Tandis que le secteur privé doit jouer un rôle important, les institutions communes restent peu développées. Le traité d'Asunción signé le 26 mars 1991 établit la libre circulation des biens dans l'objectif d'une union douanière⁸⁴.

Rapidement le Mercosur s'est placé au centre des débats sur l'intégration continentale, éclipsant toutes les tentatives antérieures globales ou régionales qui existaient pourtant depuis des décennies et étaient toutes en pleine restructuration. L'importance actuelle du Mercosur vient certes de son poids économique.

L'une des critiques sur le Mercosur est celle de Fabienne Leloupet et al⁸⁵ :

« Le Mercosur n'a de réalité qu'au niveau supranational, dans les discours et les forums politiques ou économiques, alors qu'au niveau local et de la vie quotidienne, seuls les inconvénients sont ressentis. Les contrôles frontaliers restent lourds et suspicieux, les Etats cherchent à bénéficier des marchés voisins tout en protégeant les leurs et la liberté n'est pas encore le terme adéquat pour qualifier les échanges transfrontaliers. Le niveau supranational encourage les échanges nationaux, mais pénalise ceux qui se font depuis "toujours" au niveau transfrontalier. »

⁸³ J. Fontanel op, cit, p199.

⁸⁴ Sberro S., L'intégration régionale en Amérique latine : le mythe de Sisyphus, Pouvoirs 2001/3, n° 98, p. 49-61

⁸⁵ Fabienne Leloupet et Sophie Stoffel, Intégration régionale et frontière dans le Mercosur : entre théorie, principes et réalités, Mondes en développement, 2001/3 N° 115-116, p. 73-80.

La conclusion du chapitre :

Dans ce chapitre, nous avons essayé d'analyser le phénomène de la mondialisation comme un processus par lequel les barrières entre les nations sont réduites. Les Nations sont ainsi devenues de plus en plus interdépendantes. L'interdépendance accrue est illustrée par une augmentation des échanges internationaux de biens et de services, de capitaux, des personnes et des informations.

Nous avons aussi présenté la mondialisation à travers ses flux, ses acteurs et ses limites. Nous avons pu avoir une idée plus profonde, plus claire de l'environnement mondial dans lequel les économies des différents pays évoluent.

La mondialisation présente à la fois des opportunités et des menaces pour les Etats, les personnes et surtout aux entreprises. D'une part, elle présente un accès à de nouveaux marchés en plus des différentes sources et à moindre coût pour les matières premières, composants, et une main-d'œuvre bon marché. D'autre part, l'environnement est plus complexe et moins stable. C'est dans cet environnement et ses implications pour les entreprises que le second chapitre fera l'objet.

Introduction :

Le choix de localisation des entreprises a toujours été un élément central dans la stratégie des entreprises. La science économique s'est intéressée au choix de localisation et les différents éléments qui poussent les entreprises à faire tel ou tel un choix ou de s'implanter dans un autre pays pour ainsi devenir transnationale. Nous allons dans ce chapitre énumérer les différentes théories qui traitent la localisation tout en présentant les firmes transnationales et les changements stratégiques dans leurs stratégies de localisation à l'ère de la mondialisation.

1. Théories sur la localisation :

1.1. Les explications théoriques de l'internationalisation de l'entreprise :

La théorie économique a fourni plusieurs modèles explicatifs de l'internationalisation des entreprises. Ceux-ci ont permis de mieux identifier les principaux facteurs qui conduisent l'entreprise vers une internationalisation de sa production¹. Parmi les modèles développés par la théorie, beaucoup expliquent le processus d'internationalisation et justifient l'existence de firmes multinationales par le biais de facteurs internes à l'entreprise. Nous allons présenter les principales théories ainsi que leurs limites

1.1.1. Les explications internes à l'entreprise :

Les théories expliquant l'internationalisation des entreprises par des facteurs internes sont les plus nombreuses. Elles ont été développées dès que le processus d'internationalisation d'entreprises s'est propagé dans les années 1960.

1.1.1.1. La théorie des avantages spécifiques) Hymer (1960) :

Hymer² est le premier à énoncer le paradoxe suivant : comment une firme qui s'implante à l'étranger et subit de ce fait des coûts de délocalisation de sa production, peut rester compétitive face aux entreprises locales qui, au contraire, produisent sur leur propre marché, ont une meilleure connaissance de l'environnement économique local et ont la faveur de leur gouvernement ? la réponse est qu'une firme s'implante à l'étranger pour exploiter des avantages « spécifiques » qui peuvent être de plusieurs ordres : technologiques, ressources en capitaux, économies d'échelle, différenciation des produits, ressources managériales ou tout autre facteur qui procure un avantage à la firme étrangère par rapport à la firme locale sur un marché national donné³. Ce sont des avantages possédés par une entreprise étrangère par rapport à l'entreprise locale qui permettent à l'entreprise étrangère d'être compétitive par

¹ Jean-Louis Amelon et Jean-Louis Cardebat, les nouveaux défis de l'internationalisation : quel développement pour les entreprises après la crise ?, De boek Bruxelles, 2012.

² Cité par Jean-Louis Amelon et Jean-Louis Cardebat, op, cit.

³ Jean-Louis Amelon et Jean-Louis Cardebat, op, cita, p137.

Chapitre II : localisation, FTN et délocalisations

rapport aux autres entreprises locales. L'exploitation des avantages spécifiques permet à l'entreprise étrangère de s'imposer sur le marché étranger et de surmonter les coûts de son implantation à l'étranger.

La contribution de Hymer a influencé travaux de Kindleberger et de Caves qui ont travaillé sur les avantages oligopolistiques des firmes multinationales. On qualifie souvent de tradition « HKC » les approches qui s'inspirent de Hymer, Kindleberger et Caves qui perçoivent la multinationale en fonction du pouvoir de marché é dont disposent les entreprises étrangères face aux entreprises locales⁴.

1.1.1.2. La théorie de cycle e vie et de Vernon et l'internationalisation par étapes :

La théorie de cycle de vie des produits formulé par R. Vernon, vise à expliquer les facteurs d'implantation à l'étranger des entreprises multinationales américaines. L'approche s'articule autour du concept de cycle de vie du produit et de l'écart technologique entre les pays. La vie d'un produit est rythmée par un cycle constitué de quatre phases successives : émergence du produit, croissance, maturité, et déclin. A chaque phase du cycle de vie du produit les firmes adoptent des stratégies d'internationalisation différentes qui correspondent aux différents stades de l'internationalisation de la firme expliquant ainsi le passage de la production nationale à l'exportation du produit puis à la fabrication à l'étranger et enfin à la réexportation vers le marché é de la maison mère à partir d'un pays tiers. .

1.1.1.3. Le concept de coût des transactions et la théorie sur l'internalisation

Une des principales contributions théoriques sur l'internationalisation des entreprises est due au développement des modèles d'internationalisation fondée sur l'existence de coûts de transaction. Il convient notamment de citer les travaux de R. Coase(1937), revisités en particulier par O. Williamson(1975)⁵. Un coût de transaction est un coût lié à un l'échange économique sur le marché. De tels coûts, résultant des imperfections des marchés des biens et des facteurs de production. Le marché en tant que mode d'allocation des ressources peut engendrer des coûts de transactions tels que : coûts de recherche et d'information (prospection, comparaison des différentes prestations proposées, étude de marché, etc.), coûts de négociation et de décision (réduction et conclusion d'un contrat).

L'existence de coûts de transaction incite les entreprises à rechercher la forme d'organisation optimale. Un arbitrage se fait entre l'exportation(le marché) et l'investissement à l'étranger (internalisation). Toutefois, entre le marché l'entreprise, des formes intermédiaires peuvent être identifiées : *joint-venture*, sous-traitance, concession, réseau, etc.

⁴ Ibid.

⁵ Auteurs cités par Jean-Louis Amelon et Jean-Louis Cardebat, op, cit, p140.

Chapitre II : localisation, FTN et délocalisations

1.1.1.4. La théorie éclectique et paradigme OLI de J. Dunning :

Selon ce modèle, les firmes ont le choix entre trois modalités de pénétration du marché étranger : IDE, licence et exportation. Le choix est fonction de la présence ou non des avantages OLI : avantages spécifiques d'une firme (O : *ownership*), avantages spécifique des pays (L : *localisation*) et avantages de l'internalisation (I : *Internalisation*).

- Avantage spécifique d'une firme: O (*ownership advantage*)

Les avantages spécifiques à la firme répondent à la question: « pourquoi les firmes vont-elles à l'étranger ? ». La réponse : elles deviennent multinationales parce qu'elles détiennent un avantage spécifique qui surpasse, à long terme, les coûts occasionnés par la présence à l'étranger. Ces avantages peuvent être repartis en trois catégories :

- Ceux liés aux savoirs spécialisés, aux innovations et au niveau technologique ;
- Ceux liés aux économies de taille et d'échelle ou de gamme ;
- Celui de nature monopolistique, comme par exemple l'avantage pour une entreprise d'être la première sur un marché ou bien lorsqu'elle détient une marque reconnue par les consommateurs.

- Avantages spécifiques de localisation : L (*Localisation advantage*)

Les avantages spécifiques de localisation répondent à la question : « Où l'entreprise doit-elle s'implanter ? ». La firme compare les différentes possibilités offertes par les pays afin de décider où elle maximise le plus ses avantages spécifiques. La comparaison entre pays peut s'effectuer autour de trois catégories d'éléments que Dunning appelle le paradigme ESP (*environment, systems, policies*).

- Avantage de l'internalisation : I (*internalization advantage*)

L'entreprise a le choix entre plusieurs méthodes pour se déployer à l'international : exportation, délégation (distribution, licence, sous-traitance), partenariats (co-entreprise ou jointe-venture, participation...) filiale locale contrôlée à 100% (création type *Greenfield* ou acquisition). La firme retiendra la forme qui lui permet de maximiser ses avantages spécifiques et de bénéficier des avantages liés à la localisation

La théorie éclectique de J. Dunning constitue une synthèse des théories existantes de l'internationalisation et des coûts de transactions et propose également une explication des choix de déploiement international des formes⁶.

« C'est à Dunning (1981, 1997a, 1997b5) que l'on doit la synthèse la plus convaincante sur ce courant de recherche. A travers son approche appelée « OLI », Dunning propose une explication probante sur l'émergence des multinationales. Ainsi, une firme va internationaliser sa production si: (i) elle possède un certain pouvoir de marché découlant de l'appropriation (*Ownership*) d'une partie de la production ou d'une partie du processus ; (ii) s'il existe un véritable gain à délocaliser une partie de ses activités à l'étranger (*Location*) ; (iii) s'il y a des avantages pour l'entreprise à garder le contrôle des entités de production délocalisées plutôt que d'externaliser ces activités (*Internalising*). »

⁶ Jean-Hervé Lorenzi, Mondialisation et nouvelle stratégie d'entreprise,

1.1.2. L'explication externe à l'entreprise :

Les théories précédentes considèrent que les entreprises maîtrisent parfaitement leur destin. Elles choisissent indépendamment du contexte dans lequel elles évoluent, à la fois, si et comment elles vont s'internationaliser. Pour une majorité d'entreprises la problématique ne se pose pas de cette manière, en particulier pour les petites entreprises et les sous-traitants. Car pour elles, la contrainte de marché peut être tellement forte que l'internationalisation sera imposée. On parlera alors d'une internationalisation subie et non voulue. Même pour les grandes entreprises les choix sont différentes contraintes.

1.1.2.1. La théorie de la réaction oligopolistique :

La théorie de la réaction oligopolistique, Knickerbolker⁷ part du constat suivant. Lorsque, dans un secteur présentant une structure oligopolistique, une entreprise leader de l'oligopole s'implante à l'étranger dans le but de modifier à son avantage la structure du marché, les autres entreprises du secteur, par réaction imitent le leader (principe du *follow the leader*) en investissant elles aussi à l'étranger afin de ne pas perdre leurs parts de ce marché.

Le mécanisme de réaction oligopolistique présente une séquence d'implantation internationale des firmes : l'entreprise leader d'abord, puis dans un comportement défensif les entreprises suiveuses, dans lequel garder les parts du marché prime même sur la rentabilité à court terme⁸.

1.1.2.2. L'internationalisation contrainte :

Les entreprises de taille moyenne ou petite, les PME, sont concernées par le mouvement d'internationalisation qui s'opère au niveau des filiales. En amont et en aval du donneur d'ordre, les sous-traitants sont très dépendants des choix stratégiques de ce dernier. Ainsi, dans certains secteurs, comme l'automobile ou l'aéronautique, lorsque les donneurs d'ordre décident de s'installer dans un pays, les sous-traitants seraient contraints de les suivre.

1.1.2.3. L'internationalisation liée aux externalités positives :

Ce dernier schéma d'internationalisation concerne les interactions entre les entreprises en présence d'externalités positives. Ces externalités apparaissent lorsqu'une zone géographique donnée accueille suffisamment d'entreprises du même secteur pour que des économies d'échelle externes apparaissent. La facilité à trouver des sous-traitants et une main-d'œuvre qualifiée, la mise en place d'infrastructures adéquates pour les activités des entreprises, la circulation des informations d'une manière informelles, sont quelques unes des externalités dont peuvent bénéficier les entreprises en optant pour une implantation dans cette région⁹.

⁷ Auteur cité par Jean-Louis Amelon et Jean-Louis Cardebat

⁸ Jean-Louis Amelon et Jean-Louis Cardebat, les nouveaux défis de l'internationalisation : quel développement pour les entreprises après la crise ?, De boek Bruxelles, 2012.

⁹ Voir la section suivante pour plus de détails sur l'agglomération et la NEG.

1.2 L'économie géographique, la NEG et l'agglomération :

1.2.1. L'économie géographique :

Après avoir étudié les différentes théories sur l'internationalisation des entreprises, il est important d'étudier la discipline qui s'intéresse aux questions de ; pourquoi, qui comment produit et surtout où ce bien ou service est produit analyse sur la localisation des entreprises, en l'occurrence, l'économie géographique.

1.2.1.1. Définition de l'économie géographique :

L'économie géographique pour *J.Barnes (et al)*.c'est¹⁰:

« *Economic geographers study why, where, and when things are produced: food, shelter, commodities of all kinds, money, cultural meanings, and landscapes*».

Une définition de l'économie géographique est celle propose par *The Oxford Handbook of Economic Geography*¹¹ :

« *Economic geography is a sub-discipline of geography and a growing field of study in economics. It is concerned with the spatial configuration of firms, industries, and nations within the emerging global economy in all its manifestations.* »

1.2.1.2. Le domaine de l'économie géographique et son importance :

Le domaine de l'économie géographique connaît de profondes mutations à l'ère de la mondialisation :

“*It is a field of academic enquiry preoccupied with the geographical scope and scale of economies in the context of economic change, the driving forces behind those changes, and the role of localities in global economic transformation. It is a field that encompasses international economics, industry organization, business strategy and innovation (on one side), while being sensitive to the ways in which theoretical perspectives drawn from those traditions are affected and shaped by an appreciation of the persistence of geography (on the other side).*”

L'importance grandissante que prend l'économie géographique dans l'analyse économique est due aux changements dans l'économie mondiale depuis le début des années 80 et la montée des groupements régionaux et la puissance des régions particulières au sein des Etats.

“*The re-emergence of economic geography can be argued as being due to the increasing economic significance of sub-national regions and supra-national regions relative to the nation-state, we really mean to suggest that the geographical scale of economic activity and the geographical allocation of economic activity are increasingly open questions of corporate strategy.*”¹²

¹⁰ Eric Sheppard, Trevor J. Barnes, Jamie Peck, and Adam Tickell, Introduction: Reading Economic Geography, Blackwell, Oxford, Royaume-Uni, 2004

¹¹ GORDON L. CLARK MARYANN P. FELDMAN et MERIC S. GERTLER, The Oxford handbook of economic geography, Oxford University Press 2000.

¹² Gordon L. Clark, Maryann P. Feldman, and Meric S. Gertler, Chapter 1, Economic Geography: Transition and Growth in The Oxford handbook of economic geography, Oxford University Press, 2000.

1.2.2. Le territoire dans la pensée économique :

1.2.2.1. Le territoire négligé par la théorie économique :

À l'origine, le territoire n'a pas d'existence propre au cœur de la théorie économique. L'espace n'a pas d'épaisseur il est espace-point où se localise l'entreprise en fonction de critères strictement individuels résultant de ses caractéristiques propres¹³. La négligence des sujets spatiaux en science économique commence en grande partie par un problème simple : comment réfléchir à propos de la structure du marché. Essentiellement, pour parler de la localisation des activités dans l'espace, il est nécessaire de se détacher des rendements constants et du marché de concurrence pure et parfaite, approche qui continue à dominer le gros de l'analyse économique.

Une analyse que confirme, Paul Krugman¹⁴ :

« The study of economic geography-of the location of factors of production in space-occupies a relatively small part of standard economic analysis. International trade theory, in particular, conventionally treats nations as dimensionless points (and frequently assumes zero transportation costs between countries as well). »

1.2.2.2. Une première famille de réflexions sur l'espace

La théorie économique appréhende l'espace de deux manières : comme un obstacle aux transports et comme un facteur de production. C'est sur les effets de l'éloignement que l'accent est mis successivement pour les productions agricoles (Von Thünen, 1826), les productions industrielles (Launhardt, 1882 ; Weber, 1909) et les services (Christaller, 1933 ; Lösch, 1938). L'espace de l'économie spatiale n'est pas homogène, mais celle-ci ne s'intéresse pas aux formes de différenciation naturelle (on raisonne sur la plaine de transport) et ignore l'existence de frontières¹⁵.

1.3. L'agglomération et la NEG :

1.3.1. L'agglomération :

La production et la richesse se concentrent au niveau mondial dans les grandes villes et les régions riches qui ne représentent qu'une petite portion de la superficie non seulement de leur pays mais du monde. Krugman (1991a)¹⁶ la si bien expliquée quand il écrit :

« La production industrielle tend à se concentrer là où le marché est grand, mais le marché est grand là où la production industrielle est concentrée. »

¹³ Jean-Benoît Zimmermann « Le territoire dans l'analyse économique », *Revue française de gestion* 4/2008 (n° 184), p. 105-118.

¹⁴ Paul Krugman, Increasing Returns and Economic Geography, *The Journal of Political Economy*, Vol. 99, N° 3. (Jun., 1991), pp. 483-499

¹⁵ Paul laval,

¹⁶ Auteur cité in Pierre-Philippe Combes, Thierry Mayer et Jacques-François Thisse, Chapitre 6. La structure centre-périphérie, 2005.

1.3.1.1. Définition de l'agglomération :

L'agglomération est un fait visible au niveau mondial où les grandes villes concentrent la production de richesse :

« La production se concentre dans les grandes villes, les provinces dynamiques et les pays riches. La moitié de la production mondiale provient de 1,5 % des terres de la planète. Le Caire produit plus de la moitié du PIB de l'Égypte, n'utilisant qu'à peine 0,5 % de son territoire. Trois États du Sud et du Centre du Brésil représentent 15 % de la superficie du pays, mais plus de la moitié de la production nationale. Et l'Amérique du Nord, l'Union européenne et le Japon - qui comptent globalement moins d'un milliard d'habitants - entrent pour les trois quarts de la richesse du monde. »¹⁷.

1.3.1.2. L'agglomération et la dispersion :

La littérature traitant de l'agglomération industrielle est abondante. D'après les modèles d'économie géographique, la confrontation des forces « centripètes » et « centrifuges » explique la dynamique de l'agglomération spatiale des activités industrielles (Krugman 1991)¹⁸. Suite à une baisse des coûts d'échange, les entreprises se concentrent à proximité du plus grand marché pour bénéficier des économies d'échelle et des « externalités pécuniaires ». L'origine des « forces d'agglomération » diffère selon les modèles.

L'explication des effets d'agglomération est décrite par A. Marshall¹⁹ :

« When an industry has thus chosen a location for itself, it is likely to stay there long : so great are the advantages which people following the same skilled trade get from near neighbourhood to one other... A localized industry gains great advantage from the fact that it offers a constant market for skill....Employers are apt to resort to any place where they are likely to find a good choice of workers the special skill which they require, while men seeking employment naturally go to places where are many employers who need such skills as theirs and where therefore it is likely to find a good market. »

1.3.1.2.1. Les forces d'agglomération:

Les externalités positives sont de plusieurs types :

- **Externalités technologiques ou *technologic spillovers*** : liées à des effets de diffusion engendrés par les retombées immédiates de recherche & développement menées par des entreprises qui se trouvent dans le cluster (via la mobilité de la main-d'œuvre).
- **Externalités liées à la présence d'un réseau de fournisseurs** également adaptés : Au fur et à mesure que s'accroît la taille de la population, le nombre de firmes opérant dans le secteur intermédiaire augmente, permettant ainsi une division plus fine et poussée des tâches et, par conséquent, un accroissement concomitant de la production globale.

¹⁷ Banque mondiale (rapport), *Repenser la géographie économique*, Rapport sur le développement dans le monde, 2009.

¹⁸ Paul Krugman, *geography and trade*, MIT press London and New York, 1991.

¹⁹ Alfred Marshall, in Masahisa Fujita et Jacques François Thisse, *économie géographique, problèmes anciens et nouvelles perspectives*, annales d'économie et des statistiques N°45, 1997.

Chapitre II : localisation, FTN et délocalisations

- **Externalités d'information** qui circulent dans les rencontres informelles (restaurants, hôtels, séminaires, conférences, colloques, presse locale, etc.) ou au sein de coteries d'individus, parfois qualifiées d'externalités relationnelles.
- **Externalités liées à la présence d'un marché du travail adapté** au besoin d'un groupe d'entreprises rassemblées dans l'agglomération.
- **Externalités de réseau**, c'est-à-dire liées au fait que plus le nombre d'utilisateurs d'un produit augmente, plus ce produit devient utile, efficace et peu coûteux pour tous ces utilisateurs.

Ces cinq types d'économies d'agglomération sont susceptibles d'intervenir au sein d'un même secteur, mais aussi entre secteurs. L'analyse économique, tout en reconnaissant la pertinence empirique de ces deux niveaux, n'a pas réussi à mettre en évidence leur importance respective. Celle-ci varie dans le temps et dans l'espace²⁰.

1.3.1.2.2. Les forces de dispersion :

L'agglomération a aussi des inconvénients, souvent insupportables : ce sont les phénomènes de congestion et les autres externalités négatives comme les coûts élevés du foncier et de la main-d'œuvre. Ces phénomènes expliquent qu'à un moment donné les agglomérations soient saturées et que, plutôt que de continuer à s'agglomérer en un lieu, certaines entreprises, parfois même des entreprises pionnières, décident de « prendre le large ».

1.4. La nouvelle économie géographique NEG :

1.4.1. Le champ d'analyse de la NEG :

La nouvelle économie géographique (NEG) à la suite de l'article fondateur de Krugman (1991)²¹ s'appuie sur des courants de réflexions anciens mais présente l'avantage de fournir un corps théorique cohérent, relativement proche de celui des nouvelles théories du commerce international.

Par géographie économique on entend la localisation de la production dans l'espace. La nouvelle économie géographique (NEG) a ouvert de nouvelles explications à la localisation et sa concentration et sa répartition d'une manière inégale entre les pays et même au niveau des pays eux-mêmes. Pierre-Philippe Combes et (alii)²² ont si bien défini le rôle que joue l'économie géographique dans l'explication de ces phénomènes :

« La question principale à laquelle l'économie géographique s'efforce de répondre est celle de l'attractivité différentielle des sites sur les entreprises avec, comme corollaire, le regroupement, plus ou moins large, des firmes dans certaines régions. Plus précisément, parmi toutes les localisations possibles, l'économie géographique cherche à déterminer quelles sont celles qui attirent le plus les entreprises et à quels principes la répartition des firmes entre plusieurs sites est-elle susceptible d'obéir. »

²⁰ Jean-Claude Prager et Jacques-François Thisse, Les enjeux géographiques du développement économique, Agence Française de Développement, 2009.

²¹ Paul Krugman, geography and trade, op, cit.

²² Pierre-Philippe Combes, Thierry Mayer et Jacques-François Thisse, Chapitre 12. Commerce et agglomération : les validations empiriques, Septembre 28, 2005.

Chapitre II : localisation, FTN et délocalisations

La nouvelle économie géographique explique la localisation des activités économiques dans l'espace comme le résultat d'une tension entre des forces centrifuges qui conduisent à une dispersion des activités économiques dans l'espace et des forces centripètes qui sont à l'origine de l'agglomération spatiale des activités²³. Les explications théoriques permettant d'expliquer les phénomènes de polarisation mettent principalement l'accent sur la localisation des entreprises en soulignant que les configurations spatiales plus ou moins polarisées sont le résultat de l'arbitrage entre quatre types d'éléments :

- les rendements d'échelle croissants ;
- la concurrence spatiale ;
- les coûts de transport ;
- les externalités positives.

Comme il a été souligné, l'existence de rendements d'échelle croissants est essentielle pour expliquer la polarisation d'activités économiques sur un site.

En effet, si les rendements d'échelle sont non croissants et qu'il existe une distribution uniforme des ressources dans l'espace, alors l'économie se réduit à une multitude de dans le sens où l'activité est dispersée sur l'ensemble du territoire. L'argument est simple : dès lors qu'il existe des indivisibilités de production dues par exemple à l'existence de coûts fixes de production, alors il existe un arbitrage entre :

- le gain entraîné par la concentration de la production sur un nombre limité de sites de grandes tailles de façon à bénéficier de coûts marginaux et moyens plus faibles ;
- les coûts de transport des lieux d'extraction des matières premières jusqu'aux lieux de production et des lieux de production jusqu'aux lieux de consommation.

1.4.2. Les coûts de transport élément déterminant dans la localisation des entreprises :

Les coûts de transport apparaissent comme la variable stratégique de l'analyse. En effet, pour un niveau de coûts donné, les forces centrifuges peuvent se trouver dominées ou, au contraire, dominantes vis-à-vis des forces centripètes²⁴. La baisse séculaire des coûts de transport a permis de renforcer les forces centrifuges et donc permis l'émergence de périphéries, parfois lointaine comme dans le cas des BRIC. Le coût des transports et des communications a en fait diminué rapidement au siècle dernier et en particulier au cours des 50 dernières années. Depuis les années 70, le coût du fret ferroviaire a baissé de moitié environ. Celui des transports routiers a diminué de 40 % à peu près, malgré la hausse du prix de l'énergie et des coûts salariaux²⁵.

²³ Thierry Madiès et Jean-Claude Prage (rapport), *Innovation et compétitivité des régions*, La Documentation française, Paris, 2008.

²⁴ Darrigues et J.M. Montaud, op, cit

²⁵ 2009 Rapport (banque mondiale) sur le développement dans le monde, *Repenser la géographie économique*, Vue d'ensemble. pp48.

1.4.3. L'apport de la NEG :

L'objectif de la NEG est de donner une explication à l'agglomération des entreprises dans l'espace. Elle a donné une explication à la concentration d'entreprises dans un même endroit.

« *The defining issue of the new economic geography is how to explain the formation of a large variety of economic agglomeration (or concentration) in geographical space.* »²⁶

La contribution essentielle et la nouveauté de la NEG est surtout d'avoir pu modéliser cette forme de différence entre le centre et la périphérie et les forces centrifuges et centripètes qui poussent les entreprises dans les deux sens.

« *The goal of the new economic geography, then, is to devise a modeling approach. A story-telling machine. That lets one discuss things like the economics of New York in the context of the whole economy: that is, in general equilibrium. It should allow us to talk simultaneously about the centripetal forces that pull economic activity together, and the centrifugal forces that push it apart. Indeed, it should let us tell stories about how the geographical structure of an economy is shaped by the tension between these forces. And it should explain these forces in terms of more fundamental, micro decisions.* »²⁷

Cette analyse est confirmée par M. Storper²⁸ :

« *The principal substantive contribution of the NEG is that it does what was just described above: it uses knowledge gained from a long tradition of analysing spatial- economic development – on agglomeration, specialization, urbanization, the formation of cores and peripheries, and the tendency for there to be circular and cumulative reinforcement of certain patterns – and it develops models that capture these processes in a single, internally consistent framework with micro-foundations. This had never been done by previous work.* »

Conclusion :

Les activités économiques sont réparties très inégalement sur le territoire. L'explication de ce fait, constitue à elle seule la question centrale de l'économie géographique. L'entreprise choisit l'endroit qui lui procure le maximum de profit. Ce choix est analysé et offre à l'entreprise une multitude de choix. Un arbitrage se fait et cela conduit à la formation de l'agglomération que nous connaissons actuellement. Toutefois, si les avantages que l'entreprise diminue et ses profits en baisse, l'entreprise opte pour nouvelle localisation et une dispersion des activités. La stratégie de cette dernière notamment la firme transnationale fera l'objet de la prochaine section.

²⁶ Masahisa Fujita, Paul Krugman, The new economic geography: Past, present and the future, Papers Regional Science N°. 83, pp,139-164 (2004)

²⁷ Paul Krugman, Chapter 3, Where in the World Is the 'New Economic Geography'? in The Oxford handbook of economic geography, Oxford University Press 2000, pp99-125.

²⁸ Storper, Michael (2011) 'From Retro to Avant-garde: A Commentary on Paul Krugman's 'the New Economic Geography, Now Middle-aged'', Regional Studies, 45: 1, 9 -15.

2. les firmes transnationales :

Introduction :

Les firmes transnationales sont des éléments clés de l'économie mondiale. Elles dominent les activités mondiales en termes de commerce et d'investissement, en produisant la plupart des produits phares de notre consommation et en engageant des volumes significatifs d'investissements directs étrangers (IDE) dans les pays hôtes. Les marques les plus célèbres au monde comme Toyota, Microsoft ou Coca Cola sont devenues des références dans leurs domaines sur tous les marchés du monde. Au niveau des échanges deux tiers des échanges mondiaux est le fait de ces firmes.

2.1. Les définitions et caractéristiques des firmes transnationales

2.1.1. Définition :

La définition de l'entreprise multinationale, firme multinationale ou firme transnationale, n'a jamais fait le consensus des chercheurs ni même les organisations internationales.²⁹

La première définition utilisée est celle de R.Vernon, pour qui, une FTN est grande firme ayant des filiales industrielles dans au moins six pays. Par la suite ce nombre est réduit à deux puis à un³⁰. Une autre définition est celle de C.A. Michalet³¹ :

« Une entreprise (ou un groupe) le plus souvent de grande taille, qui, à partir d'une base nationale, à implanter à l'étranger plusieurs, avec une stratégie et une organisation conçue à l'échelle mondiale » (1985, p.11).

Une société transnationale est une société qui produit des effets économiques dans plusieurs pays. C'est-à-dire que les actionnaires ne viennent pas du même pays ou elle implante ses sièges dans deux ou plusieurs pays. Selon Charles-Albert Michalet, la multinationalisation d'une entreprise répond à cinq déterminants principaux³²:

- La recherche d'un accès direct aux matières premières, notamment durant la colonisation.
- Le besoin de contourner certaines entraves à l'échange. Il s'agit par exemple de produire sur le marché où le produit sera consommé afin de ne pas être affecté par les tarifs douaniers à l'importation.
- La recherche de débouchés extérieurs suite à l'intensification de la concurrence sur le marché intérieur. De plus, dès lors qu'une firme adoptera cette stratégie elle sera probablement imitée par les firmes concurrentes.

²⁹ François Chesnais, la mondialisation du capital, Syros Paris 1998.

³⁰ Ibid

³¹ C.A. Michalet In François Chesnais, op. Cita

³² ibid

Chapitre II : localisation, FTN et délocalisations

- La perte d'un avantage technologique sur le marché national peut contraindre les entreprises à le produire à l'étranger, à moindre coût, afin de pouvoir continuer à le produire de façon rentable.
- La recherche de coûts du travail plus faibles.

2.1.2. Les caractéristiques des transnationales :

Les firmes transnationales ont connu différents stades d'évolutions et ont acquis au cours de ce processus des caractéristiques communes importantes. Il est difficile de déterminer ; à quel moment une entreprise d'envergure nationale devient une multinationale³³. Nous allons scinder les caractéristiques en deux groupes : caractéristiques quantitatives et caractéristiques qualitatives.

2.1.2.1. Caractéristiques quantitatives des firmes transnationales :

2.1.2.1.1 la taille :

Les firmes transnationales ne sont pas toutes de grande taille, ayant un contrôle absolu sur leurs activités et une forte influence sur leurs concurrents. Toutefois, un certain nombre de firmes transnationales sont de grandes entités détenant des ressources financières et technologiques substantielles qu'elles utilisent pour gagner en pouvoir et en influence sur les marchés dans lesquels elles évoluent. General Electric, par exemple, est la plus grande multinationale au monde en termes d'actif détenu à l'étranger, en 1996 le montant est s'élevait à 272 milliards de dollars et un chiffre d'affaires de 79 milliards de dollars³⁴. Les filiales étrangères des 64 000 STN recensées employaient plus de 57 millions de personnes, en 2004³⁵. Une dizaine de firmes domine l'industrie automobile mondiale, et ce phénomène se renforce puisque les grands groupes qui opèrent des opérations de fusions-acquisitions³⁶.

2.1.2.1.2. La diversité géographique :

Le nombre de pays dans lesquels les firmes transnationales opèrent varie énormément, et dépend dans le type de production, de la concurrence et de leurs stratégies de marketing.

2.1.2.1.3. Les réseaux :

L'un des avantages de la diversité géographique est de permettre aux multinationales de s'implanter dans une forme de commerce inter-entreprise (et non pas international) par le biais duquel elles peuvent approvisionner d'autres producteurs en composants, en équipements et en matières premières ou produits semi-finis. Pour entreprendre ce type de relations commerciales, la firme devra s'établir près de ses principaux clients pour pouvoir bénéficier de sa position géographique. L'autre avantage est d'offrir des débouchés aux

³³ Andrew Harrison, Ertugrul Dalkiran et Ena Elsey, *Business international et mondialisation : vers une nouvelle Europe*, 1ère édition, De Boeck, 2004.

³⁴ Andrew Harrison, Ertugrul Dalkiran et Ena Elsey, *Business international et mondialisation : vers une nouvelle Europe*, 1ère édition, De Boeck, 2004, p64.

³⁵ Serfati Claude, Quelques enjeux autour de la notion de »nationalité des firmes, *Revue internationale et stratégique*, 2006/2 N°62, p. 79-92. DOI : 10.3917/ris.062.0079.

³⁶ Ibid.

Chapitre II : localisation, FTN et délocalisations

échanges commerciaux inter entreprises ou inter groupes dans le cadre des relations entre les multinationales et leur filiales. Ainsi la maison mère va créer une série de réseaux qui lui permettront de tirer parti de ses opportunités géographiques, réseaux qui peut être qualifiés de marché interne à l'entreprise.

2.1.2.1.4. Les revenus :

Cette caractéristique reflète un autre aspect de la diversité géographique des FTN en mettant l'accent sur la répartition géographique de ses ventes et de ses revenus. Il n'existe pas de données consensuelles permettant de déterminer à partir de quelle proportion de revenus générés à l'étranger une entreprise peut être considérée comme une multinationale. Toutefois la norme semble être d'au moins 25%.³⁷

2.1.2.1.5. La forme juridique :

Les caractéristiques juridiques sont des attributs qualitatifs et quantitatifs fondamentaux des multinationales, car elles constituent l'un des principaux moyens de les différencier les unes des autres. Le principal enjeu de la forme juridique d'une multinationale est de lui permettre d'avoir un réel contrôle décisionnel dans des domaines d'exploitation clés et la possibilité d'exercer un pouvoir de surveillance sur la gestion de ses actifs spécifiques d'entreprise à l'étranger.

2.1.2.2. Les caractéristiques qualitatives des firmes transnationales :

2.1.2.2.1. La philosophie de gestion de l'entreprise :

La principale caractéristique distinctive de la qualité d'une firme transnationale réside dans son attitude et son engagement en termes de gestion. Selon Perlmutter³⁸, une entreprise peut avoir une philosophie ethnocentrique, polycentrique ou géocentrique. Les transnationales ethnocentriques sont tournées vers leurs marchés nationaux et ne peuvent, des lors, pas être considérées comme de vraies multinationales, à moins que leurs marchés nationaux ne fassent parti intégrante de leurs opérations mondiales. Une transnationale polycentrique est quant à elle tournée vers les marchés étrangers vers lesquels elle n'aura que peu de liens en dehors d'un système d'intégration. Finalement, une transnationale géocentrique (ou regiocentrique) adopte une perspective globale, à savoir qu'elle s'efforce d'intégrer ses marchés mondiaux et ses acquisitions de ressources à sa stratégie globale afin de servir ses clients où ils soient, en acquérant les meilleures ressources possibles au plus bas prix.

2.1.2.2.2. La structure opérationnelle :

Une des principales caractéristiques qualitatives d'une transnationales réside dans la manière dont elle organise ses activités de production. Trois sortes de transnationales se distinguent : les transnationales à intégration verticale, les transnationales à intégration horizontale et les transnationales diversifiées (ou conglomérats). Une transnationale à intégration verticale est une entreprise possédant de multiples usines ou de multiples

³⁷ Andrew Harrison, Ertugrul Dalkiran et Ena Elsey, Business international et mondialisation : vers une nouvelle Europe, 1ere édition, De Boeck, 2004, p66.

³⁸ Auteur cité par Andrew Harrison, Ertugrul Dalkiran et Ena Elsey, op.cit. p67.

Chapitre II : localisation, FTN et délocalisations

installations qui prennent en charge des étapes différentes de la production en différents endroits afin de fournir des produits intermédiaires pour leurs filiales ou des entreprises extérieures. Une entreprise à intégration horizontale produit les mêmes biens ou des produits similaires dans toutes ses unités de production à travers le monde. Dans le cas d'une transnationale diversifiée ou d'un conglomérat, l'entreprise gère une chaîne de production répartie à travers le monde, unités de production qui ne sont liés ni verticalement ni horizontalement mais agissent comme des filiales semi-indépendantes. Ces transnationales diversifiées permettent avant tout d'investir dans des activités différentes et indépendantes et donc de répartir les risques. Cette diversification peut être géographique ou ne concerner que la production ou encore regrouper les deux approches. L'entreprise cherche dans ce modèle à développer un portefeuille à faible risque et avec un potentiel de croissance³⁹.

2.1.3. L'importance des FTN :

Les visions macroéconomiques des théories du commerce international ne mettent en présence que les nations, sans laisser de place aux véritables acteurs des échanges et à leurs stratégies. Pourtant, si des exportations existent à un moment, c'est bien parce qu'une firme a jugé opportun d'étendre son marché au-delà des frontières de son pays d'origine⁴⁰. La capacité des FTN à influencer la nature et la composition des échanges internationaux tient à leur essence : la possession d'unités de production implantées dans plusieurs pays et les flux qui en émanent⁴¹.

2.1.3.1. Les puissances des Firmes transnationales :

Les firmes transnationales disposent de nombreux atouts :

2.1.3.1.1. Puissance économique : Les nombreuses fusions et acquisitions concentrent le pouvoir économique entre les mains des grandes entreprises, qui cherchent surtout à rendre la concurrence.

2.1.3.1.2. La puissance commerciale :

Ce sont des zones géantes de planification technologique. Le processus d'ouverture à l'étranger est multiforme, il concerne les débouchés, mais aussi la fabrication et les achats. L'internationalisation concerne l'approvisionnement en produits intermédiaires. Trois causes principales sont avancées par J. Fontanel :

- D'abord, les firmes veulent réduire les risques de l'instabilité des taux de change, en achetant à l'étranger afin d'équilibrer les recettes et les dépenses dans les groupes à forte monnaie.

³⁹ Andrew Harrison, Ertugrul Dalkiran et Ena Elsey, *Business international et mondialisation : vers une nouvelle Europe*, 1^{ère} édition, De Boeck, 2004, p 69.

⁴⁰ Michel Rainelli, *Le commerce international*, La Découverte, neuvième édition, 2003, p100

⁴¹ Ibid., p104

- Ensuite, les progrès technologiques et de communication et l'éclatement de la production mondiale de certains facteurs favorisent les échanges.
- Enfin, le phénomène accru de la compensation suppose que pour tout acte commercial d'exploitation implique, en retour, une décision d'importation liée. C'est une transaction commerciale assortie d'une obligation contractuelle de contrepartie. L'exportateur s'engage à réaliser ou à faire réaliser des achats des biens et services, des investissements et transfert de technologie dans le pays client. En 1996, les firmes transnationales d'origine américaines ont exporté 407 milliards de dollars sur un total des exportations américaines de 625,4 milliards de dollars.⁴²

2.1.3.1.3. La puissance de négociation :

Les accords de libre-échange ont renforcé le pouvoir des managers internationaux, élus par les seuls actionnaires et n'ayant de compte à rendre qu'à ceux-ci. Les conglomérats transnationaux recourent à leurs filiales à l'étranger, aux co-entreprises, aux accords de licence ou aux alliances stratégiques pour modifier leurs nationalités au gré de la satisfaction de leurs propres besoins. Il est ainsi aisé de remettre en cause la politique fiscale d'un pays, du fait même de la volatilité de la finance internationale.

2.1.3.1.4. La puissance financière :

Les marchés financiers gèrent l'alternative entre une utilité immédiate et une utilité différée. L'internationalisation des marchés financiers constitue un contre-pouvoir national. Les arbitrages des allés de marchés visent à optimiser les rendements à une échelle mondiale, en évitant les immobilisations à long terme. Les banques centrales qui pouvaient contrôler et piloter les marchés sont obligées de composer avec les décisions privées. Fondées sur des anticipations des décisions publiques. La financiarisation globale a transformé les conditions des politiques des firmes transnationales⁴³.

2.2. Les déterminants de la localisation à l'étranger des firmes:

La firme localise ses implantations étrangères là où elle estime qu'elles seront le plus profitable. Les facteurs qui interviennent dans la décision de localisation peuvent être classés en quatre catégories⁴⁴ : le marché et son potentiel, Le coût des facteurs de production que la filiale doit utiliser ; l'attractivité du pays ; et l'effet d'agglomération

2.2.1. Le marché et son potentiel :

La taille du marché et son potentiel est un critère primordial pour les entreprises des secteurs où la concurrence oligopolistique domine. Ces entreprises s'implantent dans différents pays pour produire des biens similaires dans une optique de réduction des coûts d'accès au marché local ou de contournement des barrières à l'entrée. La demande du marché

⁴² Howard J. Shatz and Anthony J. Venables, Chapter 7. The Geography of International Investment, P185, in GORDON L. CLARK MARYANN P. FELDMAN et MERIC S. GERTLER, The Oxford handbook of economic geography, Oxford University Press 2000.

⁴³ J. Fontanel, géoéconomie de la globalisation, OPU Alger, 2005 .p229

⁴⁴ Jean-Louis Amelon et Jean-Marie Cardebat, op, cita. p161

Chapitre II : localisation, FTN et délocalisations

d'accueil doit alors être suffisamment forte pour que des économies d'échelle entre les différents sites puissent être réalisées.

2.2.2. Les coûts des facteurs de production :

Les coûts des facteurs de production est un autre déterminant majeur du choix de la localisation. La logique est alors celle de la segmentation verticale du processus de production avec pour objectif la réduction du coût de production, en particulier, celui de la main-d'œuvre. Dans cette stratégie, l'entreprise n'adresse pas le marché local avec ses produits mais elle cherche à créer un avantage comparatif au moyen de produits fabriqués aux coûts les plus faibles pour vendre à meilleures conditions sur son marché domestique ainsi que sur les autres marchés étrangers.

2.2.3. L'attractivité du pays d'accueil :

Les pays n'offrent pas tous la même attractivité pour les entreprises. Les facteurs d'attractivités sont multiples. Des classements de l'attractivité des pays sont publiés régulièrement par divers organismes.

Les pays s'efforcent d'attirer les entreprises aux moyens d'incitations auxquelles elles sont généralement sensibles, notamment celles à caractère fiscal⁴⁵. Ces politiques peuvent être multiples et recouvrent par exemple les subventions, les exemptions fiscales, taux d'imposition sur le bénéfice réduit⁴⁶.

2.2.4. L'effet d'agglomération :

Les firmes transnationales ont tendance à se localiser dans la même région : les entreprises attirent les entreprises. Le terme de « cluster d'entreprises » est fréquemment employé pour qualifier ces regroupements. Les firmes se regroupent parce qu'elles espèrent profiter des externalités positives dites aussi « externalités d'agglomération »⁴⁷.

2.3. Les grandes motivations de l'internationalisation :

Jean-Louis Amelon et Jean-Marie Cardebat ont repéré quatre grandes motivations des entreprises qui s'internationalisent⁴⁸ : La recherche de nouveaux marchés, la répartition des risques entre plusieurs pays, l'accès à des environnements réglementaires plus favorables et l'amélioration de la compétitivité.

2.3.1. La recherche de nouveaux marchés :

L'accès à de nouveaux marchés est une des motivations forte de la décision d'internationalisation de l'entreprise. Le développement international s'impose comme le

⁴⁵ Une analyse plus profonde sera consacrée à l'attractivité des pays dans le chapitre 3.

⁴⁶ En 1997, l'image de Nike fut ternie à cause d'une photo montrant un enfant cousant un ballon de cette marque.

⁴⁷ Voir à ce propos la section 1 pour plus d'explication sur les externalités d'agglomérations

⁴⁸ Jean-Louis Amelon et Jean-Marie Cardebat, op, cit, pp153-155.

Chapitre II : localisation, FTN et délocalisations

moyen pour l'entreprise d'augmenter ses parts de marché lorsque le marché domestique est restreint ou saturé ou qu'il est difficile de gagner des parts en raison de la forte concurrence.

L'accès à des nouveaux marchés plus étendus recouvre deux types de situations :

- Impulsion (*push*) : le marché national est trop limité pour un produit hautement spécialisé ou un produit de niche, ou bien la concurrence sur le marché domestique est trop intense ;
- Attraction (*pull*) : intervient fréquemment lorsqu'un client important demande à l'entreprise de l'accompagner sur les marchés étrangers. Le cas typique est celui des équipementiers automobiles qui accompagnent leurs donneurs d'ordre, les constructeurs automobiles, dans leur internationalisation.

2.3.2. La répartition des risques entre plusieurs pays :

Face à un environnement des plus complexes, en évolution constante et rapide, l'internationalisation, en diversifiant les risques économiques, financiers et politiques réduit ainsi la dépendance à l'égard d'un seul pays ou une zone pour ses débouchés comme pour ses approvisionnements. La diversification internationale de l'activité permet de mieux répartir les risques économiques (conjoncture économique, risque de change par exemple) ou politique (crise, émeutes, guerres etc..).

2.3.3. L'Accès à des environnements réglementaires et économiques plus favorables :

Autre facteur important de l'internationalisation des entreprises : la recherche d'un environnement réglementaire moins contraignant ou plus favorable. Les contraintes en matière de droit de travail, fiscalité, protection de l'environnement constituant autant d'incitations pour les entreprises pour s'internationaliser. Les facteurs favorables contribuant au développement international des firmes sont par exemple : des incitations fiscales et financières, une législation de travail moins contraignante pour l'entreprise, une politique protectionniste modérée, une réglementation nationale favorisant le développement des entreprises.

2.3.4. L'amélioration de la compétitivité de l'entreprise :

L'internationalisation est source d'amélioration de la compétitivité de l'entreprise et de sa rentabilité. L'augmentation des ventes qui en résulte est un facteur d'économie d'échelle, elle permet d'amortir certains coûts fixes par exemple les dépenses R&D ou de marketing sur de grandes quantités. Le développement international est également choisi dans le but d'accéder à des sous-traitants moins chers afin d'obtenir une capacité de production supplémentaire. Les entreprises font le choix de délocaliser à l'étranger vers des pays à coûts moins élevés ou à la suite d'une décision stratégique de se concentrer sur les compétences du « cœur du métier » avec pour corollaire l'externalisation des autres activités.

2.4. IDE, fusions-acquisitions et Alliances stratégiques :

2.4.1. Les IDE:

2.4.1.1. L'IDE un moyen d'expansion des FTN :

Le moyen le plus connu pour l'investissement des multinationales est l'investissement direct étranger(IDE). Les IDE constituent l'un des aspects les plus visibles de la mondialisation. Ils ont été longtemps l'apanage des pays développés. Depuis le milieu des années 1980, les IDE connaissent une croissance sans précédent.

Dorénavant, presque tous les pays disposent d'une réglementation très favorable aux IDE. Selon la CNUCED (2001), entre 1991 et 2000, 1185 modifications au total ont été apportées aux régimes nationaux réglementant les IDE, dont 1121 (soit 95 %) ⁴⁹ visaient à faciliter ces investissements. Ces changements dans la réglementation ne concernent pas seulement les pays développés mais aussi les pays en développements qui se sont engagé dans cette « chasse » aux IDE comme l'a affirmé A. Venables ⁵⁰ :

« Recently, the competition for FDI inflows has grown fiercer, with the transition countries and other developing countries making efforts to attract multinationals. In addition, technological change and an open world trade environment allow firms to split production processes more easily. »

Depuis le début des années 1990, une nouvelle tendance est née, c'est les pays en voie de développement actuellement appelé aussi pays émergents qui s'impose comme une nouvelle destination pour les IDE.

2.4.1.2. Définitions des IDE :

La définition du FMI ⁵¹ est :

« il y a investissement direct (ID) lorsqu'une entité non-résidente prend un intérêt durable dans une entreprise résidente. Cela implique l'existence d'une relation de long terme entre l'investisseur direct et l'entreprise investie ainsi qu'un degré significatif d'influence (ou la capacité de l'exercer) de l'investisseur dans la gestion de l'entreprise investie. »

La définition de l'OCDE ⁵² :

« L'investissement direct est une catégorie d'investissement qui recouvre les investissements qu'une entité résidente d'une économie (« l'investisseur direct ») effectue dans le but d'acquérir un « intérêt durable » dans une entité résidente d'une autre économie (« l'entreprise d'investissement direct »). Il y a intérêt durable dès lors que l'investisseur direct détient 10 % des droits de vote de l'entreprise d'investissement direct. »

⁴⁹ Sandrine Levasseur « Investissements directs à l'étranger et stratégies des entreprises multinationales », Revue de l'OFCE 5/2002 (n° 83 bis), p. 103-152.

⁵⁰ Howard J. Shatz and Anthony J. Venables, Chapter 7:—The Geography of International Investment in GORDON L. CLARK MARYANN P. FELDMAN et MERIC S. GERTLER, The Oxford handbook of economic geography, Oxford University Press 2000, pp99-125

⁵¹ Sandrine Levasseur « Investissements directs à l'étranger et stratégies des entreprises multinationales », Revue de l'OFCE 5/2002 (n° 83 bis), p. 103-152.

⁵² OCDE (rapport) Perspectives d'investissement international chapitre 2.tendances et évolution récente de l'investissement direct étranger, 2007.

2.4.1.3. Les différents types d'IDE :

Les différents types d'IDE sont⁵³ :

- **Les investissements « *greenfield* »** qui s'agit des opérations de croissance interne au sein d'une firme multinationale : création *ex nihilo* d'unités nouvelles, extension des capacités de production des unités déjà existantes, flux financiers entre établissements (augmentation du capital, prêts et avances de trésorerie de la maison mère, réinvestissement local des bénéficiaires).
- **Les investissements « *brownfield* »** qui correspondent à des opérations de croissance externe. Le seuil fixé par l'OCDE est de 10% des actions de l'entreprise. Lorsque la prise de participation est inférieure à 10%, l'opération est alors appelée investissement de portefeuille.
- **Les investissements horizontaux** : (*market seeking*) répondent à la motivation d'accès au marché. Ils reproduisent l'ensemble du processus productif dans les pays d'accueil, c'est-à-dire produisent les mêmes biens ou services dans plusieurs pays. Ce type d'investissement répond à une stratégie de conquête de marché.
- **Les investissements verticaux** (dits *cost* ou *efficiency seeking*) ou de délocalisations répondent au besoin de fragmentation de la chaîne de valeur en différentes activités afin de tirer profit des différences de coûts de facteurs entre pays. Cette stratégie, dite décomposition internationale des processus productifs (DIPP) c'est-à-dire minimiser les coûts de production en exploitation des avantages de coûts de production au niveau mondial.

2.4.2. Les autres formes d'investissements :

A côté des IDE d'autres formes d'investissements, les FTN disposent d'autres moyens d'expansion internationale.

2.4.2.1. Les fusions-acquisitions :

Les fusions-acquisitions sont des opérations de regroupement ou de prises de contrôle d'entreprises cibles, réalisées par l'intermédiaire d'un achat ou d'un échange d'actions. Dans le cas des acquisitions, les actifs de l'entreprise cible sont alors détenus indirectement par l'acheteur à travers la détention d'actions qui définissent son droit de propriété sur la cible. En tant que telles, ces opérations constituent l'une des principales pratiques de la croissance externe. On entend par croissance externe, un mode de développement fondé sur la prise de contrôle de moyens de production déjà organisés et détenus par des acteurs extérieurs à l'entreprise⁵⁴.

⁵³ Jean-Louis Amelon et Jean-Louis Cardebat, op, cit

⁵⁴ Auteur cité par Olivier Meier et Guillaume Schier, Fusions et Acquisitions, Dunod, 3^e éd, Paris, 2009

2.4.2.2. La tendance des F&A :

L'augmentation des fusions-acquisitions transnationales à laquelle on assiste depuis quelques années, coïncide avec une vague mondiale de fusions-acquisitions, aussi bien au plan domestique que transnational. Le montant total des fusions-acquisitions dans le monde a plus que quintuplé entre 1990 et 1999, passant de USD 407 milliards à USD 2 245 milliards. Le nombre total des fusions-acquisitions dans le monde a pratiquement triplé au cours de la même période, passant de 8 585 en 1990, à 24 113 en 1999. Les fusions-acquisitions transnationales ont représenté 30 % du montant total et 28 % du nombre de fusions-acquisitions dans le monde entier entre 1990 et 1999. En 1999, leur part s'est élevée à 35 % en valeur et à 30 % du nombre de transactions⁵⁵.

2.4.2.3. Les alliances stratégiques :

Les alliances stratégiques peuvent revêtir diverses formes, allant d'un contrat de pleine concurrence à une coentreprise. La base d'une alliance stratégique est un rapport de coopération interentreprises qui permet de renforcer l'efficacité des stratégies de concurrence des entreprises prenant part à l'alliance, grâce à un échange mutuellement bénéfique de ressources, notamment de technologies, de qualifications, etc. Selon Yoshino (1995)⁵⁶, les alliances stratégiques présentent les caractéristiques suivantes:

- Les deux entreprises (au minimum) qui unissent leurs efforts pour atteindre un ensemble d'objectifs arrêtés en commun demeurent indépendantes après la constitution de l'alliance.
- Les entreprises partenaires se partagent les avantages de l'alliance et le contrôle de la manière dont les tâches sont exécutées.
- Les entreprises partenaires apportent de façon régulière une contribution dans un domaine stratégique au moins (technologie, produits, par exemple).

Les alliances stratégiques recouvrent toute une gamme de liens interentreprises, notamment les coentreprises, les investissements sous forme de prise de participation minoritaire, des échanges d'actions, une R-D conjointe, une coproduction, une commercialisation conjointe, des accords d'approvisionnement à long terme, une distribution et des services en commun et la fixation de normes.

L'avantage des alliances stratégiques par rapport à d'autres modes d'entrée est leur souplesse, qui permet aux entreprises de répondre de façon appropriée aux changements de conditions du marché, sans pour autant qu'il faille procéder à des changements dans la structure du capital des entreprises prenant part à l'alliance.

Le nombre de nouvelles alliances stratégiques (intérieures et transnationales) a plus que sextuplé pendant la période 1989-99, passant d'un peu plus de 1 050 en 1989 (dont environ 830 transactions transnationales) à 8 660 en 1999 (dont 4 520 transactions transnationales)⁵⁷.

⁵⁵ OCDE (rapport), Le nouveau visage de la mondialisation industrielle, fusions-acquisitions et alliances stratégiques transnationales, pp 197, 2001

⁵⁶ OCDE (rapport) op, cita, p24.

⁵⁷ OCDE (rapport) , Le nouveau visage de la mondialisation industrielle, fusions-acquisitions et alliances stratégiques transnationales, pp 197, 2001

3. Les délocalisations et les nouvelles stratégies des entreprises :

3.1. Les changements dans la stratégie de la firme :

Dès la fin des années 1960, le modèle croissance fordiste rencontre ses limites endogènes : les gains de productivité ralentissent, les taux de rentabilité de l'industrie manufacturière commencent à se dégrader, la consommation de masse s'épuise, tandis qu'une ouverture (ou *extraversion*) croissante des économies sape les bases du circuit autocentré production-revenu-demande⁵⁸. Les firmes sont alors dans le besoin de trouver des solutions pour s'adapter à cette nouvelle donne en développant des stratégies de réponses comme l'affirme Robert Reich:

« La nouvelle barrière à l'entrée n'est plus la quantité ou le prix, c'est la capacité à trouver le bon accord entre des technologies spécifiques et des marchés spécifiques. Les grandes firmes ne se focalisent plus sur les produits en tant que tels ; de manière croissante, leur stratégie se concentre sur les connaissances spécialisées. »,

3.1.1. Du fordisme à production personnalisée :

L'histoire de l'évolution récente de l'environnement économique des entreprises des pays industrialisés permet d'expliquer en partie l'adoption de nouvelles manières d'organiser la production et les marchés.

3.1.1.1. La période fordiste :

Avant d'aborder les changements, il est utile de rappeler tout d'abord, les cohérences sur lesquelles, durant la croissance des « trente glorieuses », a reposé le modèle fordiste de la production et de la consommation de masse de biens standardisés.

Dans ce régime d'accumulation, un système productif organisé sur l'association de la mécanisation et des principes du taylorisme entre en cohérence avec des règles de partage de la valeur ajoutée favorables à la hausse régulière des salaires réels (par indexation sur les prix et les gains de productivité). Les caractéristiques de la demande (faible différenciation, élasticités prix et revenus élevés) correspondent à la satisfaction progressive des besoins des ménages en biens de consommation et d'équipement.

L'organisation de l'activité productive s'appuie sur une division du travail très poussée, une automatisation accrue mais rigide, un cycle production/consommation long, permettent d'obtenir des économies d'échelle sur des bases nationales ou internationales (liées déjà à la délocalisation massive des segments d'assemblage dans les pays asiatiques devenus ensuite nouveaux pays industriels)⁵⁹.

⁵⁸ El Mouhoub Mouhoud, Division internationale du travail et économie de la connaissance, Article tiré de l'ouvrage coordonné par Carlo Vercellone : *Sommes-nous sortis du capitalisme industriel ?* Editions La Dispute, pp. 121-136.

⁵⁹ El Mouhoub Mouhoud, Division internationale du travail et économie de la connaissance, Article tiré de l'ouvrage coordonné par Carlo Vercellone : *Sommes-nous sortis du capitalisme industriel ?* Editions, La Dispute, pp. 121-136.

3.1.1.2. Quelques faits stylisés du changement :

De la crise du fordisme va résulter une profonde mutation de l'organisation de la production et des marchés dont nous allons rappeler ci-après les faits stylisés les plus significatifs. Six faits stylisés pour rendre compte des mutations économiques qui ont marqué les deux ou trois dernières décennies⁶⁰ :

3.1.1.2.1. La modification des normes de consommation. :

La saturation des besoins de base liés à la consommation de biens de consommation matériels et standardisés et renforcement de la consommation immatérielle avec une plus grande sensibilité à la différenciation des produits et une versatilité accrue des comportements des consommateurs.

3.1.1.2.2. L'exacerbation de la concurrence internationale :

L'accentuation de la concurrence qui se développe de plus en plus sur le plan de l'économie mondiale est liée à la saturation des besoins primaires des ménages dans les pays développés. Cet épuisement du rôle moteur des marchés domestiques conduit les entreprises à privilégier de plus en plus la recherche de débouchés extérieurs. L'autre évolution concerne la manière dont les entreprises, en délocalisant une partie de leurs processus de production vers les pays en développement, d'Asie en particulier, ont favorisé leur émergence comme de nouveaux concurrents.

3.1.1.2.3. L'intensification de l'effort d'innovation :

Dans ce nouvel environnement économique, les firmes accélèrent leurs stratégies de différenciation des produits en augmentant les dépenses de R&D, de marketing et de publicité. Les innovations de produits répondent au besoin de compenser la saturation des marchés et l'exacerbation de la concurrence internationale dans les biens manufacturés. Pour s'adapter aux nouvelles caractéristiques de la demande les firmes adoptent progressivement de nouvelles technologies flexibles de fabrication qui se diffusent à partir des années 1970-1980.

3.1.1.2.4 L'impact de la diffusion des technologies sur chaîne de valeur :

Les nouvelles technologies de l'information et de communication permettent une gestion internationale de chaîne de valeur. Ces nouvelles technologies s'accompagnent de l'introduction de nouvelles méthodes d'organisation de la production (juste à temps, flux tendus...) et permettent de résoudre les dilemmes productivité/flexibilité occasionnés par les technologies rigides tayloriennes.

3.1.1.2.5. Des changements dans les modes de déploiement à l'étranger des firmes:

La stratégie des firmes géantes n'est plus nationale puis internationale, mais se définit de plus en plus directement à l'échelle mondiale notamment l'augmentation considérable des investissements directs à l'étranger (IDE)

3.1.1.2.6 La globalisation financière :

Les changements structurels liés à la libéralisation des mouvements des capitaux, à l'expansion des marchés boursiers et aux nouvelles formes d'interprétation entre finance et industrie s'accompagnent de la montée des turbulences monétaires et financières qui caractérise les années 1980-90.

⁶⁰ ibid.

Chapitre II : localisation, FTN et délocalisations

3.1.2 Les caractéristiques de la nouvelle ère :

Une description de cette nouvelle ère, comment la transformation s'est opérée au niveau des firmes américaines est présentée par R. Reich⁶¹ :

« La transformation ne s'est pas opérée en douceur. N'étant plus capable d'engendrer des revenus élevés à partir de la production de masse des biens standardisés, et n'étant pas en mesure de restaurer ses profits en protégeant le marché américain, en baissant les prix, ou par des manipulations financières, les grandes firmes américaines se tournent peu à peu, souvent dans la douleur, vers la satisfaction de besoins exclusifs de clients particuliers. Les firmes qui survivent et prospèrent sont passées de la production de masse à la production personnalisée ; elles l'ont fait par essais et erreurs d'une façon décousue, souvent dans un grand stress, et habituellement sans avoir clairement conscience ni de ce qu'elles faisaient ni des raisons qui les poussaient. Une transformation analogue est en train de se produire dans d'autres économies nationales qui étaient traditionnellement organisées autour de la production de masse. »

Pour résoudre aux problèmes liés à la période fordiste les firmes américaines ont adopté une stratégie de production personnalisée qui répond à une demande de plus en plus différenciée avec des clients qui sont prêts à payer plus pour un produit personnalisé qui est difficilement copiable⁶² :

« Ces nouvelles entreprises sont rentables pour deux raisons : d'une part les clients sont prêts à payer un surprix pour des biens et des services qui répondent exactement à leurs besoins, d'autre part cette production personnalisée ne peut être facilement copiée par des concurrents accoutumés à la production de masse. La concurrence continue à comprimer les profits sur tout ce qui peut être uniforme, courant, standard, c'est-à-dire sur tout ce qui peut être fabriqué, reproduit ou extrait en grandes quantités partout dans le monde ; mais les entreprises florissantes dans les nations économiquement avancées changent de terrain, et s'appuient sur des produits et des services personnalisés. »

L'autre changement dans la firme américaine est le nombre d'employés qui est moins important que celui de l'entreprise fordiste et l'organisation de l'effectif de la firme :

« L'entreprise de production personnalisée n'a plus besoin de contrôler de vastes ressources, d'encadrer des armées d'ouvriers, ni d'imposer des travaux routiniers. Aussi n'a-t-elle plus besoin d'être organisée comme les vieilles pyramides qui caractérisaient la production standard : des cadres supérieurs puissants ayant autorité sur des couches toujours plus larges de cadres moyens, situés eux-mêmes au-dessus d'un groupe encore plus nombreux d'ouvriers payés à l'heure, tous suivant des procédures d'opérations standard. »⁶³

Ce qui va nous conduire à nous intéresser à la répartition de la chaîne de valeur qui est un élément central dans cette nouvelle ère⁶⁴ :

« The starting point for understanding the changing nature of international trade and industrial organization is contained in the notion of a value-added chain ».

La division de la chaîne de valeur est élément important de la mondialisation⁶⁵ :

“An important feature of the on-going process of globalisation is product fragmentation —the cross-border dispersion of component production/assembly within vertically integrated production processes.”

⁶¹ Robert Reich, l'économie mondialisée, Dunod, Paris 1997.

⁶² Robert Reich, op. cit, p 74.

⁶³ Ibid.

⁶⁴ Gary Gereffi, John Humphrey et Timothy Sturgeon, The governance of global value chains, Review Of International Political Economy, 2005

3.2 La Chaîne de valeur :

3.2.1 Définition de la chaîne de valeur :

Le concept de chaîne de valeur a été introduit par Michael Porter⁶⁶. Porter cherche à identifier les sources de compétitivité des entreprises. Pour ce faire, il propose de décomposer rationnellement l'activité d'une entreprise ou d'une organisation comme en une série de sous-activités stratégiquement importantes pour l'entreprise, c'est-à-dire importantes pour la compétitivité de cette entreprise.

Cette décomposition des activités est permise suite au passage de l'internationalisation à la mondialisation. Pour Peter Dicken (1992; 5)⁶⁷ :

« ...que l'époque de «l'internationalisation», caractérisée par une diffusion géographique simple des activités économiques au delà des frontières nationales, cède aujourd'hui la place à une ère de « mondialisation », qui implique l'intégration fonctionnelle de ces activités géographiquement dispersées.»

La chaîne de valeur se définit comme un enchaînement d'activités permettant de créer un produit valorisable sur le marché et ce faisant de créer de la valeur. Ainsi, pour être compétitive, une entreprise doit identifier les activités qui la composent et qui sont sources de valeur.

Dicken (1994) définit la CGV comme :⁶⁸

« Une séquence transactionnellement liée de fonctions, dont chaque étape ajoute de la valeur au processus de production, qu'il s'agisse de biens ou de services ». La CVG d'un produit particulier s'étire à travers les entreprises et les frontières et est reliée-en aval, en amont ou horizontalement-aux autres chaînes de valeur. »

3.2.2 Caractéristiques de la chaîne de valeur :

Les biens de consommation offerts aux consommateurs sont en fait un ensemble de produits et de services, dont la production et la valeur relèvent de plusieurs entreprises qui gèrent chacune leur propre chaîne de valeur.

Maximiser la valeur exige de chaque entreprise, d'envisager l'ensemble de la chaîne logistique qui relie les acteurs économiques impliqués dans la production, la distribution, la vente et le recyclage du bien de consommation. Porter appelle « système de valeur » ce système de chaînes de valeur plus vaste et interconnecté.

Grâce à la fragmentation internationale de la production, des acteurs implantés en différents lieux, à travers de nombreux pays, peuvent participer au réseau de valeur.

Cela débouche sur une chaîne globale de valeur ou un réseau global de production.

⁶⁵ Prema-chandra Athukorala, Product Fragmentation and Trade Patterns in East Asia, Research School of Pacific and Asian Studies, Australian National University, Canberra.2003.pp39

⁶⁶ ERNEST & YOUNG 2002, Etude sur la constitution d'une offre territoriale différenciée, Datar, 110p. IAURIF, *Clusters mondiaux*.

⁶⁷ Auteur cité in Timothy J. Sturgeon, Conceptualiser le commerce d'intégration : Le cadre des chaînes de valeur mondiales, Commerce intégratif entre le Canada et les États-Unis – Implications stratégiques, organisée par le Centre de droit et politique commerciale, à Ottawa, le 6 décembre 2006.

⁶⁸ OCDE, Rapport, Entreprendre pour le développement 2007 : Chapitre 2, Diversification des exportations et chaînes mondiales de valeur : les leçons tirées de plusieurs études de cas, 2007.

L'OCDE(2007) distingue :

- la **chaîne de valeur** : interrelation des activités économiques au sein d'une entreprise, dans laquelle chaque étape ajoute de la valeur ;
- le **réseau de valeur ou de production** : réseau de plusieurs chaînes de valeur interdépendantes, s'étendant sur plusieurs secteurs, des fournisseurs en amont aux consommateurs en aval, et offrant des services ou d'autres ressources ;
- le **la chaîne globale de valeur (CGV)** ou le réseau global de production (RGP) : réseau de chaînes de valeur impliquant plusieurs acteurs implantés en différents lieux, à travers de nombreux pays.

Un exemple de la répartition au niveau mondiale de la chaîne de production est celui de la poupée Barbie de Feenstra 1998⁶⁹:

« Feenstra (1998), citing Tempest (1996), describes similarly the production of a Barbie doll. According to Feenstra, Mattel procures raw materials (plastic and hair) from Taiwan and Japan, conducts assembly in Indonesia and Malaysia, buys the moulds in the U.S., the doll clothing in China and the paints used in decorating the dolls in the U.S. Indeed, when many observers use the term “globalization”, they have in mind a manufacturing process similar to what Feenstra and the WTO have described. »

3.2.3 Les biens intermédiaires :

Les biens intermédiaires ou le secteur des échanges intra-branche est le secteur qui bénéficie le plus de cette baisse des coûts de transport comme que plusieurs pays (situés pour l'essentiel en Asie de l'Est) montrent que ces marchés sont accessibles aux pays à faible revenu. C'est le compartiment le plus dynamique des échanges intra-branches, le commerce des « biens intermédiaires » qui entrent dans le processus de la production⁷⁰ :

« Les pays de l'Asie de l'Est ont développé des réseaux de production qui échangent mutuellement des biens intermédiaires. En se spécialisant dans une petite partie de la chaîne de production, ils ont pris pied sur les marchés du compartiment le plus lucratif et le plus dynamique qu'est le commerce de produits manufacturés. ⁷¹ »

⁶⁹ GENE M. GROSSMAN and ELHANAN HELPMAN, Outsourcing in a Global Economy, Review of Economic Studies (2005) N° 72, 135–159.

⁷⁰ 2009 Rapport (banque mondiale) sur le développement dans le monde, Repenser la géographie économique, Vue d'ensemble. pp48.

⁷¹ Ibid.

3.3 Les délocalisations :

Introduction :

La fermeture de sites de production et l'ouverture d'une autre unité dans un pays est un fait de cette nouvelle vague de mondialisation. La délocalisation suscite un large débat dans les pays industrialisés, avec une désindustrialisation des pays développés et la montée des pays émergents. La perte d'emplois qui suit ces délocalisations ainsi que les différents types de délocalisations et autres stratégies adoptées par les firmes seront mises en évidence.

Dans la stratégie des entreprises un changement majeur a eu lieu. En remplacement de la stratégie d'internalisation dans les années 60 et 70, une nouvelle orientation de l'entreprise est mise en œuvre c'est l'externalisation comme l'affirme C.A. Michalet⁷² :

« La firme multinationale qui, à partir du début des années 1960, était devenue le principal challenger de l'Etat-nation pour le fonctionnement de l'économie mondiale, se transforme progressivement en passant du modèle fondé sur l'internalisation à celui de l'externalisation ».

3.3.1. La désindustrialisation :

Des concepts comme : la délocalisation, la désindustrialisation et l'externalisation sont utilisés partout et pour tout, le sens strict des mots doit être mis en évidence et les différences entre ces termes.

3.3.1.1. Définition de la désindustrialisation :

C.A. Michalet la définit comme suit⁷³ :

« La désindustrialisation se définit comme le recul de la part de l'industrie dans l'emploi total. La part de l'industrie dans l'emploi peut baisser, sans que l'emploi industriel recule, si l'emploi total progresse. »

3.3.1.2. L'analyse de la désindustrialisation :

La désindustrialisation est un phénomène bien plus large que celui des seules délocalisations : il s'explique également par des facteurs, internes et externes. Les facteurs internes sont par exemple les gains de productivité et l'externalisation de certaines fonctions vers le tertiaire. Les facteurs externes regroupent les conséquences de l'ouverture internationale, dont les délocalisations ne sont qu'un aspect⁷⁴.

Selon la thèse de Clark qui date de 1957⁷⁵, la désindustrialisation des économies avancées est une conséquence naturelle du déplacement de la demande des biens industriels vers les services au fur et à mesure du développement économique. Durant la longue phase d'industrialisation la demande s'est déplacé des biens alimentaires vers les biens industriels et

⁷² Charles-Albert Michalet, L'Economie politique, n°36 (10/2007).

⁷³ Ibid.

⁷⁴ Dossier : délocalisations et réductions d'effectifs dans l'industrie française, INSEE, Paris, 2005.

⁷⁵ Lionel Fontagné et Jean-Hervé Lorenzi, 2005.

Chapitre II : localisation, FTN et délocalisations

matériels et actuellement la demande et les revenus sont consommés de plus en plus dans les services comme l'affirme P. Krugman⁷⁶ :

« *Manufacturing's share of the economies of Germany and Japan has declined as fast as or faster than that in the U.S. Nor is there any mystery about the trend. Essentially, it is driven by the combination of relatively fast productivity growth in manufacturing and limited demand for manufactured goods. The general public prefers to spend most of the annual increase in its income on services.* »

Une autre explication de la désindustrialisation tient à la forte croissance de la productivité dans l'industrie et la baisse des prix relatifs des produits industriels.

Un exemple du changement dans la répartition de la population active dans les différents secteurs : Au début du XX^e siècle, 60% du PIB américain venait de l'agriculture et seulement 22% des services. En 2002, on estime 80% des emplois sont dans les services et plus de 1.2% dans le secteur agricole⁷⁷.

En France, la part de l'emploi sur le champ industrie au sens large (industrie manufacturière, IAA, énergie) dans l'emploi total diminue assez fortement en France durant les deux dernières décennies : de 26 % en 1981 à 17 % en 2003. Le même phénomène s'observe si l'on limite l'analyse à la seule industrie manufacturière⁷⁸.

Cependant, la désindustrialisation est un phénomène antérieur à la montée des pays émergents. Lionel Fontagné et Jean-Hervé Lorenzi(2005), affirment que la désindustrialisation s'est amorcée dès le milieu des années soixante aux États-Unis, et au début des années soixante-dix dans les pays de l'Union européenne, et notamment en France. Les deux auteurs estiment la part de la contribution de l'émergence des pays du Sud à la désindustrialisation est au maximum de 10 % pour la France sur la période 1970-2002.

Lionel Fontagné et Jean-Hervé Lorenzi(2005) il y a trois idées explicatives de la désindustrialisation⁷⁹ :

- le mouvement de désindustrialisation à l'œuvre depuis la fin des années soixante est d'abord un processus interne aux pays industrialisés, une étape de leur développement, résultant de la combinaison d'effets de demande et d'offre.
- la désindustrialisation largement explicable par ces facteurs internes est toutefois renforcée par la mondialisation et la montée en puissance des pays émergents.
- les délocalisations et la sous-traitance internationale associées à ce mouvement de globalisation, entraînant le développement des échanges entre pays industrialisés et émergents, ont pour contrepartie une *sélection des firmes et des unités de production les plus efficaces*. Le recul de la part de l'industrie dans l'emploi total, largement explicable par ces facteurs internes, est renforcé par la globalisation et l'ouverture croissante aux importations industrielles en provenance des pays émergents, et ceci à travers trois canaux essentiels :

⁷⁶ Paul KRUGMAN, competitiveness- a dangerous obsession, Foreign Affairs, volume 73, N°2, avril 1994.

⁷⁷ Michel-Henry Bouchet : la globalisation, op, cit.

⁷⁸ Lionel Fontagné et Jean-Hervé Lorenzi, (Rapport) Désindustrialisation, délocalisations, La Documentation française. Paris, 2005, p33.

⁷⁹ Lionel Fontagné et Jean-Hervé Lorenzi, (Rapport) Désindustrialisation, délocalisations, La Documentation française. Paris, 2005.

Chapitre II : localisation, FTN et délocalisations

- un mouvement de *spécialisation* des pays avancés dans les activités moins intensives en travail non qualifié au sein de l'industrie, et dans des activités de services;
- une *pression concurrentielle* accrue des pays du Sud à laquelle les firmes du Nord réagissent par la recherche d'efficacité, et dont les effets passent par les prix (qui doivent s'ajuster à la baisse), la productivité (qui doit progresser rapidement) et finalement l'emploi industriel (qui recule dans les industries affectées par cette concurrence) ;
- enfin des *délocalisations* d'activités, participant de la réorganisation des firmes sur une base mondialisée.

Les délocalisations et la sous-traitance internationale constituent simplement une nouvelle manifestation du développement des échanges entre pays industrialisés et pays émergents.⁸⁰

3.3.2. La délocalisation :

3.3.2.1. Définitions de la délocalisation et de l'externalisation (*outsourcing*):

Pour Lionel Fontagné et Jean-Hervé Lorenzi⁸¹ :

« La délocalisation se définit comme la fermeture d'une unité de production en France, suivie de sa réouverture à l'étranger, en vue de réimporter sur le territoire national les biens produits à moindre coût, et/ou de continuer à fournir les marchés d'exportation à partir de cette nouvelle implantation. »

Le terme externalisation (*outsourcing*) est utilisé pour désigner le fait qu'une entreprise développe pour son propre compte une ou plusieurs activités de production ou de services à l'extérieur de celle-ci. Cette externalisation peut avoir lieu à l'intérieur du pays dans lequel est localisée l'entreprise (*domestic outsourcing*) ou bien à l'étranger (*outsourcing abroad*).

3.3.2.2. La sous-traitance :

On parle de sous-traitance lorsqu'une entreprise dite donneur d'ordre confie à une autre entreprise appelée « sous-traitant » ou « preneur d'ordres », pour un cycle de production déterminé, une ou plusieurs opérations de conception, de transformation, de fabrication, de construction ou de maintenance d'une produit⁸². Les services sont également concernés par la sous-traitance, notamment en matière d'études, de comptabilité, d'ingénierie, de R&D, de publicité, d'informatique ou de conseil juridique. La plupart de ces services peuvent être recherchés également à l'étranger (sous-traitance internationale).

L'entreprise appelée sous-traitant ou « preneur d'ordres » est tenue de se conformer strictement aux spécifications techniques ou commerciales des produits et des services que le donneur d'ordre arrête en dernier ressort.

La sous-traitance internationale se comprend comme une forme de multinationalisation de l'entreprise. Toutefois la sous-traitance internationale correspond à un transfert mais sans

⁸⁰ Lionel Fontagné et Jean-Hervé Lorenzi, (Rapport) Désindustrialisation, délocalisations, La Documentation française. Paris, 2005.

⁸¹ Lionel Fontagné et Jean-Hervé Lorenzi, op, cit.

⁸² OCDE (2005), Manuel de l'OCDE sur les indicateurs de mondialisation économique, Section 5.4.2, Chapitre 5.

Chapitre II : localisation, FTN et délocalisations

investissement dans le pays d'accueil⁸³. La sous-traitance internationale peut prendre diverses formes dont les trois plus importantes sont⁸⁴ :

- **La sous-traitance internationale ordinaire.** Elle concerne des produits dont la technologie de production est banalisée et ne nécessite aucune spécification particulière autre que des normes industrielles connues de toutes les entreprises d'un secteur.
- **La sous-traitance internationale sur spécifications propres.** Dans ce cas l'entreprise donneuse d'ordre indique de façon précise les caractéristiques du produit qu'elle fait fabriquer.
- **La production sous la marque du donneur d'ordre.** C'est une variante des deux formes précédentes, à laquelle s'ajoute la disparition de la mention du sous-traitant. Cette forme de sous-traitance, largement employée dans la grande distribution, est aussi appelée sous-traitance ou production « OEM ». Une forme plus élaborée de la sous-traitance OEM est la sous-traitance "ODM" (**Original Design manufacturer**), dans laquelle le sous-traitant est propriétaire du design, voire de la technologie de l'objet fabriqué. Dans ce cas, l'entreprise qui sous traite en ODM ne fait qu'appliquer sa marque par dessus.

3.3.3. Les bénéfices des délocalisations, leurs limites et la relocalisation :

3.3.3.1.les délocalisations et leurs bénéfices :

3.3.3.1.1. Quelques chiffres sur les délocalisations :

Parmi les emplois délocalisés, un peu moins de la moitié sont à destination des pays dits « à bas salaires », tandis que les pays développés représentent 53 % des emplois⁸⁵.

Parmi les pays émergents, la Chine est la première destination de délocalisation, avec un tiers d'emplois délocalisés sur la période 1995-2001. Les très grands groupes, employant plus de 5 000 salariés en France représentent plus de la moitié des emplois délocalisés. Ce poids est un peu plus faible parmi les délocalisations à destination des pays à bas salaires (47 %)⁸⁶.

3.3.3.1.2. Les bénéfices des délocalisations :

- Les consommateurs qui trouvent toute sorte de biens et de services avec des prix et une disponibilité acceptable. Le bénéfice est également évident pour les entreprises, qui absorbent dans leur processus de production une part croissante d'importations à bas prix en provenance du Sud, réalisant au passage des gains de productivité.
- Une partie de ces gains se retrouve dans les salaires ; une autre partie de ces gains se retrouve dans la baisse des prix relatifs des biens manufacturés, ce qui soutient la demande pour les produits industriels.

⁸³ Jean-Louis Amelon et Jean-Marie Cardebat, op, cita, p107.

⁸⁴ Fabrice MAZEROLLE, Economie Internationale, 2008

⁸⁵ Lionel Fontagné et Jean-Hervé Lorenzi, op, cit.

⁸⁶ ibid

Chapitre II : localisation, FTN et délocalisations

- Au passage, les délocalisations et la sous-traitance favorisent l'émergence d'une demande solvable dans le pays émergent accueillant ces usines. Comme l'affirme G. Mankiw⁸⁷ :

«Les bénéfices à attendre de ces délocalisations pouvaient s'analyser dans les termes traditionnels des gains du commerce international : la production de ce qui peut être importé à moindre coût n'a pas de raison d'être maintenue sur le territoire national, même si l'arrêt de cette production implique un ajustement pour les firmes concernées et leurs employés. »

- Dans l'analyse des entreprises deux priorités⁸⁸ :
 - l'accès aux marchés en expansion ;
 - bénéficier de coûts de production faibles, d'une main d'œuvre qualifiée et dans certains cas de financements plus aisés de leurs centres de R&D.
- **Le recentrage** « *focusing* » : L'autre bénéfice de l'entreprise est de lui permettre de se concentrer sur le cœur du métier et ne pas se soucier des tâches qui ne rentrent pas directement dans le processus de production, comme l'affirme T. Sturgeon⁸⁹:

” *Firms that outsource a large share of their manufacturing no longer have to carry the financial, administrative, and technical burdens of fixed capital related to production (i.e., plant and equipment), allowing them to focus on innovation and become more organizationally and geographically flexible*”

L'entreprise sous-traite la majorité des tâches pour des entreprises spécialisées pour se focaliser sur des tâches qui procurent une valeur ajoutée importante comme le design:

«A significant share of American firms are adapting to volatile and intensely competitive market conditions by "outsourcing" manufacturing functions to specialized merchant suppliers. At the same time, "brand-name" firms have reasserted control over product definition, design, and marketing functions, which are largely being kept in-house.⁹⁰ »

- L'externalisation pour Helpman⁹¹ dépasse la simple délégation de tâches qui peuvent être sous-traité mais une véritable coopération entre les partenaires:

« *To us, outsourcing means more than just the purchase of raw materials and standardized intermediate goods. It means finding a partner with which a firm can establish a bilateral relationship and having the partner undertake relationship-specific investments so that it becomes able to produce goods or services that fit the firm's particular needs*».

- Une étude du McKinsey⁹² sur l'externalisation des services vers l'Inde par les entreprises américaines, affirme que les emplois perdus lors des délocalisations n'est qu'une facette

⁸⁷ Gregory Mankiw, dans son : *Economic Report of the President transmis au Congrès en février 2004.* »

In Lionel Fontagné et Jean-Hervé Lorenzi, (Rapport) Désindustrialisation, délocalisations, La Documentation française. Paris, 2005.

⁸⁸ Lionel Fontagné et Jean-Hervé Lorenzi, (Rapport) Désindustrialisation, délocalisations, La Documentation française. Paris, 2005.

⁸⁹ Sturgeon, Timothy J, Does Manufacturing Still Matter? The Organizational Delinking of Production from Innovation, Berkeley Roundtable on the International Economy, UC Berkeley, 1997, pp20.

⁹⁰ Sturgeon, Timothy, op. cit.

⁹¹ GROSSMAN & HELPMAN, Outsourcing in a global economy, Review of Economic Studies (2005) 72, 135–159.

⁹² McKinsey Global Institute, Who wins in offshoring, December 2003.

Chapitre II : localisation, FTN et délocalisations

de l'externalisation et les effets positifs sont aussi importants et ils sont source de création de la valeur, à travers :

- économiser de l'argent. Pour chaque dollar de externalisé sur des services aux entreprises qui externalisent, les entreprises américaines économisent 58 cents, principalement dans les salaires.
- de nouveaux revenus. Les compagnies indiennes qui fournissent des services ont besoin de biens et de services eux-mêmes, s'étendant des ordinateurs et de l'équipement de télécommunications à l'expertise légale, financière, et de vente. Souvent, ils achètent ces derniers des compagnies américaines.
- Revenus rapatriés par ces mêmes des entreprises qui multinationales.
- Travail redéployé : l'épargne en capital peut être investie pour créer les nouveaux emplois.

3.3.3.1.3. Les impacts négatifs au des délocalisations:

Les emplois les plus défavorisées et les moins mobiles du travail (les non qualifiés) sont les affectés⁹³. Des exemples de pertes d'emplois :

- Entre 1994 et 2001, les États-Unis ont créé 17.2 millions d'emplois nets, mais essentiellement dans les services (15.8 millions). En revanche, l'industrie manufacturière au cours de la même période a perdu 723 000 emplois.⁹⁴
- Environ 95 000 emplois manufacturiers ont été supprimés en France entre 1995 et 2001 à cause des délocalisations, ce qui correspond à 2.4 % du total des effectifs de l'industrie manufacturière⁹⁵.

3.3.3.1.4 Les motivations des délocalisations :

Les raisons qui poussent les entreprises à délocaliser peuvent être différentes selon le secteur et la forme que prend la délocalisation (auprès de ses filiales ou à travers la sous-traitance auprès de firmes non affiliées). Tandis que pour le choix de location des investissements directs, le principal critère semble être la nécessité de présence locale sur des marchés en croissance, en ce qui concerne les délocalisations de la production, toutes les enquêtes montrent que la motivation principale est la réduction des coûts.⁹⁶

Selon l'enquête du cabinet A. T. Kearney⁹⁷ 36% des entreprises qui délocalisent le font pour bénéficier des coûts de production moins chers et 16% pour augmenter leurs chiffres d'affaires (Voir la figure N°1).

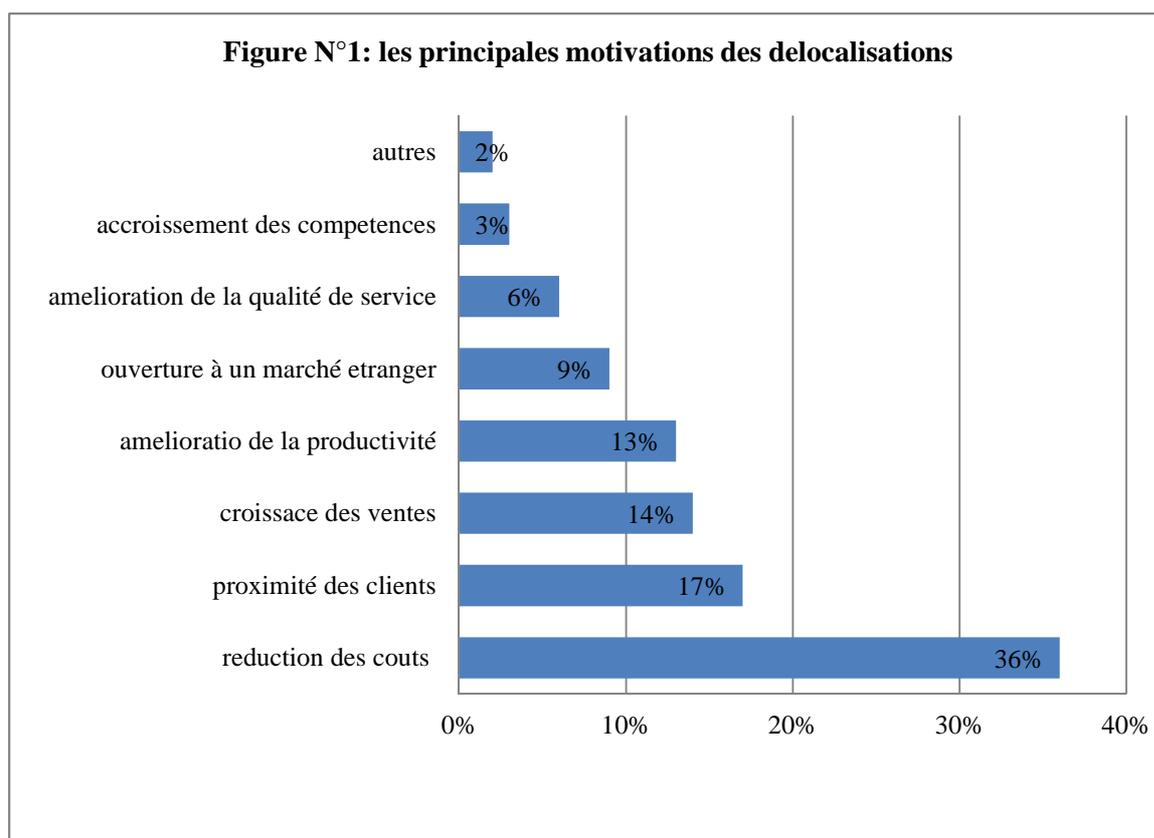
Les coûts associés à la main-d'œuvre ne se limitent pas aux différences de coûts salariaux unitaires. Les réglementations du marché du travail-conditions de recours aux heures supplémentaires, règles d'embauche et de licenciement- jouent aussi⁹⁸.

⁹⁴ OCDE p56, op, cit.

⁹⁵ ibid

⁹⁶ OCDE, l'impact des délocalisations sur l'emploi : problèmes de mesure et implications politiques, 2005.

⁹⁷ Enquête citée par l'OCDE, op, cit.



Source: OCDE d'après l'enquête du cabinet A.T.Kearney.

3.3.3.2. La délocalisation un phénomène plutôt limité ? :

3.3.3.2.1. Les limites du phénomène de délocalisation :

Cependant, il serait excessif de conclure que les différences de coûts de la main-d'œuvre devraient à terme mener à la délocalisation de l'ensemble de l'industrie des pays développés vers les pays à bas salaires. Il existe en effet des freins naturels à la délocalisation d'unités de production nationales vers l'étranger⁹⁹.

D'une part, des considérations de coûts d'opportunité interviennent. Lorsque des unités de production existent déjà sur le territoire national, les coûts fixes d'implantation ont déjà été payés et ne peuvent pas, pour l'essentiel, être récupérés par l'entreprise. Le déplacement de ces unités de production vers des pays à bas salaires impliquerait de payer une seconde fois ces coûts d'implantation. Il ne suffit donc pas que les coûts de production à l'étranger soient inférieurs aux coûts de production sur le territoire national pour qu'une délocalisation ait lieu.

D'autre part, produire à l'étranger est coûteux pour les entreprises, du fait de l'éloignement des pays à bas salaires. Une production à l'étranger pour servir le marché national génère en effet des coûts supplémentaires, de transport notamment. La conservation

⁹⁸Lionel Fontagné, Thierry Mayer, Les choix de localisation des entreprises, troisième partie, Éditions La Découverte, collection Repères, Paris, 2005.

⁹⁹ Dossier : délocalisations et réductions d'effectifs dans l'industrie française, INSEE, Paris, 2005.p2.

Chapitre II : localisation, FTN et délocalisations

d'unités de production sur le territoire national est également un atout pour vendre sur le marché domestique¹⁰⁰.

En outre, les pertes d'emplois doit être considérée comme faisant partie d'un processus continu de restructuration économique. Les changements technologiques, les récessions économiques, des changements dans la demande des consommateurs, la restructuration des entreprises, et des politiques publiques (y compris la libéralisation du commerce et de la réglementation environnementale) peuvent et le font souvent suite à des pertes d'emplois¹⁰¹.

3.3.3.2.2. Limites de l'externalisation :

Face aux différents gains associés à l'externalisation de la production, les problèmes qui freinent ce phénomène sont¹⁰² :

- Le problème des coûts de transports avec la hausse des prix du pétrole
- Le problème de manque de flexibilité/réactivité aux évolutions du marché (possibilité de rupture de l'approvisionnement)
- Le problème de perte de maîtrise du processus (réduction du savoir-faire, de propriété intellectuelle mise en péril, baisse de la qualité et perte de l'image de marque).

3.3.3.3. La Relocalisation la tendance inverse :

Le rapatriement des activités dans les pays d'origine constitue le phénomène inverse des délocalisations¹⁰³. Il n'est pas excessivement rare de constater que certaines activités qui étaient délocalisées à l'étranger retournent dans les pays d'origine. Le plus souvent, cela arrive lorsque les délocalisations n'ont pas apporté aux entreprises les bénéfices escomptés, ou bien lorsque les conditions pour le développement des activités délocalisées se sont nettement améliorées dans le pays d'origine ou détériorées dans les pays de délocalisation.

Dans beaucoup de pays, les autorités publiques cherchent à obtenir le rapatriement des activités délocalisées, surtout lorsqu'il s'agit d'activités créatrices d'emplois ou de forte valeur ajoutée.

¹⁰⁰ Michel-Henry Bouchet : la globalisation, Pearson Education, Paris, 2006.

¹⁰¹ McKinsey Global Institute, Who wins in offshoring, DECEMBER 2003

¹⁰² Jean-Louis Amelon et Jean-Marie Cardebat, op. cit., p111.

¹⁰³ OCDE

Conclusion du chapitre :

Dans ce chapitre nous avons traité les différentes théories de localisations. De la théorie de Hymer des avantages spécifiques qui était le premier à expliquer comment une firme qui s'implante à l'étranger et subit de ce fait des coûts de délocalisation de sa production, peut rester compétitive face aux entreprises locales qui, au contraire, produisent sur leur propre marché en passant par la théorie de cycle de Vernon et celle des *OLI* de Dunning . Nous avons aussi traité les disciplines dans l'économie qui s'intéresse à la localisation géographique comme l'économie géographique et les forces d'agglomération des entreprises dans des endroits données et la nouvelle économie géographique. Ensuite, nous avons tenté de présenter les firmes transnationales, leurs caractéristiques et leurs puissances. Ces FTN réalise des investissements à travers des IDE et d'autres formes d'investissements comme les fusions & acquisitions et les joint-ventures.

Les stratégies des multinationales ont connu beaucoup de changements des le début des années 70, elles ont passé de stratégies d'internalisation à une stratégie d'externalisation. Cette vague d'externalisation ont agi sur la chaine de valeur du produit qui est fragmentée. Des éléments de cette chaine sont alors « sous-traités » par d'autres entreprises. Cette externalisation peut également prendre la forme d'une délocalisation dans le cas où tout le produit est produit à l'étranger.

La portée des ces changements au niveau des stratégies des firmes n'ont pas laissés les Etats indifférents, les éléments de (ou toute) la chaine de valeur délocalisés, feront l'objet de toutes les convoitises. Les politiques d'attractivité et ensuite du rattrapage économique de certaines Etats avec une nouvelle géographie de la production qui est en train de se former, feront l'objet du prochain chapitre.

Introduction :

Les changements dans l'économie mondiale qui sont le fait des différents acteurs de la mondialisation à commencer par les firmes multinationales n'ont pas laissé les Etats indifférents dans cette course à d'attirer le maximum d'IDE. Ainsi, cette course a fait émerger une nouvelle vague de rattrapage et de convergence économique. Nous allons dans ce chapitre nous intéresser aux différents déterminants de l'attractivité et de la compétitivité. Les pays émergents faisant partie de cette nouvelle géographie de la production de la richesse et les raisons de leur montée comme des acteurs importants dans l'économie mondiale.

1 Les nouveaux défis de l'attractivité à l'ère de la mondialisation :

1.1. L'attractivité des territoires :

Les firmes transnationales sont des acteurs importants dans la création de richesses et de développement économique. Le « nomadisme » des firmes pousse les Etats à travers les politiques économiques à réagir pour retenir et attirer davantage de FTN. À l'ère de la mondialisation la « chasse » aux IDE nous conduit à évoquer une autre fois l'action publique dans l'économie et les différentes modalités d'intervention étatique dans le cadre de l'insertion et la compétition dans l'économie mondiale.

Dans la phase actuelle de mondialisation on ne peut pas dissocier la mondialisation du territoire. Quand nous évoquons le territoire qui renvoie à une construction d'acteurs dans la proximité avec une idée d'échelle relationnelle directe, de connaissance et de coordination. Cette construction renvoie justement aux changements induits par la mondialisation.

1.1.1. Le passage de la discrimination à l'attraction

Les firmes transnationales que nous venons d'étudier dans le deuxième chapitre ont fait l'objet de nombreuses discriminations pour les dissuader de pénétrer les marchés. C-A Michalet¹ explique cette situation en ces termes :

« Implicitement ou explicitement, durant les années 60 et 70, les pays ont opéré une discrimination entre les investissements nationaux et les investissements étrangers. De façon schématique, alors que les premiers étaient considérés comme naturellement "bons", les seconds inspiraient la méfiance sinon la crainte, au mieux, un mal nécessaire qu'il fallait circonscrire et contrôler. »

Cette perception de l'IDE et de l'entreprise étrangère a changé dès le début des années 1980 et s'est confirmée dans les années 1990 comme l'écrit C-A Michalet² :

« Les années 80 ont été marquées par un mouvement généralisé de révision des codes d'investissement dans les pays du Sud d'abord, puis dès le milieu de la décennie dans les pays de l'Est et, finalement, en

¹ Charles-Albert MICHALET, globalisation, attractivité et politique industrielle, in : made in France, tome 2, vol. 2, paris, éditions hachette, 1993.

² Ibid, p 139.

Chapitre III : la nouvelle géographie de production de la richesse

Union Soviétique. Avec la globalisation, l'objectif principal des Etats n'est plus de contrôler les activités des firmes étrangères, il est d'abord de les attirer.»

Selon la CNUCED (2001), entre 1991 et 2000, 1185 modifications au total ont été apportées aux régimes nationaux réglementant les IDE, dont 1121 (soit 95 %) ¹ visaient à faciliter ces investissements.

Le pays en développement, ont fait un retournement doctrinal sur la manière d'appréhender les capitaux étrangers avec l'adoption des politiques d'ajustement structurel dans le cadre du consensus de Washington. À l'attitude de suspicion qu'il s suscitaient, se substitue alors une volonté de séduction.

1.1.2. Le territoire :

Le diagnostic des avantages de localisation confère au territoire un caractère évaluatif. La hiérarchisation de ces avantages désigne les gagnants et les perdants de la mondialisation ².

1.1.2.1. Les caractéristiques du territoire

Avant de définir l'attractivité il est important de d'étudier le concept du ce qui est attractif à savoir le territoire. Le territoire représente à la fois ³ :

- Un système d'externalités technologiques localisées, c'est-à-dire un ensemble de facteurs aussi bien matériels qu'immatériels, qui, grâce à l'élément de la proximité et à la réduction des coûts de transaction qu'elle comporte, peuvent devenir aussi des externalités patrimoniales ;
- Un système de relations économiques et sociales qui contribuent à la constitution du capital relationnel ou du capital social d'un certain espace géographique ;
- Un système de gouvernance local, qui rassemble une collectivité, un ensemble d'acteurs privés et un système d'administrations publiques locales.

1.1.2.2. Le concept d'attractivité :

Selon Yannick Lung et M. Mezouaghi ⁴ :

« L'attractivité d'un territoire (pays, région, ville) c'est sa capacité d'attirer des facteurs de production dont la mobilité internationale s'accroît dans un contexte de globalisation. »

« L'attractivité se définit aussi comme la capacité à attirer dans un espace donné des capitaux étrangers, de nouvelles firmes et de nouvelles activités mais également la capacité à les retenir ».

¹ Sandrine Levasseur « Investissements directs à l'étranger et stratégies des entreprises multinationales », Revue de l'OFCE 5/2002 (n° 83 bis), p. 103-152.

² Malika Hattab-Christmann et Mihoub Mezouaghi, l'attractivité : du « concept » aux politiques publiques, in M. Mezouaghi (dir), localisation industrielles au Maghreb : attractivité, agglomération et territoires, éd Karthala et IRMC, 2009. Pp37-60.

³

⁴ Yannick Lung et Mihoub Mezouaghi, dynamiques d'agglomération des activités productives au Maghreb et attractivité territoriale, in M. Mezouaghi (dir), localisation industrielles au Maghreb : attractivité, agglomération et territoires, éd Karthala et IRMC, 2009. P14.

Chapitre III : la nouvelle géographie de production de la richesse

Une autre définition est celle de **B. Mérenne-Schoumaker**¹ :

« L'attractivité d'un territoire peut être définie comme la capacité à attirer sur ce territoire les activités nouvelles et les facteurs de production mobiles (capitaux, équipements, entreprises, travailleurs qualifiés). Mais l'attractivité ne peut se limiter à cet aspect offensif ; elle a aussi une dimension défensive via la capacité à retenir les entreprises existantes. »

Pierre Veltz (2004)² définit l'attractivité comme une notion complexe qui, appliquée aux territoires, doit tenir compte des interactions entre trois facteurs :

- la mondialisation industrielle en parallèle de la globalisation financière, dans un univers d'échanges et de production de plus en plus transnationaux ;
- la métropolisation (polarisation de l'économie) ;
- le mode d'organisation des firmes (et pas seulement des grandes firmes).

1.1.2.3. Les caractéristiques de l'attractivité

L'attractivité est selon la Direction Générale du Trésor et de la Politique Économique (2006) un concept pertinent pour mesurer la capacité d'un territoire pour³ :

- attirer l'implantation de nouveaux établissements ;
- attirer les capitaux ;
- attirer la main-d'œuvre hautement qualifiée.

1.1.2.4. L'attractivité du territoire : l'apport de la nouvelle économie géographique

Le principal champ théorique pouvant justifier l'attractivité d'un territoire se matérialise à travers la contribution des partisans de la Nouvelle Économie Géographique et plus particulièrement celle de Krugman (1991). En partant du postulat des théories classiques du commerce international, Krugman a démontré que les échanges internationaux étaient possibles même en l'absence d'avantages comparatifs, en raison des seuls rendements croissants procurés par les économies d'échelle. Il affirme que l'une des actions essentielles de l'économiste consiste à comprendre pourquoi les activités économiques apparaissent et se développent à tel endroit plutôt que dans tel autre⁴.

¹ **B. Mérenne-Schoumaker**, De la compétitivité à la compétence des territoires. Comment promouvoir le développement économique ?, territoires (s) wallon(s) • hors série 2007.

² Auteur cité par Patrizia Ingallina, L'attractivité des territoires in L'attractivité des territoires : regards croisés: regards croisés, L'attractivité en question, actes du séminaire PUCA, février-juillet 2007.

³ Olszak Eric , « Développement durable et attractivité des territoires dans l'Union Européenne, opposition ou convergence ? » , *Géographie, économie, société*, 2010/3 Vol. 12, p. 279-305.

⁴ Olszak Eric , « Développement durable et attractivité des territoires dans l'Union Européenne, opposition ou convergence ? », op, cit.

Chapitre III : la nouvelle géographie de production de la richesse

1.1.3. Les facteurs déterminant dans le succès d'un territoire :

Pour que le territoire puisse faire face à la concurrence qui est désormais mondiale il doit satisfaire les conditions suivantes¹ :

1.1.3.1.L'innovation :

C'est pour tous les intervenants un facteur majeur que l'on peut assimiler à la capacité de créer, d'évoluer, de s'adapter, de changer. Cette innovation intervient partout dans la production, la vente, la gestion, la formation, l'organisation. Elle ne peut donc être réduite à l'innovation technologique qui est certes importante mais qui n'est pas le seul paramètre du développement.

1.1.3.2.La formation :

Pas de développement territorial sans une population bien formée, à la fois son élite mais aussi tous les citoyens. L'objectif d'un secteur de formation efficace est non seulement d'amener chacun à se former, c'est-à-dire à acquérir des savoirs et des savoir-faire mais encore et surtout des savoir-être.

1.1.3.3.L'insertion dans les réseaux :

Dans un monde marqué par la montée des interdépendances et ce à toutes les échelles, les réseaux jouent un rôle déterminant. Il s'agit bien entendu des réseaux formels comme informels dans lesquels les nouvelles technologies de l'information et de la communication ont un rôle essentiel. Pour être efficaces, ces réseaux doivent déboucher sur de vrais partenariats. L'insertion dans les réseaux permet d'être mieux informés, d'atteindre une masse critique, de mieux savoir prévoir, de mieux savoir évoluer

1.1.3.4.L'identité territoriale.

Les territoires qui gagnent ont généralement une forte identité. Celle-ci a pour origine un ensemble de valeurs que les partenaires partagent ainsi qu'une fierté traduisant le souhait.

1.1.3.5.Une gestion stratégique.

Une stratégie, c'est la capacité à se projeter dans l'avenir, à baliser des futurs possibles, à se donner des objectifs. La gestion territoriale ne peut être que stratégique ce qui impose de construire des projets réalistes et partagés par les acteurs et de se doter d'un calendrier et d'un système d'évaluation des actions.

1.1.3.6.La gouvernance.

En matière de développement territorial, c'est un facteur important facilitant la compréhension entre acteurs (institutions publiques, entreprises, associations...), la possibilité d'un travail en commun et la coordination de leurs actions.

¹ **B. Mérenne-Schoumaker**, De la compétitivité à la compétence des territoires. Comment promouvoir le développement économique ?, territoires (s) wallon(s) • hors série 2007.

1.2. La compétitivité des territoires :

Introduction :

C'est ce que va nous conduire à nous intéresser au concept de compétitivité qui n'est pas loin du premier et son application au niveau national est sujet à débat. Dans une économie mondialisée, les territoires et non seulement les entreprises rivalisent entre eux d'une façon de plus directe¹. Pour *Philippe Thiard*.² :

« Pour être attractif, un territoire doit être compétitif et vice-versa ».

1.2.1. Définition de la compétitivité :

La compétitivité est une notion plus complexe qui concerne à l'origine les entreprises et qui s'applique, par extension, aux nations ou régions. Pour une entreprise, la compétitivité désigne avant tout sa capacité à faire face à la concurrence étrangère. Pour un pays ou une région, seule une augmentation de la productivité permet d'accroître la richesse d'une nation ; c'est donc la seule mesure pertinente de la performance économique d'un territoire. La définition de la compétitivité territoriale a ainsi évolué d'une notion centrée sur les échanges extérieurs à un objectif d'amélioration du niveau de vie et du bien-être social³.

Pour le *Competitiveness Policy Council* (1992)⁴ :

« La compétitivité est la capacité à fabriquer des biens et des services qui répondent aux exigences des marchés internationaux, tout en offrant aux citoyens un niveau de vie qui, tout à la fois s'élève et puisse être préservé à long terme ».

La définition de la compétitivité⁵ d'une nation est :

« La capacité à améliorer durablement le niveau de vie de ses habitants et à leur procurer un haut niveau d'emploi et de cohésion sociale. »

1.2.2. Le territoire compétitif :

Pour Philippe THIARD⁶, Le territoire compétitif doit, pour le rester, attirer continuellement de nouveaux investisseurs, de nouveaux savoir-faire, le renouvellement local des facteurs de production ne pouvant suffire, comme le montre la fragilité des districts industriels italiens, cela d'une part. D'autre part, la compétitivité par les coûts ne cesse de perdre de l'importance. Les facteurs de compétitivité hors-prix tels que l'organisation de l'entreprise et sa capacité à innover dans tous les sens du terme (innovation technologique, commerciale, marketing).

¹ Roberto Camagni « Compétitivité territoriale, milieux locaux et apprentissage collectif : une contre-réflexion critique », *Revue d'Économie Régionale & Urbaine* 4/2002 (octobre), p. 553-578.

² Philippe THIARD, *Attractivité et compétitivité : offre territoriale, approches marketing et retombées*, in *L'attractivité des territoires : regards croisés: regards croisés, L'attractivité en question*, actes du séminaire PUCA, février-juillet 2007.

³ Ibid.

⁴ Cité par Michèle Debonneuil et Lionel Fontagné (Rapport), *Compétitivité*, La Documentation française. Paris, 2003.p12

⁵ Lionel Fontagné et Michèle Debonneuil, *Compétitivité*, La Documentation française. Paris, 2003

⁶ Philippe THIARD, op, cita, p

Chapitre III : la nouvelle géographie de production de la richesse

1.2.3. Les facteurs déterminants de l'avantage concurrentiel d'un pays :

Nous allons maintenant étudier dans quelle mesure les caractéristiques, la culture et l'environnement d'un pays ou les politiques de son gouvernement peuvent influencer la compétitivité internationale de ses entreprises.

1.2.3.1. Culture et caractéristiques nationales :

Chaque pays ou ensemble de pays partageant un certain nombre de valeurs et de cultures, ont des modèles économiques propres à eux. Le modèle anglo-saxon est différent du modèle d'économie sociale du marché allemande, différent lui aussi du modèle asiatique. En dépit du faussé qui les séparent, chacun de ces modèles apparemment conflictuels semble avoir obtenu sa part de réussite économique. Il est utile cependant de rappeler que chacun de ces modèles possède des qualités et des faiblesses propres à lui.¹

“There is another view, of course, and it comes from the rich literature on different ways that organizations and markets are shaped by political and business institutions. The “Japanese model” and J-firm, the “German model,” and the like, are different ways that advanced capitalist activity can be organized.”²

“There are, however, a number of admirable types and examples of more or less liberal markets. One size does not fit all and at all times. Apart from the American model, there are others which include those in the Scandinavian countries, France, Germany, Switzerland, Canada and Asia. Both pluralism and specific discipline operate in each of these market systems. »³

1.2.3.2. L'environnement économique :

L'environnement économique d'un pays peut être une source importante d'avantage concurrentiel. Si la compétitivité internationale n'est décrite que d'une manière quantitative étroite, les prix et les coûts de production deviennent les déterminants clés de la compétitivité d'une entreprise. Au plan national, les prix et les coûts sont affectés par les taux d'inflation et les taux de change. Les fluctuations des taux de change à court terme peuvent aussi bien avoir un effet positif qu'un effet négatif sur la compétitivité.

A long terme, les taux de change sont moins susceptibles d'affecter la compétitivité à moins que le taux réel ne soit constamment hors des limites par rapport à la parité des pouvoirs d'achat des monnaies.

1.2.3.3. Le diamant de Porter

Porter propose d'expliquer pourquoi certains pays semblent produire des industries plus florissantes que d'autres. Porter identifia quatre facteurs déterminants pour l'avantage

¹ Andrew Harrison, Ertugrul Dalkiran et Ena Elsey, Business international et mondialisation : vers une nouvelle Europe, 1ère édition, De Boeck, 2004, p352.

² Michael Storper, Territories, Flows, and Hierarchies in the Global Economy, in et Trevor J. Barnes et al, Reading Economic Geography, The Blackwell, 2004, p 271.

³ Miroslav N. Jovanović, Evolutionary Economic Geography: Location of production and the European Union, Routledge, 2009, p196.

Chapitre III : la nouvelle géographie de production de la richesse

national, connu sous le nom « diamant de porter », qui fournissent individuellement et collectivement les conditions de la compétitivité internationale.

1.2.3.3.1. Les dotations en facteurs :

Porter fait une distinction entre les facteurs fondamentaux et les facteurs avancés. Les facteurs fondamentaux regroupent les ressources naturelles, le climat et les compétences globalisées la force de travail. Les facteurs avancés englobent des moyens de communication sophistiqués, une force de travail hautement qualifiée, et des services d'assistance spécialisés ; tels sont les facteurs les plus importants en la matière d'avantage concurrentiel.

1.2.3.3.2. les conditions de la demande:

La nature de la demande sur le marché du pays d'origine d'une entreprise a été identifiée comme un autre facteur significatif dans la détermination de l'avantage national. Le type de bien demandé sur le marché d'origine et les attentes des consommateurs se sont avérés être particulièrement importants.

1.2.3.3.3. Les industries connexes et de soutien

Porter insiste sur l'importance de posséder des industries connexes et de soutien basées localement et compétitive au plan international. Les industries connexes sont des industries impliquées dans des activités similaires ou complémentaires comme les produits chimiques et l'encre d'imprimeries (deux industries qui utilisent des processus). Les industries de soutien sont celles qui fournissent les matières premières, les composants et d'autres facteurs de production.

1.2.3.3.4. Les stratégies, structure et positionnement de l'entreprise

Porter a mis en évidence l'importance d'une harmonie entre les stratégies et les objectifs d'une entreprise et l'organisation des entreprises dans l'industrie d'une part et ses sources d'avantages concurrentiels d'autre part. Donc, par exemple, dans la culture unie et autoritaire japonaise, les entreprises sont organisées en réseaux, les pratiques de travail sont hautement intégrées et il existe de forts objectifs d'entreprise. Une rivalité nationale intense permettait aussi de pousser l'industrie à innover et à se moderniser.

1.3. Les différentes formes d'agglomération:

Nous ne pouvons pas étudier la compétitivité sans étudier les formes de réponse et de promotion de la compétition de la région et de la nation qui le Cluster dans le cas américain et les autres formes d'agglomération à travers le monde des différences existent entre ces différentes agglomérations mais leur élément commun le plus important est cette capacité d'innover et de concurrencer et demeurer compétitif à l'ère la mondialisation.

1.3.1. Définition du cluster:

Michael Porter¹ définit le cluster comme suit:

“A cluster is a geographically proximate group of interconnected companies and associated institutions in a particular field, linked by commonalities and complementarities. The geographic scope of a cluster can range from a single city or state to a country or even a group of neighboring countries.”

Fabrice HATEM² définit un *cluster* comme :

« la présence, sur un même espace géographique de taille relativement limitée, de firmes, centres de recherche-développement, universités, organismes financiers très compétitifs appartenant au même domaine de spécialisation et organisés au sein de réseaux de collaboration à la dynamique autonome, caractérisés par une innovation continue et des transferts d'innovation aisés » .

L'OCDE retient le terme de « pôles d'activités dynamiques » pour rassembler toutes ces formes de « clusters ».

Dans un contexte de remise en cause constante des atouts concurrentiels des pays, la réponse apportée par les pouvoirs publics met de plus en plus l'accent sur le rapprochement régional des entreprises, des individus et des savoirs afin de rendre les régions plus compétitives et plus innovatrices. Favoriser les clusters ou les concentrations, dans une région donnée, d'entreprises et d'acteurs complémentaires contribuent à cet objectif.

1.3.2. Les différentes formes de *clusters* :

Des termes très divers pour désigner des réalités parfois proches, l'OCDE distingue³:

- *Système productif local* : organisation productive particulière localisée sur un territoire correspondant généralement à un bassin d'emploi. Cette organisation fonctionne comme un réseau d'interdépendances constituées d'unités productives ayant des activités similaires ou complémentaires qui se divisent le travail (entreprises de production ou de services, centres de recherche, organismes de formation, centres de transfert et de veille technologique, etc.).
- *District industriel* : entité socio-territoriale caractérisée par la présence active d'une communauté de personnes et d'une population d'entreprises dans un espace géographique et historique donné.
- *Cluster* : voir la définition précédente. Celle-ci se distingue de celle donnée pour le système productif local par une insistance plus forte sur la notion de « capacité à générer des projets innovants ».

¹ Michael E. Porter, *Locations, Clusters, and Company Strategy*, Chapter 13, — GORDON L. CLARK MARYANN P. FELDMAN et MERIC S. GERTLER, *The Oxford handbook of economic geography*, Oxford University Press 2000.

² Fabrice HATEM, *Le rôle des clusters dans les politiques d'attractivité, in regards croisés: regards croisés, L'attractivité en question, actes du séminaire PUCA, février-juillet 2007.*

³ OCDE.

Chapitre III : la nouvelle géographie de production de la richesse

- *Technopole* : site de quelques dizaines d'hectare (quelques centaines pour les plus grands) aménagé par les autorités locales de développement pour accueillir des activités spécialisées, liées à des technologies innovantes.
- *Pôle de compétitivité* : politique publique visant à valoriser la présence sur un même espace géographique de centres de recherches publics et privés et d'industries de pointe en incitant celles-ci à coopérer pour le développement de projets innovants .
- *Agglomération (ou métropole) polyvalente* : aire géographique caractérisée à la fois par un très large bassin de consommation et de main d'œuvre et une grande diversité d'activité.
- *Agglomération (ou métropole) spécialisée* : aire géographique où se concentrent de nombreuses activités appartenant au même secteur ou à la même filière. Lorsque cette filière concerne une activité à haute intensité technologique, on parle parfois d'une technopole.

Conclusion :

L'action publique a pour tâche primordiale d'aider à constituer un réservoir interne et externe de compétences, en promouvant l'organisation de marchés et de réseaux. Tout ce que nous venons d'évoquer dans cette partie de la première section est le fait des Etats pour permettre une insertion des leurs économie dans l'économie mondiale ou permettre à l'économie nationale d'être et de mieux profiter dans un monde de concurrence.

Les stratégies d'insertion diffèrent selon les pays et les régions. Toutefois ces stratégies ont un objectif commun fait partie des réseaux mondiaux de la production dans les différents secteurs de l'économie. Chaque pays essaye d'attirer le maximum d'investisseurs. Les pays émergents ont pu et su comment attirer des investissements et des parts de plus en plus importantes de l'économie mondiale est réalisés par ces pays. Ces pays seront l'objet des deux autres sections de ce chapitre.

2. La montée des pays en développements et des pays émergents :

2.1. Les changements dans l'économie mondiale:

Pour Fernand Braudel, *Nous sommes entrés dans une nouvelle économie-Monde*, cette nouvelle ère est caractérisée par l'arrivée des économies du Sud et de l'Est asiatique dans l'économie mondiale. Daniel Cohen la qualifie comme un nouvel affrontement qui remplace celui de l'Est et l'Ouest à une nouvelle ère de confrontation entre le Nord et le Sud :

« *Les affrontements entre l'Est et l'Ouest ont fait place à l'opposition Nord-Sud, marquée par l'arrivée de la Chine et de l'Inde dans l'économie capitaliste.* »¹

Une autre analyse du changement en cours est de C.A.Michalet² :

« *En premier lieu, il inverse la relation impérialiste. Depuis Lénine, inspiré par Hobson, l'économiste anglais du tout début du XXe siècle, la thèse la plus répandue était que l'épargne excédentaire des économies les plus industrialisées de l'époque, la Grande-Bretagne et la France, nourrissait des exportations de capitaux vers les économies moins développées et, souvent, colonisées. Aujourd'hui, ce sont les capitaux accumulés par les économies émergentes qui financent l'économie la plus puissante du monde.* »

2.1.1. La nouvelle géographie de l'économie mondiale

2.1.1.1. La nouvelle géographie de la croissance

L'amélioration des performances économiques des pays émergents et en développement ouvre une nouvelle ère où la croissance est différente entre le monde développé et les économies émergentes et en développement (tableau N°)

Tableau N° 1: croissance entre zones géographiques mondiales :

croissance	2000	2005	2008	2009	2012
Economies avancées	2,7	2,4	1,9	1,2	1,5
Economie émergentes	5,1	6,6	6,2	5,7	6,2

Source : FMI

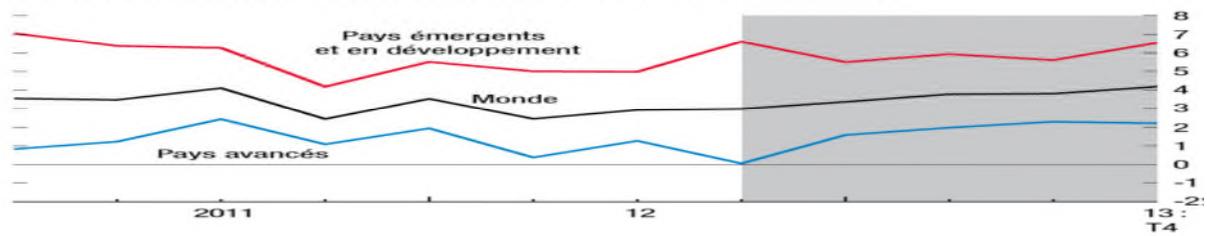
Cette période est caractérisée par une importante croissance qui des les pays émergents et en développement qui enregistre des performances que les pays du Nord ne peuvent réaliser dans le meilleur des cas que le tiers de la croissance enregistré au Sud.

L'évolution de cette disparité entre les taux de croissance des pays à revenu faible ou intermédiaire, d'une part, et des pays à revenu élevé, d'autre part, apparaît plus clairement (figure N°2). Il est manifeste qu'une remontée de grande ampleur des taux de croissance relatifs est intervenue au bénéfice des pays à revenu faible et intermédiaire vers le début du nouveau millénaire.

¹ Daniel Cohen, Trois leçons sur la société post-industrielle, 2006.p2.

² Charles-Albert Michalet, Comment la globalisation oblige à remettre en cause certains concepts économiques, L'Economie politique, n°36 (10/2007).

Figure N°2 : évolution de la croissance entre pays développés et pays en développement
(En pourcentage; d'un trimestre à l'autre; annualisé)



Source : FMI.

2.1.1.2. La nouvelle géographie du commerce :

Une nouvelle géographie du commerce se dessine et refaçonne le paysage économique mondial. Les pays du Sud et de l'Est jouent un rôle de moins en moins périphérique et de plus en plus central dans le commerce mondial. L'une d'elles tient à l'importance croissante du Sud en tant que producteur, marchand et consommateur sur les marchés mondiaux. La part du Sud dans le commerce mondial a considérablement augmenté au cours des 20 dernières années, s'établissant en 2004 à 30 % contre 20 % au milieu des années 80. Le Sud devient aussi une destination importante des exportations des pays développés¹.

2.1.1.3. Une nouvelle destination pour les IDE

Pour la première fois (2010), les pays en développement et les pays en transition ont ensemble absorbé plus de la moitié des flux mondiaux d'IDE. Les sorties d'IDE de ces pays ont également atteint des niveaux records, la majeure partie de ces investissements allant à d'autres pays du Sud². En revanche, les flux d'IED vers les pays développés ont continué de diminuer. Cette tendance s'est confirmée en 2011 où les pays en développement, les entrées d'IDE, en progression de 11 %, ont atteint le montant record de 684 milliards de dollars. Dans les pays en transition, la progression a été de 25 %, pour un montant de 92 milliards de dollars. Les pays en développement et les pays en transition ont représenté 45 % et 6 % de l'IED mondial, c'est plus de la moitié des flux d'IDE.³

2.1.2. Les raisons du succès : Les explications théoriques de la croissance rapide des économies émergentes :

Plusieurs explications sur sont avancées sur la croissance rapide des économies émergentes. Nous allons citer quelques une de ces théories⁴.

2.1.2.1. Les théories du développement économique :

Aucune théorie ne peut expliquer à elle seule pourquoi certains pays ont des économies plus développées que d'autre.⁵ Nous allons citer les quatres approches théoriques qui ont été

¹ (CNUCED 2004)

² CNUCED, Rapport sur l'investissement dans le monde, 2011.

³ CNUCED, Rapport sur l'investissement dans le monde 2012,

⁴ Andrew Harrison, Ertugrul Dalkiran et Ena Elsey,

⁵ Andrew Harrison, Ertugrul Dalkiran et Ena Elsey, op, cit p 252.

Chapitre III : la nouvelle géographie de production de la richesse

avancées depuis la deuxième guerre mondiale. Chacune d'elles a été influencé par une perspective idéologique particulière, est le produit d'une période particulière de l'histoire contemporaine, ou a été développée en réponse à des idées plus anciennes. Elles tentent toutes d'expliquer les différents modes de développement présents à travers le monde bien qu'il n'y ait pas de théorie complète de développement¹.

2.1.2.1.1. Les théories relatives aux étapes du développement économiques

Cette théorie consiste à analyser le développement d'un pays comme une série de stades est la théorie des « étapes de la croissance économique » de Rostow. Rostow était un historien de l'économie qui affirmait que les états passaient par cinq stades de développement économique : la société traditionnelle, les conditions préalables au décollage par une croissance autosuffisante, le décollage, le progrès vers la maturité et l'ère de la consommation de masse. La société traditionnelle se réfère non seulement à une société agraire de subsistance mais également à une communauté fermée et autosuffisante ayant des croyances fatalistes quand à son incapacité de changer ses habitudes². Les conditions préalables aux décollages sont peut-être des aspects les plus intéressants de cette théorie dans une perspective de développement économique. À ce niveau on assiste à une transition culturelle ou philosophique du fatalisme et du déterminisme vers l'entrepreneuriat et la prise du risque. Les machines commencent alors à remplacer les simples méthodes de production basées sur le travail intensif, le commerce avec d'autres sociétés apparaît et des organisations commerciales sont créées. L'étape de décollage nécessite d'investir dans des industries de production clés et d'accroître la mécanisation et la migration sociale vers les villes ; cette étape décrit ce qu'on appelle la révolution industrielle. Au moment du progrès vers la maturité, un pays développe une nouvelle technologie et produit des biens toujours plus sophistiqués.

2.1.2.1.2. La théorie de la dépendance :

La théorie de la dépendance se concentre sur la dépendance des pays en développement sur les pays riches. Certains de ses partisans ont une approche marxiste. D'autres cherchent seulement à rendre les nations plus pauvres capables de devenir politiquement et économiquement indépendantes. Beaucoup de pays en développement furent précédemment sous la souveraineté d'une puissance coloniale. Ils étaient souvent dépendants à la fois politiquement et économiquement. Même lorsqu'ils gagnent leur indépendance, les liens économiques avec leur pays colonisateurs peuvent être difficile à rompre et les industries qui se sont développées sous les règlements canoniaux peuvent avoir privilégié les intérêts de la puissance coloniale plutôt que les leurs. Cette culture de la dépendance est décrite comme un frein à leur développement. En fait, certains défenseurs de ce point de vue estiment que la croissance économique traditionnelle n'est pas le chemin le plus propice pour les pays en développement.

¹ Andrew Harrison, Ertugrul Dalkiran et Ena Elsey, op, cit

² Ibid.

Chapitre III : la nouvelle géographie de production de la richesse

2.1.2.1.3. Le renouveau néoclassique

Les années 1980 ont vu un renouveau des théories libérales néoclassiques. Des auteurs comme Deepak LAL et Jagdish BHAGWATI ¹ ont estimé que les marchés compétitifs exempts d'interventions gouvernementales et la promotion de libre-échange sont les meilleures recettes pour l'efficacité et la croissance. Cela les conduit à prôner la privatisation, la déréglementation du marché et la libéralisation du commerce extérieur et des investissements. Ces politiques sont devenues prédominantes pour le FMI, la Banque mondiale et l'OMC durant les dernières années. Plusieurs pays parmi lesquels le Chili, l'Argentine et le Pérou ont adopté ces politiques.

2.1.2.1.4. La théorie de la croissance endogène :

La théorie de la croissance endogène tente d'expliquer l'importance des facteurs internes au sein d'une économie. Ces facteurs servent à expliquer pourquoi les pays se développent à des taux différents. Il est dit que la croissance à long terme provient non seulement de l'existence de forces de l'économie libérale mais également de l'investissement dans l'infrastructure et dans les activités intenses d'apprentissage comme l'éducation, la recherche et le développement et les nouvelles technologies. Étant donné que ce type d'investissement crée des économies d'échelle externes, supérieures aux bénéfices qui seraient dégagés par un investisseur privé, cette théorie est parfois utilisée pour justifier l'implication du secteur public.

2.1.2.2. Dotation en facteurs et valeurs culturelles :

L'une des plus anciennes idées sur les fondements du développement économique est que la taille et la qualité des ressources naturelles d'un pays déterminent son taux de progression économique. Les pays ayant de grands volumes de terres arables, de ressources minérales, un climat favorable ou un emplacement géographique stratégique qu'ils aient des économies hautement développées. C'est parfois par exemple, des États-Unis et le Canada qui ont de grands secteurs agricoles productifs qui exploitent leurs grands espaces. Mais d'autres exemples comme le Nigeria et la Lybie ont de grandes ressources d'hydrocarbures sans que ces ressources soient une source d'un décollage économique.

2.1.2.3. Épargne interne et investissement étranger :

Les théories du développement économique reconnaissent souvent l'importance de l'épargne et de l'investissement. Il est également intéressant de noter que la plupart des économies tigrées asiatiques ont des taux d'épargne atteignant parfois les 40 ou 45% du PIB. Ceci doit être comparé aux taux d'épargne très faibles de beaucoup des pays les plus pauvres de la planète. L'épargne représente une volonté de renoncer à une consommation immédiate en faveur d'un investissement dans une capacité de production future ou dans une consommation future.

¹ Auteurs cités par Andrew Harrison, Ertugrul Dalkiran et Ena Elsey, op, cit, p 254.

Chapitre III : la nouvelle géographie de production de la richesse

2.1.2.4. La libéralisation commerciale et la réforme du marché :

La libéralisation, qu'il s'agisse du commerce extérieur ou des marchés nationaux, est souvent perçue comme l'un des déterminants principaux au développement économique. Cette position a été adoptée par le FMI, la Banque mondiale et l'OMC. C'est également la vision de nombreux hommes d'affaires et investisseurs. Cette conception, est bien entendu basée sur la perception néoclassique de l'économie de marché.

2.1.2.5. La stabilité macroéconomique

Une comparaison entre l'Amérique latine, l'Europe de l'Est et Est asiatique démontre l'importance de parvenir à une stabilité macroéconomique. Les économies d'Argentine, du Brésil et d'autres pays d'Amérique latine qui ont connu de graves problèmes économiques pendant les années 1980 illustrent clairement la nécessité de contrôler l'inflation et les dettes publiques importantes. De la même façon, l'expérience du processus de transition de l'Europe de l'Est pendant les années 1990 suggère que la stabilité macroéconomique est un préalable à un rétablissement réussi.

2.1.2.6. La politique industrielle gouvernementale

Des politiques industrielles sélectives ont joué un rôle clé dans les économies du Japon, de la Corée du Sud, de Singapour, de Taiwan et d'autres pays de l'est de l'Asie, bien que ce soit moins vrai dans le cas de Hong Kong. En occident, l'intervention industrielle prend souvent la forme de subventions, de réductions de taxes ou de primes régionales. Dans l'est de l'Asie, l'intervention a été en tout points intrusive. Au Japon, par exemple, les agences gouvernementales ont des liens étroits avec certaines industries.

2.2.: les éléments de cette nouvelle géographie :

2.2.1. Les différentes appellations et les critères de sélections :

2.2.1.1. Le changement des appellations du « monde émergent » :

Du terme « Tiers Monde » proposé par Alfred Sauvy, nous sommes passé à la notion de Pays en Développement (PED). Plus récemment, les quatre dragons et cinq tigres en Asie ont obtenu l'appellation de Nouveaux Pays Industrialisés (NPI). La notion d'« émergence » est une notion financière, qui correspond à l'ouverture dans les années 1990 des marchés boursiers dans un certain nombre de pays en développement, favorisant ainsi le recours à l'investissement étranger¹. Antoine Van Agtmael, économiste néerlandais à la Société financière internationale (filiale de la Banque mondiale), est le premier à utiliser l'expression "émergents" en 1981². Cet économiste les a qualifiés de marchés émergents parce que le placement de capitaux semblait particulièrement attractif. Actuellement, cette émergence nous amène souvent aux pays les plus en vue qui sont les BRIC ou depuis 2010 les BRICS avec l'Afrique du Sud comme nouvel élément de ce groupe. Ce groupe tient son nom de l'économiste Jim O'Neill économiste à Goldman Sachs, en 2001.

¹ Jérôme Sgard, Qu'est-ce qu'une économie émergente, et est-ce encore dangereux ?, CEPII, in Jean-Joseph Boillot (dir) Onze questions sur les grandes économies émergentes, Le Club du CEPII, avril 2009.

² Le Monde du 25.01.2010.

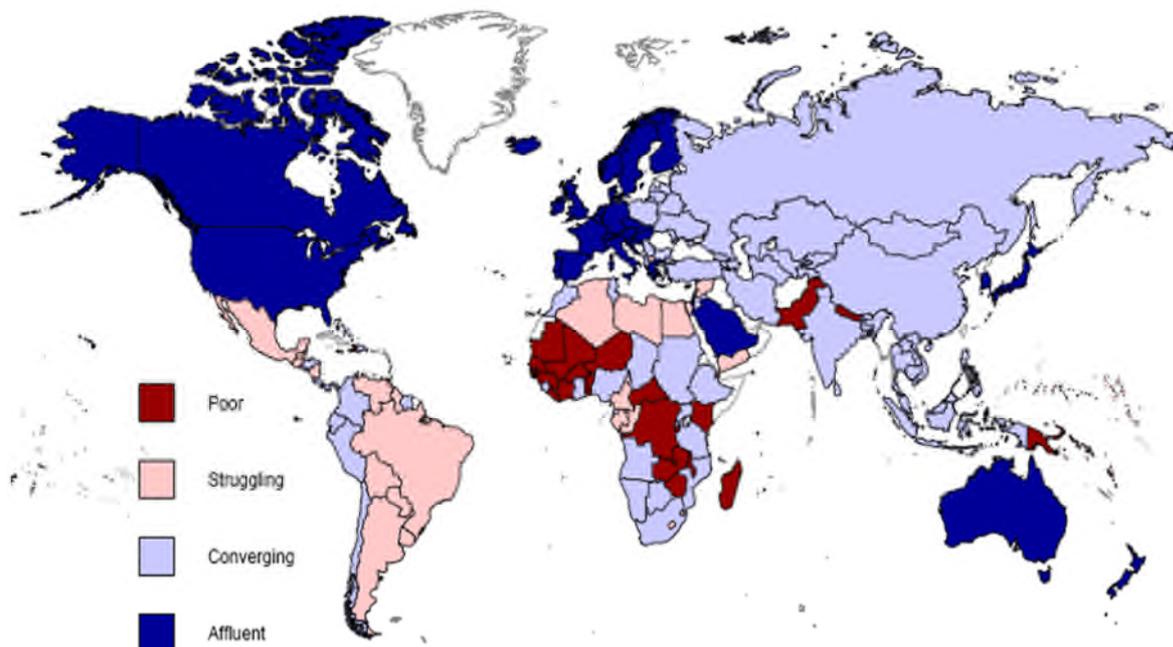
Chapitre III : la nouvelle géographie de production de la richesse

2.2.1.2. La classification des pays selon le niveau de développement :

Avant de parler des pays émergents et des autres PVD à croissance rapide. Il est nécessaire de donner le classement des pays selon le niveau de développement. Une classification, réalisée en 2007, par James Wolfensohn¹, ancien président de la Banque mondiale, a présenté une catégorisation de l'économie mondiale s'appuyant sur le cadre d'un «monde à quatre vitesses» (voir la carte N°). Il a ainsi identifié quatre groupes de pays :

- **Les pays riches (*affluent*)**, qui dominent l'économie mondiale depuis un demi-siècle. Ils n'abritent que 20 % de la population de la planète mais représentent de 70 à 80 % du revenu mondial. Selon Wolfensohn, ces pays pourraient continuer d'améliorer leur niveau de vie mais leur leadership est de plus en plus menacé par le groupe suivant ;
- **Les pays convergents (*converging*)**, qui composent un groupe de pays pauvres ou à revenu intermédiaire affichant depuis un certain temps un taux de croissance élevé. C'est là que l'on trouve par exemple la Chine et l'Inde, qui seront bientôt des leaders mondiaux ;
- **Les pays à la traîne (*struggling*)**, qui affichent des performances irrégulières, quoique parfois fortes. Ils ne bénéficient généralement d'aucune aide internationale et ont relativement peu de poids dans les décisions internationales ;
- **Les pays pauvres (*poor*)**, dont les revenus stagnent ou baissent. Ce dernier groupe de pays (essentiellement situés en Afrique subsaharienne) retire peu de fruits de la mondialisation.

Carte N°1 : le monde à quatre vitesses dans les années 2000.



Légende :

Poor : pays pauvres

struggling : pays en difficulté

Converging : pays convergents

affluent : pays riches

Source : OCDE, Perspectives du développement mondial 2010 : Le basculement de la richesse. (Résumé)

¹ Cité par OCDE (rapport), Perspectives Du Développement Mondial, Le Basculement De La Richesse, 2010, Ocdé 2010.

Chapitre III : la nouvelle géographie de production de la richesse

2.2.1.3.L'émergence :

2.2.1.3.1. Définition de l'émergence :

L'émergence renvoie à la croissance plus rapide d'un pays que la moyenne mondiale, à la croissance de son commerce extérieur et à l'augmentation de son poids relatif dans l'économie mondiale.

Une économie émergente est une économie qui s'ouvre, qui croît rapidement et qui attire les capitaux : ouverture, croissance et attractivité¹.

L'émergence aussi c'est le passage d'une économie de l'exploitation agricole à l'industrialisation. Bien que leur produit national brut (PNB) par tête soit encore inférieur à celui des habitants des pays développés, et que leurs besoins d'infrastructures (voies de communication, logement) restent importants, ils occupent une place importantes dans les enjeux globaux et les négociations internationales d'aujourd'hui.

2.2.1.3.2. L'émergence un phénomène déjà ancien :

Ce concept d'émergence s'impose dans l'actualité autant économique et médiatique. Mais il est plus ancien qu'on le croit généralement : la Grande-Bretagne de la fin du XIXe siècle qui, redoutant l'affirmation – l'émergence – de l'Allemagne. De même que la montée du Japon après la seconde guerre mondiale était une émergence².

Pour ce qui est des grands pays comme la Chine et l'Inde, des anciennes civilisations, qui ont fortement influence le développement actuel du monde, ils ont contribué pour une grande part dans la croissance mondiale jusqu'au milieu du XIX^e siècle, sont actuellement de retour pour jouer un rôle de plus en plus central dans l'économie mondiale et non pas de nouveaux venus selon J. Kay :

*“If there are economic historians around a few hundred years from now, what they will find remarkable may not be the relative rise of China and India in the twenty-first century, but the relative decline of these countries in the nineteenth and twentieth. Two hundred years ago, no one knew what gross domestic product was, far less how to measure it. But painstaking research by economic historians, notably Angus Maddison, gives us estimates. China and India then accounted for almost half of world production.”*³

Une explication de l'émergence et la réussite de quelques pays en développement tandis que d'autres s'appauvrissent est avancée par P.R. Krugman⁴ en ces termes :

« Manifestement, les pays en voie de développement ne sont pas tous semblables, sinon en ce qu'ils ont tous un revenu per capita inférieur à celui des pays développés ».

¹ Jean-Louis Amelon et Jean-Louis Cardebat, les nouveaux défis de l'internationalisation : quel développement pour les entreprises après la crise ?, De Boek Bruxelles, 2012.p 42.

² Axelle Degans, Les Pays émergents – ces pays émergents qui font basculer le monde, disponible sur : http://www.scienceshumaines.com/ces-pays-emergents-qui-font-basculer-le-monde_fr_27711.html

³ J. Kay, 'The importance of history and geography', *Financial Times*, 16 January 2006, cité par: Miroslav N. Jovanović, *Evolutionary Economic Geography Location of production and the European Union*, chap 4, Market structure and location of production, Routledge 2009.

⁴ P.R. Krugman, la mondialisation n'est pas coupable, la Découverte, Paris 1998, p140.

Chapitre III : la nouvelle géographie de production de la richesse

2.2.1.3.3. Les critères de qualification des pays d' « émergent » :

Pour Michel Fouquin¹, la capacité de rattrapage dépend de trois éléments fondamentaux : le niveau initial de développement économique, la croissance et enfin le niveau de participation aux échanges mondiaux. Si l'on regarde les données macro-économiques, on voit qu'il existe au moins autant de pays qui rattrapent que de pays qui n'opèrent aucun rattrapage.

Pour définir les grands émergents, les deux auteurs, avancent deux critères : d'une part, un PIB dont le poids est supérieur à 1% du PIB mondial ; d'autre part, un faible niveau de revenu par tête même exprimé en parité de pouvoir d'achat comme dans les tableaux ci-contre. Brésil, Chine, Inde, Mexique et Russie répondent à ces deux critères en 1993 comme en 2004. Sur la période 1990-2004, la Chine et l'Inde sont les deux grands pays qui progressent le plus en termes d'économie et d'échanges mondiaux.

François Lafargue² identifie les critères d'appréciation des économies émergentes :

- une progression de son commerce extérieur supérieure à celle des échanges internationaux : La part de la Chine, par exemple, dans le commerce international est passée de 3,65% en 2000 à 9,6 en 2009, ce qui représente en valeur une augmentation de 380%³.
- Une hausse régulière du PIB et du revenu par habitant :
- La présence de capitaux étrangers placés sur une longue durée. Parmi les pays en développement, les principaux récipiendaires des IDE sont la Chine, le Brésil, le Mexique, la Russie, l'Inde, l'Arabie Saoudite et l'Afrique du Sud⁴.
- Des entreprises de taille mondiale implantée dans plusieurs pays : et dont le capital en majorité ou en partie est détenu par des actionnaires privés.
- Une économie diversifiée qui ne repose pas sur l'exportation des matières premières.
- Une économie émergente offre des perspectives prometteuses grâce à son dynamisme démographique et au nombre croissant de consommateurs : la seule augmentation annuelle des populations en Chine, en Inde et au Brésil (460 millions en 2009) correspond à la population de l'UE.

2.2.1.3.4. Les économies émergentes :

Un consensus se dégage autour de l'émergence des BRIC. Mais l'émergence ne concerne pas seulement ces pays, d'autres pays sont en train de connaître des taux de croissance économiques importants et une intégration de plus en plus importante dans l'économie mondiale. Nous assistons à un phénomène où⁵ :

« *L'émergence est une marée qui monte par vague successives* ».

¹ Michel Fouquin et Françoise leMoine, in Jean-Joseph Boillot (dir) Onze questions sur les grandes économies émergentes, *Le Club du CEPIL*, avril 2009.

² François Lafargue, des économies émergentes aux puissances émergentes, questions internationales N°51, septembre-octobre 2011.

³ Ibid.

⁴ ibid

⁵ Jean-Louis Amelon et Jean-Louis Cardebat, op, cit, p60.

Chapitre III : la nouvelle géographie de production de la richesse

Au cours des années 1980 et 90 ont connu la croissance des économies tigres du Sud-est asiatique. Ces pays en développement ont connu une industrialisation rapide et les taux de croissance annuels de leurs économies ont parfois atteints deux chiffres¹. Cette progression ne s'est pas limitée au Sud-est asiatique. Plusieurs autres pays de l'Asie et d'Amérique latine ont connu également de forts taux de croissance économique.

D'autres pays accèdent à l'émergence. Les pays candidats qui présentent des signes de dynamique caractéristiques, sont ceux des deux catégories citées par James Wolfensohn, c'est-à-dire les pays convergents et les une partie des pays à la traîne.

Une nouvelle vague d'émergence, selon la banque Crédit Agricole, le G13, qui regroupe : l'Afrique du Sud, l'Argentine, l'Égypte, l'Indonésie, l'Iran, la Malaisie, le Mexique, le Nigeria, les Philippines, la Thaïlande, la Turquie, l'Ukraine ou le Vietnam. Ces treize pays ont la caractéristique de peser plus sur le plan économique et autant sur le plan démographique. Ils partagent avec les BRIC une croissance en partie tirée des exportations ainsi qu'une surreprésentation asiatique : avec cinq pays dans ce groupe, l'Asie confirme son statut de zone la plus dynamique du monde. Mais la nouveauté vient e représentants africains ou moyens-orientaux.

Un autre groupe, le N11, ou groupe des 11 suivants, est repéré par J. O'Neill en 2005² : Indonésie, Mexique, Turquie, Nigeria, Philippines, Iran, Arabie Saoudite, Afrique du Sud, Thaïlande, Viêtnam et Venezuela.

Ces nouveaux pays attractifs pour les pays et connaissent une dynamique comparable à celles des BRIC, et pourraient prendre le relais de la croissance mondiale dans les années à venir³.

2.3. Les BRIC comme fer de lance de cette nouvelle géographie de l'économie mondiale :

2.3.1. Qui sont les BRIC ?

Les BRIC (Brésil, Russie, Inde, Chine) ont été définis comme les marchés les plus prometteurs de la planète par Jim O'Neill, économiste à Goldman Sachs, en 2001.

Ces quatre pays sont le moteur de la croissance économique mondiale, dont ils représentent 50 % entre 2000 et 2008 ; la Chine arbore depuis plus de dix ans une croissance insolente à deux chiffres et détient le 2e PIB mondial depuis 2011. J. O'Neill estime qu'ils représenteront 40 % de la croissance économique mondiale vers 2025.

Tous quatre sont des pays-continent. Leurs atouts sont :

- La Chine est un « exportateur manufacturier hyper compétitif » ;
- L'Inde se spécialise dans les services informatiques ;
- Le Brésil est un agro exportateur redoutable ;

¹ Andrew Harrison, Ertugrul Dalkiran et Ena Elsey, Business international et mondialisation : vers une nouvelle Europe, 1ere édition, De Boeck, 2004, p249.

² Goldman & Sachs, 2007.

³ OCDE (rapport), La Mondialisation Économique Origines et conséquences, Les Essentiels de L'OCDE, 2012.

Chapitre III : la nouvelle géographie de production de la richesse

- La Russie mise sur ses atouts énergétiques.

Si les différentes classifications ne font pas le consensus sur l'émergence. Le poids grandissant des BRIC ne laisse pour l'ombre d'un doute. Ces pays s'affirment comme exemple parfait de la nouvelle composante mondiale de la richesse et de sa nouvelle répartition. Ces pays hétéroclite disposent d'un nombre d'atouts qui les rend plus attractifs que les autres pays émergents et en développement.

2.3.2. Les atouts de BRIC :

Pour les seuls pays BRIC, quelques chiffres, d'après la HSBC¹ :

- La classe moyenne indienne compte plus de 330 millions de personnes
- Les autorités chinoises ont investi plus de 700 milliards de dollars dans des infrastructures.
- La Russie compte pour 38 % des ressources naturelles mondiales
- L'indice boursier du Brésil a cru de 120 % en 2009
- Les prévisions de croissance du PIB sont toujours soutenues en 2011 : 4,4 % au Brésil, 4,2 % en Russie, 8,4 % en Inde et 9,2 % en Chine contre respectivement 7,6 %, 3,9 %, 8,9 % et 10,2 % en 2010.
- Les pays BRIC totalisent plus de 40 % de la population mondiale. En outre, la population est relativement jeune : 30 % de la population indienne à moins de 15 ans, 25 % au Brésil. Cette démographie induit une forte consommation domestique dans les années à venir.
- Des ressources naturelles abondantes :
Les ressources naturelles sont abondantes dans les pays BRIC. Leur demande explose ce qui contribue à alimenter la croissance de ces pays.
- Les fondamentaux économiques et financiers en progression.
Les marchés BRIC sont aujourd'hui des places financières incontournables. Leurs réserves de change sont en très forte progression et figurent parmi les principales réserves de change du monde.
- La consommation des ménages est en constante augmentation au sein des pays BRIC. Leur croissance est supérieure à celle de l'Europe et des États-Unis réunies.
- En 2012, l'investissement étranger direct (IED) dans les cinq pays des BRICS a atteint 263 milliards de dollars, plus du triple d'il y a dix ans. C'est 20% du total mondial de 1.300 milliards recensés par la (CNUCED). Les BRICS ont investi de leur côté à l'étranger 126 milliards de dollars, soit 9% du total mondial, contre sept milliards seulement en 2000 (1%). La Chine avec 54% du total des BRICS et la Russie avec 40% sont les principaux investisseurs à l'étranger.
Près de la moitié (46%) de ces flux d'IED ont été dirigés vers la Chine. Le Brésil en a attiré le quart, la Russie 17% et l'Inde 10%².

¹ <http://www.hsbc.fr/1/2/hsbc-france/particuliers/epargner-et-investir/produits/bourse-et-opcvm/en-detail-pays-emergents>

² CNUCED 2013.

3 La nouvelle ère dans l'économie mondiale :

Introduction :

Un nouveau monde est en train de se dessiner avec l'arrivée des économies du Sud et de l'Est comme des éléments importants dans l'économie mondiale. Une ascension qui ne cesse d'être confirmée et qui, selon beaucoup d'études prospectives, sera plus importante dans l'avenir. Une nouvelle ère dans l'économie mondiale.

Après le rattrapage de certains pays de l'Asie de l'Est d'autres sont en train de connaître des montées spectaculaires comme l'a écrit Michel Beaud¹ :

« Dans le reste du monde, le phénomène le plus spectaculaire est l'émergence, par vagues successives, de pays à croissances rapides, comme, dans les années 1985-1995, en Asie de l'Est et du Sud-Est. ».

3.1. Du rattrapage au basculement ?

La mondialisation permet aux entreprises de fragmenter leurs processus de productifs et disséminer la production des biens intermédiaires entrants (les intrants) dans la composition d'un bien final à travers la planète. Pour autant, les logiques d'agglomérations jouent toujours un rôle crucial dans la localisation des activités.

3.1.1. Le rattrapage :

3.1.1.1. La logique d'agglomération d'activités : l'économie géographique :

La localisation des activités économiques répond à une logique de type centre-périphérie. Krugman a développé un modèle économique qui explique clairement cette logique. Il distingue entre les forces de dispersion et les forces d'agglomération².

Ce modèle justifie l'existence de centres économiques, comme la banane européenne. Ces centres se constituent sous l'effet de forces centripètes. D'abord via des effets de prix : dans les centres, la demande est plus forte car il y a une forte densité de la population attirée par la présence d'entreprises et donc d'emplois. On constate en effet cumulatif et auto-entretenu car les entreprises sont attirées par la demande de la population et la population par les perspectives d'emplois, les deux se regroupent pour éviter les coûts de transports.

En revanche, une trop forte agglomération d'activités peut déboucher sur des effets de congestion : saturation des réseaux de transport, pénurie de main-d'œuvre, trop forte concurrence, etc. dans ce cas, les forces centrifuges conduiront à une dispersion de l'activité vers la périphérie où les salaires comme la concurrence sont moindres.

La raison de ce renversement réside dans le fort accroissement des salaires qui résulte de la tendance de l'industrie à s'agglomérer au sein d'une seule région. Ce qui rend les régions peu industrialisées plus attractives.¹

¹ Michel Beaud, Le basculement du monde (1997). p27

² Voir section 1 chap. II

Chapitre III : la nouvelle géographie de production de la richesse

La dispersion des activités dans le monde notamment avec la baisse des coûts de transports et le développement des moyens de communication qui permettent une coordination au niveau planétaire des activités des entreprises. Cette dispersion a permis la constitution de régions dynamiques notamment dans les pays émergents et autres pays en développement qui commencent à prendre un rattrapage et une convergence vers les niveaux de développements des pays industrialisés.

Pour C-A. Michalet² :

« De nouvelles opportunités pour le développement industriel du Sud et de l'Est sont offertes par les nouvelles modalités de la globalisation. Le phénomène de délocalisation et d'externalisation a pour effet de menacer à terme les pays de la Triade de désindustrialisation, car les capacités industrielles se déplacent vers le Sud et l'Est. »

3.1.1.2. La nouvelle convergence :

L'économie mondiale est entrée dans une nouvelle ère de convergence, quand les revenus moyens par habitant dans les marchés émergents et les économies en développement, pris dans leur ensemble, ont commencé à croître plus rapidement que dans les économies avancées. La division marquée entre pays riches et pays pauvres, caractéristique du monde issu de la révolution industrielle de la première moitié du XIXe siècle est en train d'être remise en cause.

3.1.1.3. Trois phénomènes expliquent cette nouvelle convergence.

Selon L'OCDE trois conditions ont permis cette convergence³ :

- Premièrement, la mondialisation, par des relations commerciales plus denses et une multiplication des investissements directs étrangers, a facilité une croissance de rattrapage, les nouveaux venus important et adoptant savoir-faire et technologie. La technologie est bien plus simple à adapter qu'à inventer⁴. L'intégration des pays émergents dans l'économie mondiale est rapide et se caractérise par des taux de croissance élevés. À titre indicatif, sur la période 1995-2005, la croissance des exportations de marchandises a été de 18 % pour la Chine, de 13 % pour l'Inde et de 10 % pour le Brésil, contre 4 % pour les États-Unis⁵. Les « BRIC » sont devenus un

¹ Masahisa Fujita et Jacques François Thisse, économie géographique, problèmes anciens et nouvelles perspectives, annales économiques et statistiques N°45, 1997.

² Charles-Albert Michalet, Comment la globalisation oblige à remettre en cause certains concepts économiques, L'Économie politique, n°36 (10/2007).

³ OCDE (rapport), Les essentiels de l'OCDE : La mondialisation économique, p.82.

⁴ Convergence conditionnelle. Dans le modèle de Solow, le taux de croissance du revenu par tête d'un pays dépend du niveau où ce revenu se situe par rapport au sentier d'équilibre de long terme de l'économie : un pays enregistre un taux de croissance par tête d'autant plus élevé qu'il est éloigné de son sentier d'équilibre de long terme. La convergence s'entend, ici, comme la convergence de chaque économie vers son propre sentier d'équilibre

⁵ Trépan I., Pays émergents et nouvel équilibre des forces, *Courrier hebdomadaire* 2008/1991-1992, n° 1991-1992, p. 6-54.

Chapitre III : la nouvelle géographie de production de la richesse

véritable Eldorado pour de très nombreux investisseurs et industriels étrangers, d'abord attirés par la disponibilité des matières premières, puis par la main-d'œuvre bon marché¹.

- Deuxièmement, la transition démographique dans la plupart des pays émergents et en développement, liée au ralentissement de la croissance démographique, a stimulé une plus grande intensité capitaliste et une croissance par habitant plus rapide.
- La troisième explication c'est la part plus élevée du revenu investi dans les pays émergents et en développement est importante de la convergence (27 % du PIB, contre 20,5 % dans les économies avancées, ces dix dernières années). Outre qu'il favorise la productivité du travail, en mettant à disposition plus de capital technique, l'investissement peut aussi augmenter la productivité totale des facteurs — la productivité cumulée du capital et du travail — en incorporant de nouvelles connaissances et de nouvelles techniques de production, et faciliter la transition de secteurs à faible productivité, comme l'agriculture, vers des secteurs à forte productivité comme l'industrie, accélérant ainsi la croissance de rattrapage. Ce troisième facteur prend toute sa signification en Asie, et notamment en Chine².

Tableau N°2 : Nombre de pays convergents

	Années 1990	Années 2000
Pays riches	34	40
Pays convergents	12	65
Pays à la traîne	66	38
Pays pauvres	55	25
Total	167	168

Source : OCDE 2011

3.1.1.4. un nouveau moteur de la mondialisation :

Ces pays seront même les moteurs et les promoteurs de la prochaine vague de mondialisation économique, comme l'affirme Uri Dadush³ :

¹ OCDE (rapport), Les essentiels de l'OCDE : La mondialisation économique, p.82.

² Kemal Dervis, ÉCONOMIE MONDIALE, Convergence, et divergence interdépendance, Finances & Développement, Septembre 2012.

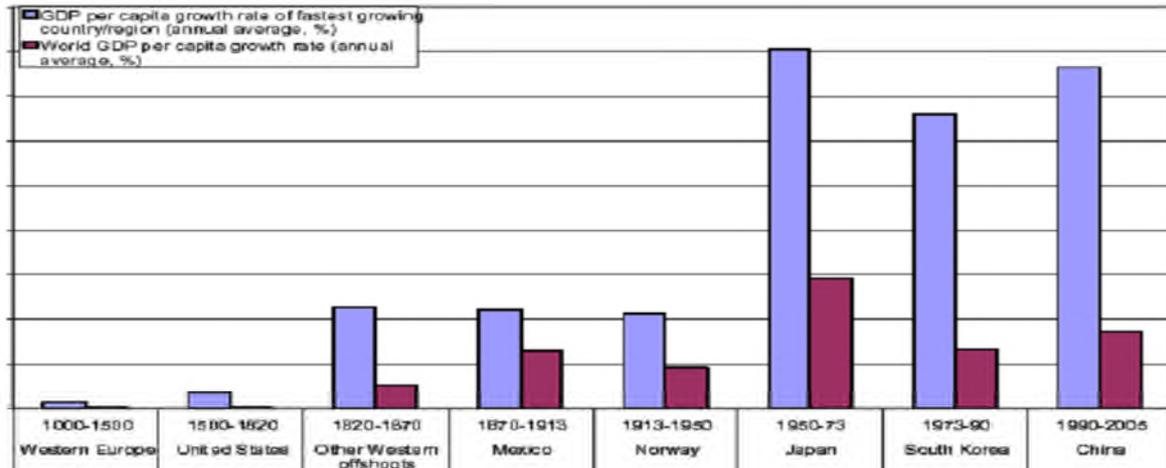
³ Uri Dadush, **Le monde en 2030**, in Jean-Joseph Boillot (dir) Onze questions sur les grandes économies émergentes, Le Club du CEPII, avril 2009.

Chapitre III : la nouvelle géographie de production de la richesse

« La prochaine vague de globalisation aura pour moteur à la fois des éléments traditionnels – baisse des coûts de transports, libéralisation commerciale – et de nouveaux éléments. Parmi ceux-ci, les BRICs (qui sont entrés dans un processus d'intégration qui durera au moins 50 ans) seront particulièrement importants ; de la même manière, l'internationalisation du marché des services et les mouvements de personnes (migrations et tourisme) seront autant de moteurs d'une mondialisation d'une nouvelle forme. La croissance sera forte dans les pays en développement, et spécialement dans les BRICs. »

L'émergence de la Chine est la plus rapide, en tant que nouveaux acteurs de poids sur la scène mondiale-comme ce fut le cas de l'Allemagne au XIX^e siècle et des Etats-Unis au début XX^e siècle, est la plus rapide (voir la figure N°3).

Figure N° 3: La convergence conditionnelle plus rapide dans la seconde moitié du XXe siècle



Source : Michel Aglietta, pays émergents: le basculement de l'économie mondiale.

3.2. Le basculement de la richesse économique ?

La nouvelle ère que nous avons évoquée précédemment est partie pour une reconfiguration radicale de l'économie mondiale qui offre aux pays émergents et en développement une place de nouveaux centres pour la production et une part de plus en plus importante dans la richesse mondiale. Ces pays, en exploitant leurs avantages, sont en train de créer un basculement de la richesse avec en profitant de la désindustrialisation des pays développés Michel Beaud¹ :

« sur les décombres du soviétisme et du développementalisme, les pays les plus peuplés du monde mobilisent toutes les ressources de la société, de l'État et du capital pour construire leur modernité urbaine et industrielle, les pays industrialisés riches commencent à sortir de l'ère industrielle pour entrer dans une ère nouvelle (informationnelle, immatérielle disent certains) caractérisée par le recours intensif à des savoirs scientifiques mis au service de la production, à la technoscience. »

3.2.1. Un début du basculement ?

L'année 2005 a marqué un tournant pour l'économie mondiale : le poids combiné des économies en développement a franchi le seuil des 50% du PIB mondial exprimé en parité de

¹ Michel Beaud, Le basculement du monde (1997) Chapitres 1-4, pp17-18

Chapitre III : la nouvelle géographie de production de la richesse

pouvoir d'achat. Depuis plusieurs années, leur contribution à la croissance mondiale calculée à taux de change courant dépasse même ce niveau¹.

La croissance que nous avons évoquée précédemment augure une nouvelle ère où le monde en développement prendra une place plus importante dans l'économie mondiale.

3.2.2. Explications de la concentration des activités et un possible basculement :

La baisse séculaire des coûts de transport a permis de renforcer les forces centrifuges et donc l'émergence des périphéries, parfois lointaines comme dans le cas des BRIC. On peut ainsi constater que dans certains secteurs, la part des intrants importés est très élevée et s'est accrue entre 1995 et 2000.

La coexistence des forces centrifuges et centripètes élevées conduit de fait à des équilibres instables. À savoir que des basculements entre régions peuvent s'opérer vite. On assiste alors à des cascades de délocalisations suivant un principe de vases communicants : une région se vide au profit d'une autre².

La crise, qui induit une hausse sensible du chômage et réduit la demande dans les pays développés, pourrait avoir un impact sur cet équilibre fragile. Elle peut, si elle pérennise et si le chômage devient structurel, faire basculer les centres économiques actuels. Ainsi, autant et peut-être plus que la dispersion des processus productifs. L'économie géographique démontre que ces basculements dépendront essentiellement de la taille des marchés intérieurs. Ceux-ci représentant une des forces majeures de la localisation des activités. Le centre est en train de se déplacer vers les BRIC. De par la taille de leurs marchés intérieurs, ils représentent deux tiers de la consommation mondiale et demeurent les plus attractifs. Pour autant, le rattrapage des BRIC, même s'il n'est pas encore synonyme de basculement³.

3.2.3. L'ascension et la confirmation du poids des pays émergents et en développement

3.2.3.1. La différence de croissance contribue à l'accélération de la transformation

Au fil des décennies, le monde se transforme radicalement. A titre d'exemple, un différentiel de croissance de 1% par an entre deux économies entraîne au bout de 50 ans un écart de revenu de 62%. Un différentiel de 3 points -comme c'est le cas en ce moment entre les grandes économies émergentes et l'Europe- conduit à un écart de 320%. Ceci a d'importantes conséquences pour les entreprises, en termes de choix de marchés d'investissement à long terme⁴.

Malgré la difficulté des projections à long terme. Une chose est néanmoins sûre, le taux de croissance des pays émergents et en développement demeurera plus important que ceux enregistrés dans les pays industrialisés.

¹ Michel Fouquin, Françoise Lemoine et Chantal Bartholini, (préface) Regards croisés sur l'économie des pays émergents in Jean-Joseph Boillot (dir) Onze questions sur les grandes économies émergentes, Le Club du CEPII, avril 2009.

² Jean-Louis Amelon et Jean-Louis Cardebat, op, cit.

³ Jean-Louis Amelon et Jean-Louis Cardebat, les nouveaux défis de l'internationalisation : quel développement pour les entreprises après la crise ?, De boek Bruxelles, 2012.

⁴ Agnès Bénassy-Quéré, in Jean-Joseph Boillot (dir) Onze questions sur les grandes économies émergentes, Le Club du CEPII, avril 2009.

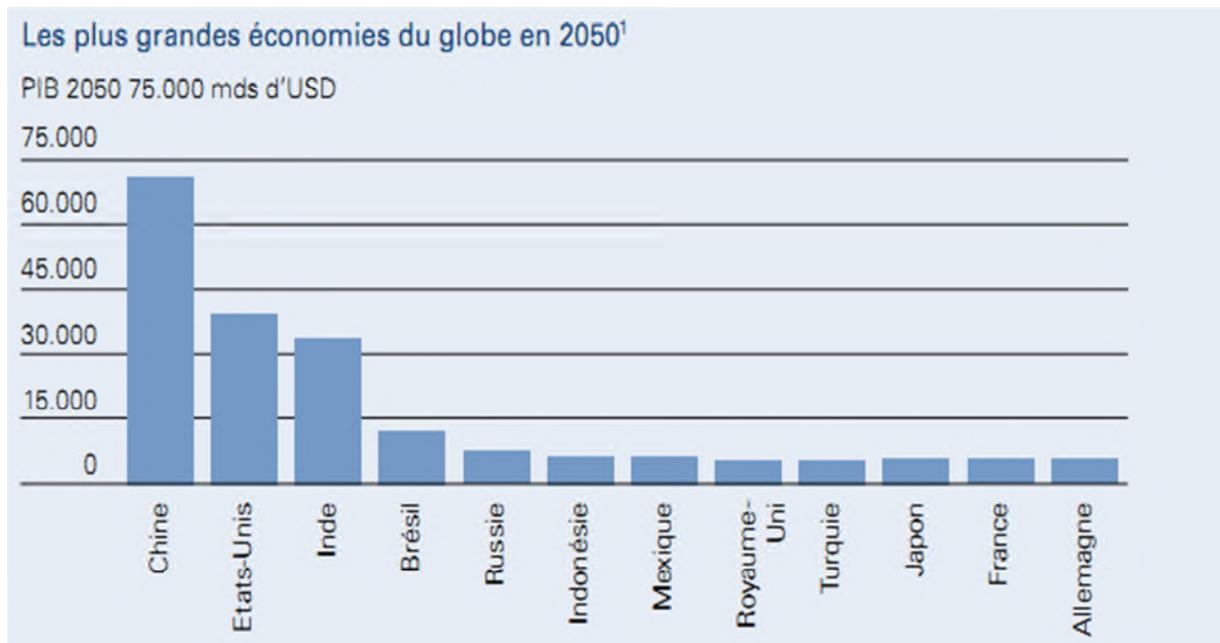
Chapitre III : la nouvelle géographie de production de la richesse

Selon les prévisions du CEPII¹, la croissance de la Chine entre 2006 et 2015 sera de 6.8% par an (contre 3.5% pour le monde entier), et de 5% par an entre 2016 et 2030 (2.7% pour le monde entier). Des prévisions similaires (un taux en baisse mais qui reste élevé) ont été obtenues pour l'Inde. D'une manière plus générale, si la croissance reste constante dans les pays industrialisés, un processus de décélération aura lieu dans les pays en développement. Ces prévisions sont basées sur un modèle multi-secteurs, multi-facteurs, qui prend en compte l'appréciation réelle du taux de change².

Ces taux de croissance vont confirmer la tendance du déplacement du centre de la puissance du monde des pays actuellement industrialisé vers les l'Est de l'Asie et les autres puissances émergentes.

Les BRICs, selon la banque Goldman Sachs, contribueront de manière prépondérante à la croissance de l'économie globale lors des prochaines décennies. Ainsi, à l'horizon 2050, les économies combinées BRIC pourraient être plus puissantes que les économies du G6 (Etats-Unis, Japon, Allemagne, Royaume-Uni, France et Italie). D'ici 2025, ces économies pourraient représenter plus de la moitié de la taille du G6 (elles représentent déjà actuellement quelque 20%). La Chine a dépassé l'Allemagne en 2008 et pourrait dépasser le Japon d'ici 2015 et les Etats-Unis d'ici 2039. En 2050, seulement deux des pays actuels du G6 (les Etats-Unis et le Japon) pourraient demeurer parmi les 6 plus grandes économies. Les économies en développement ont, en effet, le potentiel nécessaire pour croître rapidement et combler leur retard sur les pays industrialisés³.

Figure N°4 : les puissances économiques en 2025



Source : Goldman Sachs

¹ Le CEPII (Centre d'études prospectives et d'informations internationales).

² A. Bénassy-Quéré, J. Vallin, V. Borgy, A. Stupnytska, U. Dadush, S. Poncet, es économies émergentes, moteurs de la demande mondiale III. d'ici 2030 ?, in Jean-Joseph Boillot (dir) Onze questions sur les grandes économies émergentes, Le Club du CEPII, avril 2009.

³ Deutsche Bank – Juillet 2009.

Chapitre III : la nouvelle géographie de production de la richesse

3.2.3.2. Les entreprises des pays en développement dans l'économie mondiale

Les firmes transnationales ne sont plus l'apanage des pays développés, de plus en plus nous assistons à l'arrivée et la domination même de certains secteurs par des firmes transnationales issues des pays en développement comme l'affirme le rapport d'Accenture 2008 :

“China Mobile, Embraer, Mahindra & Mahindra, Reliance Industries Limited, Tata Group—perhaps unfamiliar to many people a decade ago, today such companies are the trailblazers for a new breed of multinational companies arising from emerging markets. They are internationalizing fast and leaving an indelible imprint on global markets, business models and competition.”

Les économies émergentes possèdent maintenant 70 compagnies dans la liste 500 des plus grandes compagnies du monde, selon *Fortune*, alors qu'elles étaient à peine une vingtaine il y a une décennie¹.

L'étude d'Ernst & Young (2008)² apporte des précisions sur la montée de ces entreprises :

- Les entreprises des pays émergents représenteraient, en décembre 2007, 19% de la capitalisation boursière cumulée des 1000 premières entreprises mondiales, contre 5% en 2000.
- Sur les 1000 plus grosses capitalisations boursières mondiales, 221 viennent des pays émergents en 2007, contre une centaine en 2000.
- Au 31 décembre 2007, 8 groupes issus des pays émergents figurent parmi les 20 premières capitalisations boursières mondiales.
- Sur 5 ans, le taux de croissance annuel moyen de chiffre d'affaires est 2,9 fois plus élevé pour l'échantillon des entreprises des pays émergents que pour celui du groupe « pays développés ».
- Entre 2008 et 2012, les fusions-acquisitions entre d'un côté les BRIC et les pays du Golfe et de l'autre les Etats-Unis, le Royaume-Uni, l'Allemagne, l'Australie, le Japon et le Canada, relève que 161 milliards de dollars ont été investis par les émergents dans ces économies matures, contre 151 milliards de dollars en sens inverse³.

3.2.3.3. Un nouveau moteur de croissance :

Les pays émergents et en développement contribuent à une part substantielle et grandissante de la croissance mondiale. L'influence de la Chine et, de plus en plus, de l'Inde, est disproportionnée et écrasante; elle reflète à la fois l'échelle et le dynamisme de ces deux pays. Si l'on exclut la Chine, la contribution des économies en développement à la croissance du PIB mondial exprimée en PPA s'établissait à environ 40 % lorsque la crise a éclaté en 2008. Si l'on inclut la Chine, la contribution du monde émergent et en développement passe à près de 70 %. Les BRIC figurent dans les dix plus grandes puissances économiques à l'horizon 2025 (figure N°4).

¹ Accenture Policy & Corporate Affairs (rapport), Multi-polar world 2: the rise of emerging-market multinational, 2008.

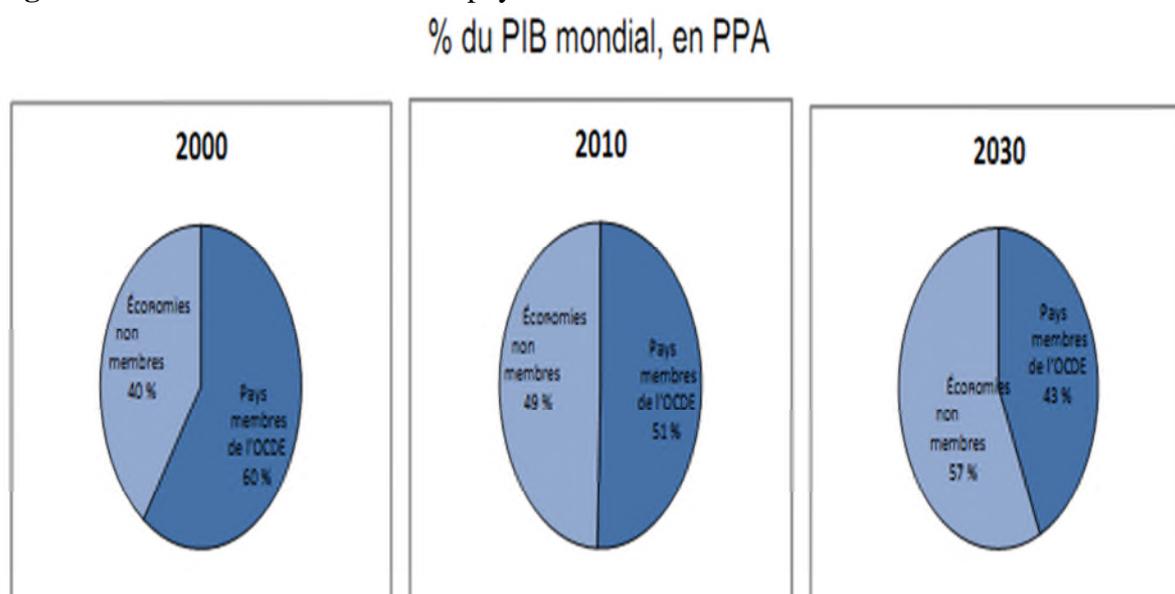
² Etude citée par Jean-Louis Amelon et Jean-Louis Cardebat, les nouveaux défis de l'internationalisation : quel développement pour les entreprises après la crise ?, De boek Bruxelles, 2012.

³ Etude de Price Waterhouse Cooper (PWC) citée par la tribune.fr disponible sur lien: <http://www.latribune.fr/actualites/economie/international/20130313trib000753778/les-emergents-investissent-de-plus-en-plus-dans-les-pays-occidentaux.html>

3.2.3.4. La crise économique mondiale :

Cette crise n'a pourtant pas frappé toutes les régions du monde de la même manière. Elle a, au contraire, favorisé une accélération d'un mouvement enclenché à la fin du siècle passé : elle a donné en réalité un coup d'accélérateur à la reconfiguration économique mondiale. Les grands pays industriels s'essouffaient et les grandes nations émergentes décollaient. Pour l'OCDE, la crise financière n'a pas freiné ce processus de basculement de la richesse, au contraire. Elle l'a accéléré. Certaines économies émergentes ont rapidement renoué avec une croissance vigoureuse, tandis que la plupart des pays de l'OCDE continuent de se débattre avec les conséquences de la crise : net alourdissement de la dette, déséquilibres budgétaires et chômage. La crise a dans une certaine mesure confirmée le basculement de la richesse, il faut très probablement s'attendre à ce que le phénomène prenne de l'ampleur. Selon les prévisions établies par l'OCDE, le groupe des pays non membres de l'OCDE représentera en 2030 pas moins de 57 % du produit intérieur brut (PIB) mondial en PPA.

Figure N°5 : évolution du PIB des pays OCDE et hors OCDE entre 2000-2030



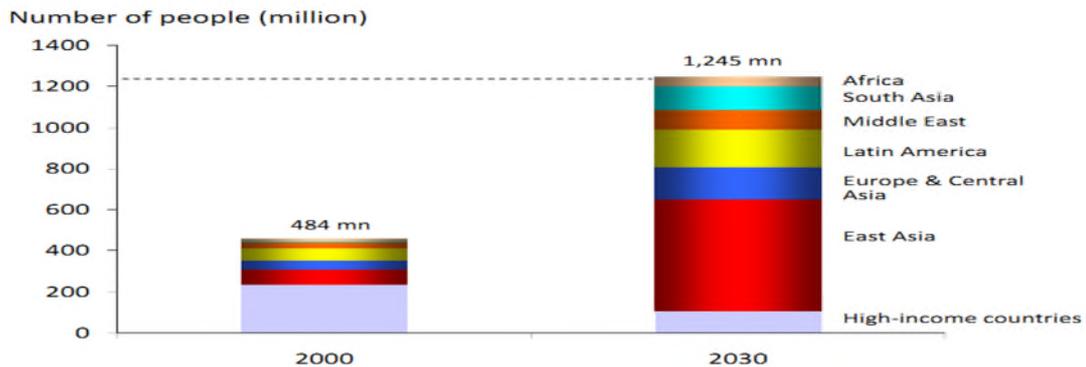
Source : OCDE,

3.2.3.5. Une classe moyenne mondiale dominée par les pays en développement

La classe moyenne mondiale comprend aujourd'hui environ 480 millions de personnes, la plupart vivant dans les pays développés. En 2030, elle comprendra 1.2 milliards d'individus, situés pour la moitié en Asie de l'Est¹. Les pays en développement représenteront l'immense majorité de cette nouvelle classe moyenne. La part du commerce mondial venant des pays en développement augmentera également. Voir la figure N°6.

¹Uri Dadush, le monde en 2030. in Jean-Joseph Boillot (dir) Onze questions sur les grandes économies émergentes, Le Club du CEPII, avril 2009.

Figure N°6 : les pays en développement vont avoir la plus grande classe moyenne en 2030



Source : Uri Daduch, CEPII, 2009.

3.2.3.6. La démographie un élément en faveur des pays émergents et en développement :

L'apport de la démographie se focalise ici sur la situation dans laquelle la proportion d'adulte en âge de travailler atteint son maximum. Dans ce domaine le monde émergents et en développement dispose d'un avantage confirmé. La part de l'occident dans le monde se réduit aussi d'un point de vue démographique. En 2025, les pays occidentaux représenteront 8% de la population mondiale, contre 20% au XIXe siècle. La population occidentale vieillit aussi davantage que celle du reste du monde¹.

3.3. La reconfiguration du monde est d'abord industrielle :

3.3.1. Le rôle déterminant de l'industrie pour une économie :

L'industrie n'est pas un secteur d'activité comme les autres, elle joue un rôle particulier, comme lieu principal des innovations technologiques et des gains de productivité. L'industrie peut aussi avoir un rôle stratégique en termes d'indépendance.

Le rôle de l'industrie essentiel dans le développement économique² :

« Même si la part des services dans l'économie s'accroît, une industrie solide est nécessaire à un équilibre vertueux de la balance commerciale et à la croissance. En effet, la demande en biens industriels des pays développés reste importante, car elle assure l'essentiel de leur qualité de vie. Si ces biens ne sont pas produits, ils doivent être achetés à l'étranger. »

L'industrie demeure un des principaux moteurs de l'activité économique en termes de valeur ajoutée et d'emploi. Elle exerce un effet d'entraînement puissant sur l'ensemble des activités, en particulier par ses consommations intermédiaires : pour 1€ de production, l'industrie consomme 0,7€ de produits intermédiaires, contre 0,4€ pour les services. Ainsi, l'importance de l'industrie doit être évaluée sur un périmètre correspondant à l'ampleur de son impact économique réel, l'industrie représente alors près de 41 % du PIB français et 51 %

¹ Nicole Gnesotto, in Jean-Joseph Boillot (dir) Onze questions sur les grandes économies émergentes, Le Club du CEPII, avril 2009

² Rapport cité par : <http://www.ladocumentationfrancaise.fr/dossiers/d000086-les-grands-axes-de-la-politique-industrielle-francaise/le-role-determinant-de-l-industrie-pour-une-economie>.

Chapitre III : la nouvelle géographie de production de la richesse

de l'emploi marchand en 1998¹. Ainsi, la baisse de l'emploi industriel direct n'a de sens qu'en tenant compte du quasi-doublement de l'intérim dans l'industrie au cours des années 90 et de l'externalisation importante d'un certain nombre de fonctions vers les services. Le marché de l'emploi reste donc tiré de manière importante par les résultats de l'industrie. En outre, l'industrie possède un pouvoir très fortement structurant sur la diffusion des innovations technologiques à l'ensemble de l'économie et, par extension, sur sa productivité globale².

Pour Laurent Carroué³ l'industrie est même le socle de la puissance :

« En dépit des discours sur la « société de loisirs post-industrielle » qui avaient fleuri dans les années 1990 et 2000, l'industrie joue toujours un rôle majeur dans l'organisation des territoires, la dynamique des systèmes productifs et les rapports de puissance structurant la mondialisation. »

3.3.2. La croissance de ces pays comme élément d'attractivité :

Les entreprises doivent aller chercher la croissance là où elle se trouve, c'est-à-dire dans les pays émergents. Le risque est présent dans chacun des pays du monde et pour l'entreprise, le risque, en particulier politique du pays émergent, n'est pas toujours considérablement plus élevé que le risque économique du grand pays développé⁴.

Si le changement en cours dans la production mondiale est de plus en plus confirmé. Un aspect important est explicatif à ce propos, il s'agit de la production industrielle qui est en train d'être dominée par les pays émergents et en développement. Ces pays émergents ou en développement à forte croissance ont profité de la division internationale des processus productifs en se basant tout d'abord sur les segments à forte intensité de main d'œuvre avant de remonter et de passer à des produits plus riches en valeur ajoutée.

Nous avons analysé précédemment les notions de stratégies de localisations d'entreprises et les éléments d'attractivité des territoires qui dépendent des éléments tels que la taille du marché et la croissance. Éléments qui sont disponibles dans les pays émergents et en développement ce qui fait de ces pays des récepteurs d'importants volumes en investissements notamment industriels. Pour Bertrand Collomb⁵:

« Les entreprises doivent aller chercher la croissance là où elle se trouve, c'est-à-dire dans les pays émergents. Le risque est présent dans chacun des pays du monde et pour l'entreprise, le risque, en particulier politique du pays émergent, n'est pas toujours considérablement plus élevé que le risque économique du grand pays développé. »

¹ Rapport cité par : <http://www.ladocumentationfrancaise.fr/dossiers/d000086-les-grands-axes-de-la-politique-industrielle-francaise/le-role-determinant-de-l-industrie-pour-une-economie>.

² *ibid*

³ Le monde diplomatique, mars 2012. Retour à l'usine : Industrie, socle de la puissance. Disponible sur : <http://www.monde-diplomatique.fr/2012/03/CARROUE/47485>

⁴ Bertrand Collomb, Grands et petits émergents à l'épreuve de la crise,

⁵ Bertrand Collomb, Grands et petits émergents à l'épreuve de la crise,

Chapitre III : la nouvelle géographie de production de la richesse

L'engagement des pays émergents et en développement de réformes économiques d'intégration dans l'économie mondiale leur permet de bénéficier de nombreux avantages et faire valoir leur atouts comme l'affirme Michel Beaud¹:

« Il(le capitalisme) contribue avec une très grande efficacité à la reproduction des sociétés riches et aux dynamiques de sociétés engagées dans des processus de modernisation et d'industrialisation. ».

Les entreprises occidentales contribuent à la croissance des échanges entre pays émergents puisqu'elles installent leurs implantations, non seulement en fonction du coût de la main-d'œuvre locale, mais aussi afin de satisfaire la demande locale ou régionale importante.

3.3.3. L'importance industrielle des pays émergents :

Nous assistons assiste à un déplacement géographique de l'économie mondiale en termes de marchés, d'investissements, de créations d'emplois et de localisations d'activités. Entre 1990 et 2010, les profits des deux cent vingt plus grands groupes européens réalisés dans les pays émergents sont passés de 15 % à 24 %. Des délocalisations fondées sur les différentiels de coûts salariaux pour les entreprises qui cherchent également à répondre aux demandes des nouvelles couches moyennes urbaines solvables, alors que les revenus de celles-ci dans les pays du Nord sont bloqués. C'est une véritable ruée vers les marchés des Sud². Loin de se cantonner aux activités bas de gamme, les grands pays émergents gagnent des places dans des filières plus sophistiquées comme télécommunications, aéronautique, trains à grande vitesse, nucléaire, industries navale et spatiale. Les pays émergents négocient les transferts de technologies, réalisent un sensible effort de formation de leur main-d'œuvre et se dotent d'entreprises transnationales de plus en plus dynamiques en concurrence avec groupes occidentaux³.

3.3.4. Le basculement est d'abord industriel :

Depuis 1998, la croissance de la production industrielle stagne en Europe et aux Etats-Unis alors qu'elle s'est envolée en Chine. Selon une étude d'Euler Hermes⁴, les pays émergents représentent, en 2009, 52 % de la production industrielle mondiale, contre seulement 35 % en 2000. Sur la même année, l'Europe et les Etats-Unis sont passés de 40 % à 38 %. En 2009, la part de marché des pays développés a reculé de deux points dans le volume du commerce mondial et de presque 5 points dans la production industrielle mondiale. Cette situation s'est répercutée sur l'emploi industriel dans les pays développés. Ces pays ont perdu plus de 10 millions d'emplois en 2009. A elle seule, l'Europe de l'Ouest a perdu 3,4 millions d'emploi⁵.

¹ Michel Beaud, Le basculement du monde (1997) Chapitres 1-4, p57

² Laurent Carroué, op, cit

³ Ibid.

⁴ Etude cité par Vincent Paes in http://www.economieetsociete.com/52-de-la-production-industrielle-mondiale-est-realisee-dans-les-pays-emergents_a281.html

⁵ Les Echos n° 20658 du 16 Avril 2010

Chapitre III : la nouvelle géographie de production de la richesse

Conclusion du chapitre :

Au cours de ce chapitre nous avons essayé d'analyser l'attractivité à l'ère de la mondialisation et la « chasse » aux IDE à laquelle se sont donné des Etats pour s'accaparer le plus d'investissements venant des multinationales pour les inciter à venir mais aussi de les retenir de quitter son « territoire » pour d'autres territoires offrant des avantages plus conséquents.

De ces pays qui offrent actuellement des avantages de localisation nous avons un certain nombre de pays après avoir fait des réformes sont actuellement une destination des investissements des firmes multinationales.

Ces pays après avoir été qualifiés de pays de tiers monde et pays en développement, sont actuellement (pas tous ces pays) ils portent d'autres appellations : marchés émergents, pays émergents et en guise de « reconnaissance » on les qualifie de puissances émergentes.

La montée internationale grandissante de ces nouveaux joueurs est à la fois la conséquence et la cause de la phase actuelle de mondialisation caractérisée par l'ouverture économique accrue et la puissance économique croissante des pays émergents. Si un basculement réel de la production et de la richesse est en train de se passer, il est encore tôt et même difficile de prévenir un véritable basculement. Le classement des PIB par habitant, élément important dans la détermination de la richesse des habitants d'un pays, reste dominé par les économies industrialisées. Il s'agit beaucoup plus d'un avènement d'un monde multipolaire.

La croissance rapide des économies émergentes s'est faite au détriment des trois grandes puissances historiques Etats-Unis, Europe, Japon. L'émergence de ce « monde multipolaire »¹ peut être considérée comme une nouvelle étape de la mondialisation, conséquence de la convergence des différentes économies nationales.

De nouveaux horizons de croissance sont alors ouverts avec l'arrivée des pays en développement et émergents. Des horizons ouverts notamment pour le développement industriel qui est un élément important dans les économies et son importance dépasse largement sa contribution directe à la création de richesse.

Dans les chapitres qui suivent, nous allons nous intéresser à l'industrie automobile qui présente un bon exemple pour illustrer l'émergence de cette nouvelle géographie de l'économie mondiale et l'importance grandissante de ces pays dans l'industrie et l'économie mondiale en général.

¹ Accenture, Se préparer aux mutations d'un monde multipolaire, mars 2008.

LA DUXIEME PARTIE

Chapitre IV : présentation de l'industrie automobile

Introduction :

L'économie mondiale a connu, au cours de ces vingt dernières années, une modification de la structure économique mondiale. Au niveau des économies, les pays en développement ont connu et connaissent encore des taux de croissance importants, un rattrapage économique. Une nouvelle ère avec des économies émergentes qui sont appelés à jouer un rôle important dans l'économie mondiale.

Ces changements dans l'économie mondiale et la modification de la carte géographique des puissances économiques au niveau mondial est aussi le fait des firmes multinationales qui ont investi largement dans ces pays.

Pour illustrer ce changement dans l'économie mondiale, un secteur représentatif de ce changement est nécessaire pour mettre en évidence cette nouvelle ère. Notre choix s'est porté sur l'industrie automobile.

Les automobiles sont une technologie de libération pour les personnes à travers le monde. L'automobile permet à des personnes de vivre, travailler et de se balader de manières qui étaient inimaginables il y a un siècle. Les automobiles permettent d'accéder aux marchés, aux médecins, aux travaux. Presque chaque voyage de voiture finit avec une transaction économique ou un autre avantage à notre qualité de vie¹.

Ce chapitre sera consacré pour présenter l'industrie automobile. La première section consiste en un rappel de son histoire. La seconde section traitera de différents acteurs de cette industrie, ses caractéristiques et de son importance économique. La dernière section se penchera sur la demande du « produit automobile » et les défis auxquels fait face cette industrie.

¹ OICA

1 l'histoire de l'industrie automobile :

1.1.Rappel sur le début de l'industrie automobile :

Introduction:

Le XIXe siècle a permis à l'homme de réaliser un vieux rêve, celui de se déplacer plus vite et plus loin. Si le chemin de fer demeure un moyen de transport collectif, l'automobile apparaît rapidement comme un mode individuel ou familial. L'homme peut se déplacer, s'arrêter, repartir à sa guise. En un peu plus de 100 ans, les ingénieurs, constructeurs feront preuve de patience, d'imagination, de créativité et de génie. Passer de la Jacquot à vapeur aux bolides actuels représente une histoire passionnante.

L'automobile a maintenant plus d'un siècle, son histoire est invention technologique majeure qui a considérablement modifié les sociétés de la majorité des pays au cours du XX^e siècle. Elle prend naissance au XIX^e siècle lorsque la technique fait la part belle à la vapeur comme source d'énergie pour ensuite s'orienter massivement vers le pétrole et le moteur à explosion.

1.1.1. Le terme « automobile » :

Le terme automobile, issu d'une racine grecque (par soi-même) et latin (mobilis, mobile), apparaît vers 1861. Il désigne alors les nouvelles voitures sans chevaux. D'abord adjectif qualifiant tout véhicule propulsé par un moteur (voiture mais aussi bateau) le mot désigne, à partir de 1890, l'ensemble des engins à moteurs, sur roues, qui se déplacent sur terre².

1.1.2. Les débuts de l'industrie automobile :

1.1.2.1.Le fardier de Nicolas-Joseph Cugnot :

Les essais effectués pour remplacer les chevaux par une force motrice remontent au XVIIe siècle³. La vapeur était la plus prometteuse, mais ce n'est qu'à la fin du XVIIIe siècle qu'elle obtint un certain succès. Le véhicule automoteur le plus ancien encore existant, un tracteur d'artillerie à trois roues construit par l'ingénieur français Nicolas-Joseph Cugnot en 1769.⁴

1.1.2.2.Les premières voitures :

En 1883, l'ingénieur français Édouard Delamare-Deboutteville conçoit et construit la première automobile digne de ce nom (un break de chasse équipé d'un moteur au gaz de ville). Plus d'un siècle après le fardier de Nicolas Cugnot (1769), premier véhicule de locomotion autonome.

² Collection Schlumpf - Musée National de l'automobile, Les grandes dates de l'histoire automobile, N°002

Page 1/3.

³ www.angelfire.com/pokemon/musclescars/hist/histoire.htm

⁴ Ibid.

Chapitre IV : présentation de l'industrie automobile

1.1.2.3. Le modèle d'Otto Nikolaus ou le début de l'automobile :

Nikolaus Otto a inventé le moteur à explosion. L'ingénieur allemand devient ainsi, en 1872, le premier ingénieur à appliquer les principes de Beau de Rochas, selon un cycle désormais connu sous le nom de « cycle Otto ». En 1876, Otto construisit un moteur à quatre cylindres, à l'origine de la plupart des moteurs à combustion interne ultérieurs.

1.1.2.4. Utilisation du moteur de Nikolaus Otto

En 1876, l'ingénieur allemand Gottlieb Daimler développe, pour le compte de la firme Deutz, le premier moteur fixe à gaz fonctionnant sur le principe développé par Nikolaus Otto en 1883.

1.1.2.5. Carl Benz brevete la première automobile Le 29 janvier 1886 :

Installant un moteur à explosion sur un tricycle en le munissant d'une boîte de vitesse et d'un différentiel, Carl Benz construit ce qui est considéré comme la première automobile. Certes, des engins motorisés avaient déjà été construits, tel le fardier à vapeur de Joseph Cugnot, mais le tricycle de Carl Benz est la première automobile aboutie qui va pouvoir engendrer une commercialisation et une production industrielle⁵.

1.1.3. Les premiers constructeurs :

Plusieurs industriels sont conscients du potentiel de cette nouvelle invention, si bien que de nombreux constructeurs automobiles voient le jour. En l'Europe et aux Etats-Unis beaucoup d'industriels se sont lancés dans la fabrication de voitures.

1.1.3.1. Carl Benz construit la première automobile :

En installant un moteur à explosion sur un tricycle en le munissant d'une boîte de vitesse et d'un différentiel, Carl Benz construit ce qui est considéré comme la première automobile. Puis, l'ingénieur allemand Gottlieb Daimler dépose le brevet d'un moteur à essence plus léger et plus rapide. Il a travaillé sur le perfectionnement du travail de Nikolaus Otto. Daimler devient ainsi le père du moteur automobile. Créée en 1890, sa firme fusionnera avec celle de Benz en 1926.

1.1.3.2. Louis Renault construit sa propre automobile : Le 24 décembre 1898

En 1898 Louis Renault et ses frères fondent leur société Louis Renault démontre l'efficacité de sa voiturette en montant la côte de la rue Lepic, à Montmartre. Quelques mois plus tôt, il avait conçu le véhicule en transformant un tricycle de Dion. Il y avait ajouté une

⁵ <http://www.techno-science.net/?onglet=glossaire&definition=13221>

Chapitre IV : présentation de l'industrie automobile

roue et la toute première boîte de vitesse. L'année suivante, il fondera sa société, en compagnie de son frère et deviendra l'un des plus grands constructeurs automobiles français.

1.1.3.3.Ford Motor Company fut fondée en 1903 :

Henry Ford, avec 25,5% des actions en était le vice président et l'ingénieur en chef. Pas plus que quelques voitures n'étaient produites chaque jour dans l'usine Ford sur l'avenue mach de Détroit. Deux ou trois hommes s'affairaient sur chaque voiture en utilisant des composants achetés à l'extérieur. La première voiture terminée fut vendue le 23 juillet 1903. en 1906, Henry devint alors président et propriétaire.

1.1.3.4.General Motors a été fondée en 1908 :

General Motors fut fondé par William Crapo Durant, mais c'est son successeur Alfred P. Sloan qui en a fait le plus grand fabricant automobile au monde à partir de la fin des années 1920⁶.

1.2.Les différentes étapes de la production automobile :

L'histoire de la construction automobile est liée à celle de la consommation de masse : au début du XX^e siècle, le modèle fordiste devient l'archétype de l'économie moderne : division du travail développée par Taylor, ensuite cette industrie a connu des évolutions qui répondent aux nouveaux défis qui se posent à chaque période (voir le tableau N°3). Les trois phases de l'industrie automobile sont :

1.2.1. La production artisanale 1890-1910 :

L'âge d'or de l'automobile -1890-1910 est celui des grandes inventions qui offrent au véhicule à pétrole les performances qui fondent sa supériorité technique, en 1891, le moteur à quatre cylindre (F. Forest) et le pneumatique à chambre à air (Michelin) ; en 1892, le moteur diesel ; en 1901, le démarreur électrique (C.Jenatry) ; en 1902, les freins à disque (F. Lancaster) ; en 1906 la transmission automatique(M.Turgan) ; en 1910, l'allumage Delco(C.F.Kattering). Mais l'automobile reste encore le fruit d'un assemblage artisanal de dispositifs mis bout à bout sur commande individuelle. Tout comme les différents organes mécaniques et équipements sont fabriqués en très petites quantités par des ouvriers hautement qualifiés et bien rémunérés⁷.

1.2.2. Les révolutions de Ford et de Sloan :

A partir de 1907, les constructeurs américains opèrent un changement radical de stratégie en décidant de produire en grande série un modèle unique à bas prix et de constituer de grandes entreprises intégrant le plus possible la fabrication de divers organes et équipements constitutifs d'une automobile. Henry Ford lance en 1908 sa Ford T, qui est vendu à plus de 15 million d'exemplaires en vingt ans⁸. La démarche de H. Ford consiste à

⁶ - <http://www.techno-science.net/?onglet=glossaire&definition=13218>

⁷ Jean-Jacques Chananron et Yannick Lung, économie de l'automobile, la Découverte Paris, 1995.p5

⁸ Ibid., p6.

Chapitre IV : présentation de l'industrie automobile

produire un modèle unique, une production mécanisée, division de tâches, rémunération élevée.

La crise frappant l'économie nord-américaine en 1920 permet à A. Sloan, directeur de General Motors (GM), d'élaborer une nouvelle stratégie industrielle et commerciale : adapter l'offre aux fluctuations cycliques de la demande en donnant aux consommateurs le choix d'une véritable gamme de modèles – et de prix –, tout en utilisant au maximum des pièces interchangeables pour ménager les effets d'échelle. GM devient le premier constructeur mondial en 1929. Les constructeurs américains dominent le marché automobile mondial jusque la fin des années cinquante.

1.2.3. Déclin du fordisme, émergence du toyotisme :

A partir de 1960, s'ouvre une nouvelle période de l'histoire de l'industrie automobile. De nouveaux acteurs émergent aux cotés des pays de l'industrie automobile a pris l'essor : le Japon, suite à la reconstruction de l'après guerre, le Brésil et l'Espagne, le Mexique et l'URSS.

L'organisation productive des constructeurs japonais consiste à élimination des stocks et approvisionnements en juste à temps ; travail en groupe, réduction des lignes hiérarchiques, polyvalence et mobilité interne des opérateurs ; cercles de qualité et incitations aux suggestions ; multiplication des lieux et diversification des techniques de contrôle de qualité ; réduction de temps de conception par l'ingénierie simultanée, etc. c'est ainsi qu'émerge ce qui est appelé le toyotisme. Une forme nouvelle d'organisation du travail et de la production imaginée par T. Ohno⁹.

1.2.4. Les nouvelles considérations :

À la fin du XXe siècle, l'automobile fait désormais pleinement partie de la société. Les pays développés dénombrent environ une automobile par habitant, une densité qui n'est pas sans poser de problèmes. Ainsi, depuis les années 1970, l'automobile suscite de nombreuses polémiques, principalement en raison de son impact négatif sur l'environnement et des problèmes de sécurité routière à l'origine d'une des premières causes de mortalité de la population de ces pays.

Tableau N°3 : évolution du système de l'industrie automobile :

year	Structural Crisis	Consumer Needs	Technology	Business Position
1910-1920	Mass production without Variety	A "farmer's car" for the multitude	Assembly line	Ford has 48% of U.S. market share by 1914
1920-1945	Mass production with Variety	One car for every purse and purpose	Innovations for style, speed, and comfort	GM has 43% of U.S. market share by 1936
1945-1980	U.S. Post-War economic boom	Two-car families Vehicle for status, escapism, dreams	Management by Results with cost analysis and control	U.S. Big Three established: GM, Ford, Chrysler
1980-present	Energy, Quality, Customer Satisfaction	Dependable, durable, fuel-efficient vehicle	Quality tools and methods; Fuel and emission controls	Significant market share to Japanese, Korean, and European manufacturers

Source: By Boris Zlotin , Alla Zusman et Larry R. Smith, *Futuring the Next Industrial Revolution*,

⁹ PDG de Toyota des années 50.

1.3. La diffusion de l'automobile :

1.3.1. La triade:

L'industrie automobile est fortement liée aux trois pôles de la triade. D'abord, l'industrie automobile prend son essor avec les innovations successives d'inventeurs tous situés en Europe continentale tout au long du 19^e siècle : Nikolaus August Otto et son moteur quatre temps (1860), Karl Benz, crédité du premier prototype de voiture moderne (1885).

Ensuite, C'est aux États-Unis d'Amérique qu'Henry Ford développe l'industrialisation de masse de l'automobile avec sa Ford T, produite à 16,5 millions d'exemplaires jusqu'en 1927, en introduisant les convoyeurs afin d'accélérer la production en réduisant au minimum l'intervention humaine pour les tâches n'entrant pas directement dans le processus de fabrication.

Enfin, au lendemain de la seconde guerre mondiale, le Japon, pour faire redémarrer son industrie s'appuyant sur le plan Marshall, encouragea des industriels afin de créer des filières de fabrication pouvant générer richesse et emplois, comme :

- Honda à partir de 1948, producteur à l'origine de moteurs montés notamment sur des cycles et qui muta vers la construction de voiture à partir de la fin des années cinquante ;
- Toyota, fabricant de bobines automatiques pour métiers à tisser qui évolua vers la production de masse des automobiles juste après la fin de la Seconde Guerre Mondiale¹⁰.

1.3.2. Une industrie où l'internationalisation était précoce :

L'internationalisation de l'industrie automobile a été précoce aussi bien au niveau marchand qu'au niveau productif. La recherche d'économies d'échelle a en effet conduit les constructeurs à concevoir des stratégies d'implantations suite à l'augmentation de leurs exportations (voir le Tableau N°3)

Tout débute par quelques ventes locales grâce à ces représentants ou des concessionnaires. L'augmentation du volume de ventes conduit à la création d'une filiale commerciale. Si la croissance se poursuit, elle suscite des pressions protectionnistes, ce qui entraîne un investissement productif. De l'assemblage de petites collections, on passe aux activités de fabrication (composant et tôlerie, montage), puis de gestion et enfin de conception.

"The automotive industry has been international since its earliest days. Production of Daimler vehicles began under license in France in 1891, England in 1896 and America (New York City) in 1907¹¹."

¹¹ John Moavenzadeh, Offshoring Automotive Engineering: Globalization and Footprint Strategy in the Motor Vehicle Industry, MIT International Motor Vehicle Program, December 1, 2006.

Chapitre IV : présentation de l'industrie automobile

Tableau N°4 : L'internationalisation des Big Three en 1928

Company	Number of Plants	Location of Plants (Year opened)
Ford Motor	24	Canada (1904); England (1911); France (1913); Argentina (1915); Argentina (1919); Spain (1919); Denmark (1919); Brazil (1919); Belgium (1919); Sweden (1922); Italy (1922); South Africa (1923); Chile (1924); Japan (1924); Spain (1925); Germany (1925); France (1925); Australia (1925); Brazil (3 locations, 1926); Mexico (1926); India (1926); Malaysia (1926);
General Motors	19	Canada (1907); England* (1908; not a CKD plant); Australia (1923); Denmark (1923); Belgium (1924); England (1924); Argentina (1925); England (1925); Spain (1925); Brazil (1925); Germany (1926); New Zealand (1926); South Africa (1926); Uruguay (1926); Indonesia (1926); Japan (1927); India (1928); Poland (1928); Sweden (1928)
Chrysler	3	Germany (1927); Belgium (1928); England (1928)

Source: John Moavenzadeh, 2006.

1.3.3. Une industrie qui était dominée par les pays industrialisés au 20^{ème} siècle :

1.3.3.1. Une prise de participation dans le monde en développement :

Les années cinquante voient une internationalisation de la construction automobile en direction des pays désirant s'industrialiser ou se reconstruire rapidement comme le Japon. Les gouvernements de ces pays incitent par différentes mesures tarifaires les principaux constructeurs des pays industrialisés à remplacer leurs exportations par une production locale, en pratiquant des politiques de substitution aux importations, d'abord d'assemblage, puis de plus en plus de fabrication de composants. Mais ils exigent le plus souvent qu'ils le fassent soit en passant des accords de licence avec de petits constructeurs locaux, soit en prenant des parts minoritaires dans des sociétés locales, l'espoir étant dans les deux cas d'obtenir un transfert de technologies sans que le pays perde le contrôle de son industrie.

1.3.3.2. Le processus d'internationalisation vers les pays en développement :

Les processus d'internationalisation ont connu beaucoup d'étapes, d'internationalisation. L'industrie automobile a connu les étapes suivantes¹²:

- L'exportation des véhicules CBU (*completely-built-up vehicles*): Cette première phase représente une participation internationale importante aussi bien, puisqu'elle implique l'établissement d'une organisation des marchés décentralisée, un réseau des revendeurs et des agents de service.
- L'assemblage à l'étranger des véhicules SKD (*semi-knocked-down*): c'est l'assemblage de véhicules partiellement assemblés qui exigent d'autres opérations, principalement en ce qui concerne l'accouplement d'interne pièces à l'organisme externe. C'est une solution dans les premières phases du procédé d'internationalisation.
- l'assemblage à l'étranger des véhicules CKD (*completely-knocked-down*), cela est l'assemblage véhicules complet dont les différentes pièces sont importées de l'étranger.

¹² Freyssenet M. Shimizu K., Volpato G., Introduction: The Diversity of Internationalization Strategies and Trajectories of Automobile Sector Firms in Freyssenet, M. Shimizu, K., Volpato, G. (eds), Globalization or Regionalization of European Car Industry? London, New York: Palgrave, 2003, pp 1-8. Digital publishing, freyssenet.com, 2007, 164 Ko, ISSN 7116-0941.

Chapitre IV : présentation de l'industrie automobile

- Assemblage de CKD de véhicules par les éléments partiellement produit avec d'autres éléments importés.
- Assemblage de véhicules CKD à partir des composants complètement construits en pays où l'assemblage a eu lieu.

Ces procédés ont été pour la plupart destinés au pays en développements pour contrer et éviter les barrières tarifaires et non tarifaires des pays d'accueil.

Ce qui a conduit à une présence sur les cinq continents de l'industrie automobile. En 1950, plus de 150 Constructeurs automobiles représentant 223 marques commerciales s'appuyant sur un tissu de plus de 5 000 équipementiers et fournisseurs, concourraient à la réalisation d'une production mondiale de près de 20 millions de voitures dont la quasi totalité était issue des zones développés¹³.

1.4.L'automobile et le territoire :

1.4.1. La transformation des villes :

Depuis un siècle, l'automobile est un formidable moyen de la recomposition des territoires entre la ville et la campagne. Cette recomposition a façonnée les villes. Il existe des centaines de millions de voitures dans le monde.

« L'automobilisation » massive des villes, en Amérique du Nord et ensuite en Europe, a entraîné l'idée d'adapter la ville à l'automobile. Les industriels automobiles ont fait pressions sur les autorités américaines pour la construction d'autoroutes urbaines. L'Europe a suivi dans ce sillage, mais plus tardivement. Le paysage se transforme dans les villes avec des éclairages, signalisation routière, parkings, qui modifient les villes.

La voiture a entraîné alors un bouleversement du paysage urbain, éloignement résidentiel à partir des centres, puis des activités industrielles et tertiaires, et enfin apparition de nouvelles résidences en périphéries des villes.

L'automobile s'est progressivement imposée dans les pays développés comme le principal mode de transport pour la circulation des individus et des marchandises. Son industrie a été l'un des secteurs les plus importants et les plus influents depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale.

Conclusion :

L'industrie automobile avec une série d'inventions durant plus d'un siècle a acquis une place importante dans les économies des pays où elle est présente, ce qui va nous amener à décrire les principales caractéristiques et les différents acteurs de cette industrie

¹³ Roland Gardin, L'automobile française : une filière majeure en mutation, Avis Et Rapports Du Conseil Économique Et Social De La République Française, 2006

2 caractéristiques de l'industrie automobile :

2.1. Présentation du secteur et différents acteurs de la filière :

2.1.1. Définition du secteur de l'industrie automobile :

L'industrie automobile concerne aussi bien les équipementiers spécialisés que les constructeurs de voitures particulières, de véhicules de loisir, ou de véhicules utilitaires et les carrossiers. Cette activité intègre donc la filière complète, y compris moteurs et organes mécaniques en amont, dès lors qu'ils sont principalement destinés à des véhicules automobiles.

La construction automobile concerne des producteurs intégrés, des concepteurs, des assembleurs, des donneurs d'ordre et des sous-traitants, ainsi que des prestataires de services d'aménagement de véhicules automobiles¹⁴. La construction de véhicules automobiles inclut la construction de voitures particulières, de véhicules utilitaires légers (poids total autorisé en charge (PTAC) inférieur à 3,5t) et lourds (PTAC supérieur à 3,5t), de cars et bus, ainsi que la fabrication de moteurs et carrosseries¹⁵.

2.1.2. Le système automobile :

La filière automobile est organisée autour des constructeurs avec en amont, les équipementiers de rangs 1, 2 et plus, et en aval les concessionnaires.

Les constructeurs sont soit généralistes (large gamme de voitures citadines, compactes, familiales, intermédiaires et SUV), soit spécialisés (urbaines, berlines haut de gamme, sport, tout terrain), soit de niche avec une production quasi artisanale, enfin totalement artisanaux.

Les équipementiers interviennent principalement dans les segments liés à la carrosserie, à l'habitacle, aux équipements pour moteurs et aux systèmes d'alimentation du carburant. D'autres acteurs, en relation directe avec les constructeurs (pour la partie de l'activité d'équipements qu'ils continuent de fabriquer), ou sous-traitants des équipementiers, sont sollicités pour la construction d'un véhicule : ceux de la plasturgie, du caoutchouc industriel, du travail des métaux, de la fonderie, des pneumatiques, du verre, du textile, de l'électricité électronique.

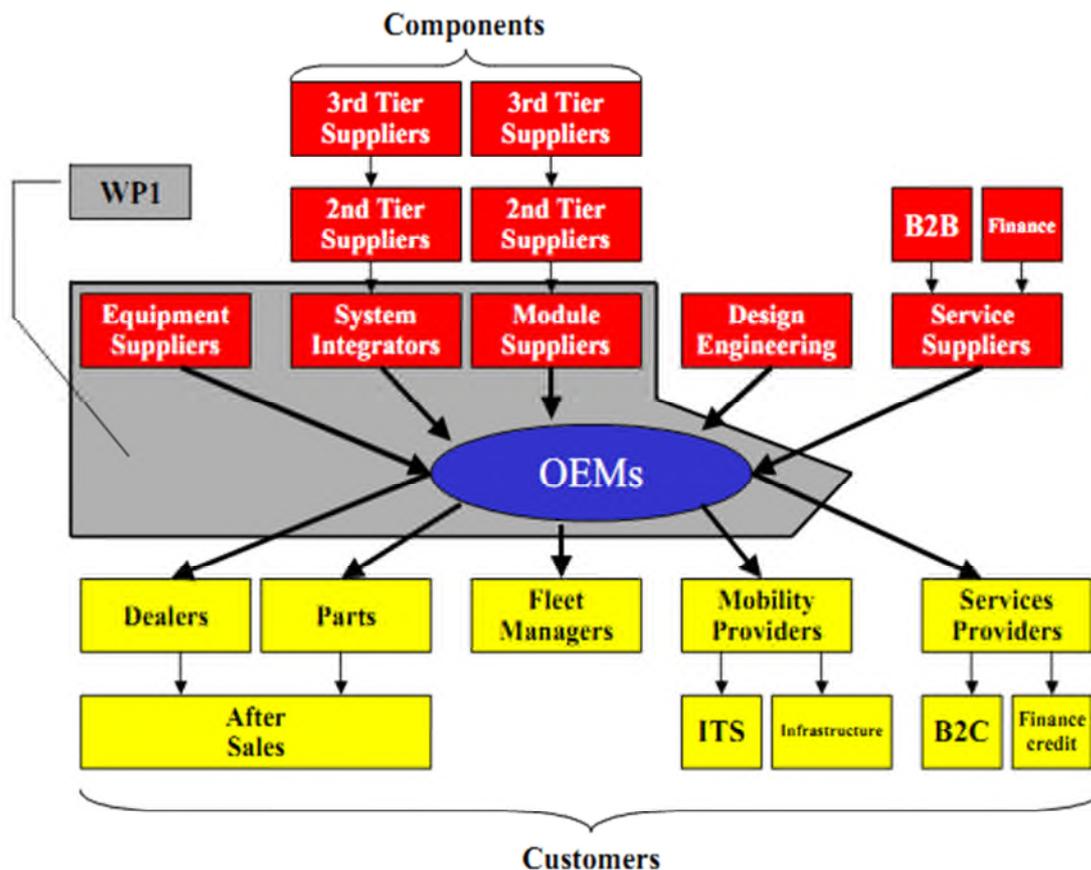
La distribution des véhicules est principalement assurée par des concessionnaires. Sociétés indépendantes, ils sont liés à un constructeur par un contrat qui fonctionne comme une franchise¹⁶.

¹⁴ Insee.fr

¹⁵ Cette catégorie ne sera pas prise en compte au cours de notre travail

¹⁶ Coface (rapport), Le secteur automobile dans le monde et en France, juillet 2010.

Figure N° 7: Le système automobile



Source : J.J. Chanaron, les relations entre le cœur et la périphérie du système automobile européen, 2002.

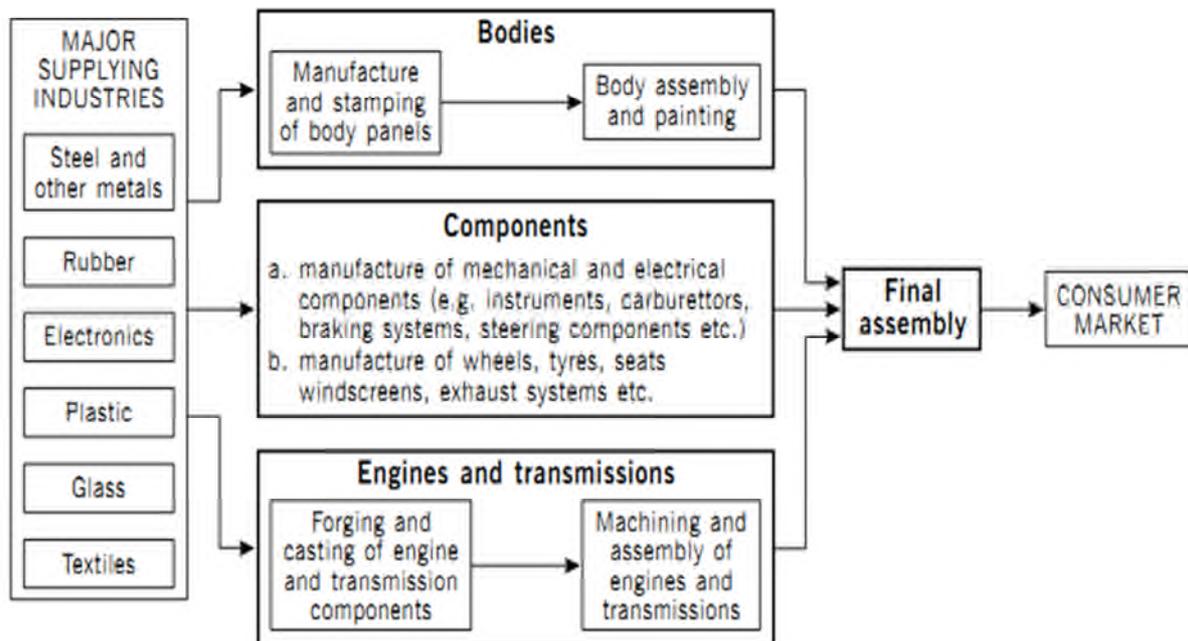
2.1.3. La chaîne de valeur dans l'industrie automobile:

La chaîne automobile se compose de¹⁷ :

- **Les constructeurs** : Appelé aussi les assembleurs, des groupes à l'origine de l'industrie automobile mais leurs activités se concentrent de plus en plus sur le design et d'innovation et de l'assemblage des éléments fabriqués par les différents fournisseurs.
- **Méga-fournisseurs globaux** : Ces sociétés fournissent des systèmes importants aux assembleurs. Elles sont parfois appelées aussi des fournisseurs du « rang 0.5 », parce qu'ils sont plus près des assembleurs que les fournisseurs de premier-rangée. Ces compagnies doivent avoir la présence globale, afin de suivre leurs clients à de divers endroits dans le monde.
- **Fournisseurs de Premier-rang** : Ce sont des sociétés, qui fournissent directement aux assembleurs.
- **Fournisseurs de Deuxième-rang**. Ces sociétés travaillent souvent aux conceptions fournies par des assembleurs ou des *mega suppliers globaux*.

¹⁷ John Humphrey and Olga Memedovic, THE GLOBAL AUTOMOTIVE INDUSTRY VALUE CHAIN: What Prospects for Upgrading by Developing Countries, sectoral studies series, (UNIDO) United Nations Industrial Development Organization, Vienna, 2003.

Figure N° 8: la chaîne de valeur dans l'industrie automobile



Source : Peter Dicken 2003.

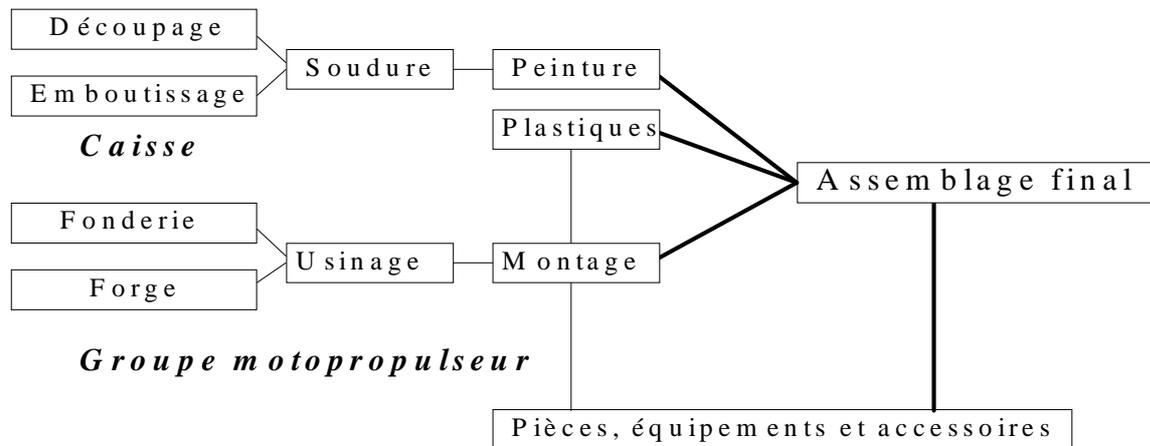
2.1.4. Le processus de fabrication automobile

D'un point de vue technologique, le produit automobile peut être apprécié à partir de deux éléments de base : la carrosserie et les organes mécaniques. Ainsi, globalement, le processus de production comporte trois étapes principales : l'obtention des organes mécaniques, de la carrosserie et enfin l'assemblage final. Même si, de par le monde, les unités de fabrication et les lignes d'assemblage final peuvent apparaître différentes aux yeux du visiteur, il n'y a pas de multiples façons de produire une automobile. La fabrication des principaux éléments constitutifs d'un véhicule est complexe et fait appel aux principales techniques de la filière métallurgique et mécanique. Celle de la caisse utilise les technologies de découpage et d'emboutissage de tôles tandis que la fonderie de fonte et/ou d'aluminium et la forge sont employées pour la fabrication des composants d'organes mécaniques (moteurs, boîtes, arbres de transmission et de direction). Les différentes pièces formant la caisse et le groupe motopropulseur (GMP) sont ensuite préparées (usinage-ébarbage, traitement thermique, peinture-apprêts) pour être montées ou assemblées (soudure puis peinture pour la carrosserie). La dernière étape du processus est l'assemblage final de tous les composants : la caisse et le GMP sont joints, puis les pièces et accessoires d'équipement tels que les vitrages, câblages, réservoirs, sièges, roues, batteries sont montés séquentiellement. En bout de chaîne, sont effectués les indispensables contrôles finaux de qualité, avant un essai de roulage en direction des aires de stockage¹⁸. Voir la figure N°9.

¹⁸ Jean-Jacques Chanaron et Yannick Lung, op, cit, p9.

Chapitre IV : présentation de l'industrie automobile

Figure N°9 : Le processus de fabrication d'une automobile



Source : J.J.Chanaron et Y. Lung 1995, économie de l'automobile.

En général, les unités de carrosserie (presses, soudure, peinture) et les unités de mécanique (moteurs, boîtes, trains, colonnes de direction) sont des entités physiquement et géographiquement distinctes. Le plus souvent, la chaîne d'assemblage final est localisée sur le même site que les ateliers de carrosserie, le transport des grandes pièces de tôle étant très délicat.

2.2.L'importance de l'industrie automobile

Introduction :

Peter Drucker la qualifie de l'industrie des industries¹⁹. L'industrie automobile représente un secteur important dans les économies des pays producteurs d'automobiles mais aussi de beaucoup de pays inséré dans la production de composants automobiles. L'industrie automobile et l'exploitation automobile représente des revenus de l'ordre de 400 milliards d'euros pour les Etats à travers le monde²⁰. L'industrie automobile représente à elle seule 3% du PIB mondial²¹.

Pour Matteo Ferrazzi et Andrea Goldstein, si l'industrie automobile est un pays elle va être classée parmi les 10 économies les plus riches²²:

« *If auto manufacturing were a country, it would be among the top 10 largest economies in the world* »

¹⁹ Auteur Cité par Alex Mohubetswane,(memoire de master), Changes in Work and Production Organisation in the Automotive Industry Value Chain, University of Witwatersrand Johannesburg, February 2010
An evaluation of the responses by labour in South Africa

²⁰ Données de l' OICA.

²¹ AT.Kearney, the contribution of automotive industry to technology and value creation, 2013.

²² Matteo Ferrazzi et Andrea Goldstein,The New Geography of Automotive Manufacturing, International Economics | july 2011.pp12. disponible sur www.chathamhouse.org

Chapitre IV : présentation de l'industrie automobile

Par rapport à l'activité globale, le secteur automobile a une taille réduite ; mais les liens forts qu'il entretient avec d'autres pans de l'économie démultiplient l'impact final des chocs qu'il subit.

L'importance de l'industrie automobile c'est aussi une industrie d'innovations technologiques et des méthodes d'organisation.

2.2.1. L'importance de l'industrie automobile dans le monde :

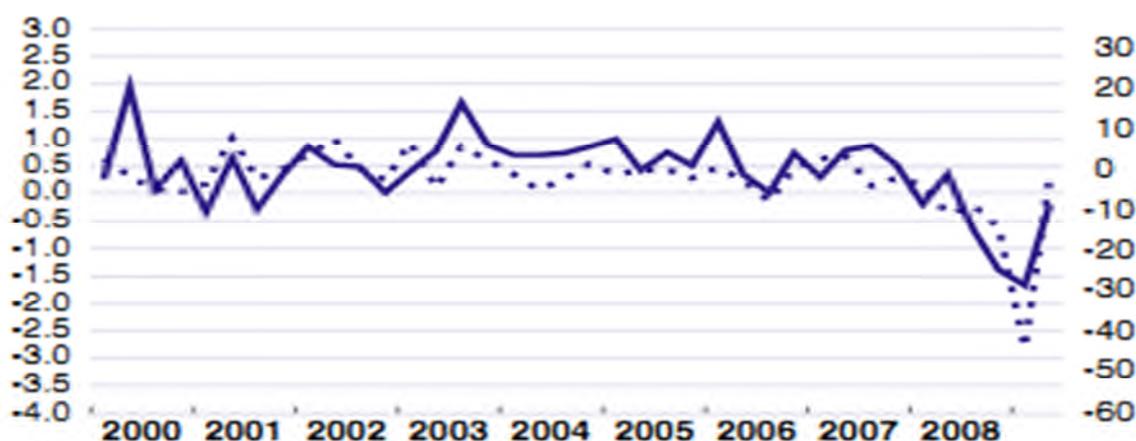
En termes d'emplois. En France par exemple : Au sens large, plus de 2,4 millions de personnes avaient leur emploi assuré par l'automobile en 2008, soit près de 10 % de la population active occupée. Au sens strict, l'industrie automobile employait, en 2008, quelques 257 000 personnes, soit plus de 9 % de l'emploi salarié de l'industrie manufacturière et énergétique²³. Aux Etats-Unis : L'industrie automobile représente 10% de l'économie américaine et 5% de l'emploi total²⁴.

En Europe : L'importance de l'industrie automobile en Europe est : L'industrie automobile en Europe représente 12 millions d'emplois : 2 millions sont directement employés auxquels il faut ajoutés 10 millions d'emplois indirects. L'industrie automobile représente 75 milliards d'euros d'exportations en Europe²⁵.

2.2.2. Les cycles de l'automobile et de l'économie sont-ils étroitement liés :

L'activité économique de l'industrie automobile suit en général la conjoncture générale, de manière toutefois particulièrement plus marquée dans des pays tels que les Etats-Unis (**figure N°10**). Ce lien pourrait même s'être renforcé récemment. Cela dit, les deux cycles peuvent parfois se déconnecter à cause, par exemple, d'évolutions propres au secteur automobile. Même si la corrélation diffère d'un pays à l'autre mais elle est toujours positive.

-Figure N°10 : Corrélation entre la consommation privée et les ventes de voitures, Taux de croissance trimestriels, 2000-2009(Etats-Unis)



Source : OCDE, 2009.

²³ Rapport de PIPAME, **op, cit.p17**.

²⁴ Peter E. Carlson, Auto Industry Trends, , NCEE, Décembre 2006.

²⁵ ACEA, the pocket guide, 2012

Chapitre IV : présentation de l'industrie automobile

Elle est aussi importante par l'excédent commercial qu'elle dégage et qui s'est élevée à 10 milliards d'euros en 2002, 6,7 avec les autres pays européens, et 4 avec le reste du Monde. Dans le commerce international, 43% de la production automobile est exportée, sans compter les achats dans un autre pays des pièces nécessaires à l'assemblage automobile, sans compter non plus les véhicules d'occasion qui peuvent faire l'objet d'un intense trafic international²⁶.

2.2.3. Les effets d'entraînements de l'industrie automobile :

L'automobile est un produit composite regroupant à la fois des éléments métalliques et non métalliques. Aussi, l'industrie automobile se trouve au carrefour d'un certain nombre de filières techniquement diversifiées : sidérurgie, mécanique... En aval, cette industrie donne lieu à des activités de services qui lui servent de véritable support logistique. En prise directe sur la demande finale, elle transmet les fluctuations de cette dernière à une grande partie du tissu industriel. Ceci est particulièrement vrai de certaines filières telles que la sidérurgie, les industries du verre ou celles du caoutchouc. Les fluctuations de cette industrie ont également des retombées directes sur les équipementiers, particulièrement sur ceux d'entre eux qui en sont fortement dépendants. Suite à chaque poste direct créé dans l'industrie automobile 5 autres postes d'emplois indirects sont créés.

Michel Freyssenet analyse l'importance de l'industrie et son importance dans l'économie ne se limite pas à l'industrie elle-même²⁷ :

« L'industrie automobile, c'est non seulement les constructeurs et les marques bien connues, mais c'est aussi en amont une industrie équipementière et sous-traitante, des bureaux d'études travaillant à la demande, c'est en aval des concessions, des revendeurs. Mais c'est aussi indirectement une partie des industries sidérurgique, pétrolière, métallurgique, chimique, textile, électronique, etc., des transports, des ponts et chaussés, des services d'assurance, de crédit, de police, de sécurité, de péage, ce sont aussi des loueurs, des garagistes, des réparateurs, des auto-écoles, un marché de l'occasion qui est deux fois et demi plus important en volume que le marché du neuf. »

2.2.4. Des parcs automobiles liés au niveau de richesse des économies :

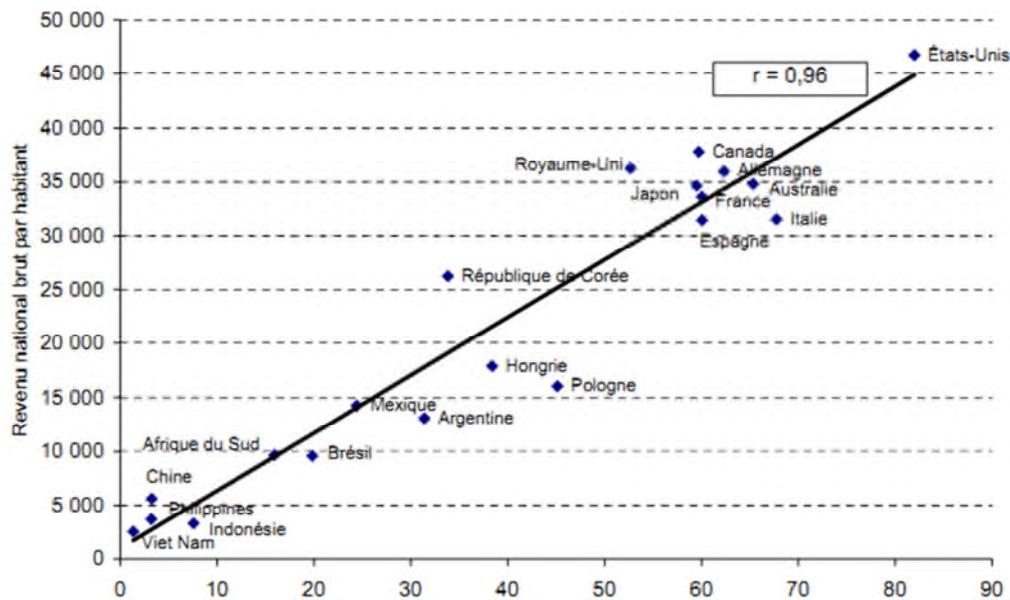
Une relation importante est constatée entre, d'une part, le niveau de richesse économique des pays et, d'autre part, leur taux d'équipement en automobiles. Le graphique ci-dessous illustre cette relation pour un ensemble d'économies d'importance significative, mettant respectivement en perspective la situation de pays industrialisés et émergents.

Pour la série de pays ainsi représentés, une corrélation particulièrement forte est mesurée entre le revenu national brut (RNB) par habitant et le taux d'équipement en véhicules automobiles (selon un coefficient de corrélation $r = 0,96$).

²⁶ M., L'industrie automobile, que représente-t-elle, où va-t-elle ?, op, cit

²⁷ Freyssenet M., L'industrie automobile, que représente-t-elle, où va-t-elle ?, entretien Radio France International, Les Clefs de l'Économie, 24 septembre 2004. Édition numérique, freyssenet.com, 2007, 160 Ko, ISSN 7116-0941.

Figure N°11 : la relation entre RNB (*) par habitant et taux d'équipement en véhicules automobiles (année 2007)



(*) Revenu national brut en dollars internationaux courants, basé sur les taux de parité des pouvoirs d'achat (PPA).

Source : Banque mondiale.

2.3. Les caractéristiques de l'industrie automobile :

L'industrie automobile présente beaucoup de caractéristiques qui la différencient des différentes industries. En effet, elle concentre de nombreuses expérimentations aussi bien au niveau de la technique du produit, des procédés de fabrication, des modalités de gestion de la production qu'au niveau organisationnel. Bien qu'il ne s'agisse pas d'une industrie de pointe (à l'exemple de l'électronique), elle est probablement le secteur où l'organisation productive est la plus complexe à gérer compte tenu des spécificités de son "produit-système" et du nombre d'acteurs impliqués.

2.3.1. Une industrie technologique ;

L'industrie automobile est caractérisée comme un système complexe, dont les principales caractéristiques et contraintes techniques ont connu une première période de stabilisation, des années vingt à la fin des années soixante-dix. Puis, de nouvelles demandes sociales en termes d'environnement, de sécurité principalement, ainsi que l'apparition d'innovations associées à la diffusion de nouvelles technologies (la micro-électronique, les matériaux plastiques) sont venues modifier ces fondements techniques.

2.3.2. Une industrie capitaliste et de main d'œuvre :

L'industrie automobile est simultanément une activité de main-d'œuvre et à forte intensité capitaliste. Elle requiert, en effet, des investissements en bâtiments, en machine et outillage considérables. Le coût des investissements matériels s'est beaucoup accru dans les

Chapitre IV : présentation de l'industrie automobile

années soixante dix et quatre-vingt avec la course à l'automatisation qui a touché l'ensemble des tâches, autant les activités de transformation de matières premières-fonderies, emboutissage, usinage, soudure, peinture, montage et assemblage-que les activités intellectuelles-conception, gestion et administration, formation, etc. De même, la multiplication des modèles, le raccourcissement des temps de développements et l'accroissement des dépenses de recherche ont abouti à un très net alourdissement des investissements immatériels.

L'industrie automobile est aussi une industrie de main d'œuvre, une bonne part des postes de travail de montage et d'assemblage n'étant pas automatisée. Dans les principaux pays constructeurs, les effectifs totaux liés à la production, le commerce et réparation et l'utilisation de l'automobile est de 10% des effectifs de la main d'œuvre totale occupée.

En Allemagne, l'industrie automobile est directement responsable de 2,4 % de tous les emplois de l'économie et 13 % de tous les emplois dans l'industrie manufacturière²⁸.

Tableau N°5 : nombres d'employés directs dans l'industrie automobile en 2004.

Argentina	12,166	Korea	246,900
Australia	43,000	Malaysia	47,000
Austria	32,000	Mexico	137,000
Belgium	45,600	Netherlands	24,500
Brazil	289,082	Poland	94,000
Canada	159,000	Portugal	22,800
China	1,605,000	Romania	59,000
Croatia	4,861	Russia	755,000
Czech Rep.	101,500	Serbia	14,454
Denmark	6,300	Slovakia	57,376
Egypt	73,200	Slovenia	7,900
Finland	6,530	South Africa	112,300
France	304,000	Spain	330,000
Germany	773,217	Sweden	140,000
Greece	2,219	Switzerland	15,500
Hungary	40,800	Thailand	182,300
India	270,000	Turkey	230,736
Indonesia	64,000	UK	213,000
Italy	196,000	USA	954,210
Japan	725,000		

Grand total (39 countries only) 8,397,451

Source : OICA, 2006.

2.3.3. Une industrie de recherche&développement :

Pour étudier et tester les modèles renouvelant leur gammes, améliorer les techniques existantes(les moteurs à essence et diesel, notamment-étudier les nouveaux matériaux, développer de nouveaux composants, principalement électroniques- diagnostic général du véhicule, multiplexage, vision tête-haute, radars de positionnement, guidage, etc. et plus marginalement se tenir prêts. Mis à part les groupes pharmaceutiques qui investissent une part importante de leur chiffre d'affaire, les constructeurs automobiles sont de grands investisseurs en termes de recherche et développement²⁹.

²⁸ Commission européenne (rapport), Industrie automobile, Analyse sectorielle détaillée des compétences naissantes activités économiques dans l'Union européenne, 2009.

²⁹ Jean-Jacques Chanaron et Yannick Lung, économie de l'automobile, op, cit, p26.

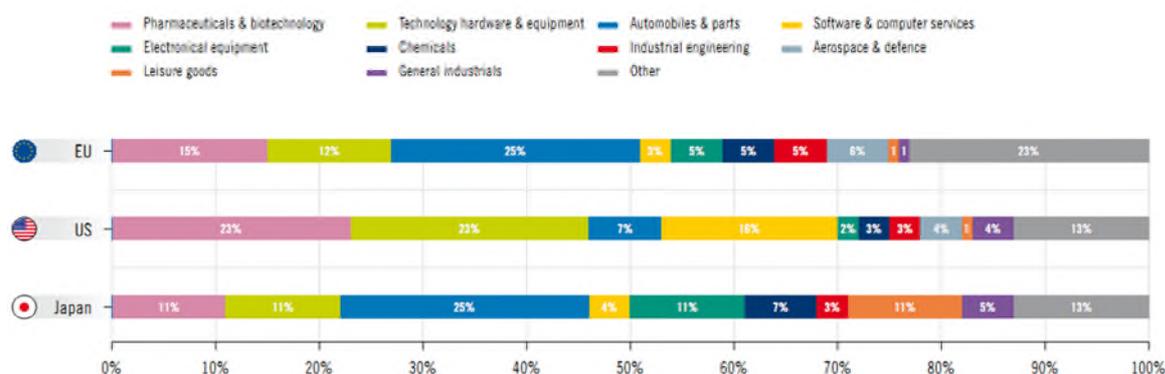
Chapitre IV : présentation de l'industrie automobile

En France par exemple³⁰ :

- la filière automobile française consacre 6% de son chiffre d'affaires au financement de ses dépenses de recherche et développement ;
- reçoit 16 % de la dépense de recherche-développement national ;
- 1^{er} rang national en termes de prise de brevets.

Les dix premiers constructeurs ont investi en recherche et développement 85 milliards € en 2006, ce qui fait de cette industrie l'une des plus importantes en matière d'innovation ³¹(voir la figure N°12)

Figure N°12 : part de la R&D dans les différentes régions du monde



Source : ACEA, 2013.

2.3.4. Les interdépendances du système automobile

Une des caractéristiques spécifiques du système automobile est l'interdépendance des divers acteurs impliqués sans le processus de production au sens large, de la conception à la distribution physique des véhicules. Les complexes réseaux d'acteurs qui encadrent les systèmes automobiles industriels constituent de puissants groupes de pression avec lesquels comptent les pouvoirs politiques et administratifs.

2.3.5. Une Industrie oligopolistique :

L'industrie automobile est un exemple illustratif d'une industrie oligopolistique. Elle connaît, en effet, un niveau particulièrement élevé de concentration : quelques firmes dominent sur l'ensemble de la planète, laissant peu de marges aux petits constructeurs. Le niveau élevé de la concentration traduit les barrières à l'entrée de cette industrie, barrières qui recouvrent l'ensemble des facteurs traditionnels : économies d'échelle, économies d'apprentissage, différenciation des produits, facteurs institutionnels. Les économies d'échelle y sont ainsi particulièrement importantes : une usine standard d'assemblage correspond à un volume annuel de l'ordre de 180 000-200 000 véhicules. Pour atteindre un coût raisonnable, une usine de mécanique (moteur ou transmission) doit produire de 50 000 à 1 million d'unités

³⁰ Disponible sur : www.industrie.gouv.fr

³¹ OICA, A_depliant28-11.indd 5-8OICA_depliant28-11.indd 5-8, 2006.

Chapitre IV : présentation de l'industrie automobile

par an ; le volume est encore plus élevé pour certaines composants génériques et pièces standardisés. Les économies d'apprentissages sont très marquées de fait de la complexité technique du produit et de la complexité économique de l'activité. Il faut prendre en compte la formation de la main-d'œuvre, qu'il s'agisse des opérateurs sur les machines ou les chaînes, des techniciens et ingénieurs qui participent à la conception du produit et des procédés, des agents commerciaux qui distribuent les produits, des dirigeants qui gèrent l'entreprise³². À cela s'ajoute le branding de marque, l'achat d'une automobile signifie l'achat d'une marque qui recouvre des caractéristiques spécifiques à chaque marque.

En 2012, Les 13 premiers constructeurs, représentent les trois quarts de la production mondiale et produisent plus de deux millions de véhicules chacun. La structure de cet oligopole n'a pas changé vraiment depuis les années 80 (voir le tableau N6°)³³.

Tableau N°6 : l'oligopole mondial de l'industrie automobile :

PRODUCTION MONDIALE, EN NOMBRE DE VÉHICULES, EN 2012

En milliers de véhicule

	Rang mondial	Tous véhicules ⁽¹⁾	Voitures particulières	Véhicules utilitaires ⁽²⁾
Toyota-Daihatsu-Hino ⁽³⁾	1	10 104	8 382	1 722
General Motors (Opel-Vauxhall-GM Daewoo) ⁽⁴⁾	2	9 285	6 609	2 677
Groupe Volkswagen (Porsche, Man et Scania inclus)	3	9 255	8 577	678
Hyundai-Kia	4	7 126	6 761	365
Ford ⁽⁴⁾	5	5 152	2 680	2 472
Nissan	6	4 889	3 831	1 058
Fiat-Chrysler	7	4 505	2 159	2 346
Honda	8	4 111	4 078	32
PSA Peugeot Citroën	9	2 911	2 554	358
Suzuki-Maruti	10	2 894	2 484	410
Renault-Dacia-Samsung	11	2 676	2 303	373
Daimler (Evobus et Fuso inclus)	12	2 195	1 456	740
BMW (Mini inclus)	13	2 065	2 065	0

Note : La production des constructeurs chinois ne comprend pas celle des joint-ventures. (1) Des doubles comptes peuvent exister entre constructeurs.

Source : CCFA, rapport annuel 2013.

³² J.J. Chanaron et Yannick LUNG, l'économie de l'automobile, op, cit, pp85-86.

³³ Source de données CCFA

3 La demande automobile et les défis de cette industrie :

3.1. La consommation du produit automobile :

3.1.1. L'automobile comme moyen de transport individuel :

L'analyse économique de la consommation suppose que la demande exprime certains besoins que les économistes regroupent par fonction. Pour l'automobile, il s'agit de la fonction transport des individus à l'occasion des déplacements pour des raisons professionnelles ou privés. Même si il n'est pas le seul moyen de transport, sa demande est fonction de besoins qui ne se résume pas au transport seulement, un moyen d'autonomisation, un marqueur social et même un signe de distinction.

3.1.2. L'automobile dans la consommation des ménages :

3.1.2.1. La consommation du produit automobile :

L'automobile est un bien durable, au sens où sa consommation s'effectue progressivement sur plusieurs périodes. L'âge moyen des véhicules est ainsi de 6,3 ans en France ; cependant la période de conservation de véhicule est plus courte trois ans et demi.³⁴

3.1.2.2. Les déterminants de la consommation de voitures :

Les facteurs déterminants de la demande de véhicules automobiles s'analysent selon la théorie des biens de consommation. Ce type de demande est globalement fonction de deux éléments³⁵ : le prix du véhicule et le revenu des ménages. Les biens de consommation relèvent de deux types de demandes: l'une correspond aux biens dits nécessaires, l'autre, discrétionnaire et différable, correspond aux autres dépenses. Appartenant à ce dernier type, les achats d'automobiles subissent les effets des fluctuations conjoncturelles.

Les facteurs qui déterminent la demande automobile sont³⁶ :

3.1.2.2.1. Le revenu :

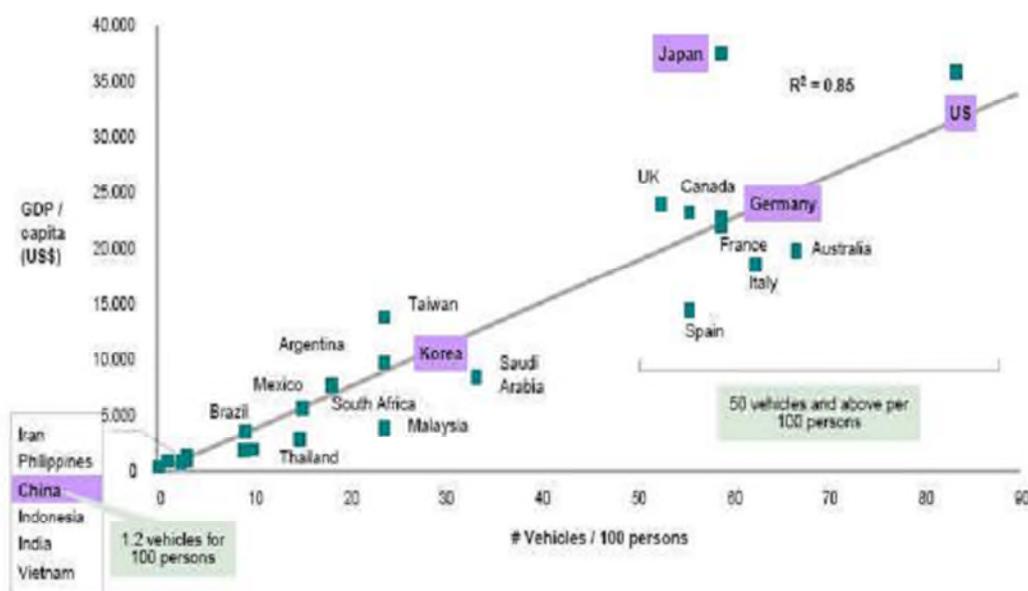
Le principal déterminant de la consommation d'automobile est assurément le revenu. Aussi les fortes disparités entre les pays en matière de taux d'équipement recouvrent-elles principalement les inégalités en matière de développement économique. La multi motorisation est importante dans les économies industrialisées (par exemple, plus d'un ménage sur quatre est équipé de deux automobiles) alors que, dans les pays en développement, l'espoir d'accéder à un véhicule d'occasion constitue déjà un privilège rare. (Voir la **figure N°13**).

³⁴ Jean-Jacques Chanaron et Yannick Lung, économie de l'automobile, op, cit, p64.

³⁵ Ahmed BOUNFOUR, L'avenir de l'industrie automobile mondiale, Quelles stratégies ? , LA DOCUMENTATION FRANÇAISE, Paris, 1987.

³⁶ Ibid.

Figure N°13 : le lien entre le niveau de revenu et le taux d'équipement automobile



Source : PIPAME, industrie automobile : facteurs structurels d'évolution de la demande.

3.1.2.2.2. Coût d'utilisation et prix des véhicules :

Le coût d'un véhicule comporte deux composantes : l'une, variable (coût du kilométrage moyen, coût d'énergie), l'autre, fixe (prix de voitures neuves, frais connexes tels que ceux d'assurance et d'immatriculation).

3.1.2.2.3. Le facteur démographique :

A long terme, le taux d'équipement des ménages en automobiles repose sur ce facteur. Dans les pays où la population devrait s'accroître, il faut s'attendre à ce que des demandes d'automobiles s'expriment.

3.1.2.2.4. le coût du crédit :

Les taux d'intérêt pratiqués peuvent représenter un facteur d'influence dans la demande automobile et la détermination de la demande. Les filiales financières des constructeurs automobiles font beaucoup d'efforts pour permettre un crédit accessibles aux clients pour booster les ventes.

3.1.2.2.5. Facteurs liés aux infrastructures et à l'environnement :

Il s'agit de l'ensemble des actions entreprises par les pouvoirs publics tant dans le domaine des infrastructures que de l'environnement. L'existence et la qualité de réseaux routiers n'est pas la même, dans les pays en développement, les infrastructures ne sont pas les mêmes que celles des pays industrialisés. Dans certains de ces pays, où le réseau routier est insuffisamment développé, il faut s'attendre à un renforcement de la demande pour des véhicules présentant des caractéristiques particulières (résistance, sobriété...). Les normes environnementales sont un autre facteur déterminant de l'achat. Les législations en matière de

Chapitre IV : présentation de l'industrie automobile

protection de l'environnement diffèrent d'un pays à l'autre, on assiste à une des réglementations sévères dans les pays développés, une chose qui n'est pas encore dans les pays en développement.

3.1.2.2.6. Les éléments géographiques :

Dans les pays développés, le taux de possession d'un véhicule tend généralement à être plus élevé dans les zones rurales que dans les zones urbaines en raison notamment, dans ces dernières, de la présence et de la qualité des transports collectifs. La redistribution spatiale de la population des zones urbaines vers les zones urbaines à densité moyenne peut également exercer une influence favorable sur la demande de voitures particulières.

3.1.3. L'évolution de la demande automobile

3.1.3.1. La sensibilité conjoncturelle de la demande

La demande automobile est particulièrement sensible aux inflexions de la conjoncture économique dans la mesure où l'achat peut être facilement différé de quelques mois (et inversement avancé) selon les anticipations des agents en matière d'emploi et de croissance de revenu. Les variations du volume des ventes automobiles résultent de facteurs spécifiques au secteur et du contexte économique général.

Parmi les facteurs spécifiques, trois éléments ont un rôle important³⁷ :

- Les fluctuations saisonnières marquées (par exemple, en Grande Bretagne, le quart des ventes s'effectue au mois d'aout pour les raisons fiscales) ;
- Les cycles du produit propres à chacun des modèles (forte demande au lancement d'un nouveau produit, faible avant l'apparition de la génération suivante) ;
- Les cycles de renouvellement des biens durables (remplacement des véhicules usagés)..

3.1.3.2. L'évolution tendancielle :

Les pays industrialisés ont aujourd'hui un marché interne saturé qui recèle de faibles perspectives de croissance en volume. Les pays industrialisés n'atteignent pas les taux record des Etats-Unis en matière d'équipement et de multimotorisation, mais ce niveau n'est pas une norme universelle et les marges de progression sont de plus en plus lentes à exploiter dans les pays développés. Les perspectives d'équipements viennent des pays faiblement équipés en automobile.

3.1.3.3. Les étapes de la motorisation :

La motorisation peut être définie comme l'appropriation d'un véhicule par une unité de décision, en général un ménage. Le niveau de motorisation traduit le degré de diffusion de l'automobile dans une société donnée et, de façon générale, son degré de développement. Si

³⁷ Jean-Jacques Chanaron et Yannick Lung, économie de l'automobile, op, cit, p69.

Chapitre IV : présentation de l'industrie automobile

l'on se place dans une perspective internationale, cinq étapes de motorisation peuvent être distinguées³⁸ :

- La première étape, qui correspond à un bas niveau de motorisation, se caractérise par une densité de voitures pour 1 000 habitants inférieure à 20 unités. Le PIB par tête d'habitant est de l'ordre de 300 à 400 dollars et l'élasticité revenu/achat de véhicule est quasi nulle ;
- Au cours de la seconde étape, l'on assiste à un début d'accélération du processus de diffusion. La densité pour 1 000 habitants est supérieure à 100 unités. Le revenu par tête est de l'ordre de 800 à 1 200 dollars ;
- La troisième étape se distingue par un haut niveau de motorisation. La densité est supérieure à 200 véhicules pour 1 000 habitants. Le parc automobile croît, mais à un taux constant. On assiste également à l'apparition d'une demande de remplacement, de même qu'à l'apparition de certains problèmes liés à l'usage de l'automobile (coût d'usage, congestion urbaine). La croissance de la demande n'est plus aussi forte qu'au cours de la seconde phase, mais l'élasticité achat du véhicule/revenu demeure supérieure à l'unité ;
- Au cours de la quatrième phase — dite de motorisation avancée — la densité automobile croît toujours, mais à un taux décroissant. En effet, la demande de premier équipement étant quasi saturée, l'essentiel de la demande qui se manifeste sur le marché est de type « demande de remplacement ». L'élasticité acquisition/revenu est inférieure à l'unité ;
- La dernière phase, enfin, correspond au moment où la demande actuelle est égale à la demande potentielle. Le niveau de saturation est atteint, l'accroissement de la demande totale étant exclusivement constituée par une demande de remplacement. L'élasticité achat/revenu est nulle.

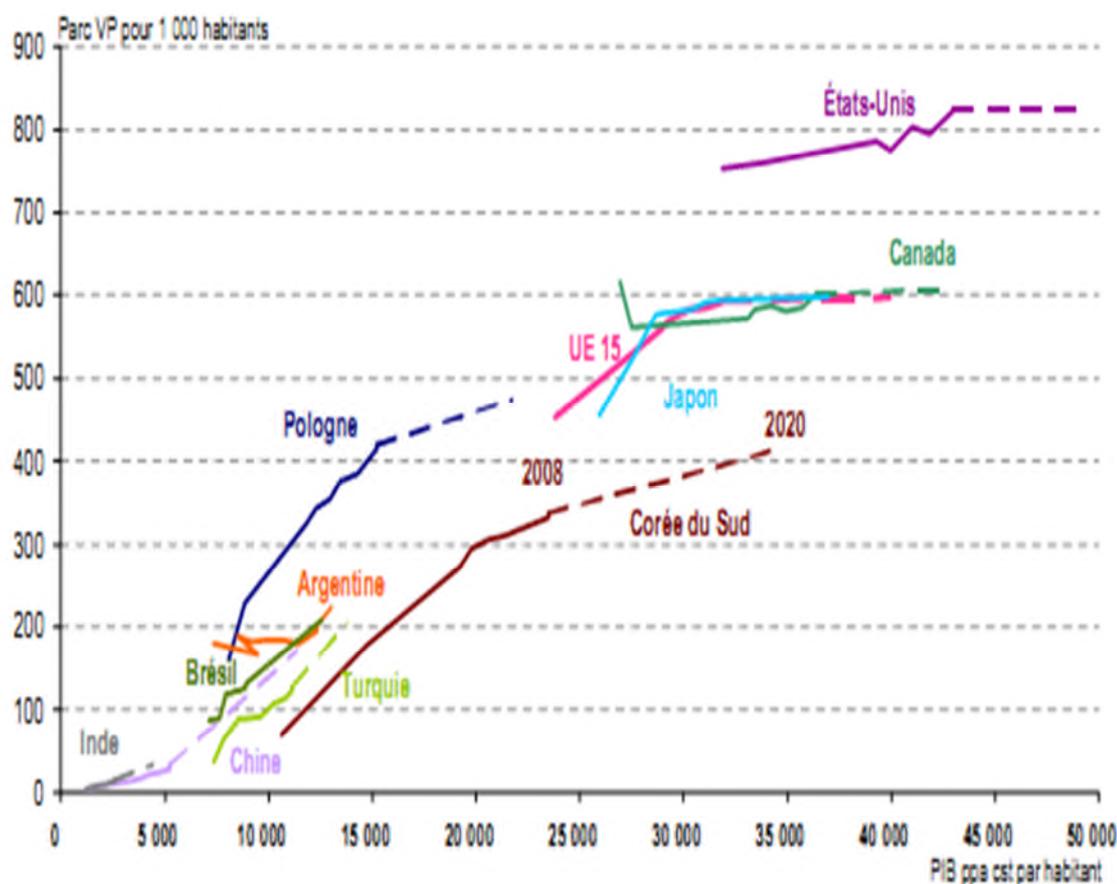
Telles sont brièvement décrites les cinq étapes de la motorisation, les quatre premières ayant déjà été parcourues -ou étant en passe de l'être -par un certain nombre de pays. La dernière étape n'est que théorique, car aucun pays n'a encore atteint le niveau de saturation totale de la demande.

³⁸ Ahmed BOUNFOUR, op, cit.

Chapitre IV : présentation de l'industrie automobile

La figure N°14 illustre les différents niveaux d'équipements pays selon le niveau de richesse.

Figure N°14: Équipement automobile et niveau de développement économique :



Source : PIPAME, industrie automobile : facteurs structurels d'évolution de la demande.4

3.1.3.4. Une nouvelle géographie de la demande :

Les évolutions du contexte économique général restent pertinentes pour apprécier le futur de l'automobile. Plusieurs facteurs sont en effet susceptibles d'infléchir les tendances lourdes présentées ci-avant. Il s'agit en particulier de³⁹ :

- l'évolution de la croissance économique générale et ses conséquences sur les revenus et le pouvoir d'achat ;
- l'évolution des prix du pétrole qui influencent le coût d'usage de l'automobile ;
- l'évolution des prix et la disponibilité de ressources alternatives, donc l'impact sur les motorisations (par exemple, les perspectives de développement des biocarburants) ;

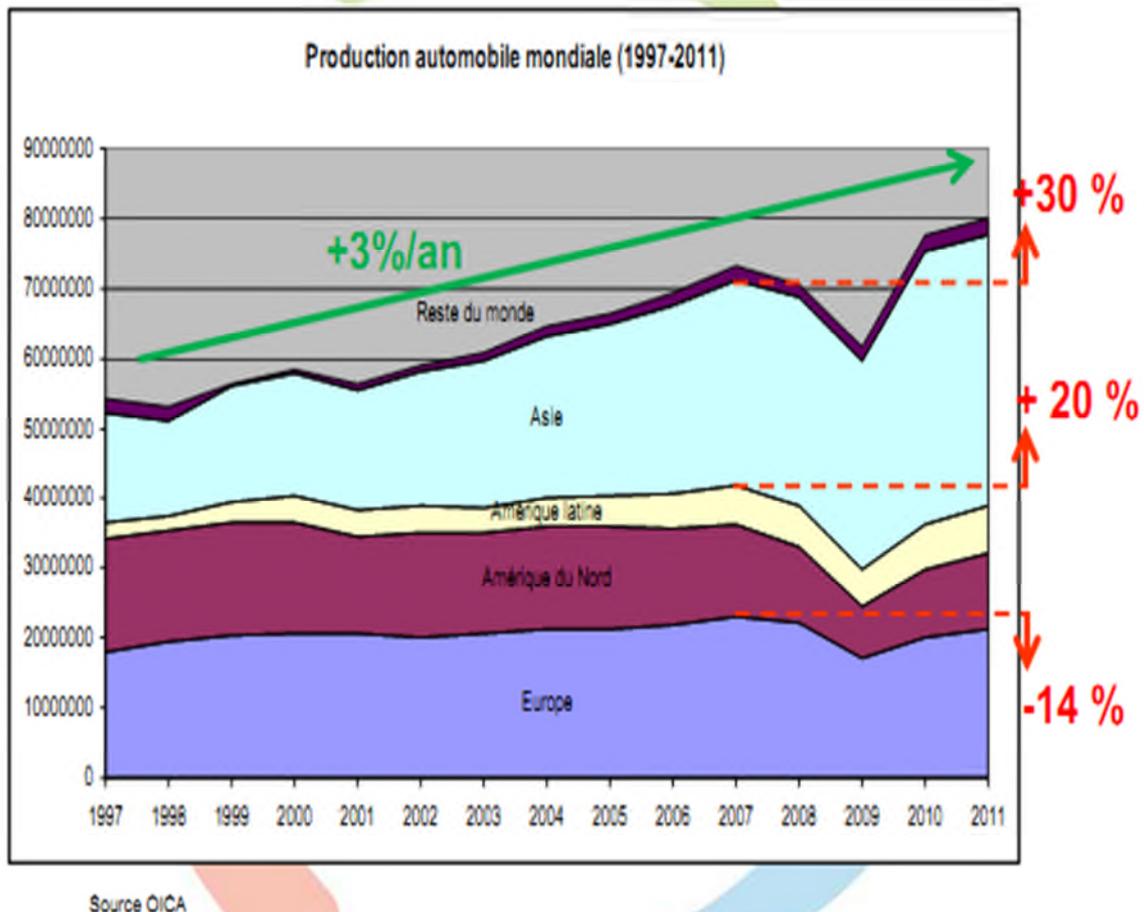
³⁹BIPE (rapport), Étude prospective des bassins automobiles : Haute-Normandie, Lorraine et Franche-Comté, Avril 2011.

Chapitre IV : présentation de l'industrie automobile

- l'évolution de la localisation de l'habitat et du taux d'urbanisation.

Les marchés des pays développés ne présentent plus de perspectives de croissance en raison de leur saturation, la demande étant pour la majorité celle de renouvellement, par contre les pays en développement présentent une croissance économique et des perspectives de croissance de la demande importante ce qui fait que la carte des grands marchés ont connu des modifications (voir la **figure N°15**).

Figure N°15 : évolution de la production des différentes régions mondiale entre 1997-2011



Source : OICA

3.2. Les défis de l'industrie automobile :

3.2.1. Le refus de l'automobile et les problèmes créés par la voiture :

Cette reconfiguration et l'importance prise par l'automobile et l'espoir dans la vie des populations qu'il suscitait a laissé une place à pessimisme né des effets négatifs de l'automobile. Ce qui a remis en cause ce moyen de transport :

- la perte de temps malgré la vitesse apparente ;
- l'énorme consommation d'espace et la détérioration de celui-ci par les différentes formes de pollution, bruit, gaz ;
- la destruction d'espaces de proximité, piétons, cyclistes, qui pénalisent des groupes de la société, plus isolés de ce fait (parmi les personnes âgées, femmes, jeunes...) ;
- les accidents, fait typique du caractère exclusif de la voiture.

3.2.2. Les défis de l'industrie automobile

À ces problèmes créés par les voitures, des défis se pose à l'industrie automobile :

3.2.2.1. Le prix et la disponibilité du pétrole :

Le pétrole et les énergies fossiles ont été et sont encore les sources d'énergies de l'automobile. Le choix du pétrole comme source d'énergie dans l'industrie automobile date de la *première révolution automobile* qui est caractérisée par l'adoption d'un standard mondial : le moteur à explosion alimenté par un combustible liquide et fossile, le pétrole⁴⁰.

L'un des défis important pour l'industrie automobile est le prix et la disponibilité du pétrole qui est de loin la première source fonctionnement des véhicules automobiles.

Depuis la seconde guerre mondiale, le pétrole est devenu la source d'énergie majeure, celle qui a enregistré le développement d'utilisations nouvelles massives et qui s'est progressivement substitué au charbon. La demande mondiale a crû fortement, passant de 46,8 millions de barils/jour à 85,9 millions de barils/jours, entre 1970 et 2007, soit une augmentation de 85%⁴¹.

Un autre problème en ce qui concerne le pétrole c'est que les zones de productions et les routes d'acheminement sont dans une instabilité chronique : Moyen-Orient, Nigeria et même la Lybie ce qui rend le prix toujours soumis aux facteurs géopolitiques.

Tout achat de véhicule est désormais soumis à une analyse des coûts de l'essence, les cours des hydrocarbures est un élément qui détermine l'évolution de la demande automobile.

⁴⁰ Freyssenet M., La seconde révolution automobile : ses promesses et ses incertitudes, original en français de «The second automobile revolution : promises and uncertainties», in Freyssenet M. (Ed.), The Second Automobile Revolution. Trajectories of the World Carmakers in the 21st century, Basingstoke and New York: Palgrave Macmillan, 2009, pp 443-454. Édition numérique : freyssenet.com

⁴¹ PIPAME(Rapport), mutations économiques dans le domaine automobile, chap1 contexte économique mondial, avril 2010.

3.2.2.2. La limite de l'utilisation de la batterie électrique:

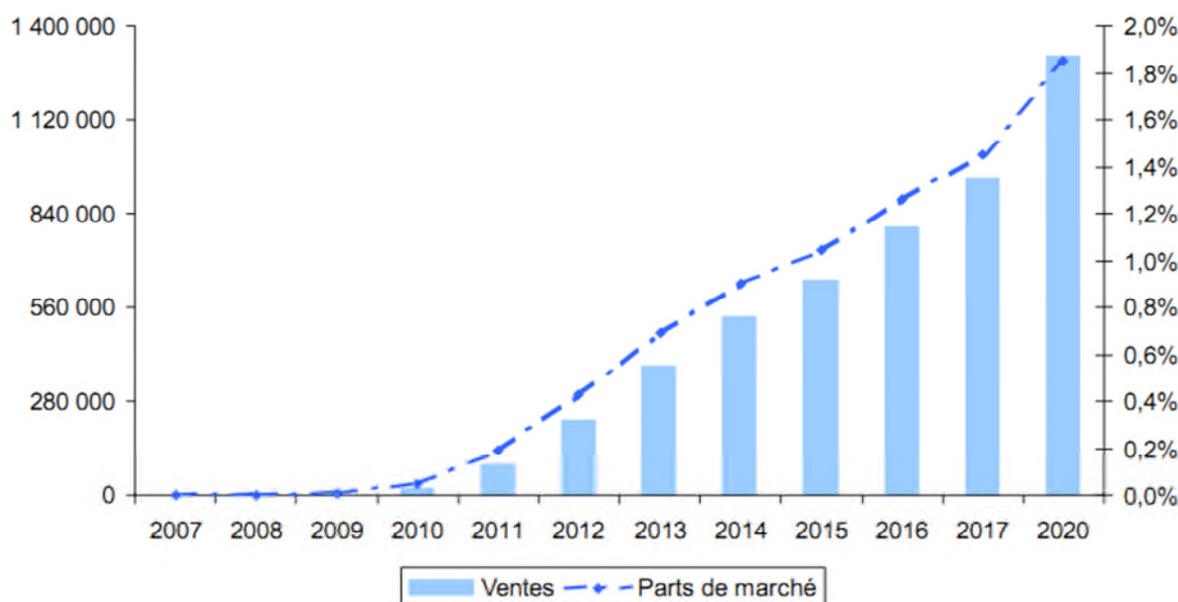
L'une des solutions qui se profile est l'adoption de l'électricité comme source d'énergie, M. Freyssenet⁴² évoque même une seconde révolution dans l'industrie automobile ou l'électricité sera la source majeure pour palier à l'incertitude dans le domaine du pétrole en termes de disponibilité et de prix.

Le véhicule électrique présente une autonomie réduite et un temps de recharge important, ce qui semble devoir limiter son développement en l'absence de marge de progrès réelle. En effet, il ne recharge ses batteries qu'au rythme de 1 à 2 kilomètres d'autonomie par minute de recharge. Les batteries actuelles n'offrent qu'une centaine de kilomètres d'autonomie contre près de 1 000 km pour les véhicules diesel. Des progrès sont néanmoins en cours dans ce domaine.

Des batteries avancées de type lithium-ion ou lithium-polymère, proposées par les groupes Dassault et Bolloré, devraient permettre une autonomie de l'ordre de 250 à 300 km (toujours avec un temps de recharge de plusieurs heures)⁴³.

Toutefois, cette révolution n'est pas pour demain. Selon les estimations de J.D. Power and Associates⁴⁴, le nombre total de véhicules particuliers vendus à travers le monde devait atteindre 44,7 millions d'unités en 2010 (voir la **figure N°16**). Sur ce nombre, environ 954 000 véhicules (un peu plus de 2,1 % du total) utilisent un système de propulsion fondé sur le recours à une batterie (technologie hybride ou électrique).

Figure N°16 : le taux de vente voitures électrique jusqu'à 2020.



Source: JD. Powers and associates.

⁴² Freyssenet M., op, cit, 2009

⁴³ Roland Gardin, l'automobile française : une filière majeure en mutation, Rapports du conseil économique et social français, 2006.

⁴⁴ Cité par PIPAME (rapport), Industrie automobile : facteurs structurels d'évolution de la demande, mars 2011.

3.2.2.3. Les matières premières et matériaux bruts :

La hausse des cours des hydrocarbures n'est pas le seul problème qui affecte l'industrie automobile, la hausse des prix des matières premières et des matériaux bruts remonte jusqu'aux constructeurs pour réduire les marges bénéficiaires.

Aucune amélioration n'est en vue, le cours de ces matières semble dans une hausse structurelle et la pression et de plus en plus importante. L'arrivée des pays émergents, là aussi est un élément qui entretient cette tendance haussière⁴⁵.

3.2.2.4. Le défi écologique :

La nécessité de concentrer les efforts de recherche sur le développement des voitures moins polluantes est un défi majeur pour les constructeurs et les équipementiers. Les normes de protection de l'environnement en vigueur dans un nombre de plus en plus important de pays combinées à la hausse structurelle des prix des énergies conventionnelles font de l'axe de recherche dans la « voiture verte » un élément stratégique. Le souci de la protection de l'environnement chez le consommateur est également pris en considération par les constructeurs automobiles.

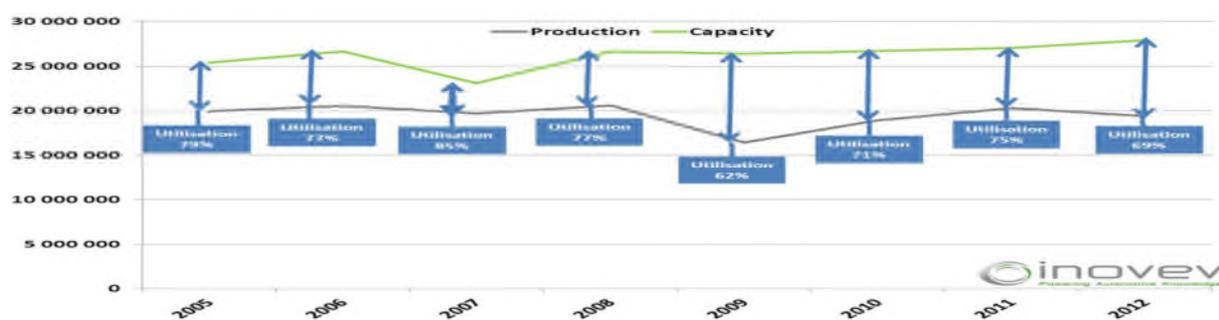
3.2.2.5. La surcapacité de production :

Malgré les nombreuses fermetures de sites en Amérique du Nord et, dans une moindre mesure, en Europe, les surcapacités mondiales persisteront chez les constructeurs et les équipementiers. Les surcapacités mondiales sont évaluées pour 2010 à près de 30% de l'outil de production. La reprise des ventes ne sera pas suffisante pour réduire ce surplus⁴⁶. Une chose que confirme le PDG de Fiat Sergio Marchionne⁴⁷ :

“Notional production capacity worldwide is approximately 94 million cars per year, which is about 30 million more than the market would be able to digest normally.”

Le taux d'utilisation de la capacité de production varie de pays ou d'une région à une autre (voir la figure N°17) mais il n'atteint dans le meilleur des cas 85%.

Figure N°17 : la production et les capacités de productions en Europe :



Source : Inovev

⁴⁵ Helmut Becker, Crises et défis de l'industrie automobile allemande, note de la CERFA N°72, IFRI, mars 2010.

⁴⁶ Coface (rapport), Le secteur automobile dans le monde et en France, 2011.

⁴⁷ Sergio Marchionne, "Prospects for the Auto Industry: from Chapter 11 to Chapter 1", Peterson Institute for International Economics, Washington, DC December 7, 2009.

3.2.2.6. Les réglementations antipollution

L'industrie automobile est l'une des industries les plus réglementées au monde. Les compagnies doivent se conformer à plus de 80 directives dans l'UE et règlements en plus de en plus sévères⁴⁸. Depuis le milieu des années soixante-dix, l'automobile doit respecter de nombreuses conditions imposées par des politiques publiques et des réglementations visant à limiter ses externalités négatives, c'est-à-dire ses effets sur l'environnement, la santé.

3.2.3. Les réponses des constructeurs à ces défis :

Ayant déployé des sommes importantes pour produire des véhicules à hautes performances, fiables, confortables et sûrs, les techniciens de l'automobile se trouvent désormais confrontés à deux préoccupations majeures :

- réduire la consommation de carburant, car celui-ci est actuellement majoritairement d'origine fossile, avec des réserves épuisables ;
- minimiser les nuisances provoquées par la circulation routière, plus particulièrement les émissions de polluants, directes ou indirectes.

3.2.3.1. La réduction de la consommation énergétique :

Jusqu'au début des années soixante-dix, les efforts des constructeurs portaient sur l'accroissement des cadences de production et sur l'augmentation des performances en accélération ainsi que les vitesses maximales. La crise pétrolière de 1973 a été le point de départ d'une politique d'économie d'énergie. Ces actions se sont traduites par une diminution régulière de la consommation moyenne de carburant des nouveaux véhicules immatriculés chaque année et donc de l'ensemble du parc automobile. La maîtrise de la consommation énergétique constitue un objectif majeur : les constructeurs européens se sont fixés comme cible une réduction de celle-ci de 10 % pour l'ensemble de leur production, de 1995 et 2010⁴⁹.

Les axes de travail retenus pour atteindre cet objectif sont principalement⁵⁰ : l'amélioration du rendement du moteur et la réduction de la masse du véhicule.

3.2.3.2. La sécurité par l'électronique

Un autre axe de Recherche-Développement (R&D) des constructeurs automobiles est celui de la sécurité. Deux notions sont distinguées : la *sécurité passive* (résistance aux chocs frontaux et latéraux) et la *sécurité active* (pour parer aux accidents de circulation). Cette dernière est assurée, notamment, grâce à des équipements de nature électronique (antiblocage électronique des roues pour anticiper un meilleur freinage, ordinateur de bord comme système d'aide à la conduite et de guidage électronique, etc.). Globalement, le poids de l'électronique dans le prix des véhicules augmente à un rythme annuel moyen de 10 à 15 %, alors même que le prix des systèmes électroniques baisse de 20 % d'une génération à l'autre (la durée d'une génération est environ de trois ans pour les composants électroniques automobiles)⁵¹.

⁴⁸ La commission européenne

⁴⁹ Ibid.

⁵⁰ JJ. Chanaron et Y.Lung , op, cit.

⁵¹ Ibid.

Conclusion du chapitre :

L'industrie automobile a plus d'un siècle d'existence, elle est passée d'un mode artisanal à un industrie de masse très complexe employant des millions de personnes à travers le monde. Du moteur de Nikolaus OTTO et les autres inventions qui ont suivi durant cet âge d'or de l'industrie automobile, le produit automobile s'est imposé comme un moyen de transport incontournable mais aussi comme un élément qui a influencé le territoire et une nouvelle structure de la ville est née.

L'industrie automobile actuellement, représente un secteur important dans l'économie, par les millions d'emplois quelle représentent, les montants des échanges automobiles et les sommes consacrées à la recherche et développement par les différents acteurs qui composent cette industrie oligopolistique.

Le produit automobile se consomme sur une longue durée (plus de 5 ans) son achat est fonction du revenu. Les producteurs d'automobiles sont soumis à de nombreux défis. Des défis sur les prix et la disponibilité du pétrole, des réglementations en matière de protection de l'environnement et la recherche de nouvelles sources d'énergies. À ces défis s'ajoute celui du lieu de production et l'arbitrage que doivent faire les constructeurs entre les pays développés saturés et une croissance des ventes venant de plus en plus des régions en développement. La reconfiguration de l'industrie automobile dans la triade fera l'objet de notre prochain chapitre.

1 La Triade de l'automobile :

Introduction :

Charles Wilson le PDG de General Motors disait, dans les années 50 : « *ce qui est bon pour le pays est bon pour General Motors et vice versa* ». L'industrie automobile est un secteur important dans les pays de la Triade. La majorité des constructeurs et des équipementiers qui domine cette industrie sont issus de ces pays, qui ont vu même la naissance de cette industrie. Cette industrie représente une part importante dans la production industrielle, de l'emploi et dans les exportations des pays développés. Toutefois, cette industrie connaît des mutations profondes dans ces pays. Dans ce chapitre nous allons nous intéresser à la situation de l'industrie automobile dans les pays de la triade et sa mutation ainsi que celles des acteurs de l'industrie automobile notamment les constructeurs et les équipementiers automobiles.

1.1. L'histoire de l'industrie automobile liée à l'histoire de la triade

L'industrie automobile était concentrée dans les trois pôles de la triade (Europe Occidentale, Alena et Japon), au sein desquels nous observons la formation des complexes automobiles régionaux intégrés.

La construction automobile reposait, jusqu'aux années passés (début des années 2000), sur trois zones géographiques¹ : Europe, Alena (Association de libre échange Nord Américain), Japon/Corée. Cette triade tient essentiellement à : son invention (Europe), son industrialisation (USA) et sa contribution directe et indirecte à la production de richesse d'un pays (redémarrage économique du Japon après la seconde guerre mondiale).

1.1.1. Une industrie importante dans les pays de la triade :

En Europe, en 2010, le chiffre d'affaires de l'industrie automobile européenne a atteint 536 milliards d'euros. C'est l'une des plus importantes industries en Europe en termes de production, de chiffre d'affaires et surtout d'emplois. En 2010, selon l'ACEA, avec 15,1 millions de véhicules assemblés, l'industrie automobile européenne (Europe des 27) a assuré 26 % de la production mondiale de voitures particulières. Avec 13,4 millions d'immatriculations, l'Union européenne a représenté 24 % des ventes mondiales de voitures particulières. Sur le marché du travail, la contribution de l'industrie automobile est primordiale pour l'ensemble de l'économie. Avec 2,4 millions d'emplois directs et 10,3 millions d'emplois indirects, l'industrie automobile offre un poste à près de 12,6 millions d'Européens, ce qui représente 5,6 % des emplois en Europe². Cette industrie représente 6% du taux d'emploi de l'UE, et 360 milliards d'euros de recettes fiscales chaque année aux gouvernements européens³.

¹ Roland Gardin, l'automobile française : une filière majeure en mutation, Rapports du conseil économique et social français, 2006

² Association des Constructeurs Européens d'Automobiles(ACEA), the automobile industry pocket guide, 2013.

³ ACEA, ibid.

1.1.2. Les atouts des pays développés de la Triade :

Les pays de la triade disposent encore de beaucoup d'atouts qui favorisent le maintien de cette industrie dans ces pays :

1.1.2.1. Ces pays s'appuie sur des traditions historiques avec :

L'industrie automobile est née et s'est développée dans les pays industrialisés avec :

- Les grands constructeurs connus et reconnus mondialement qui sont pour la plupart issus de ces pays : ces acteurs ont un impact important sur l'évolution de l'industrie automobile dans ces pays et même au niveau mondial;
- plusieurs grands équipementiers de renommée mondiale issus également de ces pays;
- un tissu de spécialistes et de sous-traitants dont certains disposent de compétences très pointues ;
- l'existence d'une main-d'œuvre qualifiée et productive ;
- une tradition industrielle forte.

1.1.2.2. Le tissu industriel est à la fois dense et pluricompétent :

Notamment grâce à :

- l'existence de compétences croisées et de liens inter-filières (filiale énergétique tous modes, par exemple) ;
- l'existence, de grands groupes de services, reconnus au niveau mondial ;
- un potentiel de développement d'une offre centrée sur le « service », avec des grands groupes mondiaux de services tournés vers l'exportation.

1.1.2.3. La filière bénéficie d'un fort soutien et d'une forte implication des États :

- Mise en œuvre de politiques publiques proactives (dans le domaines de financement) ;
- un tissu de PME de l'industrie automobile ne se compose pas exclusivement de cette catégorie de PME innovantes ;
- les collectivités territoriales jouent un rôle croissant et adoptent des politiques de structuration des filières régionales notamment à travers le financement des et des incitations d'achat (les primes à la casse).
- Des programmes de primes à la casse et autres sauvetages lors de la crise 2007-2009.

1.1.2.4. Des programmes de R & D axés sur les nouvelles technologies :

Les pays développés dispose d'une avance technologique avec notamment :

- une bonne capacité d'innovation ;
- appétence pour les nouvelles technologies ;
- capacité de créativité, d'anticipation (offre automobile au plus juste : entrée de gamme, low-cost) et de conception rapide ;
- des capacités à construire des véhicules.

1.2. Une industrie dominée par ces pays jusqu'au début du 21 siècle :

1.2.1. Une domination au niveau de la consommation :

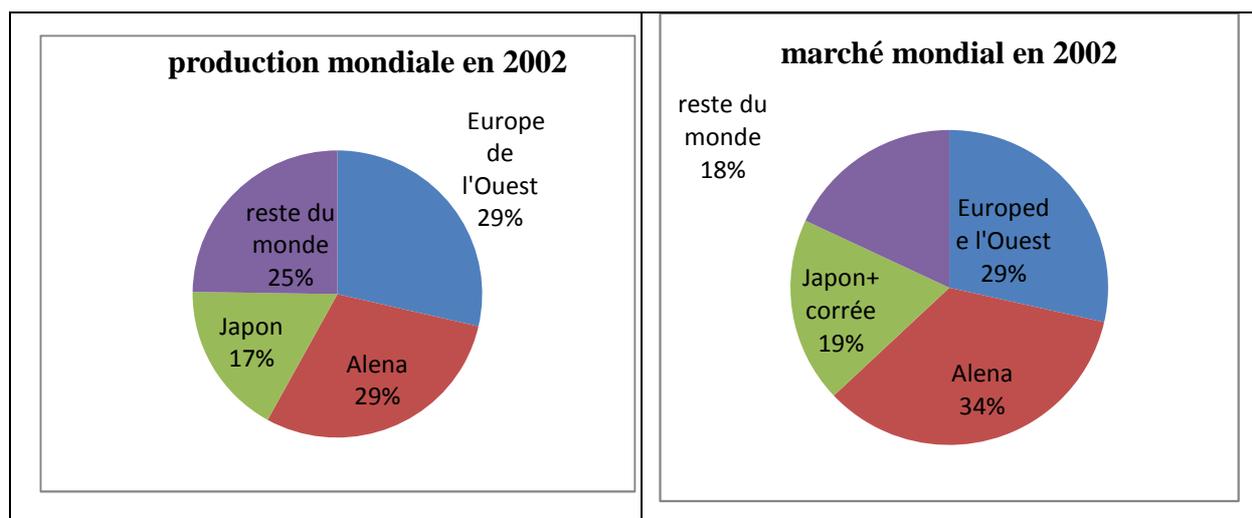
En 2002, près de 58 millions de véhicules ont été vendus dans le monde, dont plus de 38 millions de voitures particulières. La triade représente la plus grande part de consommation (82% de la consommation mondiale). L'ALENA constitue le premier marché avec une part de 34,4%, soit près de 20 millions de véhicules consommés, suivie par l'Europe occidentale (28,5% et 16,5 millions de véhicules) puis le Japon avec 10% du marché et près de 6 millions de véhicules vendus en 2002⁴.

1.2.2. Une domination au niveau de la production :

La géographie de la production automobile, fortement marquée par l'histoire, est en premier lieu conditionnée par les marchés. On retrouve donc une répartition spatiale de la construction mondiale qui place les pays les plus économiquement avancés au cœur du processus productif. En 2002, la production mondiale de véhicules totalise 58,8 millions d'unités, dont 44 millions produits par les trois grandes zones : Europe occidentale, ALENA, Japon, soit 75% de la production mondiale.

L'Europe occidentale se classe au premier rang avec près de 17 millions de véhicules produits sur son sol et représentent ainsi 28,9% de la production mondiale. La zone ALENA se place juste derrière l'Europe avec 16,7 millions de véhicules produits en 2002, avec une croissance plus faible sur la période (+8,3%). Cette zone est fortement importatrice de véhicules et cumule un important déficit commercial sur ce produit. Le Japon, avec 10,3 millions de véhicules produits en 2002 représente 17,4% de la production mondiale⁵.

Figure N° 18 : la répartition de la production et du marché mondial automobile en 2002



Source de données : CCFA

⁴ Thierry Petit (rapport), La filière productive automobile en Ile-de-France, état des lieux et enjeux : Un site de niveau mondial qui bénéficie d'un environnement porteur, mais encore peu organisé, IAURIF septembre 2004.

⁵ Thierry PETIT, op, cit .

Chapitre V : l'industrie automobile dans la triade

1.2.3. Les facteurs qui limitent les marchés des pays développés :

Face aux atouts dont disposent les pays de la triade, d'autres facteurs limitent la portée de ces pays et même certains pays ne peuvent plus avoir une industrie automobile sur leur territoire⁶ :

“In any of the Triad regions (Western Europe, Japan and the US) Original Equipment Manufacturers (OEMs) have been facing a mature market for the past 10 years, with stagnant demand, product proliferation and stiff price competition. The demand for new cars has been growing on average less than 1% a year during the past ten years and this trend is forecast to continue. This situation is particularly sensitive in the US market, where growth in the number of new cars sold has been virtually zero. Such slow growth in demand for automobiles in the mature markets reflects deeper secular or structural characteristics in these markets that limit future growth in car sales. In the mature automobile markets today some 85 per cent of total demand for automobiles is replacement demand, a much slower-growing market segment. “

C'est la fin de l'âge d'or de l'automobile dans les pays industrialisés et c'est le renouvellement qui est à l'origine de la majorité des achats. Les raisons de cette situation sont⁷ :

1.2.3.1. Des marchés automobiles à saturation

Le taux d'équipement automobile et niveaux de marché sont directement liés. Si les perspectives d'immatriculations sont moroses, c'est notamment parce que les taux de motorisation dans la triade sont à saturation, à différents niveaux toutefois. Voir le tableau⁷.

Tableau N°7 : évolution du taux d'équipement dans les pays de la triade

taux d'équipement /Année	1985	1995	2005	2010
Union Européenne 15 pays à partir de 1995	380	473	577	587
Etats-Unis	708	759	819	814
Japon	375	527	586	592

Source : CCFA

1.2.3.2. Des perspectives démographiques peu porteuses :

L'usage automobile n'est pas homogène au cours de la vie. Il existe un cycle de vie automobile, fortement lié au cycle de vie individuel. Les perspectives dans la majorité des pays de la triade sont peu porteuses avec un vieillissement de la population ce qui limite la demande automobile dans ces pays.

⁶ Peter Dicken, GLOBAL PRODUCTION NETWORKS IN EUROPE AND EAST ASIA: THE AUTOMOBILE COMPONENTS INDUSTRIES, GPN Working Paper 7, May 2003

⁷ L'Observatoire Cetelem (rapport), l'automobile en Europe, 5 leviers pour rebondir, 2013, pp96.

1.2.3.3. Crise énergétique et durcissements de la réglementation environnementale

Des chocs pétroliers en série ont fini par rendre la facture énergétique insupportable pour le bilan des États, des entreprises et des ménages.

Le poste carburant pèse tellement dans les budgets des ménages que beaucoup d'entre eux n'ont eu d'autre choix que de réduire leurs déplacements automobiles pour échapper à ce surcoût. D'autres moyens de transport sont utilisés : report vers les modes doux -marche à pied, vélo. Ils accompagnent et expliquent la baisse de la dynamique des marchés automobiles.

1.2.3.4. La chasse aux émissions de CO₂ et aux polluants locaux :

La place de l'automobile en ville a connu, une remise en cause qui s'est traduite par un durcissement de la réglementation environnementale applicable aux véhicules. L'image de l'automobile a ainsi été écornée par la prise de conscience environnementale des consommateurs et des dirigeants. Dans ce contexte de lutte contre la pollution, la voiture apparaît comme un élément clé de régulation à ne pas négliger. Cela a conduit à l'apparition des zones à faibles émissions et les péages urbains se sont multipliés dans les pays développés.

1.2.3.5. La contrainte économique : le consommateur arbitre la main sur le portefeuille

Le transport, un poste de dépenses soumis aux arbitrages économiques. Avec un coût d'acquisition en hausse, envolée des prix du pétrole : la cherté automobile et le consommateur, contraint par un pouvoir d'achat en berne, est obligé d'arbitrer entre les différentes dépenses⁸.

1.2.3.6. D'autres facteurs limitant l'industrie automobile dans la triade

Cette industrie est confrontée à d'autres défis auxquels elle doit faire face sont :

- Concurrence des pays à bas coûts de main d'œuvre (ouverture d'usines de production et de centres de R&D) ;
- Développement des constructeurs en dehors de la triade ;
- Implantation croissante de hors les marchés domestiques ;
- Contrefaçon dans les pays émergents en particulier sur les pièces de rechange ;
- Réduction des panels fournisseurs ;
- Risque de délocalisation vers les pays à bas coûts de main d'œuvre ;
- Mise en concurrence mondiale facilitée par les places de marché en ligne ;
- Réduction des coûts et des marges qui pénalisent les investissements matériels et immatériels ;
- une concurrence accrue sur les marchés de la triade.
- Une pression sur les constructeurs d'investir localement au lieu d'exporter.

⁸ Observatoire du Cetelem, 2013

Chapitre V : l'industrie automobile dans la triade

1.2.3.7. La contestation de la « civilisation automobile »

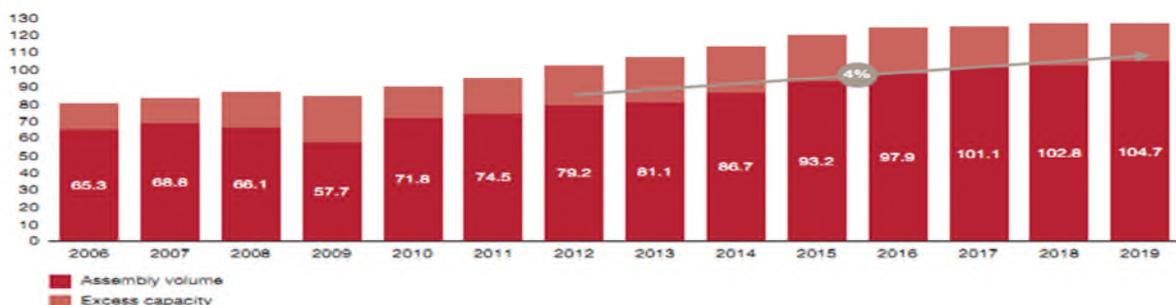
La crise de 1974 intervient dans un contexte où l'automobile fait l'objet de fortes remises en cause. La première contestation marquante de la « civilisation automobile » voit le jour en 1965 aux États-Unis. En 1965, il y a eu au Vietnam 1 724 morts et 6 400 blessés et sur les routes 49 000 morts et 3 500 000 blessés. À partir de ce moment, des normes de sécurité plus strictes sont imposées dans la construction des véhicules, normes qui s'étendent progressivement à l'échelle mondiale⁹. Dans les pays anciennement industrialisés, la voiture n'a plus la cote (trop chère, trop polluante). L'image de l'automobile comme marqueur social perd de sa pertinence dans les pays développés où l'automobile n'est qu'un moyen de transport au profit d'autres produits comme les *Smartphones* par exemples.

La place de l'auto mobile tend à décroître, et son image décline. Selon Carlos Ghosn¹⁰, 43 % des jeunes Français considèrent ainsi que l'automobile présente plus d'inconvénients que d'avantages.

1.2.3.8. Des surcapacités productives :

L'industrie automobile présente des surcapacités de production et cela notamment dans les pays de la triade. Selon les chiffres relevés par KPMG, (Voir la figure N°19), les capacités de production inutilisées ont atteint, en 2012, environ 30 millions de véhicules et de 102 millions d'unités en 2016.

Figure N°19 : les surcapacités productives dans l'industrie automobile



Source : PWC

1.2.3.9. La crise de 2007-2009 : un facteur accélérateur d'une tendance déjà en cours

La crise économique et financière de 2007-2009 n'a fait qu'accélérer une tendance déjà en cours dans cette industrie, produire dans les pays émergents comme l'affirme T J. Sturgeon et alii¹¹ : "The principal finding is that the crisis has accelerated pre-crisis trends toward greater importance of the industry in the South."

⁹ Thierry Méot, L'industrie automobile en France depuis 1950 : des mutations à la chaîne, L'économie française, édition 2009.

¹⁰ Carlos Ghosn (preface), in Bernard JULLIEN, Yannick LUNG et Christophe MIDLER, L'épopée Logan, Dunod, Paris 2012.

¹¹ Timothy J. Sturgeon et Johannes Van Biesebroeck, Effects of the Crisis on the Automotive Industry in Developing Countries A Global Value Chain Perspective, Policy Research Working Paper N°:5330, The World Bank June 2010.

Chapitre V : l'industrie automobile dans la triade

- **Les manifestations de la crise dans l'industrie automobile :**

Pour Y. Lung et J.J. Chanaron ¹² :

« Cette crise a été d'une ampleur sans précédent dans les pays industrialisés. Elle a conduit les entreprises qui connaissent déjà des problèmes auparavant aux limites de leurs capacités à survivre. Elle a placé dans des situations de grande fragilité les entreprises qui, jusque-là, paraissent prospères. Dans tous les cas, ceci a conduit à des appels à l'aide de l'ensemble des composantes des systèmes ou chaînes de valeur automobile. »

- **L'origine de la crise dans l'industrie automobile**

La crise de l'industrie automobile américaine trouve son origine dans les années 1990, en liant son sort à un mode de croissance insoutenable des deux dernières décennies, d'où une crise relativement précoce qui en annonçait l'effondrement général qui a conduit en 2009 à une quasi-faillite de General Motors (GM) et de Chrysler dont ils n'ont été sauvés moyennant une quasi-nationalisation pour GM et une reprise de Chrysler par Fiat aidée par l'Etat fédéral¹³.

La crise de 2008-2009 puise plutôt ses racines structurelles dans une mutation fondamentale du rapport à l'automobile initiée depuis les années 1970 et les contraintes croissantes qui pèsent sur son usage¹⁴.

La première difficulté que rencontrent les constructeurs c'est de trouver des débouchés à leurs productions. La crise a été particulièrement prononcée. Lorsque la difficulté était déjà fortement ressentie et d'une certaine manière assumée dès avant 2008, la chute a été moins prononcée. Même si la crise a affecté tous les pays développés, le degré diffère d'un pays à un autre, le plus affecté c'est l'Espagne avec une baisse de demande de 32,9% (le tableau N°8).

Tableau n°8: évolution de la production de la triade durant la crise économique (2007-2008, en millions)

	2007	2008	Croissance (2007-2008)
Espagne	2,891	1,940	-32,90%
Canada	2,602	2,068	-20,52%
Royaume-Uni	1,770	1,450	-18,08%
USA	10,611	8,746	-17,58%
Italie	1,284	1,085	-15,47%
Allemagne	6,200	5,500	-11,29%
Japon	11,596	11,564	-0,28%
France	2 551	2 146	-15,9

Source: Timothy J. Sturgeon Johannes Van Biesebroeck, 2010.

¹² J.J.Chanaron et Y. Lung, industrie automobile : la croisée des chemins, op, cit .p 54.

¹³ ¹³ J.J.Chanaron et Y. Lung, industrie automobile

¹⁴ Mathieu Flonneau (entretien), in Nouveaux producteurs, nouveaux marchés, La Documentation française, 2011.

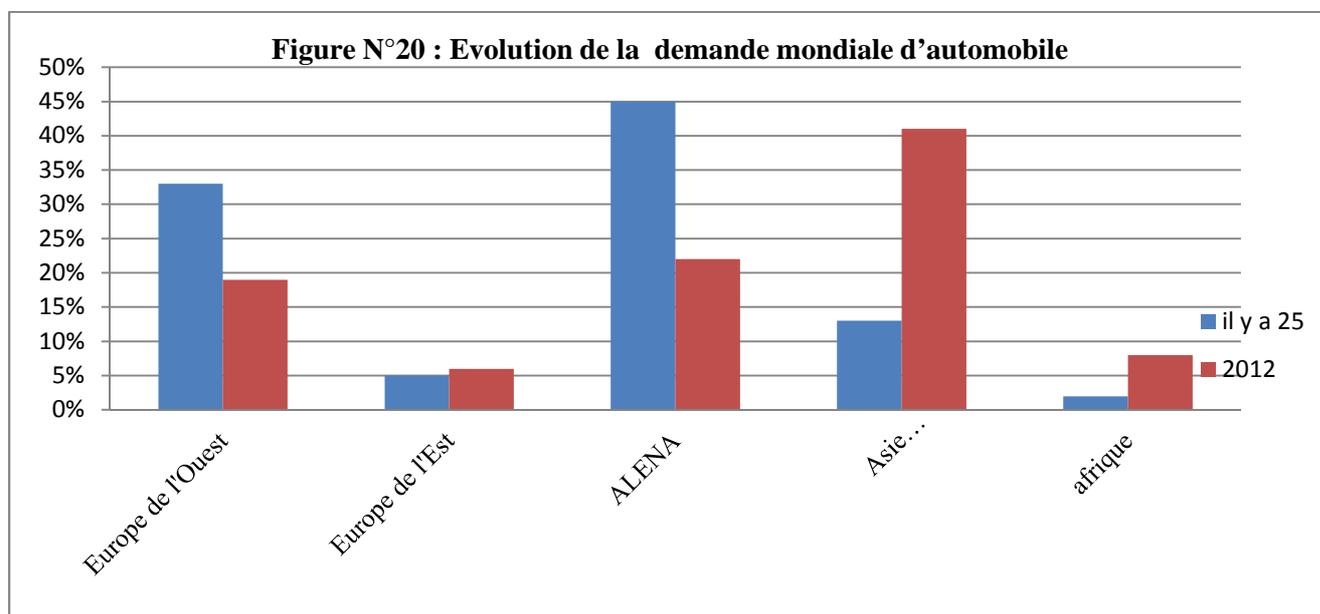
1.2.4. Les manifestations de la baisse d'importance des pays de la triade

1.2.4.1. Une demande stable ou en baisse dans la triade :

Ces marchés présentent trois caractéristiques principales¹⁵ : stabilité ou légère décroissance avec des cycles très brutaux, segmentation en évolution permanente, poids très important de la réglementation dans la plupart des pays développés actuellement. La répartition du marché mondial a changé au profit des pays émergents dont les marchés dépassent maintenant ceux des pays développés : en 2011, sur un marché total de 78 millions de véhicules légers (VP et VUL), les pays développés (Europe Occidentale, Etats-Unis + Canada, Japon, Australie pour l'essentiel) ont représenté moins de 50% des ventes¹⁶. Même dans le futur, selon les prévisions de *McKinsey & Company*¹⁷, la part des pays développés continuera de baisser. Leur part de marché est moins de 50% de la demande mondiale en 2012, elle devrait représenter à l'horizon 2020 que 40% de la demande mondiale. Ces pays ne représenteront que 25% de la croissance future dans la demande du produit automobile. Cette baisse de la demande se répercute sur les profits dans l'industrie automobile.

1.2.4.2. Des bénéfices en baisses dans les pays de la triade :

En 2012, l'industrie automobile a connu des bénéfices de 54 milliards d'Euro contre 41 milliards d'euros en 2007 (avant la crise). Les pays développés ne représentent que 23 milliards d'euros soit 40% du total des profits contre 29 milliards d'euros en 2007 soit 70% des 41 milliards d'euros¹⁸.



Source : Polk, 2012.

¹⁵ Comité Transports : Crise automobile – Stratégies des constructeurs et équipementiers et régulation publiques, *Ingénieurs et Scientifiques de France – Cahier N° 12 par le Comité Transports*. Avril 2013.

¹⁶ Comité Transports : Crise automobile – Stratégies des constructeurs et équipementiers et régulation publiques, *Ingénieurs et Scientifiques de France – Cahier N° 12 par le Comité Transports*. Avril 2013.

¹⁷ McKinsey & Company, *The road to 2020 and beyond: What's driving the global automotive industry?*, August 2013.

¹⁸ *ibid*

Chapitre V : l'industrie automobile dans la triade

1.2.4.3. Evolution de la production:

La baisse de la demande s'est accompagnée d'une baisse de l'offre automobile la baisse de la demande a touché la majorité des pays développés.

Sur la période 2000-2010 : Les principaux perdants sont les pays avec une tradition très ancienne dans la production automobile, telle que les Etats-Unis (-7.3 millions), le Japon (-2m), le Canada (-1,6m), la France (-1,1m), le Royaume-Uni et l'Italie (tous les deux autour -0.9m). Aux Etats-Unis, au Canada, à l'Italie et au Royaume-Uni, production de véhicule divisée en deux pendant la décennie. Seule l'Allemagne échappe à cette tendance même si les constructeurs allemands nationaux produisent maintenant plus de voitures à l'étranger (pour l'année 1995, seulement un tiers ont été produits en dehors de l'Allemagne)¹⁹.

1.2.4.4. Déclin de l'emploi automobile dans la triade :

1.2.4.4.1. En Europe de l'Ouest :

Tous les pays majeurs d'Europe de l'Ouest ont vu leurs emplois dans l'industrie automobile décliner sur la période 2000-2010 de sorte qu'ils emploient désormais 1 511 291 personnes contre 1 832 421 en 2000, soit 70,5% de l'emploi de l'ensemble des pays considérés en 2010 contre 81,7% en 2000. Certes, ils restent donc le cœur de l'industrie automobile européenne mais cette suprématie s'érode au profit des pays d'Europe de l'Est. Les autres pays majeurs perdent également des emplois sur l'ensemble de la période mais il convient de distinguer deux phases : la première allant jusqu'en 2007, correspond à une période « relativement faible » déclin (de 8% pour la France à 1% pour l'Allemagne) à laquelle succède une deuxième de fort déclin pour la France et l'Espagne (-14% chacun) et la Belgique (-18%) alors que la baisse est moins forte en Allemagne (-6%) et en Italie (-7%)²⁰.

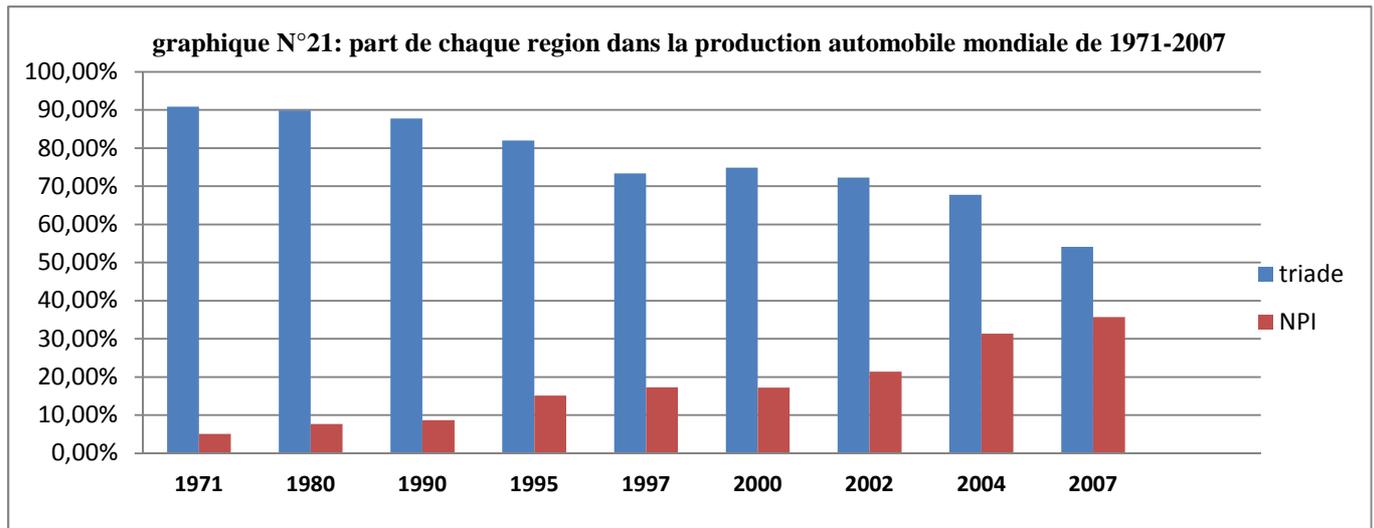
1.2.4.4.2. Aux Etats-Unis :

Aux Etats-Unis, Pour la seule période allant de 2000 à 2007, l'emploi dans l'industrie automobile, perd 43% des ces postes en passant 227000 à 129000 dans l'Auto Alley(Michigan).²¹ Les trois pôles de la triade ne cesse de baisser au profit d'autres zones et cela à cause des problèmes cités. La figure N°21, montre la baisse de la part de la triade dans l'industrie automobile. Cette baisse s'est réalisée au profit des nouveaux pays industrialisés sa part est passée de 90% en 1971, pour atteindre, en 2007, 55% de la production mondiale.

¹⁹ Matteo FERRAZZI and Andrea GOLDSTEIN, *The New Geography of Automotive Manufacturing*, Chatham House, *The World's Industrial Transformation Series*, International Economics, July 2011.

²⁰ Vincent FRIGANT et Stéphane MIOLLAN, *Beyond deindustrialisation evidences, the new international division of labour of automobile equipment suppliers in Europe*, 25th EAEPE annual Conference Beyond Deindustrialisation: The Future of Industries, 7-9 November 2013, Paris.

²¹ KLIER, Thomas, and James RUBENSTEIN. 2008. "The Parts of Your Vehicle." In *Who Really Made Your Car?: Restructuring and Geographic Change in the Auto Industry*. Kalamazoo, MI: W.E. Upjohn Institute for Employment Research, pp. 1-30. http://research.upjohn.org/up_bookchapters/2



Source : Matthias Holweg, 2008.

1.3. La mondialisation de l'industrie automobile dans la triade :

1.3.1. Aux Etats-Unis : la baisse de la part des constructeurs américains

La tendance la plus saisissante dans l'industrie automobile américaine c'est la baisse de la part de marché des constructeurs américains sur le marché local. Depuis les années 70, les constructeurs japonais et européens avaient solidement augmenté leur part des ventes dans le marché des États-Unis, alors que la part des constructeurs d'automobiles des USA est tombée de 82 pour cent à de 60 %. Voir la **figure N°22**.

En réponse aux politiques protectionnistes mises en application dans les années 80 pour limiter l'importation des véhicules du Japon, les constructeurs d'automobiles japonais ont commencé à s'installer. La qualité des véhicules et la productivité des constructeurs japonais ont été les principales raisons de succès des transplants japonais sur le marché américain²². Entre 1985 et 2005, la part des constructeurs japonais sur le marché américain a augmentée pour atteindre 43% et cette hausse s'est faite au détriment des constructeurs américains qui ont perdu 23% des parts du marché²³.

Le nombre de véhicules importés est passé de 400,000 véhicules à soit 6% de total des ventes en 1961 à 33% (3.4 million d'unités) in 2008²⁴.

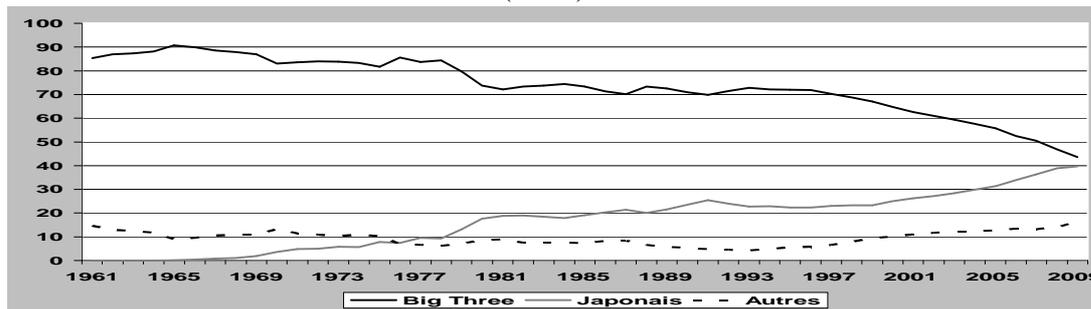
²² Peter E. Carlson, Auto Industry Trends, national center on education and the economy, December 2006

²³ Disponible sur <http://geographyfieldwork.com/CarIndustryChanges.html>

²⁴ Chad Miller and M. Joseph Sirgy, The Impact of Globalization of the Automotive Industry on the Quality of Life of the US Southeast, in The Economic Geography of Globalization

Chapitre V : l'industrie automobile dans la triade

Figure N°22 : Evolution de la part des constructeurs par région d'origine dans les ventes automobiles aux Etats-Unis 1961-2009 (en %)



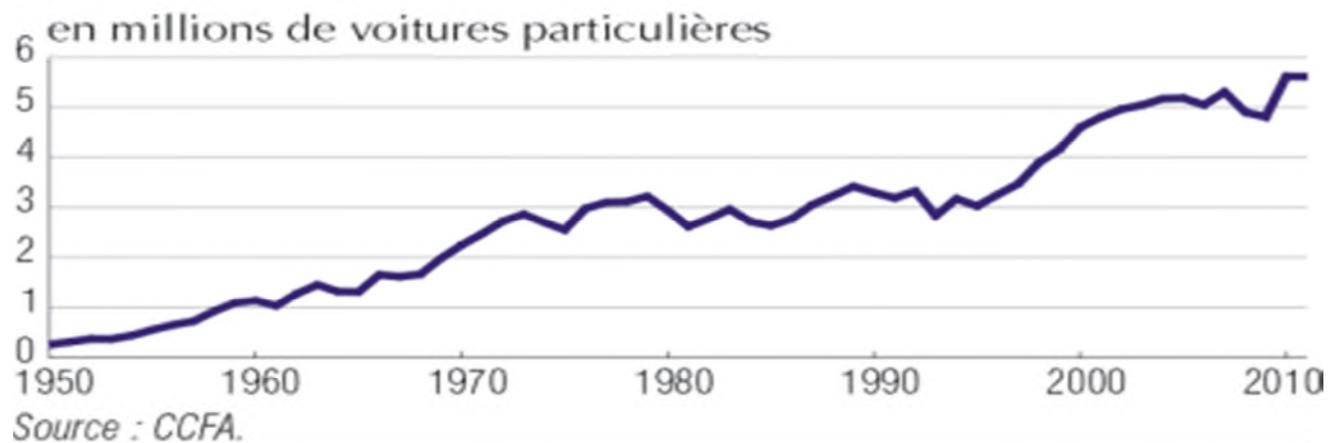
Source: Ward's Automotive, : <http://wardsauto.com/keydata/historical/UsaSa01summary/>.

1.3.2. La France :

La France c'est le troisième pays producteur européen derrière l'Allemagne et l'Espagne. L'emploi dans l'industrie automobile française a connu un recul de l'emploi de 30 % en 10 ans. Au niveau de la commercialisation 75 % des véhicules produits par les constructeurs français sont vendus à l'étranger²⁵. Plus de 1 voiture particulière sur 5 (21,9 %) vendues en Europe de l'Ouest est produite par un groupe français²⁶.

Figure N°23 :

Production mondiale des constructeurs français de 1950 à 2011



1.3.3. Le Japon :

l'industrie automobile japonaise a été a cause des pressions protectionnistes mais aussi à cause de la perte de son avantage comparatif en termes de main d'œuvre au début des années 80. Cette mondialisation a connu trois phases²⁷ : la première vague de mondialisation était l'investissement dans les pays de l'Asie du Sud-Est pour l'exportation aux USA et à l'Europe. La deuxième vague au début des années 90, durant cette période, les constructeurs

²⁵ CCFA, L'industrie automobile française, ANALYSE ET STATISTIQUES 2012.

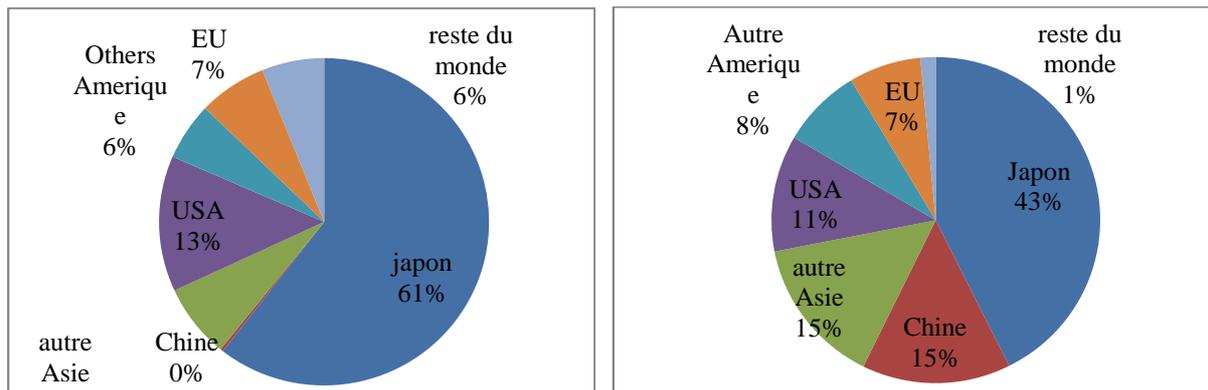
²⁶ CCFA, Tableau de bord automobile, Année 2011.

²⁷ Ulrike Schaefer, Globalization and the Reorganization of Japan's Auto Parts Industry, International Journal of Automotive Technology and Management, September 25, 2009.

Chapitre V : l'industrie automobile dans la triade

automobile japonaise à la recherche de main d'œuvre bon marché ont investi dans les pays de l'Asie. Les échanges avec les pays asiatiques ont passé de 5% à 44% en 2004. Les exportations envers ces pays représentent 69% contre 15 pour les Etats-Unis dans les exportations japonaises. La troisième vague de la mondialisation japonaise coïncide avec la montée de la Chine et cela au début du 21 siècle. Les exportations chinoises ont augmenté de 77% entre 1998 et 2003. En 2002, le Japon enregistre son premier déficit commercial avec la Chine. La Chine reçoit en 2004, 12,9% des investissements directs étrangers japonais.²⁸

Figure N°24 : le changement de localisation dans l'industrie automobile japonaise en 2000-2010



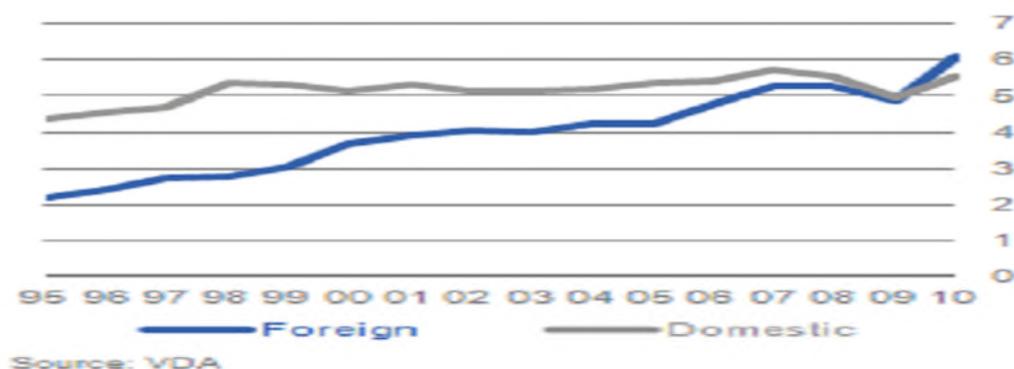
Source : OCDE

1.3.4. La mondialisation de l'industrie automobile allemande

En 2010, l'industrie automobile allemande a connu pour la première fois la production étrangère plus importante que celle produite localement, ce qui met en lumière la mondialisation de l'industrie automobile allemande. Alors qu'en 1995, trois quarts de la production allemande étaient produits en Allemagne²⁹. (Voir la figure N°25).

En 2010, le quotient d'exportation a atteint un nouveau record, avec 77% d'exportation de la production automobile allemande, soit 4,1 millions d'unités³⁰.

Figure n°25: la production étrangère et locale des constructeurs allemands(en millions) :



²⁸ COFACE (rapport), Les acteurs automobile dans le monde et en France,

²⁹ deutsche Bank research, Germany's auto industry: Driver and beneficiary of globalisation, February 10, 2011

³⁰ VDA, Annual report. 2012

Chapitre V : l'industrie automobile dans la triade

Conclusion :

L'industrie automobile a connu des changements importants dans les pays de la triade. Meme si ces pays ont des traditions dans la production automobile avec des constructeurs de l'oligopole mondial issus, pour la plupart, de ces pays. La dernière decennie a connu une baisse de la demande avec la stagnation des marchés de ces pays qui sont pour la plupart saturés et la demande vient essentiellement du renouvellement du parc. L'autre grand facteur de la baisse c'est la crise économique de 2007-2009 qui a accéléré la tendance de la baisse de la demande de ces pays. La production automobile de ces pays montre clairement la baisse en importance des marchés et meme la part de la production nationale des constructeurs a fortement baissé dans les principaux pays producteurs.

L'industrie automobile était certes née en Europe, devenu industrie aux Etats-Unis et faisait partie dans le décollage économique du Japonais, mais depuis la fin des années 90, les pays de la triade ne présentent plus de perspectives importantes de développement de leur marchés avec une demande essentiellement de renouvellement dans un marché fortement concurrentiel.

En 2012, dans les pays développés, la production a chuté de près de 5 millions de véhicules atteignant ainsi un niveau de 43 millions d'unités (-10 %). Ils n'ont représenté que 51 % de la production mondiale, soit 30 points de moins qu'en 2000. Au sein de ces zones, la production en Amérique du Nord a diminué de 2 millions de véhicules (-11 %) et celle en Europe occidentale de plus de 4 millions (-25 %). La production du Japon a baissé d'environ 200 000 unités en 2012 (soit -2 % par rapport à 2000). Seule celle de Corée du Sud, si l'on classe ce pays comme un pays développé, progressait de 1,4 million d'unités (+ 46 %)³¹. Les pays d'Europe du Sud, qui cumulent à la fois des problèmes de dettes et une faible demande de renouvellement, les marchés ont profondément chuté depuis 2007 : -44 % pour l'Italie, -57 % pour l'Espagne et -79 % pour la Grèce³². Pour la seule période 2007- 2012, la disparition de 4 millions de véhicules dans le marché d'Europe occidentale³³.

Cette nouvelle donne nous amene a analyser le changement de strategie des constructeurs qui vont reorienter leur appareil productif en fonction de la nouvelle carte de la demande.

³¹ CCFA (Comité Des Constructeurs Français D'automobiles), l'industrie automobile Française, Analyse et statistiques 2013.

³² ibid

³³ ibid

2 De l'internationalisation à la mondialisation de l'industrie automobile :

Si l'industrie automobile est présente mondialement cela est le fruit des stratégies poursuivies par les constructeurs en premier lieu.

2.1.L'internationalisation de l'industrie automobile

2.1.1. L'importance des constructeurs dans l'industrie automobile :

Les constructeurs sont des puissants groupes internationaux avec une influence structurante sur toute la filière : Au sommet de la chaîne de production se trouvent les constructeurs automobile qui ont été pour la plupart à l'origine de l'industrie automobile dans leur pays respectif. De cet héritage historique, les constructeurs conservent un rôle central dans la filière, dont « l'offre produit » pilote toute la filière. Le rapport de force reste favorable aux constructeurs en termes de poids, de rentabilité, de compétences, de maîtrise de marchés, de modèles d'organisation. Les prises de position des constructeurs, notamment sur la localisation des sites de production et des centres de Recherche et Développement (R&D) sont structurantes pour la filière.

La force des constructeurs ne se résume pas dans son poids dans l'économie mais aussi à l'importance des barrières à l'entrée dans cette industrie qui sont très dissuasives comme l'affirme T. Sturgeon et Al³⁴ :

“A concentrated industry structure gives power to a few giant firms extremely concentrated firm structure in the industry creates high barriers to entry and limits the upgrading prospects for smaller firms. A new vehicle design typically requires more than 30,000 engineering hours, takes 3–5 years to complete and needs several billion dollars of up-front investment. Design requirements and specifications for parts come from the top down. Concentration at the top of the value chain allows each lead firm to create its own standards and specifications, driving up transaction costs for suppliers and making investment in information technology and production equipment more customer-specific. It also creates a top-heavy structure of innovation that leaves little room for smaller firms to improve their prospects by seeking new customers or by developing their own unique products and technologies.”

2.1.2. Les différentes motivations et stratégies de l'internationalisation :

Au cours du vingtième siècle s'étaient constitués dans la plupart des pays industrialisés des systèmes automobiles nationaux contrôlés par quelques constructeurs avec l'assentiment des pouvoirs publics, le poids économique de cette industrie étant considérable du point de vue de l'activité, de l'emploi comme des exportations. Le reste du monde était essentiellement une zone de commercialisation des productions du Nord. Les implantations à l'étranger se limitaient, dans les marchés nationaux les plus protégés, à l'assemblage de lots de pièces détachées (montage CKD) ou à la production de quelques modèles obsolètes (Amérique latine, Europe de l'Est). Dans les années 80 l'espace de la production automobile s'élargit progressivement à de nouveaux pays, en périphérie de l'Europe orientale par exemple³⁵.

³⁴ Timothy J. Sturgeon, Olga Memedovic, Johannes Van Biesebroeck et Gary Gereffi, Globalisation of the automotive industry: main features and trends, Technological Learning, Innovation and Development, Vol. 2, Nos. 1/2, 2009.

³⁵ Jean-Bernard LAYAN, L'innovation péricentrale dans l'industrie automobile : une gestion territoriale du risque de résistance au changement,

2.1.3. Les motivations des internationalisations :

La délocalisation des activités de production automobile s'accorde avec les arguments de la théorie économique de la multinationalisation des firmes³⁶ :

- faciliter l'accès aux marchés (fabrication) et aux technologies(R&D) ;
- réduire les coûts (coûts de transport, coûts de transaction et couts salariaux) ;
- répondre au pressions politiques dans la mesure où les déséquilibre commerciaux trop marqués entraînent des phénomènes de rétorsion ;
- se prémunir contre les risques de change etc., etc.

2.1.4. Les différents procédés d'internationalisation

C'est après la seconde guerre mondiale que l'internationalisation de la production automobile a pris son essor et a vu les firmes nationales commencer à procéder soit à des investissements vierges soit à racheter des firmes existantes pour prendre avantage de la croissance du marché, pour échapper parfois aux contraintes rencontrées sur leurs marchés d'origines et prendre des parts de marchés sur les marchés émergents³⁷. Les constructeurs automobiles procèdent à plusieurs façons pour s'installer dans les différents marchés. Les principaux procédés d'internationalisation de l'industrie automobile sont :

2.1.4.1.La croissance interne :

Les investissements directs à l'étranger (IDE) sont effectués par les constructeurs et les équipementiers. Ces IDE sont favorisés non seulement par des coûts salariaux faibles, mais aussi des structures financières et des infrastructures économiques conséquentes (système bancaire, rail et routes déterminant l'accessibilité et la fiabilité des délais de transport, coût de l'énergie...etc.). De plus, les aides financières accordées par les Etats et les régions pour favoriser l'implantation des usines étrangères jouent aussi un rôle non négligeable.

2.1.4.2.La croissance externe: les fusions & acquisitions et alliances stratégiques et J-V :

Ces opérations de croissance ont plusieurs objectifs : être présent sur de nouveaux marchés, jouer sur les effets d'échelle pour réduire les coûts unitaires de production, opérer des synergies avec des groupes existants dans le cadre de fusions, achats ou coopérations sur différents niveaux (réseau de vente, rassemblement de la puissance d'achat, complémentarité des gammes, recherche conjointe...).

2.1.4.3.Les fusions & acquisitions :

L'industrie automobile a connu notamment dans les années 90 une vague importante de fusions & acquisitions et d'alliances stratégiques. En permettant à l'entreprise d'accroître

³⁶ J.J. Chanaron et Y. Lung, économie de l'automobile, op, cita, p99.

³⁷ LYDIE LAIGLE, stratégies et trajectoires d'internationalisation des firmes asiatiques et européennes, avant-propos, actes du GERPISA n° 22

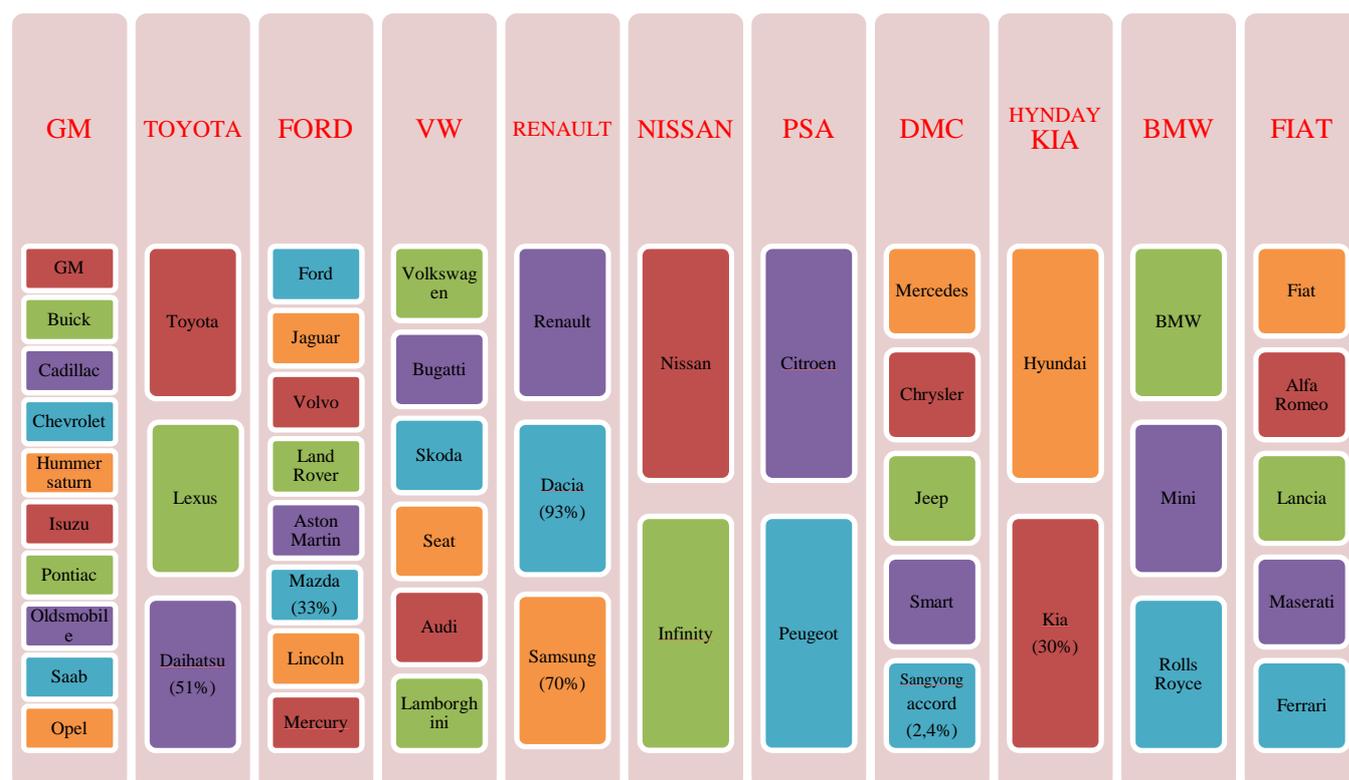
Chapitre V : l'industrie automobile dans la triade

rapidement sa capacité de production, il lui économise, en outre, les longs délais de maturation de son investissement et les risques associés. Leur montant s'est élevé à 720 milliards de dollars en 1999-soit 90 % des flux d'IDI sortants et 83,2% des flux entrants-contre 75 milliards de dollars en 1989, soit dix fois moins³⁸. L'industrie automobile est ainsi contrôlé par un petit groupe de grands constructeurs, voir la **figure N°26**.

Plusieurs facteurs expliquent la concentration et les alliances transnationales intervenues dans le secteur automobile³⁹ :

- La production conjointe ou partagée permet de réaliser des économies d'échelle ;
- L'utilisation d'un même modèle de plate-forme chez Renault et Nissan devrait générer des économies d'échelle considérables – jusqu'à 500 000 unités produites par plate-forme – contre 280 000 chez Renault et 100 000 chez Nissan.
- La nécessité de combiner les moyens tout en partageant les risques pour développer une nouvelle génération de véhicules.
- *L'entrée sur le marché à moindre coût* est un autre motif qui pousse le secteur automobile à acquérir des entreprises locales et à s'allier avec elles.

Figure N°26 : Le mouvement de concentration de l'industrie automobile mondiale



Source : Roland Gardin, *L'automobile française, une filière majeure en mutation*, 2006.

³⁸ Hadjila KRIFA, concurrence oligopolistique et concentration dans le secteur automobile,

³⁹ OCDE (rapport), Science, technologie et industrie : Perspectives de l'OCDE 2002, Mondialisation et restructuration de l'industrie, 2002.

2.1.4.4. Les alliances stratégiques et les joint-ventures :

2.1.4.4.1. Les alliances stratégiques :

Les années 80 sont marquées un développement des alliances stratégiques transfrontalières. Apparues dès les années 70, les alliances sont devenues une modalité importante de l'internationalisation des firmes en raison des fortes barrières à l'entrée du secteur. Elles permettent notamment de réduire le temps et les coûts de développement des nouveaux composants ou véhicules. Pour les firmes japonaises, elles ont été un moyen privilégié pour prendre pied sur les marchés géographiques occidentaux protégés par les quotas et autres mesures protectionnistes⁴⁰. Selon KPMG, 68 % des constructeurs voient dans les alliances entre constructeurs la meilleure stratégie de développement à long terme⁴¹.

Toutefois les alliances stratégiques sont limitées, l'alliance Renault-Nissan montre clairement que malgré tous ses avantages, une alliance reste une mise en commun d'intérêts choisis et limités et que les synergies, notamment en matière de r&d, ne sont pas totales⁴².

2.1.4.4.2. Les joint-ventures :

Une Joint Venture⁴³(JV) est une entité légale formée par deux ou plusieurs parties dans le but d'entreprendre une activité économique commune. Les parties s'accordent pour créer une nouvelle entité en contribuant au capital, puis en partageant les recettes, les dépenses et le contrôle de la JV. De nombreux constructeurs automobiles décident de regrouper leurs forces dans l'objectif de mieux affronter la concurrence.

2.1.4.5. Quelques exemples de croissance interne ou externe :

Nous avons ici quelques exemples de croissances internes et externes⁴⁴ :

- Le cas réussi de Volkswagen AG : la croissance externe est présente dès les années 1960 avec la reprise de Audi et s'est poursuivie par les rachats dans l'automobile de SEAT, Skoda, Lamborghini, Bentley, Bugatti ; la marque VW a retenu la voie de la croissance interne avec toutefois des accords de JV avec des constructeurs locaux comme SAIC en Chine pour pénétrer de nouveaux marchés.
- Toyota et la croissance organique : à l'exception du contrôle de la marque assez marginale de Daihatsu, Toyota est l'archétype de la croissance interne ; pour pénétrer certains marchés comme la Chine des JV peuvent être.
- Les échecs de Général Motors : quoique née de fusions et acquisitions successives, l'histoire récente de GM démontre les difficultés de la croissance externe avec les échecs de tentatives de natures diverses (reprise de Saab, rapprochement avec FIAT, accords avec les « petits » japonais - Suzuki, Isuzu, Subaru -)⁴⁵.

⁴⁰ Hadjila KRIFA, op, cit.

⁴¹ KPMG, Fusions & Acquisitions Magazine disponible sur : www.fusions-acquisitions.fr

⁴² ibid

⁴³ Fabrice MAZEROLLE, Economie Internationale, Notes de cours 2008, p 244.

⁴⁴ Comité Transports : Crise automobile – Stratégies des constructeurs et équipementiers et régulation publiques, Crise automobile Stratégies des constructeurs et équipementiers et régulations publiques, CAHIER N° 12, avril 2013.

⁴⁵ Ibid.

2.2. Les nouveaux défis de d'internationalisation des constructeurs automobiles:

De nombreux changements ont eu lieu dans l'industrie automobile mondiale: nous assistons à un déplacement du centre de gravité de la production, le développement des équipements électroniques dans les produits, l'attention croissante aux implications écologiques des véhicules, l'émergence de nouveaux constructeurs. Conjointement avec ces changements, les constructeurs automobiles sont contraints de changer leur façon d'internationalisation, d'ajuster les structures des réseaux de leurs fournisseurs, de changer leurs stratégies de gamme de produit⁴⁶.

2.2.1. Les défis de l'industrie automobile et les solutions des constructeurs :

2.2.1.1. Les défis de l'industrie automobile :

L'industrie automobile fait face à beaucoup de défis, l'organisation de la filière productive dans les années 80 a fortement évolué depuis sous l'effet conjugué de divers facteurs qui sont toujours à l'œuvre actuellement :

- Renforcement, extension et globalisation de la concurrence au niveau mondial ;
- Resserrement des contraintes financières alors que les grands groupes mondiaux font désormais tous plus ou moins appel aux marchés financiers ;
- Des contraintes de marché toujours plus fortes : Un public qui se diversifie avec une demande du consommateur qui devient de plus en plus personnalisée et fragmentée et pour qui le confort et l'aspect du véhicule prend une place plus large dans le choix du véhicule. La voiture conserve son statut de bien d'investissement durable en seconde position derrière le logement mais sa relative banalisation contribue à raccourcir sa durée de vie.
- Des contraintes réglementaires nationales et internationales qui se renforcent en matière de sécurité et de respect de l'environnement qui pousse à accroître les efforts de recherche.
- Les mutations de la géographie productive et commerciale de l'automobile se caractérisent par deux processus fondamentaux qui expliquent les changements majeurs intervenus au cours de la décennie 2000-2010 dans l'industrie automobile :
 - la montée en puissance des BRIC (Brésil, Russie, Inde, Chine) dans la répartition des parts de marché automobile dans le monde. L'évolution la plus notable est celle que l'on peut observer en Chine qui, en 2009, est devenue le premier marché automobile du monde avec plus de 10 millions d'immatriculations dépassant celui des Etats-Unis. Alors que les marchés occidentaux affichent une tendance à la stagnation voire à la régression.
 - la recomposition des marchés des pays industrialisés et l'évolution de leur segmentation.

⁴⁶ Michel Freyssenet, Andrew Mair, Koichi Shimizu et Giuseppe Volpato (Le choix à faire pendant la prochaine décennie « conclusion », in Michel Freyssenet, Andrew Mair, Koichi Shimizu et Giuseppe Volpato(dir) quel modèle productif : trajectoires et modèles industriels des constructeurs mondiaux, la Découverte, Paris, 2000.

2.2.1.2. La réponse des constructeurs pour ces nouveaux défis :

Face à ces contraintes croisées, les constructeurs ont adopté des stratégies comprenant une palette diversifiée de réponses⁴⁷ :

- La globalisation de la concurrence a pour corollaire une globalisation des groupes et de la production.

- Les grands constructeurs mondiaux sont tous, à divers degrés, concernés par cette recherche du compromis soutenable entre les exigences des restructurations de leurs portefeuilles d'activités dans les pays murs et celles associées à la quête d'une présence significative dans les pays émergents.

- une organisation matricielle des processus de fabrication à l'échelle internationale ("*matrix-type manufacturing process on a worldwide basis*") qui combine⁴⁸ :

- une division internationale du travail visant, dans la mesure du possible, à localiser, d'une part, les fabrications à forte valeur ajoutée dans les pays à haute qualification de la main d'œuvre ayant une certaine maîtrise des technologies nouvelles et, d'autre part, les opérations intensives en travail dans les pays à faibles coûts salariaux utilisant généralement des technologies standards,
- le regroupement de la fabrication de produits différenciés adaptés, d'une part, aux besoins des consommateurs locaux, d'autre part, aux marchés à l'exportation couvrant parfois plusieurs continents (filiales réexportatrices).

- Cette internationalisation des grands groupes automobiles s'est opérée soit par croissance interne (création de nouvelles capacités de production) soit par croissance externe (achat, fusion avec des constructeurs existants), voire par des coopérations ou partenariats .

- Une diversification de l'offre de modèles et une extension de la gamme proposée à l'ensemble des segments (bas, moyen, moyen haut et haut de gamme), elle-même démultipliée par le choix d'options offertes. Parallèlement, une accélération du renouvellement des gammes.

- Le besoin de confort et d'esthétique de la demande et la nécessité de se démarquer de leurs concurrents a poussé les constructeurs à mettre l'accent sur le design intérieur et extérieur des modèles.

- Un fort accroissement de la R&D pour alimenter cette accélération nécessaire du renouvellement des gammes, qui va de pair avec une complexification croissante des véhicules intégrant des technologies d'origines diverses, toujours plus pointues et de plus en plus éloignées du cœur de métier des constructeurs (climatisation, électronique, informatique, etc...).

⁴⁷ Thierry Petit, La filière productive automobile en Ile-de-France, état des lieux et enjeux :Un site de niveau mondial qui bénéficie d'un environnement porteur, mais encore peu organisé, IAURIF septembre 2004.

⁴⁸ Lydie Laigle, stratégies et trajectoires d'internationalisation des firmes asiatiques et européennes, avant-propos, actes du Gerpisa n° 22.

Chapitre V : l'industrie automobile dans la triade

- Une rationalisation de la production avec pour objectif une augmentation de la productivité qui s'opère à travers divers aspects :

- une robotisation plus poussée du processus de fabrication d'où une baisse tendancielle des effectifs liés à la production ;
- la généralisation de la production et de l'approvisionnement en flux tendus et son corollaire du « zéro stock ».

- la mise en place et l'extension de l'organisation de la production autour de plates-formes communes à plusieurs modèles.

- L'implantation d'unités de production dans des pays à plus faible coût de main-d'œuvre. Ces implantations répondent à deux objectifs principaux :

- se positionner sur les marchés émergents,
- bénéficier de coûts de production moindres.

- Une réduction du nombre de fournisseurs directs d'un facteur supérieur à 5, passant de plus de 1000 voire 2000 pour certains constructeurs en 1985 à moins de 300 actuellement⁴⁹. Parallèlement l'approvisionnement s'internationalise (*global sourcing*).

- Une externalisation de fonctions « non stratégiques » et un « recentrage » sur le cœur de métier.

- Une croissance des activités de service. Ce recentrage est aussi accompagné d'un glissement des activités vers un contenu plus riche en services qui offrent une rentabilité plus élevée.

2.2.2. Les équipementiers ou l'autre restructuration interne de l'industrie automobile :

2.2.2.1. L'émergence des équipementiers:

Les restructurations au niveau des constructeurs ont permis l'émergence de nouveaux acteurs, qui occupent une place de plus en plus centrale dans l'industrie automobile, se sont les équipementiers automobiles.

2.2.2.1.1. La naissance et la montée des équipementiers automobile :

Les externalisations des constructeurs ont donné naissance à des groupes spécialisés dans l'équipement automobile issus des constructeurs (Faurécia issu de Peugeot, Visteon issu de GM, Delphi issu de Ford) ont permis à des groupes déjà présents et spécialisés dans l'équipement automobile de se renforcer (Valéo et Bosch par exemple). Déjà, le poids des plus importants d'entre eux dépasse celui de certains fabricants automobiles de niveau mondial. Le recentrage des constructeurs automobiles sur l'architecture nécessite qu'au niveau de l'industrie émergent des acteurs capables de porter les nouvelles responsabilités en termes de développement, de production et d'organisation de l'amont de la filière⁵⁰.

⁴⁹ Thierry Petit, La filière productive automobile en Ile-de-France, état des lieux et enjeux : Un site de niveau mondial qui bénéficie d'un environnement porteur, op, cita

⁵⁰ Timothy J. Sturgeon et Johannes Van Biesebroeck, Effects of the Crisis on the Automotive Industry in Developing Countries: A Global Value Chain Perspective, Policy Research Working Paper 5330, The World Bank June 2010.

2.2.2.1.2. Une nouvelle chaîne de valeur automobile :

Cette restructuration s'est faite par une redistribution des rôles au sein de l'industrie entre les constructeurs donneurs d'ordres et les équipementiers qui se sont vus comme des acteurs centraux dans la production automobile⁵¹:

« La tendance au recentrage sur le cœur du métier et à l'externalisation a induit une restructuration de la filière, avec la montée des équipementiers qui co-développent les véhicules avec des constructeurs en assurant la conception et la production de systèmes ou modules ».

Les équipementiers et les autres fournisseurs suite à cette restructuration représentent 75 à 80% du prix de revient d'une automobile⁵².

2.2.2.1.3. La modularité un moyen de coordonner la chaîne de valeur :

Dans son principe de base, la modularité relève d'une démarche visant à décomposer les systèmes complexes. D'un point de vue technologique, il s'agit de décomposer/recomposer le produit final en une série de sous-ensembles reliés les uns aux autres par des interfaces standardisées. Les développements de la production modulaire dans l'industrie automobile induisent une évolution des relations verticales qui expliquent, à la fois, l'intérêt et les modalités de l'internationalisation des équipementiers⁵³.

2.2.2.2.L'internationalisation des équipementiers :

2.2.2.2.1. Les raisons de l'internationalisation :

Durant les années 90 les équipementiers se sont lancés dans un processus de mondialisation⁵⁴:

“The world's component suppliers – a critical component to the automotive value chain – have also undergone a relentless process of globalization since the 1990's”

Cette internationalisation obéit à trois logiques⁵⁵ :

- La première logique est celle de *follow sourcing*: les équipementiers suivent leurs donneurs d'ordres traditionnels dans leur mouvement d'internationalisation ;
- La deuxième logique en œuvre s'inscrit dans une diversification du portefeuille clients : Il s'agit ici pour les équipementiers d'accéder à de nouveaux donneurs d'ordres ;
- La troisième logique est celle d'une division internationale des processus de production : La contrainte de coût (rentabilité) qui pèse sur les équipementiers les

⁵¹ J.J. Chanaron et Y. Lung, Industrie automobile, la croisée des chemins, la documentation française, Paris 2011.p 36.

⁵² Vincent FRIGANT, Les fournisseurs automobiles après dix ans de modularité : une analyse de la hiérarchie mondiale et des performances individuelles, Cahiers du gretha n° 2007 – 15, Octobre 2007

⁵³ Vincent FRIGANT, Les proximités dans la production modulaire : une analyse de l'internationalisation des équipementiers automobiles, Cahier du GRES n° 11, 2005.

⁵⁴ Timothy J. STURGEON et Johannes VAN BIESEBROECK, op, cita, p

⁵⁵ Vincent FRIGANT, Les proximités dans la production modulaire : une analyse de l'internationalisation des équipementiers automobiles, Cahier du GRES n° 11, 2005.

Chapitre V : l'industrie automobile dans la triade

encourage à décomposer leur processus de production et à jouer la carte des délocalisations pour certaines productions.

2.2.2.2.2. Une internationalisation croissante mais fondée sur un espace régional :

Les équipementiers réalisent des parts de ventes réalisées en dehors de la zone domestique (Europe, Amérique du nord, Asie, afin de corriger les biais tenant à la taille des marchés nationaux) s'accroît sensiblement : de 37,2% en 1998 à 42,7% en 2006. Toutefois et bien que l'accroissement soit significatif, le marché domestique demeure pour la plupart des firmes le marché principal : 7 équipementiers réalisent plus de 50% de leurs ventes de leur région d'origine,⁵⁶ (voir le tableau N°).

Tableau N° 9: Part des ventes de composants automobiles en dehors de la zone domestique

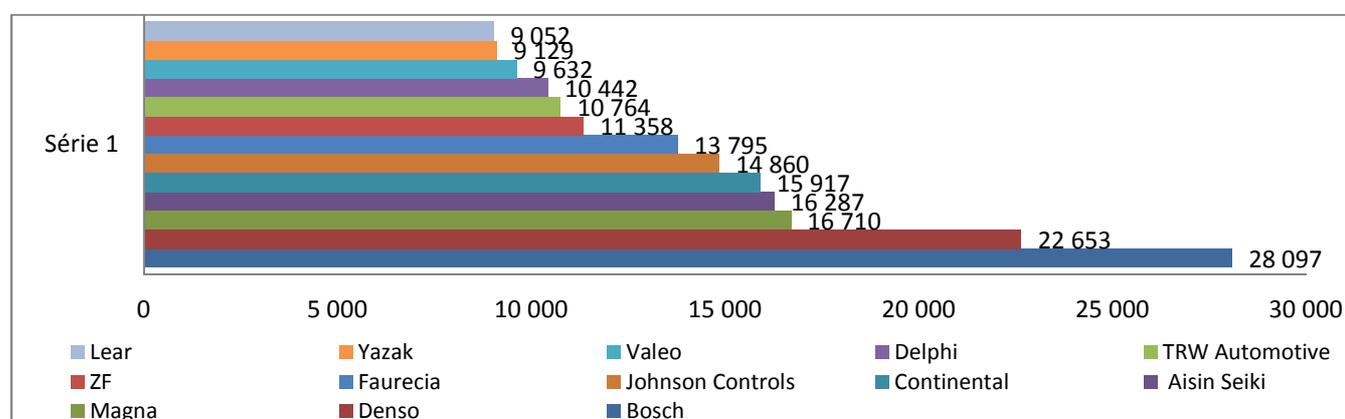
Année / Équipementier	1999	2002	2006	Taux de croissance du degré d'internationalisation
TRW	57%	50%	66%	15,8%
Visteon	19%	28%	62%	226,3%
Freudenberg	62%	62%	61%	-1,6%
Johnson Controls	38%	44%	56%	47%
Bridgestone	64%	60%	53%	-17,2%
Arvin Meritor	35%	41%	52%	48,6%
Autoliv	42%	50%	48%	14,3%
Magma	36%	32%	46%	27,8%
Lear	38%	34%	45%	18,4%
Dana	23%	27%	39%	69,6%

Source : Vincent FRIGANT, 2005.

2.2.2.2.3. De véritables multinationales avec chiffres d'affaires importantes :

L'importance des équipementiers peut se mesurer à travers les chiffres d'affaires réalisés par les plus importants équipementiers automobiles. Les dix premiers équipementiers en termes de ventes dépassent tous la barre des 10 milliards d'euros de chiffres d'affaires en 2010 et Bosch, premier équipementier automobile dépasse 20 milliards d'euros⁵⁷.

Figure N°27 : le CA du top 13 des équipementiers automobile (en milliards d'euro) :



Source : fédération des industries des équipements pour véhicules, chiffres clés, édition 2011.

⁵⁶ Vincent Frigant, 2007.

⁵⁷ Fiev, (fédération des industries des équipements pour véhicules, France), chiffres clés, édition 2011. Disponible sur : WWW.FIEV.FR

2.3. La mondialisation de l'industrie automobile :

2.3.1. Les constructeurs produisent là où ils vendent

La recherche des économies d'échelle et de nouveaux marchés ont poussé les constructeurs à s'internationaliser, de nouveaux lieux de consommation engendrent de nouveaux lieux de production, mais cette fois une nouvelle géographie de production et de consommation est en train de voir le jour, une nouvelle géographie avec une grande part pour les pays émergents et en développement qui ont comme une croissance spectaculaire au niveau de la production ces dix dernières années. La mondialisation dans l'industrie automobile : « *c'est produire là où le véhicule se vend* ».

L'internationalisation des constructeurs se faisait à travers des investissements dans de nouvelles capacités productives à l'étranger, qui est du point de vue opérationnel indépendant, de la production de la société mère. Le passage à la phase de mondialisation par les constructeurs s'est fait par le biais d'intégration des fonctions principales sur une échelle mondiale, telle que l'approvisionnement en composants, le développement de véhicule, introduction de nouveau modèle⁵⁸.

“Firms globalize when they attempt to integrate key day-to-day functions on a global scale, such as component sourcing, vehicle development, new model introduction...As such, globalization does not necessarily include the establishment of new offshore capacity, since efforts can be made to upgrade and integrate existing offshore operations with domestic operations”

2.3.2. Les Faits stylisés de la mondialisation de l'industrie automobile :

L'industrie d'automobile est un exemple typique d'une industrie mondialisée à travers⁵⁹ :

- des alliances transnationales parmi les compagnies d'automobile ;
- Intensification des opérations de F&A (fusions et acquisitions) ;
- des accords de coopération technologiquement stratégique entre firmes avec l'objectif de rationaliser les dépenses en termes de R&d ;
- le rôle significatif du commerce intra-firme automobile (notamment dans les équipements).

2.3.3. Les motivations de la mondialisation :

- Tout d'abord, la mondialisation dans automobile, c'est-à-dire produire là où il vend, c'est une spécificité de l'industrie elle-même, elle est localisée dans le marché de consommation finale pour des raisons politiques⁶⁰ :

⁵⁸ Timothy J. Sturgeon and Richard Florida, Globalization and Jobs in the Automotive Industry, A Study by Carnegie Mellon University and the Massachusetts Institute of Technology, November 2000.p20.

⁵⁹ Spatz, Julius; Nunnenkamp, Peter (2004) : Globalization of the automobile industry : traditional locations under pressure?, In: Faust, Michael (Ed.): European industrial restructuring in a global economy, ISBN 3-88431-007-0, SOFI - Soziologisches Forschungsinst. an der Georg-August-Univ., Göttingen, pp. 105-129.

⁶⁰ Timothy J. Sturgeon, Olga Memedovic, Johannes Van Biesebroeck et Gary Gereffi, Globalisation of the automotive industry: main features and trends, Int. J. Technological Learning, Innovation and Development, Vol. 2, Nos. 1/2, 2009, P9.

Chapitre V : l'industrie automobile dans la triade

“A second distinctive feature specific to the automotive industry is that final vehicle assembly, and by extension, parts production, has largely been kept close to end markets because of political sensitivities”

- Les difficultés auxquelles l'industrie automobile est confrontée dans les pays de la triade avec des problèmes structurels que nous avons énumérés dans la section précédente.

Toutefois des éléments important méritent d'être mis en lumière⁶¹ :

“Slow growth, market saturation, and increased competition at home have lead automakers to the obvious conclusion that future growth will occur in ... the largest populations, such as China, Brazil, and India.”

- A cela s'ajoute des surcapacités de production dans ces pays, les pressions sur les marges de bénéfices et la pression sur les coûts⁶² :

“The vehicles industry is mature and has been plagued by overcapacity, cost pressures and low profitability”.

- C'est alors que se déclenche une vague d'investissements dans les pays en développement par les constructeurs des occidentaux et japonais. L'apparition de nouveaux pays producteurs et exportateurs d'automobiles est due à l'investissement direct étranger (IDE) dans les pays de faible revenu par les firmes multinationales automobiles⁶³ :

“Market saturation, high levels of motorisation and the tendency for automakers to ‘build where they sell’ have also encouraged the dispersion of final assembly, which now takes place in many more countries, than it did 30 years ago.”

- La concurrence accrue et la saturation des marchés domestiques conjuguées à l'ouverture des nouveaux espaces d'investissement depuis la fin de la guerre froide et les exigences des pays d'accueil pour la production locale, et la stratégie des constructeurs d'automobiles pour réduire les coûts dans le contexte des arrangements commerciaux régionaux tels que le l'ALENA et l'Union européenne⁶⁴.

2.3.4. Des vagues d'investissements dans les pays en développement :

Les difficultés dans les pays de la triade ont poussé les constructeurs et les équipementiers à investir massivement dans les pays en développement qui représentent des perspectives de croissance importantes et des marchés peu motorisés⁶⁵. Une nouvelle vague de nouvelles d'usines d'assemblage et des équipementiers ont vu le jour, depuis le début des années 90, dans des pays comme la Chine, l'Inde, la Thaïlande, le Vietnam, le Brésil, le

⁶¹ Timothy J. Sturgeon and Richard Florida, op, cit, p 46.

⁶² John Humphrey and Olga Memedovic, the global automotive industry value chain: what prospects for upgrading by developing countries, united nations industrial development organization Vienna, 2003.p2.

⁶³ Spatz, Julius; Nunnenkamp, Peter (2004) : Globalization of the automobile industry : traditional locations under pressure?, In: Faust, Michael (Ed.): European industrial restructuring in a global economy, ISBN 3-88431-007-0, SOFI - Soziologisches Forschungsinst. an der Georg-August-Univ., Göttingen, pp. 105-129.

⁶⁴ Timothy J. Sturgeon and Richard Florida, Globalization and Jobs in the Automotive Industry, Massachusetts Institute of Technology, November 2000.

⁶⁵ Timothy J. Sturgeon and Richard Florida, op,cit.

Chapitre V : l'industrie automobile dans la triade

Mexique, et l'Europe de l'Est. L'apparition et le développement de nouveaux pays producteurs et exportateurs d'automobiles est due aux investissements réalisés dans ces pays par les firmes multinationales automobiles⁶⁶.

Cette implantation massive des constructeurs des pays développés dans les pays en développement est une accélération du processus de mondialisation de cette industrie⁶⁷ :

« L'implantation de la plupart des grands constructeurs et équipementiers mondiaux dans les "marchés émergents" des PEC est une conséquence de l'accélération de la "globalisation" de l'industrie automobile, combinant stratégie industrielle stratégie de marché et localisation des multinationales par agglomération. »

Les pays récepteurs d'investissements des constructeurs occidentaux et japonais ont connu et connaissent encore des taux de croissance de production spectaculaires (tableau N°10). La Chine est devenue en 2010 le plus grand producteur d'automobile au monde alors avec une production de plus de 18 millions de véhicules alors qu'en 2000 sa production n'était que de 2 millions de véhicules⁶⁸.

Tableau n°10 : évolution de la production des 10 principaux pays producteurs d'automobiles (2000-2010)

Classement mondial	Le pays	Année2000 (en millions)	Année2010(en millions)	Evolution en de la production automobile en %
1	Chine	2,07	18,26	+782%
2	Etats-Unis	12,799	7,76	-39%
3	Japon	10,14	9,62	-5%
4	Allemagne	5,52	5,9	+7%
5	Corée du Sud	3,11	4,27	+37%
6	Inde	0,8	3,56	+345%
7	Brésil	1,68	3,38	+101%
8	Mexique	1,93	2,34	+21%
9	Espagne	3,03	2,39	-21%
10	France	3,35	2,29	-32%

Source : CCFA

2.3.5. Le degré de mondialisation des constructeurs automobile :

La mondialisation de l'industrie automobile des pays de la triade, c'est d'abord la mondialisation des constructeurs automobiles de ces pays. Les constructeurs automobiles se sont mondialisés à divers degrés. La plupart des constructeurs produisent plus de véhicules en dehors dans leurs marchés domestiques. En 2005, les dix premiers constructeurs comptent 83% de la production mondiale (voir la figure N°28) en peut déduire que :

- Chaque constructeur vend plus de véhicule à l'extérieur de sa zone domestique. GM, par exemple, vend plus de la moitié de ses véhicules à l'extérieur des Etats-Unis.

⁶⁶ Spatz, Julius; Nunnenkamp, Peter (2004), op, cit

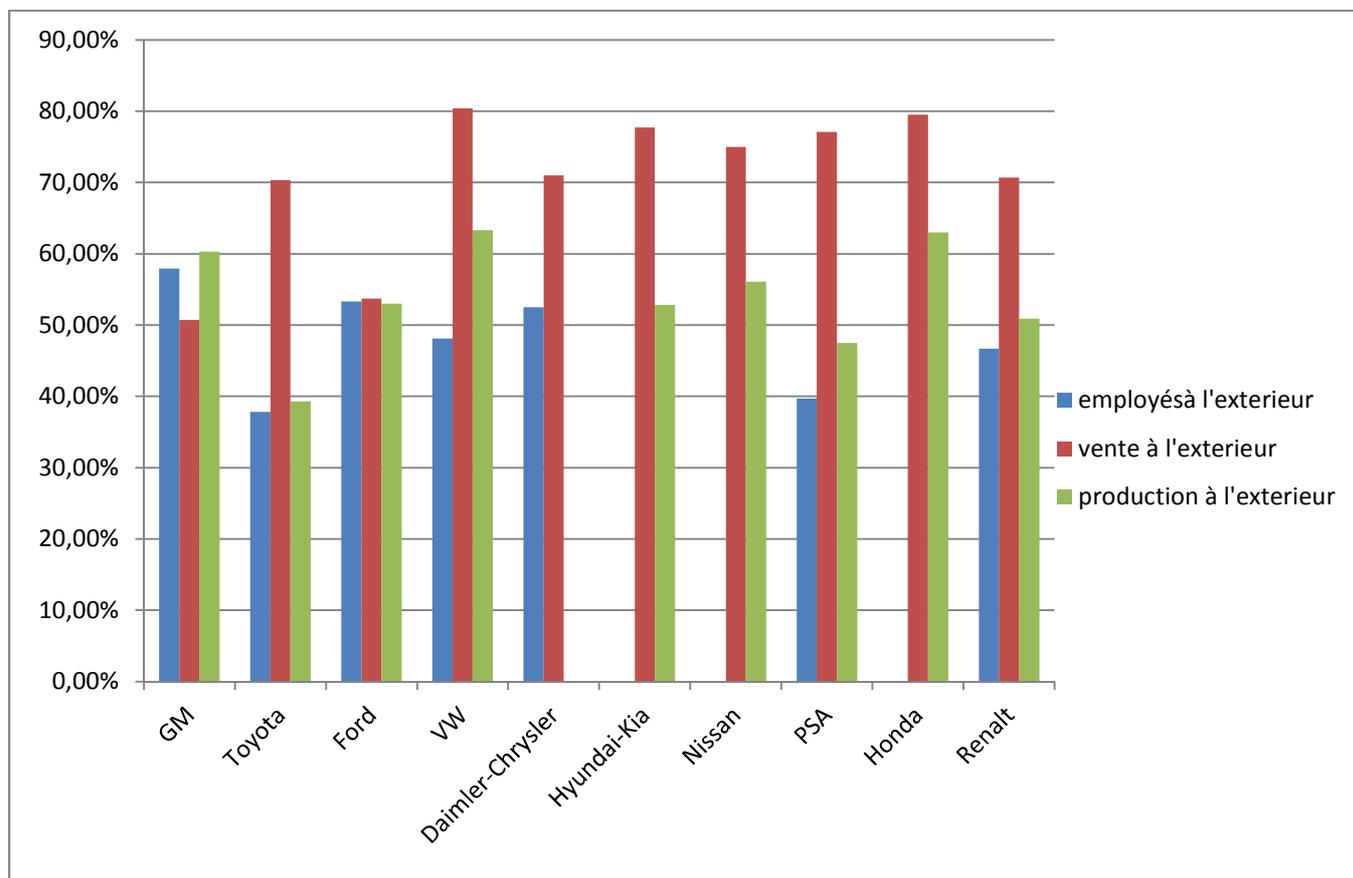
⁶⁷ Hadjila KRIFA & Karine VERMEIRE, Concurrence Oligopolistique Et Interdépendance Des Choix De Localisation : Le Cas De L'industrie Automobile Dans les Pays d'Europe Centrale, Actes du GERPISA n° 25, pp9-25.

⁶⁸ Données de CCFA

Chapitre V : l'industrie automobile dans la triade

- pour chacune des dix compagnies, la plus basse proportion de ventes, la production ou l'emploi en dehors du pays d'origine est d'environ 38%. En outre, la proportion des ventes, de production et d'emploi en dehors du pays d'origine se développe pour toutes les compagnies montrées.

Graphique N°28 : mondialisation des constructeurs automobile en 2005



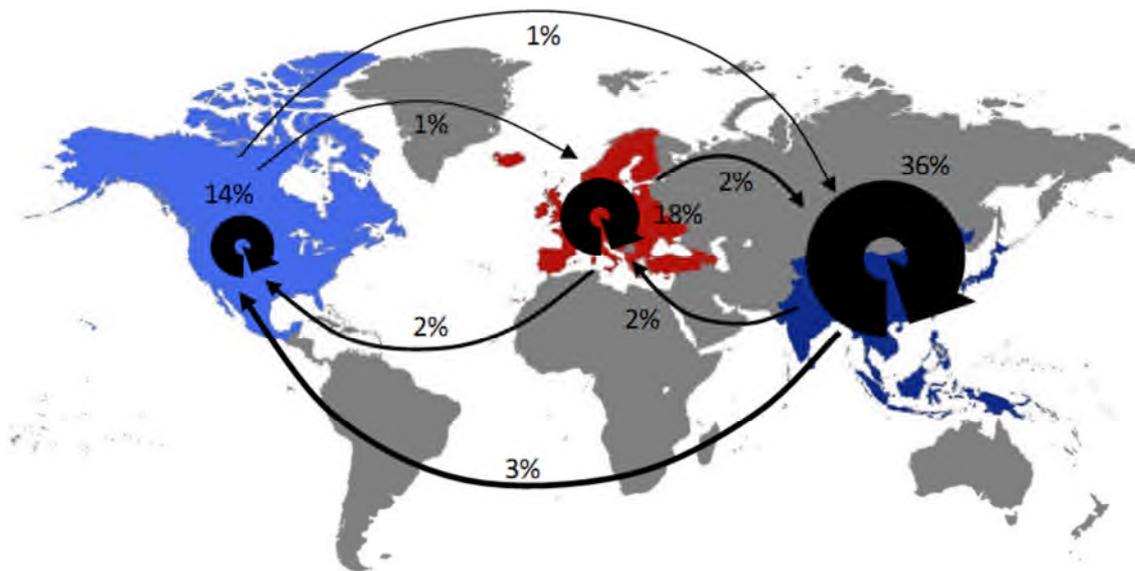
Source: John Moavenzadeh, December 1, 2006.

2.3.6. Les voitures sont produites là où elles sont vendues :

Les voitures sont pratiquement produites dans la région où elles sont vendues. En principe, des voitures pourraient simplement être exportées des pays développés vers les marchés émergents, mais les voitures produites sont pour la plupart assemblées dans la région où elles sont vendues, et cela est dû au coût du transport et aux entraves au commerce d'échanges commerciaux (la carte N°2). En 2011, seulement environ 11% de toutes les voitures de tourisme produites ont été commercialisées entre l'Amérique du Nord, l'Europe et la Sud-est-Asiatique. Le commerce est encore empêché par des droits douaniers élevés dans plusieurs marchés émergents⁶⁹.

⁶⁹ OECD (2013), "Medium-Run Capacity Adjustment in the Automobile Industry", OECD Economics Department Policy Notes, No. 21, November 2013.

Carte N°2: Géographie de la production et l'exportation dans l'industrie automobile



Source : OCDE, 2013

2.3.7. Une nouvelle répartition de la production mondiale des constructeurs :

Les constructeurs automobiles affichent une mondialisation avec une présence dans les principales zones de production automobile mondiale. GM (General Motors), le plus grand constructeur américain a produit 8,476 millions de véhicules en 2010. Cette production se répartie sur les principales zones de productions au monde. L'ANENA ne représente que 33% de la production de ce constructeur suivi de la chine avec 27%et seulement 15 % en Europe. Pour Volkswagen, le plus grand constructeur européen sa production est plus concentrée en Europe avec plus de 56% localisée en Europe des 27, une faible présence dans l'Alena avec seulement 6% de la production totale et une très grande présence en Chine avec 23% de la production totale soit 1,693 millions de véhicules. Toyota⁷⁰, premier constructeur japonais et leader mondial de l'industrie automobile avec une production 8,557 millions de véhicules. Le japon ne représente que 47% de la production totale suivi des pays de l'ASEAN, de l'Océanie et de l'Afrique, la zone ALENA représente 17% de la production de Toyota et l'Europe ne représente que 2% de la production du constructeur japonais. Daimler le constructeur allemand conserve une production importante sur le territoire européen et notamment en Allemagne avec un taux de 71% des 1,940 millions de vehicules produits par Daimler. Les constructeurs des pays émergents font leur entrée dans la géographie de la production automobile. Le constructeur indien Tata⁷¹ a produit, en 2010, 1,011 millions de vehicules. 24% de cette production est réalisée en Europe des 27. Le constructeur chinois Geely a produit, pour sa part 802 000 vehicules avec 46% de sa production réalisée dans l'Europe des 27⁷². Voir le tableau N° 11, pour les autres constructeurs et leur géographie de production.

⁷⁰ Les marques Daihatsu et Hino incluses

⁷¹ Production à travers ces deux filiales européennes Jaguar et Land Rover acquises récemment

⁷² La production européenne de Geely est réalisée par le constructeur Volvo qui a été racheté par la marque chinoise.

Chapitre V : l'industrie automobile dans la triade

Tableau n° 11: Production mondiale de véhicules par constructeur et par zone en 2010

En milliers	Amérique du nord ALENA	Amérique du Sud	Union européenne 27 pays*	Autres pays européens et la Turquie	Japon	Corée du Sud	Chine	Autres pays d'Asie, d'Océanie, et d'Afrique	TOTAL
Zones/Constructeurs									
Constructeurs européens	823	2 588	12 210	751	188	276	2 286	855	19 977
En part de la production totale	4%	13%	61%	4%	1%	1%	11%	4%	100%
BMW	159		1 217				56	49	1 481
	11%		82%			4%	3%		100%
FIAT-IVECO-IRISBUS*		866	1 254	156			110	24	2 410
		36%	52%	6%			5%	1%	100%
MAN		68	59	1					128
		53%	46%	1%					100%
DAIMLER	209	101	1 371	15	140		51	54	1 940
	11%	5%	71%	1%	7%		3%	3%	100%
PORSCHE			96						96
			100%						100%
PSA PEUGEOT CITROEN		273	2 344	107	18		376	487	3 606
		8%	65%	3%	1%		10%	14%	100%
RENAULT-DACIA-SAMSUNG		327	1 622	394		276		96	2 716
		12%	60%	15%		10%		4%	100%
SCANIA		20	48						68
		30%	70%						100%
VOLKSWAGEN	428	913	4 110	78			1 693	120	7 341
	6%	12%	56%	1%		23%	2%		100%
VOLVO	26	19	90		30			25	192
	14%	10%	47%		16%		13%		100%
Constructeurs américains	6 898	1 283	2 588	405	0	744	2 673	599	15 189
En part de la production totale	45%	8%	17%	3%	0%	5%	18%	4%	100%
CHRYSLER	1 572	1	5						1 578
	100%	0%	0%						100%
FORD	2 402	449	1 304	242		407		183	4 988
	48%	9%	26%	5%		8%		4%	100%
GENERAL MOTORS	2 809	832	1 247	163		744	2 266	416	8 476
	33%	10%	15%	2%		9%	27%	5%	100%
NAVISTAR	71								71
	100%								100%
PACCAR	45		31						76
	59%		41%						100%
Constructeurs japonais	4 018	367	1 244	106	9 520	0	3 066	4 374	22 696
En part de la production totale	18%	2%	5%	0%	42%	0%	14%	19%	100%
FUJI HEAVY (Subaru)	158				492				650
	24%			76%					100%
HONDA	1 288	134	139	20	993		677	393	3 643
	35%	4%	4%	1%	27%		19%	11%	100%
ISUZU	13	13		2	204		38	219	488
	3%	3%		0%	42%		8%	45%	100%
MAZDA	54	13			913		229	98	1 308
	4%	1%			70%		17%	8%	100%
MITSUBISHI	29	36	29		660		124	296	1 174
	3%	3%	2%		56%		11%	25%	100%
NISSAN	1 018	18	528		1 134		941	343	3 982
	26%	0%	13%		28%		24%	9%	100%
SUZUKI - MARUTI			170		1 078		287	1 358	2 893
			6%		37%		10%	47%	100%
TOYOTA-DAIHATSU-HINO	1 458	151	378	83	4 047		772	1 667	8 557
	17%	2%	4%	1%	47%		9%	19%	100%
Constructeurs coréens	454	0	430	77	0	3 160	1 043	600	5 765
En part de la production totale	8%	0%	7%	1%	0%	55%	18%	10%	100%
HYUNDAI-KIA	454		430	77		3 160	1 043	600	5 765
	8%		7%	1%		55%	18%	10%	100%
Constructeurs chinois	0	0	367	0	0	80	700	2	1 149
En part de la production totale	0%	0%	32%	0%	0%	7%	61%	0%	100%
GEELY (Volvo cars)			367				433	2	802
			46%				54%	0%	100%
SAIC (Ssangyong)						80	266		347
Constructeurs indiens	0	0	241	0	0	9	0	761	1 011
En part de la production totale	0%	0%	24%	0%	0%	1%	0%	75%	100%
TATA (Telco, Jaguar, Land Rover)			241			9		761	1 011
			24%			1%		75%	100%
Tous constructeurs	12 178	4 464	17 102	2 720	9 626	4 272	18 265	9 231	77 858
En part de la production totale	16%	6%	22%	3%	12%	5%	23%	12%	100%

Source de données : CCFA et OICA

Conclusion:

Dans le monde de l'automobile, le processus d'internationalisation et de mondialisation, apparait comme l'effet forcé de deux éléments : la modification de la répartition géographique de la demande automobile et des obstacles imposés par les gouvernements au libre-échange des voitures⁷³. Si l'on observe la phase la plus récente de mondialisation, le phénomène semble motivé par la volonté des marchés automobiles émergents de s'appuyer sur la croissance de la demande interne de motorisation pour attirer des investissements directs de la part des firmes automobiles internationales, afin de bénéficier des effets de l'industrialisation associés à ce genre d'activité productive, et pour échapper au déséquilibres de la balance commerciale que causerait un flux consistant d'importations.

Les mutations au niveau de la demande avec une baisse tendancielle de la production dans les pays industrialisés et une montée des pays en développement.

Avant cette mondialisation il y a lieu d'analyser la périphérie directe des pays développés qui est la première destination des investissements automobile des constructeurs et autres équipementiers automobile notamment ceux regroupés dans des groupements régionaux.

La prochaine section fera l'objet de cette autre restructuration au niveau de l'industrie automobile de la triade.

⁷³ Giuseppe Volpato, la filière automobile italienne vers la globalisation, in Gabriel Dupuy(dir) et François Bost, l'automobile et son monde, l'Aube éditions, Paris,2000.p37

3 La régionalisation dans l'industrie automobile de la triade :

Introduction :

Les constructeurs automobiles, du moins l'oligopole qui domine cette industrie, sont à divers degrés mondialisés. Avec des ventes des sites de production et des échanges d'équipements automobiles à l'échelle mondiale mais les pays ayant bénéficié des premières localisations sont des pays proches géographiquement des pays de la triade. Ainsi la périphérie directe des pays développés a connu beaucoup d'investissements des constructeurs et équipementiers automobiles.

3.1. La régionalisation des systèmes automobiles de la Triade :

Si on définit un espace automobile comme le niveau géographique de mise en cohérence d'un système de production et de demande automobile, trois niveaux d'articulation sont possibles : nationaux, régional et mondial⁷⁴. L'Automobile est certes devenue, à la fin du XX^e siècle, une industrie mondialisée au sens où les acteurs industriels dominants, qu'il s'agisse des constructeurs ou des équipementiers automobiles, sont des firmes multinationales présentes dans plusieurs régions du monde, mais le marché automobile est loin d'être homogène au niveau mondial⁷⁵. La mondialisation signifie aussi que les systèmes de production régionaux sont moins autarciques qu'ils étaient par le passé. Ils sont reliés et interconnectés notamment dans la chaîne de valeur du produit (GVC) par les échanges de bien intermédiaires, d'information, et des finances⁷⁶.

3.1.1. La structure régionale au niveau de la production

La structure régionale est la plus dominante au niveau de la production, au niveau des pays de la Triade mais aussi d'autres zones périphériques comme l'Asie et l'Afrique australe c'est la structure production régionale qui prédomine, cette structure est une spécificité de l'industrie automobile⁷⁷ :

“A third distinctive feature is its strong regional structure. Although the automotive industry has become more integrated globally since the mid-1980s, it has also developed strong regional-scale patterns of integration. In contrast, other important high-volume, consumer-oriented manufacturing industries, like apparel and electronics, have developed global-scale patterns of integration.”

⁷⁴ Timothy STURGEON, Gary GEREFFI, Kimberly B. ROGERS, Karina FERNANDEZ- STARK, The prospects for Mexico in the North American automotive industry: a global value chain perspective, Actes du GERPISA n°42, 2010.

⁷⁵ Y Lung et J.J. Chanaron, industrie automobile la croisée des chemins, op, cit

⁷⁶ Ibid.

⁷⁷ Timothy J. Sturgeon, Olga Memedovic, Johannes Van Biesebroeck and Gary Gereffi Globalisation of the automotive industry: main features and trends, Int. J. Technological Learning, Innovation and Development, Vol. 2, Nos. 1/2, 2009.p9.

Chapitre V : l'industrie automobile dans la triade

Cette structure domine la production au niveau mondiale et cela pour des raisons techniques et politiques⁷⁸:

“On the production side, the dominant trend is regional integration, a pattern that has been intensifying since the mid-1980s for both political and technical reasons.”

3.1.2. Les raisons de la structure régionale au niveau de la production automobile :

Plusieurs facteurs contribuent à l'importance de la production régionale dans l'industrie automobile. Certains ont une dimension politique et stratégique, alors que d'autres résultent des facteurs culturels, techniques et économiques.

- La première est due à la puissance des constructeurs qui déterminent la localisation de la production et poussent les équipementiers et les autres fournisseurs à se localiser à côté des constructeurs⁷⁹.
- Les facteurs politiques et stratégiques : les coûts élevés des voitures et leur visibilité peuvent créer une panique au niveau de l'opinion publique et de la classe politique à travers l'exigence de la présence locale pour limiter les déficits commerciaux et la création d'emplois par l'implantation des sites de production. Si l'industrie automobile est présente dans ce pays, les différents syndicats et associations des producteurs locaux vont faire pression pour l'établissement d'une production locale pour être sur le même pied d'égalité. Les constructeurs vont, à leur tour, opter pour des politiques volontaristes de limitation d'exportations en optant pour la présence sur ces marchés pour anticiper ou contrarier ces problèmes.
- Les raisons techniques et économiques : Il y a d'autres raisons, plus technique et économique de garder la production près des marchés de consommation finale. D'abord, les véhicules à moteur et plusieurs de leurs parties principales, telles que des sièges, des moteurs sont grands, lourds et parfois fragiles ce qui augmente des coûts de transport. Sans la production JAT (Juste à Temps) de pièces qui continuent à fonctionner des inventaires bas et indiquent des défauts rapidement sont un élément important de production maigre.

3.1.3. Le rôle des constructeurs dans la régionalisation de la production automobile

Les constructeurs automobiles sont des acteurs influents dans cette industrie, mais cette influence dépasse le cadre de cette industrie pour s'étendre jusqu'aux processus d'intégrations régionaux. Les constructeurs automobiles ont souvent mis en œuvre des stratégies d'intégration régionale dans les espaces où ils étaient présents⁸⁰.

⁷⁸Johannes Van Biesebroeck and Gary Gereffi, Value Chains, Networks, and Clusters: Reframing the Global Automotive Industry, MIT IPC Working Paper, Journal of Economic Geography, February 13, 2008. pp. 297-321. p303.

⁷⁹ Timothy J. Sturgeon et Johannes Van Biesebroeck, Effects of the Crisis on the Automotive Industry in Developing Countries A Global Value Chain Perspective, Policy Research Working Paper 5330, The World Bank, June 2010.

⁸⁰ Freyssenet M., Lung Y., Intégrations régionales et stratégies d'internationalisation des constructeurs automobiles, communication à la Journée d'étude du GERPISA « L'internationalisation des constructeurs automobiles », EHESS, Paris, 26 janvier 2001, 19 p. Édition numérique : freyssenet.com, 2007, 300 Ko, ISSN 7116-0941.

3.1.3.1. Les constructeurs acteurs d'intégrations régionales :

Dans un secteur particulièrement sensible aux économies d'échelle et où la différenciation des produits est marquée, les constructeurs automobiles ont souvent été l'un des groupes de pression qui œuvrent le plus fortement en faveur des processus d'intégration régionale, comme en témoignent différentes expériences.

3.1.3.1.1. Le libre-échange en Amérique du Nord :

En Amérique du Nord, l'*Auto Pact* signé en 1965 entre le Canada et les Etats-Unis constitue un accord sectoriel qui va consolider et étendre l'intégration de la production automobile sur les deux rives de la région des Grands Lacs. Les constructeurs américains comme les équipementiers vont tirer partie des coûts salariaux plus faibles aux Canada où le marché automobile est très proche de celui des Etats-Unis. La naissance de l'Aléna a permis d'intégrer le Mexique par les constructeurs américains dans le système automobile de l'ALENA.

3.1.3.1.2. L'intégration européenne :

Les constructeurs automobiles se sont moulés dans le processus d'intégration européenne pour tirer parti des opportunités de localisation : le Traité de Rome a permis de faire de la Belgique, une base particulièrement prisée pour la localisation d'usines d'assemblage dans les années soixante (Renault, Volvo, VW, Opel et Ford s'y sont implantés). Les constructeurs ont souvent anticipé et fait pression pour l'élargissement géographique vers de nouveaux espaces (Angleterre, Espagne, Portugal, PECO).

3.1.3.1.3. Les intégrations régionales péricentrales :

Dans les pays du Sud, les firmes automobiles ont souvent été le soutien de ces tentatives poussant les gouvernements locaux à mettre en œuvre des formes d'intégration régionale : en Amérique du Sud, dans les différentes tentatives qui ont échoué jusqu'au Mercosur qui associe le Brésil et l'Argentine, ainsi l'Uruguay et le Paraguay. La perspective de ce marché commun avait conduit Ford et Volkswagen à fusionner leurs activités argentines et brésiliennes dans une co-entreprise *Autolatina* créée en 1987⁸¹.

En Asie du Sud Est, les constructeurs japonais ont œuvré pour mettre en place un système de compensation visant à favoriser l'échange de composants entre les quatre principaux pays de l'ASEAN (Indonésie, Malaysia, Philippines, Thaïlande), la spécialisation de chacun dans la production d'un composant permettant de bénéficier des économies d'échelle⁸².

3.1.4. Les déterminants des intégrations régionales dans l'industrie automobile

L'engagement de l'industrie automobile dans les processus d'intégration régionale, obéit à plusieurs facteurs⁸³:

- **les rendements croissants** : La recherche d'une baisse des coûts de production conduit les constructeurs à explorer toutes les sources d'économies de dimension

⁸¹ JJ. Chanaron et Yannick Lung, industrie automobile, la croisée des chemins, op, cita

⁸² Freyssenet M., Lung Y, op, cit.

⁸³ Ibid.

Chapitre V : l'industrie automobile dans la triade

(économies d'échelle et économies de gamme par la commonalisation). L'internationalisation est donc une composante irréductible du développement de cette industrie et les firmes sont a priori favorables à l'ouverture des marchés qui constitue la première phase de l'intégration régionale.

- **La convergence régionale :** La libéralisation des échanges est en effet susceptible d'autoriser l'accès à de nouveaux marchés et donc une croissance du volume des ventes. Ceci suppose cependant que le marché régional qui se constitue soit relativement homogène, les attentes de la clientèle étant convergentes entre les différents pays pour que les firmes proposent des modèles identiques (ou faiblement différenciés) avec une gamme cohérente.
- **La division des processus productifs au niveau régional:** La division régionale verticale du travail est une étape nécessaire, se traduisant par une décomposition du processus productif à l'échelle des pays de la région avec la dispersion spatiale des activités des constructeurs automobiles et/ou celles des fournisseurs et équipementiers. L'émergence d'une configuration régionale du système automobile répond à la recherche d'un accès à des compétences spécifiques (rapprochement vers des territoires spécialisés) ou à l'attraction vers des zones où les coûts salariaux sont plus faibles et la flexibilité du travail plus facile à négocier.
- **Les intégrations automobiles :** L'élargissement de la gamme peut permettre à un constructeur d'offrir des modèles variés, dont la demande composée sera différente selon les pays. Ainsi, en Europe du Sud (Espagne, Portugal, Italie), les petites voitures et les utilitaires légers sont beaucoup plus importants qu'en Europe du Nord, où les modèles de taille supérieure et haut de gamme sont prédominants⁸⁴.

Conclusion :

Le développement économique entraîne une certaine convergence des pays qui sont l'objet des attentions des firmes multinationales, d'où un rattrapage des salaires et la recherche de nouvelles périphéries : pour les Etats-Unis, le Mexique succède au Canada vingt à trente ans après ; pour l'union européenne, après l'Europe de l'Est, qui est devenue un espace attractif succédant à la péninsule ibérique dans les années 1970, les regards se tournent maintenant vers l'Afrique du Nord.

⁸⁴JJ Lung et Chanaron, industrie automobile la croisée des chemins, op, cit, p31

3.2. Le déplacement de l'espace automobile européen vers les pays d'Europe centrale et orientale et la Turquie :

Introduction :

Depuis son origine en Europe, la production automobile a toujours été localisée dans quelques principaux pays fabricants que sont l'Allemagne, la France, le Royaume-Uni, la Tchécoslovaquie, la Suède et l'Italie. Or, avec l'ouverture de l'Union européenne à l'Est, des reconfigurations spatiales de l'industrie automobile sont en train de s'opérer⁸⁵.

3.2.1. Des reformes structurelles au niveau des PECO :

Richet (1995) identifie trois dimensions de la restructuration industrielle⁸⁶:

- La restructuration organisationnelle, où l'on vise à adapter la dimension des firmes en les rendant compatibles avec la structure de marché de la branche.
- La restructuration légale, qui transforme le statut légal des entreprises d'État, en entreprises d'économie de marché (*corporatization*).
- La restructuration financière, concerne la manière dont les firmes assurent leur désendettement et leur recapitalisation.

3.2.2. Les changements dans les PECO

3.2.2.1. La ruée vers l'Est :

Depuis le début des années 90, les pays de l'Est européen ont connu des vagues d'investissements notamment dans l'industrie automobile. Les PECO représentent un des derniers exemples de succès de l'intégration partielle de la périphérie au cœur du système de la production automobile européenne par le biais d'IDE massifs de la part des FMN étrangères. Entre 1990 et 2006, les constructeurs étrangers et les fournisseurs ont investi pas moins de 40 milliards de dollars dans les PECO⁸⁷.

3.2.2.2. Une nouvelle division du travail

La division régionale du travail à l'œuvre dans le système automobile européen a conféré aux zones péri-centrales (pôle ibérique, Europe centrale) une spécialisation dans les modèles de

⁸⁵ Sebastien Bourdin and Anais Le Thiec and Bernard Elissalde, Spatial change in the automotive Industry in Central and Eastern Europe: between heritage effects, life cycles, and transition, Normandy Business School, UMR CNRS IDEES 6266, 2009.

⁸⁶ Frédéric Bourassa, la restructuration du secteur automobile en Europe centrale : le rôle des investissements directs étrangers et la formation de réseaux de production, actes du GERPISA n° 29.

⁸⁷ Charles Bohan « Les stratégies des firmes multinationales de l'automobile dans l'Europe élargie : le modèle centre-périphérie à l'épreuve », *Géocarrefour* 3/2009 (Vol. 84), p. 181-192.

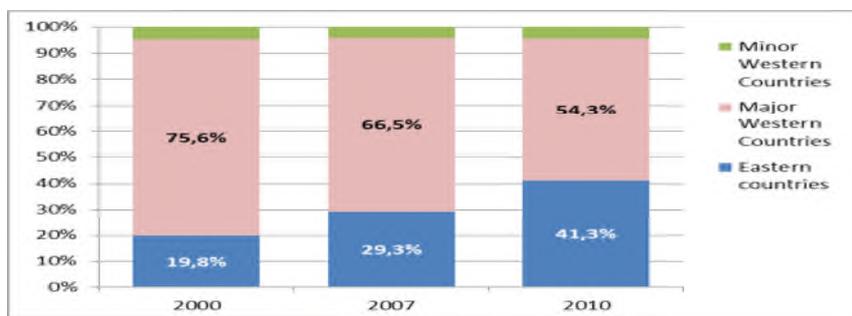
Chapitre V : l'industrie automobile dans la triade

plus fort volume et d'entrée de gamme (segments B et M1)⁸⁸ et une autre spécialisation dans les équipements comme le souligne V. Frigant⁸⁹ :

« La deuxième mutation est souvent moins connue car elle implique les fournisseurs souvent moins visibles. Les études empiriques soulignent qu'un déplacement similaire vers l'Est s'est opéré en ce qui concerne le tissu des équipementiers, fournisseurs et sous-traitants de l'automobile ».

Le basculement géographique est plus prononcé dans le cas des équipements automobiles où le pays de l'Est européen représente 41,3% de la production équipementière en Europe contre 19,8% seulement en 2000 (voir la figure N°29).

Figure N°29 : évolution de la part des pays de l'Est dans les équipements automobile 2000-2010.



Source : Vincent Frigant et Stéphane MIOLLAN, 2013.

3.2.2.3. Les déterminants de l'attrait des PECO pour l'investissement dans l'industrie automobile :

L'importance et de l'Europe de l'Est dans la l'industrie automobile est due à plusieurs facteurs qui sont⁹⁰ :

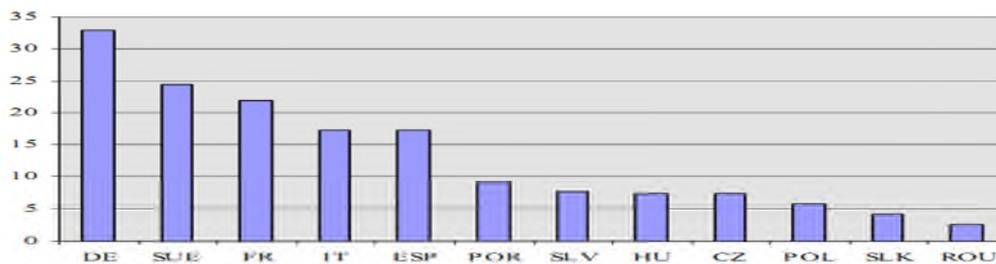
- la proximité du centre Ouest européen combinée à la relative qualification et au faible coût de la main-d'œuvre (voir le graphique N24);
- les progrès importants dans la transformation économique liés à une relative stabilité politique résultant de l'adhésion à l'UE ;
- les traditions ancrées dans la fabrication d'automobiles ;
- l'amélioration des infrastructures ;
- les motivations d'investissement gouvernementales offertes aux investisseurs étrangers, et, dans certains cas, la faiblesse des syndicats et un code du travail plus flexible comparé à l'Europe de l'Ouest.

⁸⁸ Jean-Bernard Layan et Yannick Lung, les nouvelles configurations de l'espace automobile méditerranéen, Région et Développement n° 25-2007

⁸⁹ Vincent FRIGANT,

⁹⁰ Charles Bohan « Les stratégies des firmes multinationales de l'automobile dans l'Europe élargie : le modèle centre-périphérie à l'épreuve », *Géocarrefour* 3/2009 (Vol. 84), p. 181-192.

Figure N°30 : les coûts salariaux dans l'industrie automobile (euro/heure travail, fin 2004)



Source : www.missioneco.org/elargissement

3.2.2.4. Les modes d'entrées dans ces pays :

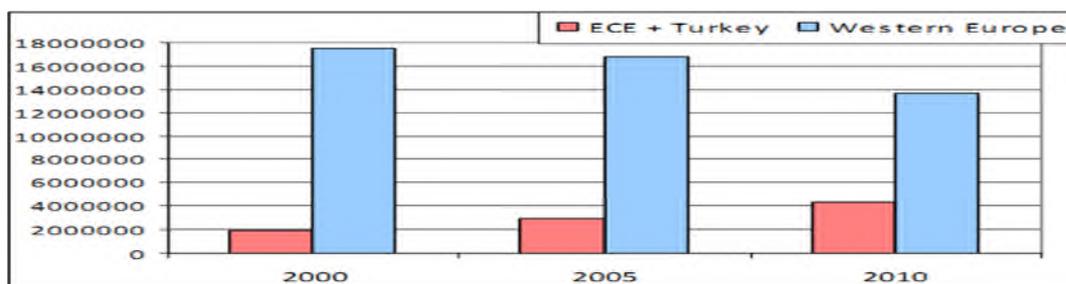
Les différents modes d'entrée privilégiés par les firmes multinationales: c'est la coopération⁹¹, sous forme de joint-venture, est tout d'abord privilégiée mais elle n'est généralement qu'une forme transitoire avant l'acquisition et la prise de contrôle total des firmes locales (investissements de type « *brownfield* ») et l'investissement vierge (investissements de type « *greenfield* »). La distinction entre ces deux modes d'entrée s'explique à son tour par l'existence initiale d'actifs disponibles ou non. L'acquisition étant elle aussi une forme transitoire d'implantation puisque la plupart des firmes étrangères, après avoir rapidement restructuré les firmes acquises au cours de la privatisation de la propriété sociale, sont conduites à augmenter leurs capacités en procédant à de nouveaux investissements.

3.2.3. Un centre de production automobile important

3.2.3.1. Une base de production automobile en évolution

Entre 2000 et 2010, la production européenne a diminué de 7.2% pour atteindre 18 millions véhicules assemblés (voitures et véhicules utilitaires combinés)⁹². Cette baisse n'a pas eu lieu dans les pays de l'Est (plus la Turquie) où la production augmentant par de 2.2 millions d'unités alors que l'Europe occidentale perdait de 7.2%. Les huit pays constituant l'Europe orientale représente 9.9% la production en 2000 ; 14.5% en 2005 ; et 24.0% de 2010.

Figure n°31 : évolution de la production en Europe 2000-2010 :



Source :

Vincent FRIGANT, 2011.

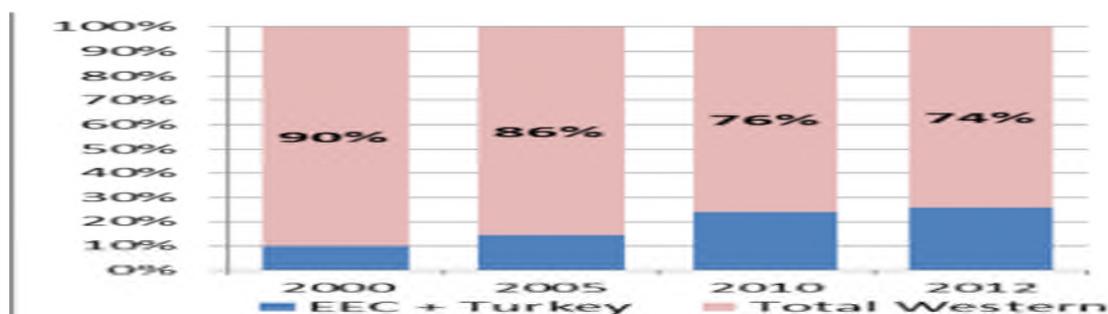
⁹¹ Xavier Richet, international production networks and new market economies: automobile manufacturer strategies in the CEEC'S,

⁹² données de l'OICA.

3.2.3.2. Dans l'emploi automobile :

En 2010, les sept pays d'Europe de l'Est recensés ici emploient 540 360 personnes dans l'industrie automobile contre seulement 304 277 en 2000. Ainsi, alors qu'ils représentaient 13,6% du total des pays en Europe en 2000, ils totalisent désormais 25,2% des emplois de l'industrie automobile. Sur la période 2007-2007, cinq pays ont connu une croissance forte de leur effectif automobile : Hongrie (68%), Pologne (43%), République Tchèque (68%), Slovaquie (133%) et Slovénie (46%). Si sur cette période, les effectifs semblent décliner en Bulgarie (-18%) et en Roumanie (-15%), ces deux pays semblent progresser ensuite, même si on doit penser que la modification des nomenclatures en 2008 explique une grande partie de la hausse brutale observée. L'année de crise 2009 a par ailleurs affecté tous ces pays qui rebondissent cependant, à l'exception de la Bulgarie, dès 2010⁹³.

Figure n° 32: évolution de proportion des PECO et Turquie dans la production automobile en Europe



Source : V. Frigant et Stéphane MIOLLAN, 2013

3.2.3.3. Une industrie automobile contrôlée par les pays de l'Ouest

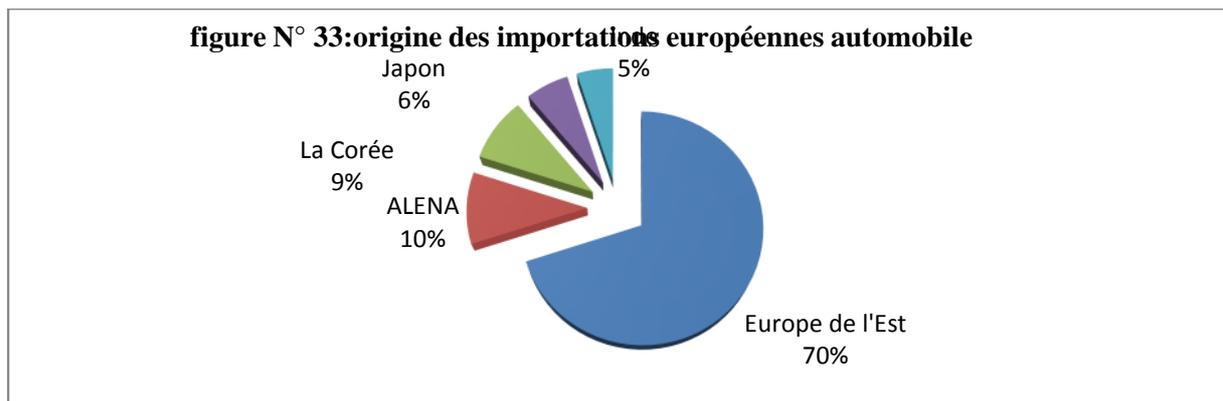
Le développement de l'industrie automobile dans les pays d'Europe de l'Est résulte essentiellement de la présence d'acteurs étrangers. Pour la plupart de ces pays, les entreprises étrangères proviennent de l'Union Européenne (58% des personnes occupées en Pologne ou encore 55% en République Tchèque) avec une singularité bulgare puisque, alors que 84% des personnes occupées dans l'industrie automobile dépendent d'entreprises étrangères, seulement 24% le sont par des entreprises de l'Union. Les entreprises allemandes occupent une place essentielle. C'est particulièrement le cas en République Tchèque et Hongrie où 45% et 39% des personnes occupées dans l'industrie automobile sont employées par des filiales d'entreprises allemandes. Mais ces niveaux sont également élevés en Slovaquie (un quart), en Pologne (1/5ème) et en Roumanie (30%), pays où on note une présence importante des entreprises françaises (10% des personnes occupées) ce qui résulte de la présence de Renault-Dacia, et dans une moindre mesure en Slovaquie (10%) où PSA est implanté⁹⁴.

⁹³ Vincent FRIGANT et Stéphane MIOLLAN, Beyond deindustrialisation evidences, the new international division of labour of automobile equipment suppliers in Europe, 25th EAEPE annual Conference Beyond Deindustrialisation: The Future of Industries 7-9 November 2013, Paris.

⁹⁴ ibid

3.2.4. Une industrie automobile tournée vers l'exportation

L'importance de l'appareil productif implanté dans les pays d'Europe de l'Est, n'est pas destiné pour les marchés locaux puisque une part importante des productions réalisées sont destinées à l'exportation. Si les marchés ces Pays ne sont pas si important, ces pays servent cependant de base de production et d'exportation pour les constructeurs installés dans ces pays. Ainsi en 2012, 2.3 million d'unités soit 70% des importations européennes proviennent de ces pays⁹⁵. Voir le graphique N°



Source : Inovev

3.2.4.1. Une extension de la base industrielle européenne

Une reconfiguration de la géographie de l'industrie automobile en Europe. Cette reconfiguration correspondrait à la troisième phase du déploiement territorial de l'industrie automobile sur le continent européen. On assiste à un processus d'intégration des ces périphéries dans le système productif européen. La phase initiale de déconcentration à l'intérieur des frontières nationales de chaque constructeur, fut suivie par l'arrivée des constructeurs étrangers dans les périphéries ibériques et britanniques, à laquelle succède aujourd'hui la phase centre-européenne⁹⁶.

Sur la carte N°3, trois ensembles territoriaux peuvent être identifiés. En premier lieu, émerge le cœur économique de l'Europe avec une forte présence des constructeurs automobiles français, allemands et italiens. Le deuxième bassin concerne le pôle ibérique qui s'étend du sud de la France au nord de l'Espagne et du Portugal avec une présence de constructeurs automobiles français, allemands et américains.

Ce pôle s'est développé à partir des années 80 principalement en s'orientant dans la production de véhicules d'entrée de gamme. Ainsi, l'Espagne, pays peu industrialisé jusque dans les années 70. Cet ensemble enregistre depuis peu une perte de compétitivité au profit du troisième pôle. Ce dernier a émergé en Europe centrale et orientale qui connaît une forte croissance depuis les années 1990 résultant de l'arrivée massive d'IDE. La restructuration

⁹⁵ INOVEV

⁹⁶ Sébastien Bourdin, Anaïs Le Thiec et Bernard Elissalde, « Le changement spatial dans l'industrie automobile en Europe centrale et orientale : entre effets d'héritage, cycles de vie et transition », *Géocarrefour* [En ligne], Vol. 84/3 | 2009, mis en ligne le 04 janvier 2010. URL : <http://geocarrefour.revues.org/index7438.html>

Chapitre V : l'industrie automobile dans la triade

radicale des PECO et leur intégration dans l'Union européenne leur a permis d'entrer dans le réseau européen de la production automobile. En quelques années, ces pays (et en particulier la Slovaquie et la République Tchèque) se sont affirmés comme le troisième pôle productif automobile en Europe.

Carte N°3 : les pôles de la production automobile européenne



Source : Sébastien Bourdin, Anaïs Le Thiec et Bernard Elissalde, 2010.

3.2.5. l'émergence de la Turquie automobile :

Introduction :

L'industrie automobile se développe en Turquie dès le début des années 70 avec la production sous licence de modèles Fiat et Renault. La constitution d'une union douanière avec l'Union européenne à partir de 1996 va provoquer une mutation majeure. Dès le début des années 2000, la production et les échanges extérieurs du secteur s'accroissent considérablement

3.2.5.1. La croissance de la production automobile turque

La production de véhicules finis passe de moins de 300 000 en 2001 à près de 900 000 en 2005⁹⁷, soit une augmentation de 200%. Cette croissance est soutenue en premier lieu par la forte demande interne d'une population encore sous-équipée (taux de motorisation : 85 véhicules pour mille habitants). En dix ans, la production turque a doublé, en 2010 elle a augmenté de 18% pour atteindre 603 000 unités. La capacité d'utilisation est passée de 42% à 72% durant la même période⁹⁸.

⁹⁷ Jean-Bernard LAYAN et Yannick LUNG, les nouvelles configurations de l'espace automobile méditerranéen, région et développement n° 25-2007.

⁹⁸ Lale DURUIZ, Turkish automobile industry: a new industrial base or an attractive market for EU?, Actes de GERPISA N°.

3.2.5.2.L'exportation :

L'industrie automobile turque exporte 70% de la production et 90 % des exportations ont l'UE comme destination. Le nombre de véhicules exporté a atteint 440 000 unités et il a progressé de 13 % en comparaison avec l'année 2009. Les pays d'exportation turcs sont la France, l'Italie et l'Allemagne⁹⁹. L'exportation des véhicules en Turquie pour l'Europe (UE et les autres pays de l'Europe) est de 345 248 unités ce qui représente une somme de 5 milliards de dollars. L'industrie automobile représente le premier secteur d'exportation avec 15,3% du total des exportations soit 17,4milliards de dollars (2010)¹⁰⁰.

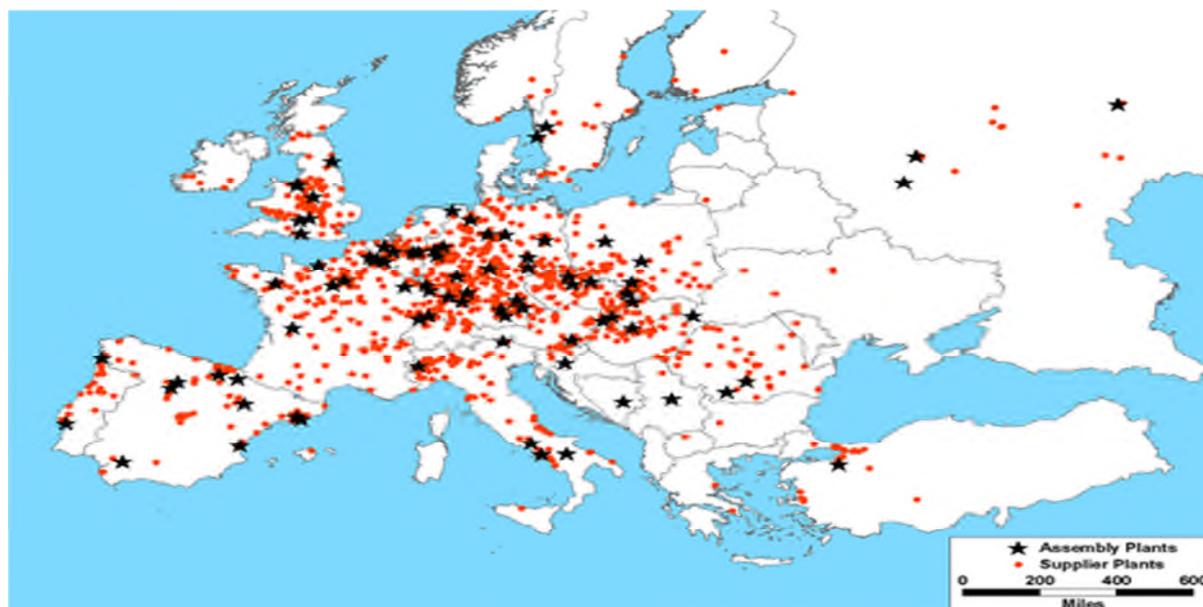
Tableau N°12 : les exportations automobiles turques

Constructeur	Exportation(unites /2010)
TOFAS	80 897
OKAY Renault	233 060
Toyota	73 163
Hyundai	42 429
Honda	10 663

Source: Lale Duruiz, 2011.

Conclusion : D'un point de vue géographique, le barycentre de l'industrie automobile tend à se déplacer vers l'Est. Le Sud de la Pologne, la Slovaquie, la République Tchèque, l'Allemagne et l'Autriche constituent le nouveau centre de la production automobile pendant que l'Espagne, l'Italie et les sites de l'Ouest de la France deviennent excentrés de ce cœur¹⁰¹. voir la carte N°4.

Carte N°4 : la nouvelle carte de l'industrie automobile en Europe



Source: Thomas Klier et Jim Rubenstein, May 2011.

⁹⁹ ibid

¹⁰⁰ ibid

¹⁰¹ Vincent Frigant et

3.3.: Le Mexique dans l'Alena de l'automobile :

Introduction :

Si les pays de l'Europe de l'Est européen présentent un mode d'intégration en Europe à un pôle Ouest Européen, le Mexique dans l'Alena représente un autre exemple d'intégration dans le pôle l'industrie automobile de la triade. Le Mexique représente le huitième plus grand producteur automobile au monde¹⁰².

3.3.1. Le changement de modèle d'industrialisation

Le facteur déclenchant des deux transformations industrielles n'est pas d'ordre purement économique mais politique et institutionnel. Le Mexique passe d'une industrialisation par substitution aux importations à l'abri d'un protectionnisme rigoureux à une stratégie de promotion des exportations et de libre-échange. L'effet des politiques économiques précédentes sur la mise en place du tissu industriel ne peut cependant être négligé¹⁰³.

3.3.1.1. De nouvelles orientations sous la pression des multinationales :

Dans ce pays la refonte complète du cadre institutionnel de l'activité productive est le résultat d'une évolution politique. Elle traduit des évolutions sociales, politiques et idéologiques radicales. Le besoin de devises avait déjà motivé la création en 1965 du secteur *maquilador* bénéficiant d'un statut de type zone franche de la part du Mexique comme de la part des Etats-Unis. Limité d'abord aux zones frontalières *norteñas*, il est étendu en 1972 à l'ensemble du Mexique. Le succès de ce secteur *maquilador* influença beaucoup les réformes de la fin des années 70 et du début des années 80¹⁰⁴.

3.3.1.2. La constitution de l'Alena :

En Amérique du Nord, l'*Auto pact* signé en 1965 entre le Canada et les Etats-Unis constitue un accord sectoriel qui va consolider et étendre l'intégration de la production automobile sur les deux rives des Grands Lacs. Les constructeurs américains comme les équipementiers vont tirer parti des coûts salariaux plus faibles au Canada, où le marché automobile est très proche de celui des Etats-Unis. C'est à cette époque qu'une vague d'investissements démarre au Mexique pour édifier des usines d'assemblage dans le Nord du Pays. Alors que le marché automobile mexicain était jusque-là protégé par une politique de type substitution aux importations, le passage à une politique automobile orientée vers l'exportation sous la pression forte des constructeurs américains : comme en Espagne, plusieurs modifications de la législation mexicaine visant à assouplir le contrôle des investissements de l'industrie automobile préfigurent l'accord de libre-échange (ALE) signé entre le Canada et les Etats-Unis en 1988 et qui sera étendu au Mexique quatre ans plus tard pour former l'ALENA.¹⁰⁵

¹⁰² Ricardo Melgoza Ramos, María de Lourdes Álvarez Medina, Automotive industry in Mexico: development technological path and upgrading Struggling to recover from the 2008 economic crisis, 20th International Colloquium of Gerpisa 30/31 May / 1 June – Krakow, Poland, 2012.

¹⁰³ Jean-Bernard Layan, existe-t-il un modèle d'intégration hispanique ?, Actes du GERPISA n° 28

¹⁰⁴ *ibid*

¹⁰⁵ *ibid*, p33.

3.3.2. Une destination d'investissements et de production après l'ALENA :

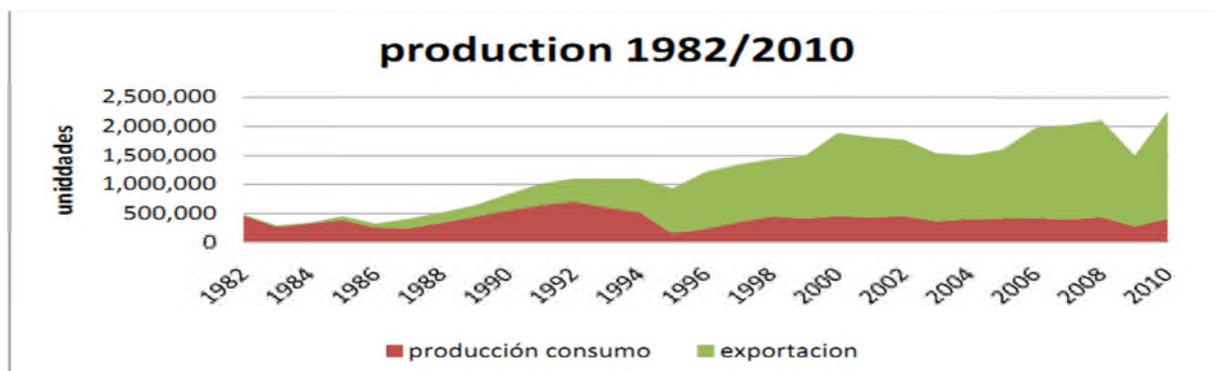
Le développement de l'industrie automobile au Mexique est dû notamment à la signature de l'accord de l'ALENA et son intégration dans la chaîne de valeur du système nord américain¹⁰⁶.

Après l'accord de l'Alena (1994), le Mexique a connu un flux d'IDE important en attirant entre 1999 et 2011 de 22,494 6 milliards de dollars et même durant la crise, le Mexique a reçu 1, 364 millions de dollars d'IDE en 2009 ; 908,2 millions en 2010 ; et 1, 024.7milliards de dollars en 2011¹⁰⁷.

3.3.3. Une industrie exportatrice

L'industrie automobile au Mexique est devenue une plate-forme d'exportation après la constitution de l'ALENA réalisant une croissance de 91.6% entre 1994 et 2008, passant de 1 à 2.1 millions d'unités allantes produites. En 2009, la production de voiture a chuté de 28% passant de 2.1 à 1.5 millions, cependant, en 2010 elle a y eu une croissance significative due au rétablissement du marché des États-Unis¹⁰⁸.

Figure N°34 : évolution de la production et parts de la production consommée et exportations



Source: Lourdes Alvarez Medina, The demand for automobiles in Mexico after the economic crisis, 2011.

3.3.4. Une base de production importante dans l'ALENA :

Le Mexique est devenu une base importante de la production automobile en Amérique du Nord sa part ne cesse d'augmenter elle est passé de 13% in 2007 to 19% in 2011. Cette part est acquise aux dépens des États-Unis qui voit sa part passer de 70% à 64 % durant la même période. Le Mexique est devenu le deuxième pays producteur avant le Canada qui ne produit que 16% de la production de l'Alena contre 17 en 2007¹⁰⁹ (voir le tableau N°13).

¹⁰⁷ Ricardo Melgoza Ramos, María de Lourdes Álvarez Medina, Automotive industry in Mexico: development technological path and upgrading Struggling to recover from the 2008 economic crisis, 20th International Colloquium of Gerpisa 30/31 May / 1 June – Krakow, Poland, 2012.

¹⁰⁸ ibid

¹⁰⁹ Thomas Klier and Jim Rubenstein, The Economic Downturn and the Geography of Vehicle Production in Europe and North America ,the 20th GERPISA colloquium Krakow, Poland, May 30 – June 1, 2012

Chapitre V : l'industrie automobile dans la triade

Tableau N°13 : évolution de la production de l'Alena entre 1990-2011

Pays	1990	2007	2011
Canada	16	17	16
Mexique	6	13	19
USA	78	70	64
ALENA	100%	100%	100%

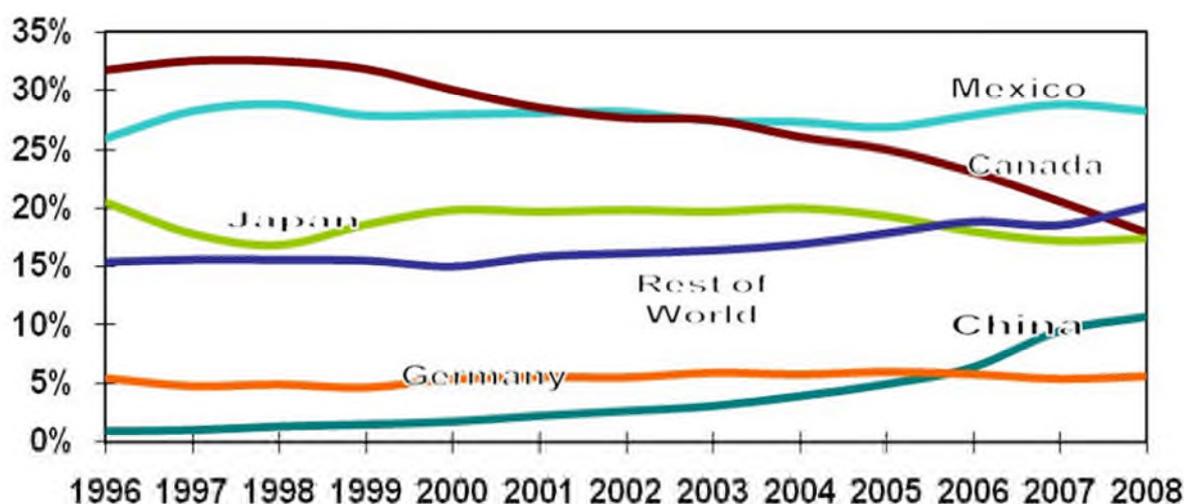
Source: Thomas Klier et Jim Rubenstein, 2012.

3.3.5. Le Mexique une base pour les équipementiers automobiles américains

Dès le début des années 70, les équipementiers américains se sont installés au Mexique pour profiter des coûts de main-d'œuvre moins chers dans les *maquiladoras* mexicains.

Comme le démontre la composition des importations des composants en provenance du Mexique pendant la dernière décennie. Le Mexique continue à être la source des équipements automobiles importés aux Etats-Unis 47% composants venu du Mexique en 2008, en baisse par rapport à 1996 de (54%)¹¹⁰ (voir la figure N°35).

Figure n° 35: les pays d'origines d'équipements automobile aux Etats-Unis



Source: Thomas H. Klier and James M. Rubenstein, 2009.

Le Mexique s'est imposé comme un grand pays producteur d'automobile au sein de l'Alena et même dans le monde.

¹¹⁰ Thomas H. Klier et James M. Rubenstein, Imports of Intermediate Parts in the Auto Industry – A Case Study, in “Measurement Issues Arising from the Growth of Globalization” conference, November 6-7, 2009, in Washington, D.C.

Conclusion du chapitre :

L'industrie automobile a connu une nouvelle reconfiguration dans les pays de la triade. Les pays de la triade sont en train de perdre leur leadership dans cette industrie en termes de production et de consommation de l'automobile. Même leur part qui est presque la moitié de la production mondiale a connu une modification puisque une part de plus en plus importante de ces régions est produite dans les pays intégrés à ces zones. En Europe, les pays de l'Europe de l'Est et de la Turquie sont une plate-forme de production importante. En Amérique du Nord le Mexique s'est vu attribué le rôle de base de production pour les constructeurs américains, la part du Mexique dans la production de L'ALENA est passée de 6% à 16% entre 1991 et 2011.

Dans ces pays, la production a chuté de près de 5 millions de véhicules atteignant ainsi un niveau de 43 millions d'unités (-10 %). Ils n'ont représenté que 51 % de la production mondiale, soit plus de 30 points de moins qu'en 2000. Au sein de ces zones, la production en Amérique du Nord a diminué de 2 millions de véhicules (-11 %) et celle en Europe occidentale de plus de 4 millions (-25 %). La production du Japon a baissé d'environ 200 000 unités en 2012 (soit -2 % par rapport à 2000). En revanche, celle en Corée du Sud, progressait de 1,4 million d'unités (+ 46 %) ¹¹¹.

Les mutations au niveau des marchés des pays de la triade ont impacté les constructeurs et les équipementiers qui ont modifié leurs stratégies de production et de commercialisation, pour parer aux difficultés rencontrées dans les pays de la triade, ils ont adopté des stratégies de mondialisation, en produisant, là où leurs véhicules sont vendus.

Les premiers pays investissements des constructeurs automobiles ont été réalisés dans les régions périphériques des pôles de la triade. En Europe, les pays de l'Est européen et la Turquie plus tard ont largement bénéficié de leur positionnement géographique, de leur main-d'œuvre bon marché et qualifiée pour devenir en l'espace de 20 ans une région qui est à l'origine de la production d'un tiers de la production européenne. Le Mexique pour sa part a tiré profit de son adhésion à l'ALENA pour bénéficier des localisations des constructeurs américains et devenir une base d'exportation pour les constructeurs américains et devenir le deuxième pays producteur d'automobile en Amérique du Nord reléguant le Canada à la troisième place.

¹¹¹ Source de données OICA et CCFA

Chapitre VI : la nouvelle géographie de l'industrie automobile

Introduction :

Yannick LUNG¹ se demandait, si la montée des pays émergents comme des pays producteurs dans l'industrie automobile était un phénomène irréversible, durable. Depuis le début des années 2000, la majorité des pays émergents et les autres pays en développement connaissent une croissance soutenue. Dans l'industrie automobile, les constructeurs et les équipementiers ont largement investi dans ces pays, mais les crises économiques et financières que ces pays ont connues, ont fait que la montée de ces pays n'était pas certaine et le caractère d'instabilité était dominant soit au niveau de la production, de la demande et même au niveau institutionnel.

Ces pays ont connu dès le début des années 90 des vagues d'investissements massifs des firmes de la triade conjuguées à des réformes de libéralisation. Ces pays ont connu alors des taux de croissance qui sont trois fois plus importants que ceux enregistrés dans les pays développés. Des taux de croissance avec une classe moyenne de plus en plus importante qui aspire à posséder les biens qui n'étaient pas à leur portée il y a quelques années. Parmi ces biens, l'automobile occupe une place particulière dans l'imaginaire des personnes. Un marqueur social, un symbole de liberté et un signe de richesse notamment dans les pays en développement. Dans ces pays l'importance de ces marchés est vite repérée par les constructeurs et autres équipementiers qui, par la stratégie des constructeurs qui consiste à investir là où ils vendent, ont largement investi dans ces pays et ils ont auguré une nouvelle géographie de la consommation du produit automobile mais surtout une nouvelle géographie de la production automobile.

Dans ce chapitre nous essayer d'étudier l'industrie automobile dans les pays en développement en essayant de répondre à la question : si ces pays peuvent être les nouveaux centres de la production et de la demande automobile ? Est-ce l'heure du développement de l'industrie automobile dans ces pays est venue ?

Pour l'Algérie, après une série d'échecs dans le développement d'une industrie automobile nationale. Le changement qu'a connu le pays, notamment en termes de ventes ou notre pays atteint un volume de 500 000 en 2013, sont ils susceptibles de convaincre, enfin, les constructeurs de s'installer en Algérie ?

¹ Yannick LUNG, is the rise of automotive industry in emerging countries an irreversible phenomenon?, Actes du GERPISA N°28, 2000. Pp7-18.

1 Le développement de l'industrie automobile dans les pays en développement :

“It is not a question of whether we will build cars in the future, but where these vehicles will be built, and what kind of vehicles these will be”²

Introduction:

Avoir une industrie automobile dans son pays est une aspiration pour beaucoup de pays, des emplois directs créés et beaucoup d'emplois indirects dans les équipements automobiles et autres services, et sa contribution à l'exportation font de cette industrie une priorité des stratégies d'industrialisation des pays en développement.

Après sa concentration dans les pays de la triade, une nouvelle vague de localisation font de cette industrie une industrie mondialisée. La croissance des marchés émergents a été longuement attendue par les constructeurs et les équipementiers. Son développement dans ces pays n'a été finalement que lorsqu'une part au moins de la population voit son niveau de revenu croître de manière significative pour que le produit devienne accessible. Même dans ces cas, en termes d'immatriculations par habitant, les pays émergents continuent l'automobile est réservé à des élites assez étroites.

Dès le début des années 90, la question du sort de cette industrie qui est lié à une région (triade) qui ne représente que 15% de la population qui consomme et produit 80% de la production mondiale, se pose. En partant du taux d'équipement extrêmement faible dans la plupart des autres pays, on conçoit facilement les possibilités de croissance si une demande solvable apparaît, autrement dit, si certains de ces pays s'engagent dans le développement économique³. Une chose qui se confirme depuis le début des années 2000 au grand bonheur des constructeurs qui voient cette croissance comme une issue de secours à une industrie en difficulté dans les pays de la triade.

² Matthias Holweg, Philip Davies et Dmitry Podpolny, *The Competitive Status of the UK Automotive Industry*, PICSIE Book, United Kingdom, 2009.137p

³ Jean-Jacques Chanaron et Yannick Lung, *économie de l'automobile, la Découverte*, Paris, pp108-113

1.1. Rappel sur les étapes du développement de l'industrie automobile dans les pays en développement :

1.1.1. L'histoire de l'industrie automobile dans les pays en développement :

La présence de l'industrie automobile dans les pays en développement n'est pas nouvelle. Dès ses premiers pas d'internationalisation, les constructeurs ont procédé aux différentes formes de montages dans les pays en développements, notamment après la seconde guerre mondiale.

À partir des années 50, divers pays en voie de développement ont instauré des politiques d'industrialisation par substitution aux importations pour favoriser le développement de leurs industries automobiles nationales. Au début des années 90, il y avait des développements importants des industries automobiles : en Amérique latine, dans L'ASEAN, en Inde et en Chine.

1.1.2. Une importance grandissante depuis les années 90 :

Le début des années 90 constitue un véritable début de l'industrie automobile dans les pays émergents. Auparavant ces pays recevaient peu d'investissements avec des modèles obsolètes, le ralentissement des pays de la triade pousse les constructeurs à adopter des stratégies pour ces pays⁴ :

“The global auto assemblers invested heavily in the emerging markets in the 1990s. For the first time, these markets became strategic for the global strategies of the assembler. “

1.1.3. Deux processus derrière cette importance grandissante :

Les industries automobiles sur les marchés émergents ont été transformées dans les années 90 par deux processus⁵:

D'une part, dans les années 90, les industries automobiles des pays en voie de développement ont été transformées par des politiques de libéralisation du commerce et de l'investissement automobile et l'investissement massif des constructeurs et des équipementiers automobiles. Les instruments protecteurs (tarifs douaniers, restrictions quantitatives, contrôle sur l'investissement) qui ont, par le passé, protégé les industries automobiles dans les pays en voie de développement de la compétition internationale ont été partiellement démantelés. D'autre part, les constructeurs automobiles principaux ont investi fortement dans les marchés émergents⁶.

⁴ John Humphrey, Globalization and supply chain networks: the auto industry in Brazil and India, Global Networks 3, 2 (2003) pp. 121–141.

⁵ JOHN HUMPHREY, op.cit.

⁶ Timothy J. Sturgeon and Richard Florida, Globalization and Jobs in the Automotive Industry , A Study by Carnegie Mellon University and the Massachusetts Institute of Technology, November 2000.

Chapitre VI : la nouvelle géographie de l'industrie automobile

1.1.4. Les investissements automobiles dans les années 90 :

Les différents investissements réalisés dans ces pays se résument comme suit⁷ :

- Les constructeurs américains et européens ont ouvert des usines dans les PECO
- Il y a eu une entrée massive des constructeurs en Inde.
- Plusieurs constructeurs ont accédé au marché chinois.
- Les producteurs d'Amérique du Nord avaient commencé à contester la dominance des Japonais sur les marchés d'ASEAN.
- Les constructeurs japonais ont pu accéder aux marchés de l'Amérique latine.

Tableau N°14: les investissements automobiles dans les pays en développement dans les années 90.

Country	GM	Ford	VW Group	Daimler/ Chrysler	Fiat	Renault	PSA Group	Toyota	Nissan	Honda
Mexico	X ^a	X	X	X					X	
Argentina		X	X			X	X			
Brazil	X	X	XX		X					
Malaysia								X	X	
Thailand								X	X	X
Indonesia								X		X
Czech/Slovak			X							
Poland	X				X	X				
Hungary										
India										
China			X	X			X			

Source : John Humphrey et Olga Memedovic, 2003.

1.1.5. Une opportunité pour les équipementiers :

La mondialisation a modifié les relations entre les constructeurs et les équipementiers qui sont devenus importants même en termes d'investissements. La nouvelle division de la chaîne de valeur a permis la dispersion des composants automobiles. Cette nouvelle reconfiguration a permis aux pays en développement d'augmenter leur capacités de production mais aussi de bénéficier de la division internationale des processus productifs en accueillant des investissements des équipementiers et autres fournisseurs en faisant valoir leur main-d'œuvre bon marché.⁸

1.1.6. La mondialisation profite au pays en développement dans l'industrie automobile

Les stratégies de mondialisation des firmes convergent vers :

- Production des véhicules là où ils sont vendus ;
- conception des véhicules avec les plates-formes « globales » communes tout en maintenant la capacité d'adapter les véhicules aux caractéristiques locales ;
- accroître le mouvement aux plates-formes tout en externalisant la fabrication modulaire.

⁷ John Humphrey et Olga Memedovic, THE GLOBAL AUTOMOTIVE INDUSTRY, VALUE CHAIN: What Prospects for Upgrading by Developing Countries, United Nations Industrial Development Organization, Vienna, 2003

⁸ Spatz, Julius; Nunnenkamp, Peter (2004) : Globalization of the automobile industry : traditional locations under pressure?, In: Faust, Michael (Ed.): European industrial restructuring in a global economy, ISBN 3-88431-007-0, SOFI - Soziologisches Forschungsinstitut an der Georg-August-Universität, Göttingen, pp. 105-129

1.2. Des pays au attractifs pour les investissements automobiles :

1.2.1. Des pays en quête du « tout automobile » :

Dans les pays émergents, où l'accès à la mobilité individuelle reste une aspiration très forte pour accompagner l'ascension sociale, la dynamique est tout autre. Le besoin de mobilité est énorme, y compris pour de courtes distances, avec des infrastructures de transports en commun souvent pauvres. Le résultat est une croissance très rapide des ventes de voitures dès que leur prix devient compatible avec la progression du pouvoir d'achat des ménages. Cette croissance du marché automobile dans les pays émergents porte sur l'ensemble des segments -y compris pour les véhicules de moyenne gamme- et les véhicules de luxe. Mais la principale source de croissance provient des voitures accessibles et produites localement⁹.

1.2.2. Les nouveaux espaces de production :

De cette période des années 90, les pays en développement se voient de plus en plus jouer un rôle central dans la production et dans la demande du produit automobile. La nouvelle répartition des marchés s'accompagne d'un changement profond dans la géographie de la production mondiale.

*“Changes in ownership were to be followed by radical changes in work and production organization. These were largely driven by functional integration as implemented by the respective MNCs under globalisation of production. Functional integration in the automotive industry has largely been implemented through global production and management strategies.”*¹⁰

1.2.3. Les atouts des pays en développement :

Une place importante pour les pays en développement avec¹¹ :

- Une production de plus en plus importante dans les pays en développement où la croissance de ventes est la plus forte ;
- consolidation dans la base d'approvisionnement globale et dans l'assemblage finale des véhicules ;
- internationalisation des constructeurs d'automobiles des pays en voie de développement.

⁹ Carlos Ghosn (preface), in Bernard JULLIEN, Yannick LUNG et Christophe MIDLER, L'épopée Logan, Dunod, Paris 2012.

¹⁰ Matthias Holweg, Philip Davies et Dmitry Podpolny, The Competitive Status of the UK Automotive Industry, PICSIE Book, United Kingdom, 2009.137p

¹¹ Timothy J. Sturgeon et Johannes Van Biesebeek, Effects of the Crisis on the Automotive Industry in Developing Countries, A Global Value Chain Perspective, Policy Research Working Paper 5330, The World Bank June 2010.

Chapitre VI : la nouvelle géographie de l'industrie automobile

1.2.4. Trois modes d'intégration « automobile » pour les pays émergents :

Les pays en développement semblent être une catégorie relativement hétérogène avec des perspectives à long terme pour la croissance qui dépend des modalités de leur insertion dans l'industrie automobile mondiale¹² :

- intégration péricentrale¹³ c'est le cas du Mexique et des pays de l'Europe de l'Est ;
- intégration régionale périphérique entre les pays en développement (Mercosur) ;
- construction d'une industrie nationale capable de concurrencer les autres industries des autres pays comme se fut le cas du Japon et de la Corée.

1.3. Les intégrations régionales périphériques :

1.3.1. L'intégration régionale péricentrale :

Cette intégration correspond à une structuration largement favorisée par les firmes multinationales implantées dans les pays du Sud pour bénéficier des avantages liés aux effets de taille (économie d'échelle et de gamme) et à la division spatiale du travail.

1.3.1.1. Mercosur:

1.3.1.1.1. L'accord du Mercosur :

L'intégration des industries automobiles de l'Argentine et du Brésil a commencé en 1990 avec la signature de l'accord économique de complémentarité à Buenos Aires. Le développement des échanges en produits automobile a augmenté en raison de:

- la signature de l'accord de Mercosur en 1995 ;
- la libéralisation des échanges automobile adopté au Brésil au début des années 90 ; et
- le développement de politiques l'automobile semblables en Argentine et au Brésil.

Entre 1990-1996, la valeur du commerce automobile entre les deux pays est passée de moins 18 million US\$ jusqu'à puis 1 milliard US\$¹⁴. voir le tableau N°15.

Tableau n° 15: Les échanges automobile entre l'Argentine et le Brésil, 1990 et 1996.

produit	année	Du Brésil à	l'Argentine	De l'Argentine	au Brésil
		Valeur (million USD)	Part en %	Valeur (million USD)	Part en %
Voitures	1990	16,0	3,9	1,8	10,2
	1996	334,1	54	766,1	95,3
équipements	1990	43,9	8,2	51,1	40,1
	1996	534,8	41%	273,5	77,2

Source : Olga Memodovic et John Humphrey, 2003

Le Mercosur, réunit quatre pays Brésil, Argentine, Uruguay et Paraguay. La perspective de ce marché commun avait conduit Ford et Volkswagen à fusionner leurs

¹² Yannick LUNG, is the rise of emerging countries as automobile producers an irreversible phenomenon?, Actes du GERPISA n° 28.2000.

¹³ Voir Section 3 chapitre 2

¹⁴ Olga Memodovic et John Humphrey, op, cit 2003

Chapitre VI : la nouvelle géographie de l'industrie automobile

activités argentines et brésilienne dans une co-entreprise, *Autolina*, créée en 1987. Les deux constructeurs se recentraient sur les marchés argentin et brésilien en nationalisant leur appareil productif (échanges de composants mécaniques et en harmonisant leurs gammes)¹⁵.

1.3.1.1.2. Une division de travail entre l'Argentine et le Brésil :

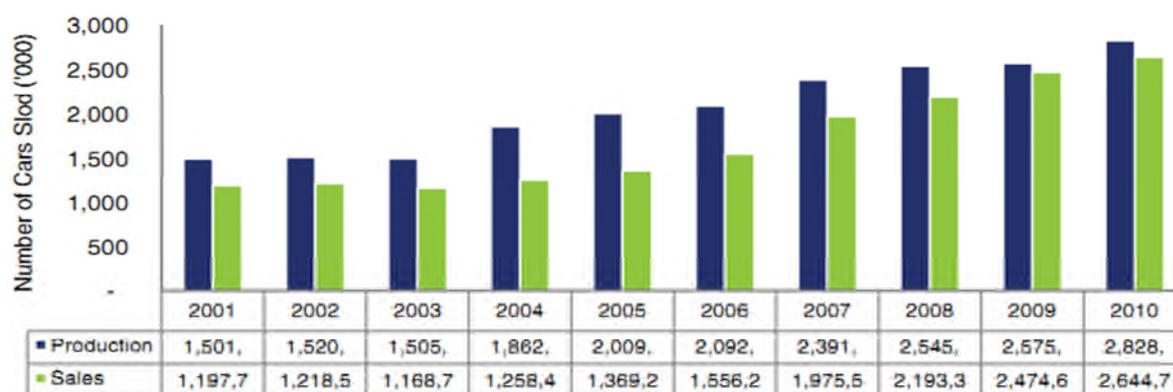
Depuis la fin des années 1990, un système de production automobile régionale connaît un véritable développement au MERCOSUR, basé sur une répartition des tâches dans le véhicule et production de composants entre l'Argentine et le Brésil. Les constructeurs automobiles américains et européens, et plus tard japonais et coréens, qui étaient alors dans l'étape à la recherche de lieux de production pénétrèrent ces marchés protégés, et ils ont tiré profit des incitations offertes et pour s'installer dans ce marché régional émergent. Dans cet ensemble, le commerce intra-régional est demeuré fortement contrôlé, et l'industrie automobile était soumise aux réductions de tarifs douaniers et le libre échange entre les pays du Mercosur¹⁶.

1.3.1.1.3. La production automobile du Mercosur

• L'investissement automobile au Brésil

De 1997 et 2007, le total des investissements dans l'industrie automobile brésilienne a été de 28,5 milliards de dollars, avec 16,5 milliards de dollars pour les constructeurs et 12 milliards pour les équipementiers. Pour la seule année 2008, 2,9 milliards de ont été investi par les constructeurs et 1,6 milliards de dollars pour les équipementiers. La production des deux pays du Mercosur est passée de 2 021 149 en 2000 à 4 107 112 en 2012 soit une augmentation de plus de 100%¹⁷. Au Brésil, la production automobile est passée de 1,5 millions de véhicules en 2001 à 2,828 millions véhicules en 2010 soit une augmentation de plus de 88 % par rapport à 2001. Le marché brésilien est semblable à celui des ventes puisque les ventes sont passées de 1,197 millions à 2,644 millions en 2010 avec une augmentation de plus de 120%¹⁸.

Figure N°36 : évolutions de la production et de la demande automobile au Brésil 2001-2010



Source : Deloitte, 2011.

¹⁵ Yannick Lung et J.J. Chanaron, industrie automobile : la croisée des chemins, op.cit.

¹⁶ Olga meodovic et John Humphrey, op, cit

¹⁷ Données de l'OICA

¹⁸ ibid

- **L'industrie automobile en Argentine :**

En Argentine, l'industrie automobile est un secteur clef, contribuant à la fabrication et aux exportations en Argentine. En 2007, elle a représenté 2.5% du PIB (pièces des véhicules à moteur y compris fabricant), 8.5% de la production d'industrielle et 10% d'exportations. L'industrie automobile demeure l'un des principaux moteurs de la croissance industrielle et du transfert de technologie. Une expansion soutenue dans la demande intérieure et les exportations a soutenu continu croissance rapide du secteur : production augmentée à taux moyen de 29% par an pendant 2002-07 et l'industrie a atteint des nombres de production de niveau le plus haut. Comme a le résultat, production des véhicules à moteur a expliqué plus de 30% de croissance de la production industrielle du pays au cours des trois dernières années. Les exportations et l'emploi également ont grandé solidement depuis 2002 : les exportations étaient en hausse 22% par an en cinq dernières années (comme quelques fabricants ont choisi l'Argentine comme une plate-forme d'exportation pour certains modèles) et emploi 55% accru entre 2002 et 2007¹⁹.

1.3.1.2.L'ASEAN :

L'ASEAN représente un exemple d'un ensemble régional intégré dans l'industrie automobile. Dans cette région l'influence et l'action des constructeurs et équipementiers japonais a été déterminante dans la constitution de cet ensemble

1.3.1.2.1. L'influence des constructeurs japonais

Si les constructeurs des pays de l'Europe de l'Ouest et des Etats-Unis ont intégré les PECO et la Turquie et le Mexique dans leurs systèmes productifs respectifs, les constructeurs japonais ont opté pour l'investissement dans les pays de l'ASEAN.

Jusqu'au début du 21 siècle, 80 à 90% des voitures produites dans les pays de l'ASEAN sont produites par les constructeurs japonais et dans des joint-ventures impliquant des constructeurs japonais²⁰.

1.3.1.2.2. L'arrivée des européens et des américains :

À partir de 1997, la domination japonaise de l'industrie automobile de l'ASEAN fut contestée par les constructeurs européens et américains. Les constructeurs Renault, Peugeot, Daimler-Benz, BMW, Fiat, and Volvo ont construit de petites unités d'assemblage en Indonésie, Malaisie, et en Thaïlande tout en établissant des joint-ventures avec des producteurs locaux.

les constructeurs européens et américains ont adopté des stratégies plus agressives pour concurrencer les constructeurs japonais. GM a suivi Ford en ouvrant des sites de production en Thaïlande²¹.

¹⁹ ProsperAr, Automotive Industry in Argentina: Driven to meet global market need,

²⁰ Koichi Shimokawa, ASEAN: Developing a Division of Labour in a Developing Region, in Jorge Carrillo(dir) Cars, Carriers of Regionalism, op, cit

²¹ Ibid.

Chapitre VI : la nouvelle géographie de l'industrie automobile

1.3.1.2.3. La division de travail au sein de l'ASEAN :

En Asie du Sud-est, les constructeurs japonais ont œuvré pour mettre en place un système de compensation visant à favoriser l'échange de composants entre les quatre principaux pays de l'ASEAN (Indonésie, Malaisie, Philippines et Thaïlande), la spécialisation de chacun dans la production d'un composant permettant de bénéficier des économies d'échelle. Une longue période de négociations aboutit à un premier schéma dit AIC (*ASEAN Industrial Corporation*) conclu en 1981. Son impact fut relativement négligeable, au contraire de l'accord dit *Brand to Brand Complémentation* (BBC) de 1988 qui favorise les échanges mutuels entre les sites d'un constructeur dans les différents pays. Limité à la seule industrie automobile, il est porté par Mitsubishi qui sera suivi par Toyota en 1989, Nissan un an plus tard et Honda en 1995²².

1.3.1.2.4. Les équipementiers automobiles dans l'ASEAN :

Les équipementiers et autres fournisseurs ont profité de la division régionale du travail pour s'installer dans ces pays. Les coûts de main-d'œuvre et sa qualification ont attiré les équipementiers pour un possible « *global sourcing* » pour les constructeurs automobiles. Les équipementiers européens et américains ont commencé à concurrencer les équipementiers japonais. Bosch, par exemple, s'est installé en Thaïlande, Malaisie, et en Indonésie, Delphi s'est installé en Thaïlande, en Malaisie, et au Singapour.

1.3.1.2.5. Le succès de l'ASEAN :

Le succès est brutal : de 1991 à 1996, la production automobile de ces pays a presque doublé, passant de 762000 à 1 450 000 véhicules. En décembre 1995, l'intégration régionale franchit un nouveau cap avec l'*ASEAN Industrial Coopération Organisation* (AICO), qui élargit les activités concernées avant de s'orienter vers un régime d'union douanière qui accentue l'évolution : 3,2 millions de véhicules sont assemblés dans l'ASEAN en 2010²³.

Tableau N°16 : évolution de la production de l'ASEAN entre 2000-2012

Pays	2000	2012	Evolution%
Malaysie	282 830	569 620	+201%
Indonésie	292 710	1 065 557	+364%
Thaïlande	411 721	2 429 142	589%
Philippines	nd	55 360	nd
total	987261	4119679	+417%

Source: données de l'OICA

Conclusion :

Le développement de l'industrie automobile dans cette région est dû notamment à la hausse du niveau de vie des habitants de la région et surtout au transfert technologique durant une longue période par les constructeurs et les équipementiers japonais. Ce transfert s'est fait suite aux politiques de nationalisation et de protection des marchés des pays de l'ASEAN.

²² Y.Lung et JJ. Chanaron, op, cit, p30.

²³ ibid

1.3.2. La communauté des Etats Indépendants(CEI) et l'Afrique Australe :

Introduction :

La Communauté des Etats indépendants organisée autour de la Russie et la Communauté de développement d'Afrique australe autour de l'Afrique du Sud constituent des configurations régionales instables, tant du point de vue des incertitudes économiques que du point de vue géopolitique.

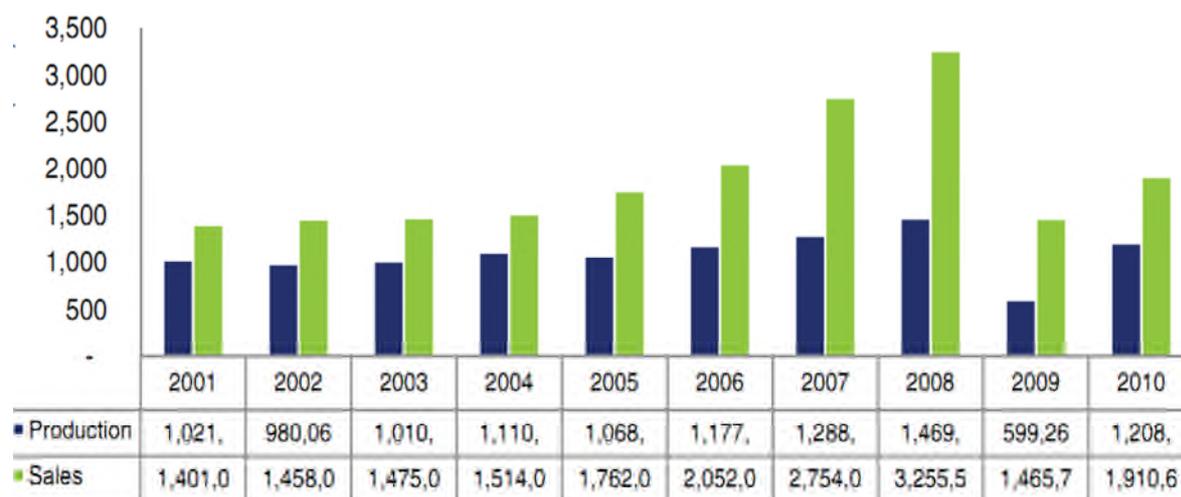
1.3.2.1.La communauté des Etats Indépendants(CEI) :

1.3.2.1.1. Un ensemble dominé par la Russie:

La Russie, avec sa population d'approximativement 140 millions, est l'un marché automobile le plus prometteur de toute de l'Europe de l'Est qui n'est pas encore saturé avec une croissance économique forte²⁴. Le constructeur local Avtovaz est le plus grand constructeur automobile en Russie et, détient toujours une part dominante de marché. Le marché russe a crû de 21% durant la période 2004-2009 pour atteindre 2,76 millions de véhicules²⁵. en 2010, 11 constructeurs étrangers sont présents en Russie. Ford est devenu le premier constructeur à produire en Russie en 1998 suivi en 2003 par GM par une joint-venture avec AvtoVaz. Nissan ouvre son site de production à St Petersburg en 2009²⁶.

Entre 2001-2011, les importations ont été plus importantes que la production locale des voitures. Les ventes se sont développées à un taux de croissance annuel de 5,7% de la période de 2001 à 2011 par comparaison avec la production à un taux de croissance de 1,9% de la période 2001 - 2010²⁷. (Voir la **figure** N°37).

Figure N° 37 : évolution de la production et des ventes russe entre 2001-2010



Source : Deloitte, 2011.

²⁴ Jean-Jacques CHANARON, The Revival of the Automotive Industry in the Commonwealth of Independent States, in Jorge Carrillo (edits), Yannick Lung and Rob van Tulder, Cars, Carriers of Regionalism, *GERPISA*, 2004.

²⁵Ernst & Young, The Central and Eastern European automotive market Industry overview, 2010.

²⁶ Ibid.

²⁷ Deloitte, Driving Through BRIC Markets Lessons for Indian Car Manufacturers, December 2011.

Chapitre VI : la nouvelle géographie de l'industrie automobile

1.3.2.1.2. Le marché russe:

Plus de 8 constructeurs produisent 80% de la production automobile russe. Le top 5 des grands constructeurs présents sur le marché russe sont : LADA, GM, Ford, Hyundai et Renault-Nissan²⁸.

1.3.2.1.3. Les autres pays du CEI :

La plupart des activités dans les autres républiques de l'Ex-Union Soviétique prennent de l'importance ces dernières années. En 2012, 69 687 voitures ont été produites en Ukraine et 144 980 en Ouzbékistan²⁹.

1.3.2.1.4. Les exportations

Deux autres facteurs limitent le potentiel pour des exportations :

- le producteur principal de voiture dans le CIS, c'est la Russie appartient à aucun autre pacte commercial principal, ainsi ses produits ne bénéficient d'aucun traitement préférentiel pour des droits de douane ;
- la Russie est loin d'idéal pendant qu'une base d'exportation, même pour la destination évidente comme l'Union européenne ou l'Extrême Orient, ni géographiquement ni logistiquement, l'éloignement géographique et la faiblesse des infrastructures de transport.

Tableau N°17: la production automobile dans les CEI

pays	2011	2012	evolution
Russie	1 744 097	1 968 789	+12.9%
Belarussie	-	-	-
Ukraine	97 585	69 687	-28.6%
Ouzbekistan	146 300	144 980	-0.9%
Le Total CIS	1 92 932	2 183 456	+13.7%

Source : OICA

1.3.2.2. la communauté de développement d'Afrique Australe

1.3.2.2.1. Une intégration limitée :

Les pays de l'Afrique australe ont constitué un ensemble régional « la Communauté de développement d'Afrique australe » en 1996.

L'intégration régionale a pu potentiellement mener à une plus grande spécialisation et plus un modèle plus efficace de développement en Afrique australe. Certainement, le manque de spécialisation et de division de tâches et le manque résultant de l'absence d'économies d'échelle sont les principaux le problème structural principal se posant à l'industrie automobile de l'Afrique du australe. À cela s'ajoute l'absence de marchés importants à part celui de l'Afrique du Sud.

²⁸ Deloitte, Ibid.

²⁹ Source de données : OICA

Chapitre VI : la nouvelle géographie de l'industrie automobile

1.3.2.2.2. Les raisons de la limite :

Le commerce automobile se fait dans un seul sens de l'Afrique du Sud vers les autres pays de la SADC. Beaucoup de pays de la SADC non pas d'industrie automobile sur leur territoires et la production de cette ensemble de 382 000 en 2000 est à 95 % situé en Afrique du Sud³⁰.

1.3.2.2.3. Un ensemble dominé par l'Afrique du Sud :

L'Afrique du Sud représente le seul grand pays africain producteur d'automobile. L'Afrique du Sud possède le plus grand parc automobile d'Afrique, un parc plus important aux autres pays de l'Afrique réunis.

Une industrie importante en Afrique du Sud. Elle représente 6,9% du PIB du pays. Il y a, en 2007, 200 unités de production d'équipements automobile en Afrique du Sud³¹.

En termes d'exportations, l'industrie automobile représente 13.7 % des exportations, en 2007, et représente le premier secteur en termes d'emplois direct avec 112 300 emplois. En 2012, 539 424 véhicules ont été produits³².

Conclusion :

Si certaines intégrations périphériques constituent des marchés relativement homogènes suffisamment étendus et protégés pour que se développe un système de production automobile visant à répondre aux attentes locales c'est le cas de l'ASEAN , elles présentent deux faiblesses majeures : d'une part, hormis en partie sous influence japonaise, elles sont caractérisées par une économie dominante(respectivement le Brésil, l'Afrique du Sud et la Russie) principal producteur automobile, ce qui peut susciter des tensions liées aux échanges; d'autres part, le firmes locales sont inexistantes ou en position de faiblesse(Russie), ce qui fait de ces espaces des terrains de rivalités entre des firmes multinationales d'origine étrangère.

³⁰ Anthony Black and Samson Muradzikwa, The Limits to Regionalism: The Automotive Industry in the Southern African Development Community, in Jorge Carrillo edt, op,cit.

³¹ Alex Mohubetswane,(memoire de master), Changes in Work and Production Organisation in the Automotive Industry Value Chain, An evaluation of the responses by labour in South Africa, University of Witwatersrand Johannesburg, February 2010

³² OICA, 2012

Chapitre VI : la nouvelle géographie de l'industrie automobile

1.3.3. Les autres pays automobiles :

D'autres pays, qui n'appartiennent pas à des ensembles régionaux ont une production automobile sur leur territoire. Nous allons nous intéresser à trois pays qui ne cessent de s'affirmer dans le domaine de l'industrie automobile, ces pays sont l'Iran, le Maroc et la Corée du Sud.

1.3.3.1. L'Iran :

En 2008, l'Iran était le 14ème le plus grand producteur automobile dans le monde. L'Iran produit des véhicules léger et lourd. L'Iran possède deux grands constructeurs d'automobiles locaux qui sont l'Iran Khodro et les Sapia. La production iranienne est passée de 1 412 803 en 2011 à 871 997 en 2012 soit une baisse de 38.3%³³.

Les usines automobiles ont pour leur majorité une technologie dépassée et des pièces doivent être importées des pays tiers. Les voitures ne sont pas fréquemment économes en carburants, causant ainsi une grande pollution³⁴.

En dépit d'un niveau élevé de la production d'automobiles en Iran, la demande intérieure en termes de véhicules dépasse la production. L'Iran importe une série de véhicules, y compris les modèles de base, luxe véhicules, et véhicules pour la construction et l'exploitation. L'Iran a réduit le tarif douanier sur les importations automobile en 2006.

L'organisation iranienne de privatisation a annoncé des plans de privatisation partielle des deux constructeurs locaux, l'Iran Khodro et Saipa³⁵. Beaucoup de jointes-ventrues entre les constructeurs iraniens et des partenaires étrangers Peugeot et Citroën (France), Volkswagen (Allemagne), Nissan et Toyota (Japon), Kia (Corée du Sud) et le Chery (Chine)³⁶.

1.3.3.2. Le Maroc :

La localisation de Renault dans la zone industrielle de Tanger Med a été décidée en 2007. Le projet porte sur l'assemblage de véhicules *low cost* (Logan, Lodgy et Duster) et la production de biens intermédiaires confiée en partie à des équipementiers locaux. La capacité de production atteint aujourd'hui près de 100 000 unités destinées au marché national et à l'exportation et devrait atteindre près de 340 000 unités en 2014. La localisation au Maroc de cette unité d'assemblage et de segments de production à valeur ajoutée a été accompagnée avec le soutien de l'État marocain par une élévation du niveau de qualification (notamment avec la création d'un centre de formation aux métiers de l'automobile). Cette segmentation de la production a permis la création de près de 5 000 emplois directs (et 20 000 emplois indirects) et une intégration vertueuse du Maroc dans la chaîne de production. Les sites français se sont alors concentrés sur des segments en amont de la chaîne de production (ingénierie de développement, biens d'équipement, composants à fort contenu technologique)

³³ Données de CCFA

³⁴ Shayerah Ilias, Iran's Economic Conditions: U.S. Policy Issues, Congressional Research Service, April 22,

³⁵ Shayerah Ilias, Iran's Economic Conditions: U.S. Policy Issues, Congressional Research Service, April 22, 2010.

³⁶ *ibid*

Chapitre VI : la nouvelle géographie de l'industrie automobile

et le pilotage de la chaîne de production³⁷. La production marocaine à connu un bon significatif en passant de 54 638 à 103 364 véhicules en l'espace d'une année soit une augmentation de plus de 89 %³⁸. Ce bon est due au l'entrée en production dans l'usine de Tanger par le constructeur français Renault.

1.3.3.3. La Corée du Sud ou le développement d'une industrie automobile nationale

La Corée représente l'un des rares succès de développement d'une industrie automobile nationale indépendamment des constructeurs occidentaux. En 1980 la Corée ne produisait que 55 000 véhicules en 2012 cette production est de 3 866 206 faisant de ce pays un exemple type de la réussite de création et du développement d'une industrie nationale.

La création d'une industrie d'automobile nationale qui tire bénéfice du transfert de la technologie par la firme multinationale. Ce modèle représente le succès du modèle coréen, ceci la perspective suppose que le marché local est devenu assez grand pour absorber la production :

- D'une part, la nécessité de mettre en application une stratégie d'exportation pour aider à soutenir l'industrie d'automobile nationale naissante, ce fut le cas du Japon ;
- D'autre part, les compagnies étrangères (constructeurs et fabricants de composants) ne vont pas s'installer localement, ou accepter le transfert de la technologie, à moins qu'une telle présence leur donne accès privilégié aux marchés importants. Ceci peut être seulement le cas dans les pays comportant une grande population et un petit taux de propriété de voiture, mais qui sont commis au décollage économique,

Tableau n° 18: Evolution de la production de la Coréenne 1980-2010(voitures particulières)

Année	1980	1990	2000	2006	2007	2008	2009	2010
Production	55 000	986 751	2602008	3489136	3723482	3450478	3158417	3 866 206

Source de données : CCFA

Conclusion :

Dans cette section nous avons présenté l'histoire de l'industrie automobile dans le monde en développement, son développement et les différents modes de développement de l'industrie automobile dans ces pays. Pour illustrer nos propos, nous avons présentés les différentes formes d'intégrations automobiles périphériques le Mercosur, l'ASEAN qui sont des exemples de réussites et des exemples moins réussis comme la SADC autour de l'Afrique du SADC et le la CIS autour de la Russie. D'autres exemples qui connaissent un développement de leur industrie automobile nationales telle que l'Iran, le Maroc.

Nous avons laissé la Corée du Sud, en dernier lieu, car ce pays représente un exemple type qui est suivi par les nouveaux producteurs pour le développement de leurs industries nationales notamment les BRIC qui feront l'objet de notre prochaine section.

³⁷ Mihoub Mezouaghi, Le Maghreb face aux nouveaux enjeux mondiaux, Contribution au débat sur la colocalisation au Maghreb, IFRI, novembre 2013.

³⁸ Données de l'OICA

2 Les nouveaux « centres » de l'industrie automobile :

2.1. Une nouvelle ère :

À partir de 1999, une nouvelle ère s'ouvre. On assiste jusqu'en 2007 à une croissance très forte. En 9 ans, la production mondiale passe de 52,0 à 73,1 millions, soit 21 millions de véhicules supplémentaires. Cette progression est le fait essentiellement de la Chine, dont le marché explose en quelques années. Même les Etats-Unis des années 50, même l'Europe et le Japon des années 60 n'avaient pas connu pareille progression³⁹.

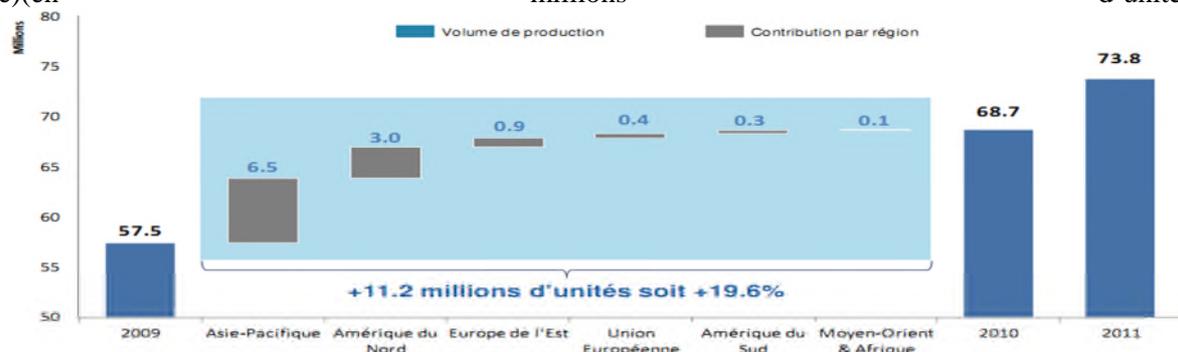
2.1.1. La reconfiguration du monde en développement dans l'industrie automobile :

L'industrie automobile est confrontée à plusieurs défis. Les surcapacités de production, les défis écologiques, la satisfaction d'une clientèle de plus en plus exigeante avec une concurrence entre firmes exacerbées par la saturation des marchés de la triade et un déplacement de la dynamique automobile en termes de demande et de production vers les pays en développement à laquelle elle doit répondre et s'adapter.

2.1.1.1. Un nouveau moteur de croissance de l'industrie automobile :

En 2010, l'industrie automobile a connu un nouveau souffle pour un secteur qui avait enregistré une chute de près de 13% entre 2008 et 2009. Avec une croissance de 19,6% de la production mondiale, Selon Price Waterhouse Coopers⁴⁰, la crise a accéléré des évolutions structurantes pour l'industrie automobile. Un nouveau souffle venant désormais des pays émergents. Avec La Chine, comme principal relais de cette croissance avec une progression moyenne de 10% par an jusqu'à 2016⁴¹. Dès 2012, ces derniers pèseront plus de 50% dans la production mondiale., est l'objet de nombreuses convoitises. Tirée par la très forte demande de la Chine et par un marché américain qui avait atteint des points bas records en 2009, la production automobile mondiale a progressé de 19,6% en 2010 soit 11,2 millions d'unités supplémentaires, avec 6,5 millions de véhicules produits en Chine.

Figure N°38 : Contribution des régions à la hausse de la production automobile entre 2009 2010 (e)(en millions d'unités)



Source : PWC, Industrie automobile : les mutations s'accroissent 23 septembre 2010.

³⁹ Freyssenet M., La production automobile mondiale, des quatre continents et des principaux pays constructeurs, 1898-2012. Document d'enquête: quatre tableaux et sept graphiques commentés. Édition numérique, freyssenet.com, 2007 et mises à jour, 166 ko. ISSN 7116 0941

⁴⁰ PWC, Industrie automobile : les mutations s'accroissent 23 septembre 2010.

⁴¹ PWC, Industrie automobile : les mutations s'accroissent 23 septembre 2010.

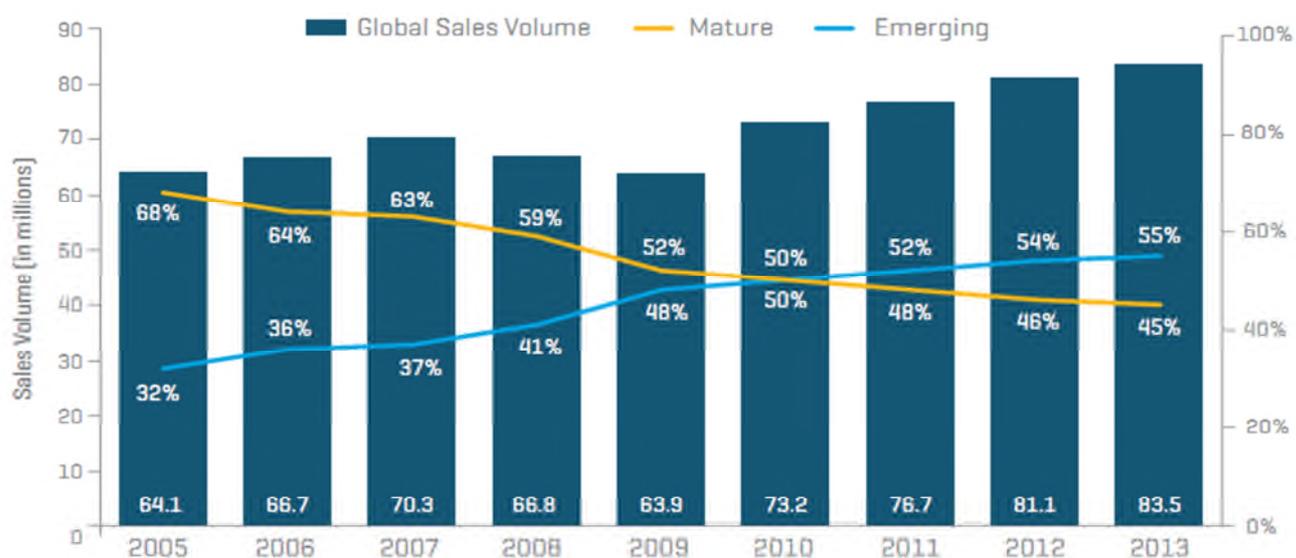
Chapitre VI : la nouvelle géographie de l'industrie automobile

2.1.1.2. Le basculement de la demande vers les pays émergents :

En 2010, un basculement de rapport de force dans l'industrie automobile mondiale s'est produit lorsque la croissance du monde émergent menée notamment par la Chine, l'Inde, le Brésil compte un peu plus de la moitié des 73.2 million de véhicules légers s'est vendue dans le monde entier. Ceci marqué la première fois dans l'histoire de 120 ans de l'industrie automobile que les marchés mûrs du monde, menés par les États-Unis et le Canada, Europe occidentale, et le Japon, qui représentaient la part de lion des ventes. Depuis, les marchés émergents ont prolongé domination dans les ventes des véhicules consolidé leur part avec, 52% du marché mondial en 2011, 54% en 2012, et 55% en 2013⁴². Voir le graphique N°39.

En effet, En 2011, sur 78 millions de véhicules ont été immatriculés dans le monde avec 17 millions de ces voitures particulières (30 % du total mondial) ont été vendues en Europe, 12 millions (20 %) en Amérique dont près de 7 millions pour les États-Unis et le Canada. Ces pays représentent la moitié de la demande mondiale. L'autre moitié est désormais à chercher du côté des économies émergentes et notamment en Asie : la Chine compte ainsi, à elle seule, pour 25 % de la demande mondiale avec 15 millions de voitures particulières immatriculées en 2011⁴³. Quant au Brésil, avec près de 3 millions d'unités soit 5 % de la demande mondiale, il se situe désormais pratiquement au même niveau que l'Allemagne, premier marché européen. Alors qu'en 2000, près de 39 millions de voitures particulières avaient été vendues dans le monde. Les principales économies développées représentaient, en 2000, 84 % de la demande mondiale (32 millions d'unités) contre 16 % seulement pour l'ensemble des pays en développement⁴⁴.

Figure N°39: évolution des ventes mondiales de véhicules par régions (2005-2013) :



Source: J.D. Power and Associates 2013.

⁴² J.D. Power and Associates, the changing landscape of the global automotive industry, 2013. 15p

⁴³ Conseil économique, social et environnemental (France, rapport), Patrick Bailly, la filière automobile : Comment relever les défis d'une transition réussie ?, 23 octobre 2012.

⁴⁴ Ibid.

Chapitre VI : la nouvelle géographie de l'industrie automobile

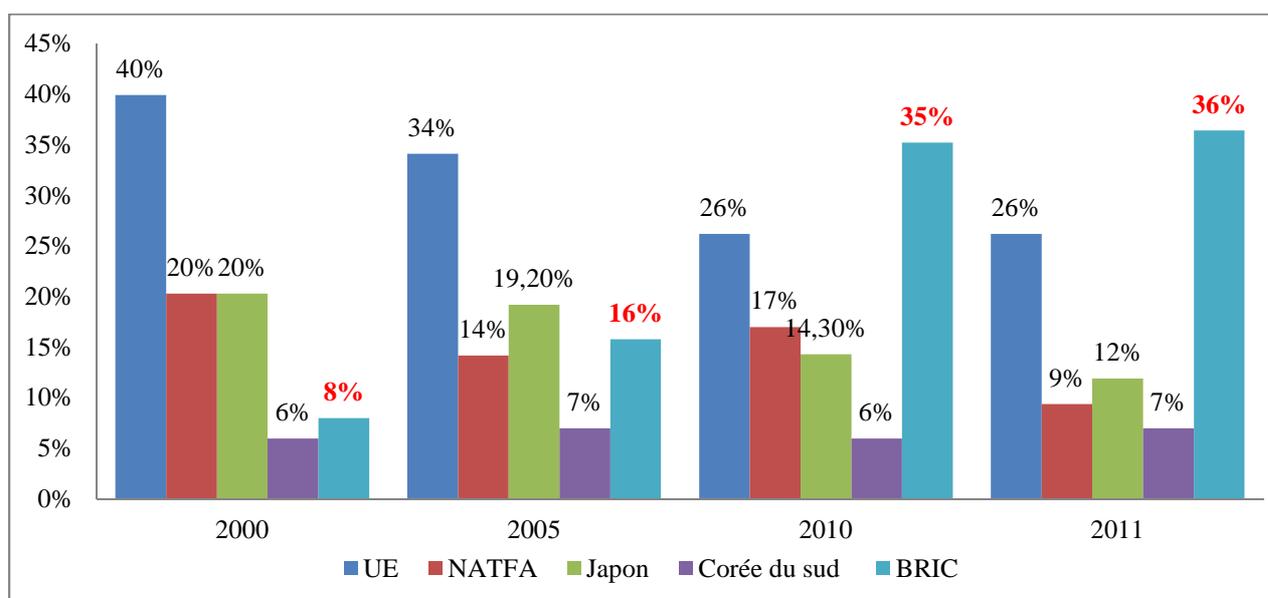
2.1.1.3.une nouvelle géographie mondiale pour l'offre :

Cette nouvelle carte de la demande incite les constructeurs à chercher de nouvelles localisations pour des raisons de coût (salaires plus bas, économies de frais de transport et coût du foncier) mais, plus fondamentalement, pour mieux s'adapter aux demandes spécifiques des nouveaux marchés. Parallèlement, de nouveaux concurrents issus des grands pays émergents eux-mêmes commencent à apparaître. 60 millions de voitures particulières ont ainsi été produites dans le monde en 2011 (sur un total d'environ 80 millions tous véhicules confondus) contre 41 millions en 2000 la production se repartie comme suit :

Avec 18 millions d'unités, donnée globalement stable par rapport à 2000, la part de l'Europe est désormais de 26 % contre 40 % dix ans auparavant. La production du Japon (7 millions d'unités) ne représente plus que 12 % de la production mondiale en 2011 contre 20 % en 2000. La production de l'Amérique du Nord (Etats-Unis, Canada), quant à elle, été pratiquement divisée par deux au cours de la même période (4 millions soit 7 % en 2011 contre 20 % en 2000). Au total, en dépit d'une part légèrement croissante de la Corée du Sud (4 millions d'unités soit 7 % en 2010 contre 6 % en 2000), la part des régions les plus développées dans la production est passée, en seulement dix années, de 86 % à 53 % pour un total de véhicules particuliers de l'ordre de 33 millions d'unités⁴⁵

À l'inverse, un pays comme la Chine, qui ne produisait que 600 000 voitures particulières en 2000 (1,5 % de la production mondiale) en a construit sur son territoire plus de 14 millions en 2011 (24 % de la production mondiale). D'autres pays émergents tels que l'Inde et le Brésil (environ 3 millions d'unités et près de 5 % du total mondial chacun) sont également désormais des pays constructeurs significatifs⁴⁶.

Figure N°40 : évolution des parts de production mondiale d'automobile 2000-2011.



Source : ACEA 2012.

⁴⁵ Conseil économique, social et environnemental (France, rapport), Patrick Bailly, la filière automobile : Comment relever les défis d'une transition réussie ?, 23 octobre 2012.

⁴⁶ ibid

Chapitre VI : la nouvelle géographie de l'industrie automobile

2.1.1.4. Les raisons de la montée de ces pays:

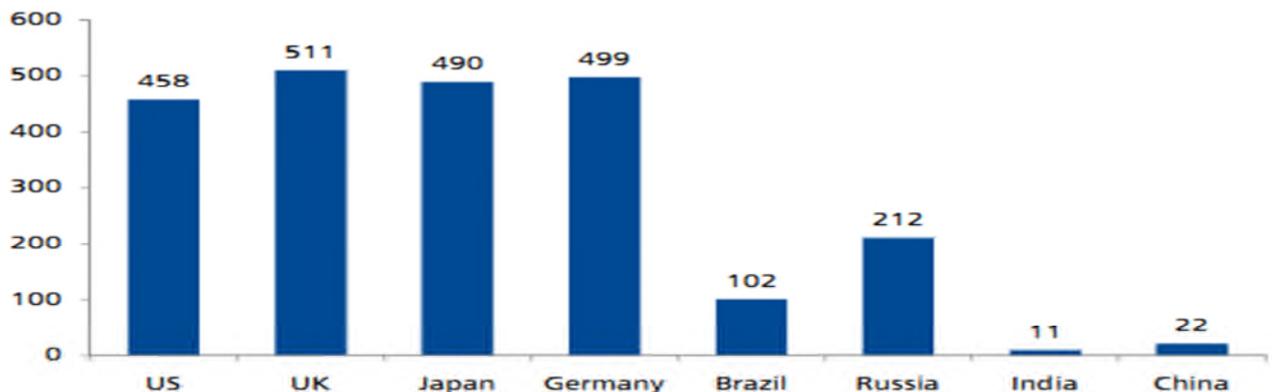
Cette progression des ventes automobiles dans les pays émergents est le résultat de l'apparition d'une classe moyenne associée à la croissance économique qui génère une demande solvable nouvelle⁴⁷. C'est le cas notamment en Chine où la classe moyenne a littéralement explosé en quelques années⁴⁸.

D'autres explications, peuvent être rappelées à cet égard⁴⁹. Si l'on considère tout d'abord le volet de la demande, le potentiel paraît considérable : faiblesse manifeste du taux de motorisation par rapport aux pays industrialisés(voir la **figure** N°41), alors même que des phénomènes tels que la périurbanisation galopante et les lacunes criantes des réseaux de transports en commun rendraient l'automobile indispensable ; prégnance de la dimension symbolique de l'automobile-souvent aussi forte que dans les pays du Nord-, vecteur de considération sociale et d'émancipation ; essor parfois du revenu moyen. Tous ces facteurs représentent un différentiel positif de croissance du marché par rapport aux pays développés.

À cela s'ajoute la libéralisation industrielle et des marchés, et la capacité croissante des populations sous-équipée d'accéder à l'achat de véhicules. C'est le cas de la Chine, de l'Inde, du Brésil, et de la Russie, qui sont quatre des pays le plus fortement peuplés du monde, et parmi les plus grands marchés automobiles du monde⁵⁰.

En Chine et en Inde, en particulier, même avec des marchés de 13 ou 15 millions de véhicules neufs dans le premier cas et de 2 à 3 millions dans le second cas, on est à un million de véhicules achetés pour 80 à 100 millions d'habitants⁵¹.

Figure n°41 : comparaison du nombre de véhicules pour 1000 habitant selon les pays



Source : Deloitte, 2011

⁴⁷Pour plus de détails sur les autres raisons de cette montée voir sections 2 et 3 du chapitre III

⁴⁸ Bernard Jullien, Axel Villareal, La voiture électrique comme artéfact d'une transition vers une économie écologique?, Etude réalisée dans le cadre du projet « Transition(s) vers une économie écologique ? » du ministère de développement durable, GERPISA 01/12/2012.

⁴⁹ Rodolphe Greggio, pays émergents du Sud et politique de produit des constructeurs automobiles européens, in Gabriel Dupuy et François Bost (dir), l'automobile et son monde, l'aube éditions, Saint-Etienne, mai 2000.

⁵⁰ J.D. Power and Associates, the changing landscape of the global automotive industry, 2013.15p.

⁵¹ JJ. Chanaron et Y. Lung, industrie automobile la croisée des chemins, op, cita.

2.1.2. Une nouvelle géographie de l'industrie automobile dans le monde :

Les chiffres de l'OICA⁵² sur la production 2010 dans le monde fait apparaître de manière criante le caractère irréversible d'une nouvelle géographie de l'industrie automobile mondiale. En effet, outre le fait que la Chine assure désormais presque un quart de la production (18,2 millions des 77,6 millions de VP et de VUL fabriqués dans le monde)⁵³, l'importance prise par les nouveaux pays de l'automobile durant la crise ressort avec éclat. Si l'on compare ainsi 2010 à 2007 où la production mondiale avait été de 73,3 millions, il ressort que les seuls BRIC représentaient en 2007 moins de 16 millions de véhicules produits (21,4% de la production mondiale) alors qu'en 2010 ils en auront assemblés 27 millions c'est à dire 34,6%. L'émergence simultanée de marchés et de productions automobiles très importants dans les BRIC et dans les autres pays en développement. De cette dynamique vont naître les changements les plus profonds de cette industrie plus clairement encore, dans les années à venir, la répartition internationale des pouvoirs dans cette industrie change⁵⁴.

2.1.2.1. Une localisation de survie pour les constructeurs :

En effet, lorsque l'on prend la mesure de ces bouleversements dans la géographie mondiale de la production, on réalise d'abord l'importance de la course aux émergents pour les grands constructeurs mondiaux : la taille continue et continuera d'être déterminante au plus haut point dans cette industrie. Sans présence dans les pays émergents, les constructeurs ne peuvent pas avoir la « Taille Minimale Optimale » requise pour rester présent sur les différents segments et même rester acteur dans cette industrie. Actuellement, dans les BRIC en particulier, le fait même que les investissements d'affirmer cette exigence en matière productive comme en matière commerciale. Sur le plan productif, il s'agit de faire en sorte que les contenus locaux en fabrication puis en conception et en ingénierie aillent croissant et que les implantations locales soient bien plus que de simples unités d'assemblage⁵⁵.

2.1.2.2. Des pays attractifs pour l'investissement automobile :

Les pays en développement ont mis des dispositifs pour l'accueil des investissements : allègement relatif des barrières à l'entrée de nature géographique, pour l'importation des composants ou véhicules finis (libéralisation des flux commerciaux et accomplissement des conditions d'installation, depuis le début des années quatre-vingt-dix ; nous avons aussi la faiblesse de barrières capitalistes, pour la production. Ces pays représentent des débouchés indispensables pour atteindre la taille critique mondiale jugée nécessaire de nos jours sans compter sur l'avantage de diversification géographique, d'où des stratégies de conquête de parts de marché supplémentaires.

⁵² OICA, Organisation Internationale des Constructeurs Automobiles

⁵³ Bernard Jullien, *La chronique disponible sur : www.autoactu.com*,

⁵⁴ Bernard Jullien, *La chronique disponible sur : www.autoactu.com*,

⁵⁵ Bernard Jullien (chronique) disponible sur www.autoactu.com.

2.2. Les BRIC fer de lance de la nouvelle géographie de l'industrie automobile :

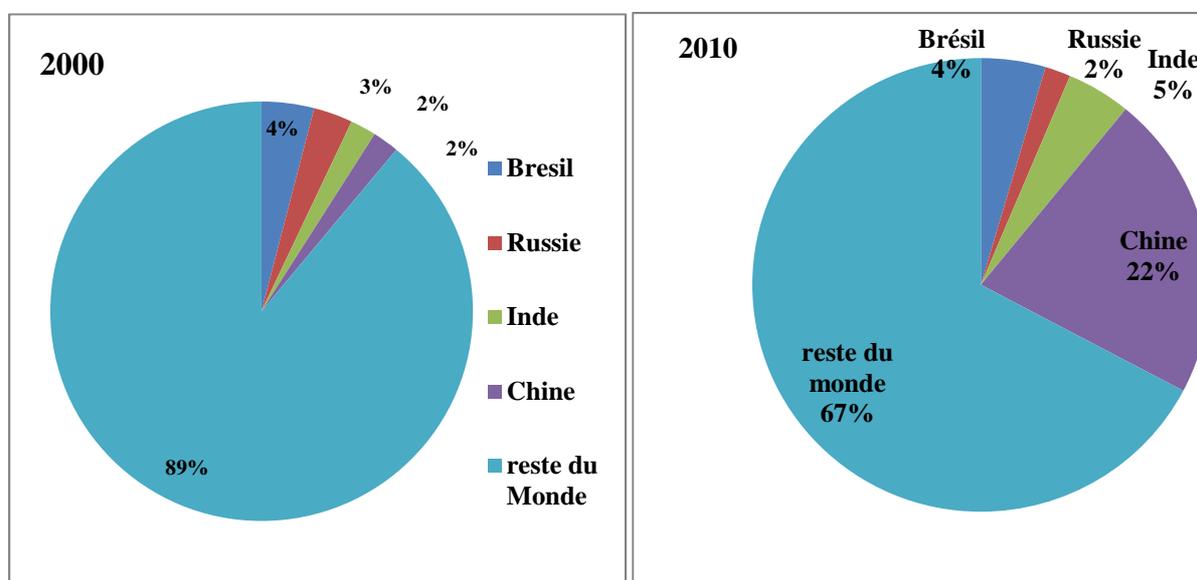
2.2.1. Une croissance importante des BRIC dans la demande et la production :

La croissance des marchés émergents a été longuement attendue, notamment par les constructeurs automobiles. S'il y a des pays qui symbolisent cette montée des pays en développement se sont les BRIC, ces pays-continent avec des populations importantes et des croissances économiques spectaculaires ne cessent d'attirer l'attention sur leur poids de plus en plus important sur l'échiquier économique mondial et l'industrie automobile illustre parfaitement l'importance prise par ces pays.

En moins de dix ans, de la fin des années 90, la proportion des voitures produites dans les pays de BRIC est passé de moins d'une voiture sur 10 à augmenté en 2010 à une voiture sur trois⁵⁶. La production des BRIC : de 2000 à 2010, la part de l'Inde a plus que doublé et celle de la Chine est passée de 2% à 24%, la part du Brésil a gardé sa part du marché (4%). C'est représentant de la croissance potentielle inhérente que le Brésil, l'Inde et la Chine offrent dans la production de voiture de tourisme. Seule la Russie a vu sa part du marché diminuer de 3 à 2%⁵⁷ (figure N°42).

Selon KPMG⁵⁸, 86 % des dirigeants du secteur s'attendent à une montée en puissance des marchés automobiles dans les BRIC. 60 % des dirigeants souhaitent accroître leurs investissements sur ces marchés, qui pourraient représenter 50 % de la demande mondiale en 2018. La Chine est le 1er choix d'investissement, suivie par l'Inde, la Russie et le Brésil.

Figure N°42 : évolution de la production des BRIC entre 2001 et 2010



Source : Deloitte et OICA.

⁵⁶ Matteo Ferrazzi and Andrea Goldstein, The New Geography of Automotive Manufacturing, *The World's Industrial Transformation Series*, chathamhouse, July 2011, disponible sur : www.chathamhouse.org,

⁵⁷ Deloitte, Driving Through BRIC Markets Lessons for Indian Car Manufacturers, December 2011 disponible sur : www.deloitte.com/in

⁵⁸ KPMG, Industrie Automobile : Evolution significative des rapports de forces à l'horizon 2018

Chapitre VI : la nouvelle géographie de l'industrie automobile

2.2.2. Les marchés des BRIC : les marchés BRICs représentent des taux de croissance importants, le marché chinois est passé de 2 069 069 à 19 271 808 en 2012. Le marché brésilien à plus que doublé. voir le tableau N°19.

Tableau N°19 : évolution des marchés des BRIC entre **2000-2012 :**

pays	2000	2012	Variation en %
Brésil	1 681 517	3 342 617	+198%
Inde	801 360	4 145 194	+517%
Chine	2 069 069	19 306 000	+933%
Russie	1 205 581	2 231 737	+185%

Source de donnée : OICA

2.2.1.1. Le développement de l'industrie automobile en Chine :

2.2.1.1.1. La Chine dans l'industrie automobile :

Née en 1955, l'industrie automobile chinoise a connu un développement spectaculaire dans les années 1980. Jusque fin 2000, elle employait plus de 2 millions de personnes et sa production annuelle dépassait 2 millions d'unités. Plus qu'un symbole, l'industrie automobile chinoise peut être considérée comme la grande bénéficiaire des réformes économiques et des politiques d'ouverture du pays. De ce point de vue comme de celui du marché qu'elle génère, elle est l'une des plus importantes industries chinoises⁵⁹.

2.2.1.1.2. La politique automobile chinoise :

La Chine ne voulait pas devenir une base d'importation des véhicules des pays de la triade a mis en place des règles qui poussent les constructeurs qui veulent prendre part dans son grand et profiter de son dynamique marché de s'implanter avec des conditions.

Cette politique impose à chaque constructeur qui veut s'installer de s'allier avec un partenaire local avec une part qui ne dépasse pas 50% de la joint-venture. Pour les composants automobiles le taux d'importation des composants ne doit pas dépasser les 40% des pièces⁶⁰.

2.2.1.1.3. Les joint-ventures dans l'industrie automobile chinoise :

Les premiers constructeurs qui se sont installés en Chine sont Chrysler, Volkswagen et Peugeot dans les années 80. L'adhésion de la Chine à l'OMC a entraîné une ruée de constructeurs en Chine avec l'arrivée de GM, Toyota, Ford, Honda et Hyundai. Entre 1994 et 2004, 20 milliards de dollars ont été investis en Chine par les constructeurs automobiles⁶¹.

⁵⁹ Xavier Richet, Wang Hua, Wang Wie ey Magalie Mollet, L'investissement direct étranger dans l'industrie automobile chinoise In: Perspectives chinoises. N°67, 2001. pp. 40-47.

⁶⁰ Chunli Lee, Takahiro Fujimoto et Jin Chen, *The Impact Of Globalisation On The Chinese Automobile Industry: policy assessments and typology of strategie*, Actes du GERPISA n° 34.

⁶¹ Tom Donnelly, Clive Collis, Jason Begley and Zhao Tan, *The Chinese Car Industry: Leaping over the Wall?*, Coventry University, 2012.

Chapitre VI : la nouvelle géographie de l'industrie automobile

2.2.1.1.4. L'investissement direct étranger dans l'industrie automobile chinoise :

Le premier investissement étranger recensé en Chine fut la création de Beijing Jeep Co.Ltd en 1983. Une joint-venture avec Chrysler pour la fabrication de la Jeep Cherokee. Dans les années 1980, les investisseurs étrangers ont adopté une attitude prudente car la Chine était dans les premières phases de sa transition vers l'économie de marché. Jusque fin 1989, l'on ne dénombrait que 20 joint-ventures dans l'industrie automobile chinoise.

C'est à partir de 1992 que l'investissement étranger a commencé à fortement progresser. Le nombre de joint-ventures est passé à 120 en 1993 puis à 381 en 1995. Jusque fin 2000, plus de 600 joint-ventures ont été créées dans l'industrie automobile chinoise, parmi lesquelles 50 producteurs, 240 fournisseurs de pièces détachées et 40 sociétés de conseil et services liés à cette industrie. Le montant total des investissements atteint désormais 21 milliards de dollars \$⁶².

2.2.1.2.L'affirmation de l'industrie automobile en Chine :

2.2.1.2.1. Le paysage automobile Chinois :

Il y aurait 120 constructeurs présents en Chine en 2010. Les constructeurs en Chine se scindent en deux catégories : les constructeurs détenus à 100% par l'Etat chinois comme FAW (First AutoWorks), SAIC et de nombreuses joint-ventures comme XIALI, Brilliance.

2.2.1.2.2. Le marché chinois :

La Chine représente désormais le premier marché mondial automobile, avec plus de 19 millions de véhicules écoulés en 2012(voir la figure N°43). En Chine, néanmoins, les ventes d'automobiles devraient augmenter de 10 % en 2013 et sont appelées à doubler entre 2012 et 2019. Le marché automobile chinois équivaldrait ainsi à la fin de la décennie aux marchés américain et européen cumulés⁶³.

2.2.1.2.3. Les constructeurs dans l'industrie automobile chinoise :

Il y a une centaine de constructeurs automobile en Chine et quelques 8000 fournisseurs automobiles en Chine. Sur les dix premiers constructeurs sur le marché chinois 7 sont dans le cadre de joint-ventures avec des constructeurs occidentaux, ils représentent près de 90% des parts de marchés⁶⁴. En termes de production, les joint-ventures dominent le marché chinois⁶⁵. (Voir le **tableau** N°20).

⁶² Xavier Richet, Wang Hua, Wang Wie ey Magalie Mollet, L'investissement direct étranger dans l'industrie automobile chinoise In: Perspectives chinoises. N°67, 2001. pp. 40-47.

⁶³ CCFA, La Chine : meilleur espoir pour le marché automobile mondial ? Publié le 9/10/2013.

⁶⁴ APCO, Market Analysis Report: China's Automotive Industry, 2010

⁶⁵ Clive Collis, The Role of the Joint Venture mode of Foreign Direct Investment in the development of the Chinese automobile Industry., GERPISA : 19th International Colloquium 2011, Paris, 8 June – 10 June 2011

Chapitre VI : la nouvelle géographie de l'industrie automobile

Tableau N°20: les jointes-ventrues en chine

Rank	Company	HQ	JV Partner	Sales (Unit)	Market Share
1	SAIC ¹	Shanghai	GM, VW	2,705.5K	19.83%
2	FAW ²	Changchun	VW, Toyota, Mazda	1,944.6K	14.25%
3	Dongfeng	Wuhan	PSA, Nissan, Honda	1,897.7K	13.91%
4	Chana (incl. Hafei)	Chongqing	Ford, Mazda, Suzuki	1,869.8K	13.70%
5	Beijing Auto	Beijing	Hyundai Daimler	1,243.0K	9.11%
6	Guangzhou Auto	Guangzhou	Honda, Toyota, Isuzu, Fiat	606.6K	4.45%
7	Chery	Hefei	N/A	500.3K	3.67%
8	BYD	Shenzhen	N/A	448.4K	3.29%
9	Brilliance	Shenyang	BMW, Toyota	348.3K	2.55%
10	Geely	Taizhou	N/A	329.1K	2.41%
	Others			1,750K	12.84%

Source: APCO, Market Analysis Report: China's Automotive Industry, 2010

2.2.1.2.4. Les exportations :

La Chine a exporté en 2009, 396 000 voitures ce qui représente 5, 19 milliards de dollars. L'Algérie, le Vietnam et l'Égypte sont les principaux marchés des véhicules chinois.

Pour les équipements automobiles, les exportations ont atteint 18 milliards de dollars pour le premier semestre 2010, Plus de 50% de ces composants sont exporté vers les Etats-Unis, le Japon, la Corée du Sud, l'Allemagne et le Royaume-Uni⁶⁶.

2.2.1.3.Consolidation de l'industrie automobile chinoise :

2.2.1.3.1. Réduction du nombre de constructeurs chinois :

La Chine compte développer une industrie automobile puissante et cela en restructurant les constructeurs en les incitant à des opérations de fusions acquisitions pour avoir deux à trois constructeurs. L'objectif pour 2010 est de réduire le nombre de constructeur importants de 14 à 10. Le conseil d'Etat chinois a désigné 4 constructeurs potentiels futurs groupes automobiles chinois il s'agit de : FAW, Dongfeng, SAIC et CHANG'AN.

2.2.1.3.2. L'internationalisation de l'industrie automobile chinoise :

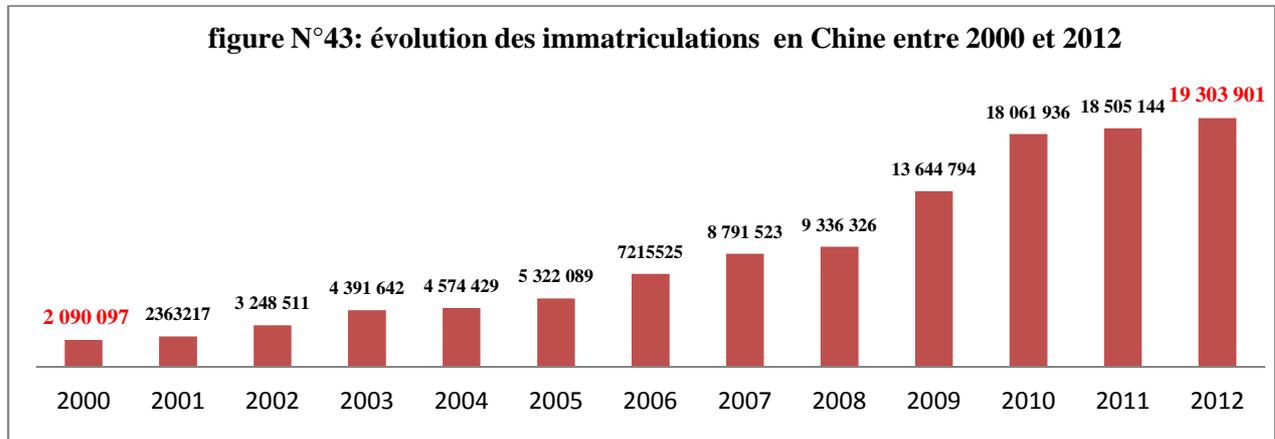
Les constructeurs chinois accélèrent leur transformation pour augmenter leur présence sur le marché étranger. Geely (un des plus grands constructeurs automobiles indépendants de la Chine) a récemment acquisition de la marque de Volvo de Ford pour 1.5 milliard de dollars. Beiqi Foton, le principal constructeur des véhicules commerciaux en Chine a procédé à l'installation d'une base de production en Russie en 2012 d'une capacité annuelle de 100 000 véhicules et compte construire cinq autres usines au Brésil, en Inde, en Russie, au Mexique et en Thaïlande avant 2015⁶⁷.

⁶⁶ APCO, Market Analysis Report, op.cit.

⁶⁷ APCO, Market Analysis Report, op.cit.

2.2.1.3.3. Un marché qui profite aux constructeurs de la triade :

Les constructeurs de la triade profitèrent tout de même fortement du marché chinois, occupant 70% du marché désormais. Malgré les joint-ventures, les constructeurs automobiles occidentaux réussirent à conserver leur indépendance technologique et stratégique⁶⁸.



Source de données : VDA, annual report 2013.

2.2.1.3.4. Les opportunités et les menaces du marché chinois :

Le marché automobile chinois, premier marché au monde, présente beaucoup d'opportunités pour les constructeurs automobiles, toutefois, des menaces persistent encore.

- **Opportunités et menaces du marché en Chine :**

Les opportunités de l'industrie automobile en Chine⁶⁹ :

- croissance élevée,
- accroissement d'une classe moyenne solvable,
- faible taux d'équipement,
- guerre des prix due au grand nombre de constructeurs présents sur ce marché,
- -30% des clients payent cash le véhicule acheté,
- La culture automobile est encore jeune et plus de 80 % des acheteurs sont des primo-accédants⁷⁰.

- **Des menaces subsistent encore en Chine :**

- La menace politique : la pérennité du système chinois
- faiblesse des infrastructures,
- culture du plagiat,
- l'impact environnemental avec l'explosion du parc chinois,
- la surcapacité de production installée en Chine.

⁶⁸ PWC, La stratégie des constructeurs automobiles au sein des BRICS,

⁶⁹ Christian Harbulot (dir), Stratégie de pénétration du marché automobile européen par la Chine, EGE, Décembre 2007

⁷⁰ Réseau interministériel stratégique de Veille et de Prospective, Fiche 2 thématique n° 4, Le développement de L'industrie automobile en Chine disponible sur : www.strategie.gouv.fr

2.2.1.4. L'Inde :

L'Inde est le sixième plus grand pays producteur d'automobile au monde⁷¹. L'industrie automobile représente un secteur important dans l'économie indienne. L'industrie automobile est à l'origine de 7% du PIB indien, représente 4% du total des exportations. Elle a attiré 3,9% des flux entrant d'IDE durant la période 2009 et 2013⁷². Cette industrie emploie 2,2 millions directement et 17 autres millions indirectement. Les taux de croissance annuel moyen des ventes et de la production étaient 15,8% et 17,6% entre 2001 et 2010⁷³.

2.2.1.4.1. Le développement de l'industrie automobile en Inde :

Le gouvernement indien était hostile au développement d'une industrie automobile et cela jusqu'au début des années 80 où la production des constructeurs locaux était obsolète. Les véhicules n'étaient pas de qualité et la productivité du travail était très basse⁷⁴. Depuis, Le gouvernement indien a contribué à la dynamique de l'industrie automobile. Contrairement à d'autres secteurs d'activité qui restent encore protégés de la concurrence mondiale, les investissements directs étrangers sont autorisés sans restriction dans le secteur automobile. Il n'y a ni montant minimal exigé ni taux de localisation imposé. Par ailleurs, il n'existe pas de quotas à l'importation et les importations de véhicules en kit peuvent aussi bien être vendues sur le marché domestique qu'à l'exportation.

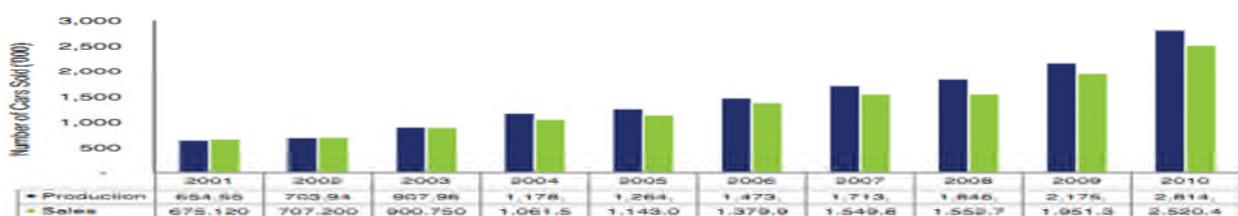
2.2.1.4.2. Les exportations automobiles indiennes :

Les exportations automobiles, de l'année 2008-2009 étaient des 6 milliards de dollars avec une croissance de 33.85% de l'année précédente⁷⁵.

2.2.1.4.3. Paysage automobile concurrentiel et concentré:

Les quatre principaux constructeurs à savoir Suzuki, Hyundai, Tata et Mahindra & Mahindra constituent 80% des ventes de voiture faisant de ce fait un marché fortement concentré. Avec Maruti-Suzuki qui représente à lui seul 45% des parts du marché.

Figure N° 44: évolution de la production et du marché indien entre 2001-2010.



Source : Deloitte, 2011

⁷¹ AT.Kearney, the contribution of automotive industry to technology and value creation, 2013

⁷² ibid

⁷³ Deloitte, Driving Through BRIC Markets Lessons for Indian Car Manufacturers, December 2011 disponible sur : www.deloitte.com/in

⁷⁴ John Humphrey and Mario Salerno, globalisation and assembler-supplier relations: Brazil and India, actes du GERPISA n° 25.

⁷⁵ Biswajit Nag, R K Mitra et Ashish Gupta, 20th Gerpisa International Colloquium, Jagellonian University, Krakow, Poland April, 2012.

2.3. Une nouvelle vague de croissance de l'industrie automobile :

2.3.1. Un nouveau moteur de croissance de l'industrie automobile mondiale :

Si les perspectives de croissance de la demande dans les pays de la triade sont moroses, cela n'annonce pas pour autant des jours difficiles ou des menaces pour l'existence de l'industrie automobile, la demande pour le produit « automobile » à toujours la cote puisque les pays émergents vont prendre le relais de la croissance de la demande automobile.

L'industrie automobile est à la veille d'une grande phase de croissance essentiellement conduite par les pays émergents.

2.3.1.1. Les pays émergents moteurs de la croissance future de l'industrie Automobile :

Le basculement du centre de l'économie mondiale de l'Ouest à l'Est est plus clair dans l'industrie automobile⁷⁶ :

“The global shift in economic gravity from West to East is perhaps most evident in the automobile assembly industry. Vehicle production in China had already surpassed that of the United States in 2008, with 9.3 million units compared to 8.7 million produced in the US. Production in China has soared by a further 32% in 2009, and the region also contains two other countries amongst the global top five automotive assembly nations; Japan and South Korea.”

L'industrie automobile est en train de basculer inévitablement vers les pays émergents, notamment Asiatiques. Cela peut sembler comme un *remake* de la montée du Japon dans les années soixante et de la Corée dans les années quatre-vingt et quatre-vingt-dix⁷⁷.

2.3.1.2. L'Asie et les pays émergents :

Une autre grande tendance du marché concerne le déplacement du centre de gravité de l'automobile mondiale de l'Occident vers l'Asie. L'Asie représente dorénavant plus de 50 % de la production mondiale de véhicules. La Chine, avec près de 23 % du marché mondial, porte l'Asie en 2011 au rang de premier marché mondial, devant l'Europe. Elle contribue à hauteur de 130 % à la croissance de la production automobile mondiale entre 2007 et 2011, les autres pays n'ayant pas encore retrouvé leurs volumes d'avant crise. Cette tendance n'a aujourd'hui aucune raison de s'inverser au vu des perspectives de croissance en Asie et dans les pays émergents, et des faibles taux de motorisation des ménages de ces pays⁷⁸. voir la carte N°5.

⁷⁶ PricewaterhouseCoopers, See the future : Top industry clusters in 2040 revealed, September 2010.

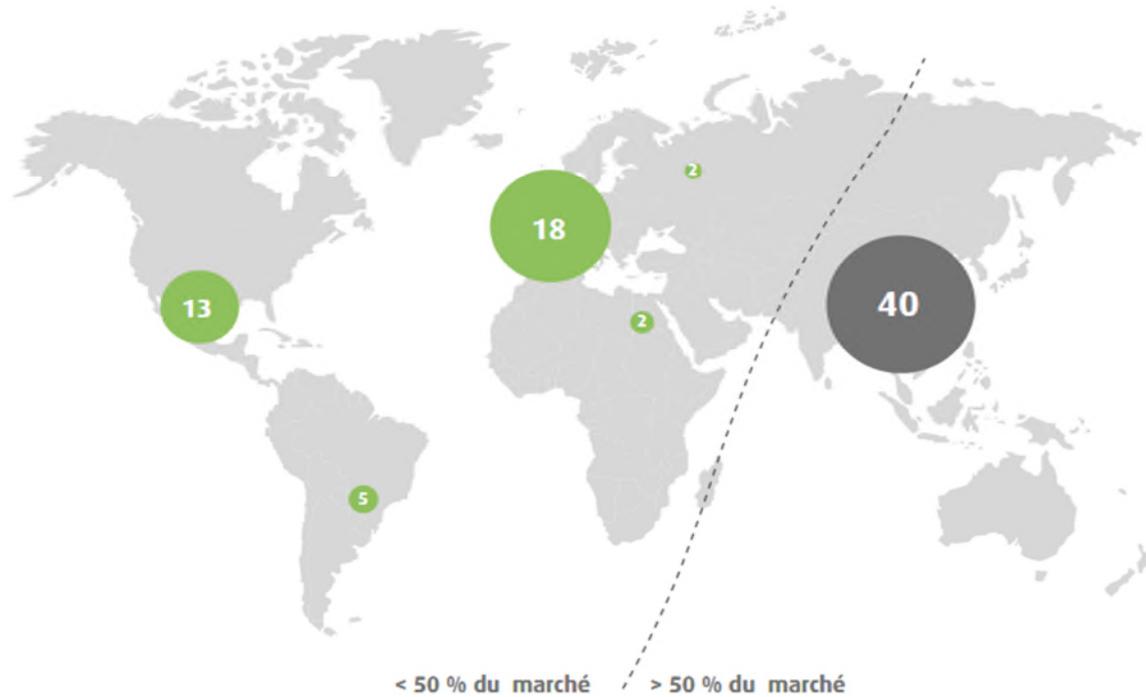
⁷⁷ Arthur D. Little (rapport), shifting centers of gravity : the end the automotive industry as we know it ?, 2009. Disponible sur: www.adl.com/shiftinggravity.

⁷⁸ VALEO, Document de référence 2011, Paris, le 29 mars 2012.332p.

Chapitre VI : la nouvelle géographie de l'industrie automobile

Carte N° 5: Répartition géographique de la production automobile en 2012

(production mondiale en millions de véhicules)



Source : Valeo, Document de référence 2011.

2.3.1.3. La montée des constructeurs issus des pays émergents :

En Inde et en Chine, on voit émerger des acteurs locaux qui, pour certains, ont une part importante dans la production locale et l'exportation.

En Chine, le développement très impressionnant du marché demeure dominé par les co-entreprises liant les grands constructeurs mondiaux aux entreprises d'Etat locales, mais les constructeurs chinois occupent une place croissante. Celle-ci est en partie sous-estimée par la prise en compte des seules voitures particulières. En effet, une part importante de la motorisation de la Chine s'effectue à travers l'acquisition de véhicules à moteurs à trois ou quatre roues qui ont, entre autres avantages, leur prix réduit (tirer vers le bas par la faiblesse des taxes qui pèsent sur eux) et celui de pouvoir être conduits sans permis. De surcroît, les alliés des grands constructeurs mondiaux eux-mêmes ont commencé à développer leurs propres gammes et leurs propres marques. Ainsi, ce qui restait de Rover et de ses équipes de designers a été repris sous la marque de Roewe par SAIC, qui développe et fabrique des voitures qui sont en fait des anciennes Rover 75.⁷⁹

Actuellement, ce sont plutôt les constructeurs des pays émergents qui rachètent les marques "premiums" que les généralistes (des pays de la triade) n'ont pas su digérer, ce qui leur permet d'avoir un accès rapide aux technologies les plus récentes. En témoignent les rachats de Land Rover et Jaguar par l'Indien Tata, ceux de MG Rover et Volvo par les Chinois SAIC et Geely respectivement.

⁷⁹ J.J.Chanaron et Y. Lung, industrie automobile : la croisée des chemins, pp93-95

Chapitre VI : la nouvelle géographie de l'industrie automobile

Toutefois, l'industrie automobile ne sera pas dominée de sitôt par les constructeurs issus des pays en développement. Même sur le marché chinois, pays ayant un grand nombre de constructeurs locaux le marché chinois sera dominé par les constructeurs mondiaux comme l'affirme *Philippe Couderc, associé de PwC*⁸⁰.

« Sur le marché ultra concurrentiel qu'est la Chine, le top 10 des constructeurs, composé en majorité d'acteurs internationaux, a contribué à hauteur 76,6% de la production du pays en 2009. Les 23,4% restants étant attribués à des constructeurs plus modestes et majoritairement chinois. A horizon 2016, ces derniers devraient accroître leur part de marché de 5 points et faire baisser le poids du Top 10 à 71%».

Selon *Arthur D. Little*⁸¹, les grands constructeurs automobiles, qui sont pour la plupart issus des pays de la Triade, vont rester les leaders dans cette industrie, mais ils doivent faire face à la concurrence des constructeurs notamment chinois et dans une moindre mesure, indiens.

2.3.1.4. La croissance future de la demande viendra des pays en développement :

En dépit de la chute vertigineuse des ventes, durant la crise 2007-2009, *Booz & Company*⁸² prévoit que 370 millions de véhicules supplémentaires seront en circulation de 2008 à 2013 et 715 millions en 2018 : une demande dopée par les consommateurs issus des pays émergents. La phase de croissance la plus importante de l'industrie Automobile est encore à venir et des perspectives seront meilleures pour les constructeurs automobiles.

L'industrie automobile est alors, à l'aube de sa plus importante phase de croissance. De 2008 à 2018, l'augmentation rapide des revenus par tête dans les pays émergents, ainsi que l'apparition de véhicules moins coûteux destinés à résoudre les problèmes de mobilité dans les grandes villes feront augmenter de 600 % la vente de véhicules. Le marché automobile indien sera le plus dynamique, avec un taux de croissance annuel de 14,7 %⁸³.

De plus, le nombre de véhicules en circulation dans le monde augmentera significativement : il passera de 672 millions (2008) à 1,1 milliard (2013) pour atteindre 1,5 milliard en 2018. Cela signifie que 370 millions de véhicules neufs seront vendus d'ici 2013. Vers 2018, le nombre total de véhicules neufs supplémentaires serait de 715 millions. Des constructeurs automobiles européens tels que Daimler, Renault et Volkswagen ont déjà commencé à répondre à cette demande en concevant de nouveaux modèles spécialement adaptés à ces marchés⁸⁴.

De 2008 à 2018, *Booz&co*, prévoit que les ventes de véhicules augmenteront de 50 % dans les BRIC et dans les pays émergents avec des millions de familles des marchés

⁸⁰ PwC, Industrie automobile : les mutations s'accroissent 23 septembre 2010.

⁸¹ Arthur D. Little (rapport), shifting centers of gravity: the end the automotive industry as we know it?, 2009. Disponible sur: www.adl.com/shiftinggravity.

⁸² Disponible sur : www.booz&co.com article publié le 16/11/08

⁸³ Ibid.

⁸⁴ Ibid.

Chapitre VI : la nouvelle géographie de l'industrie automobile

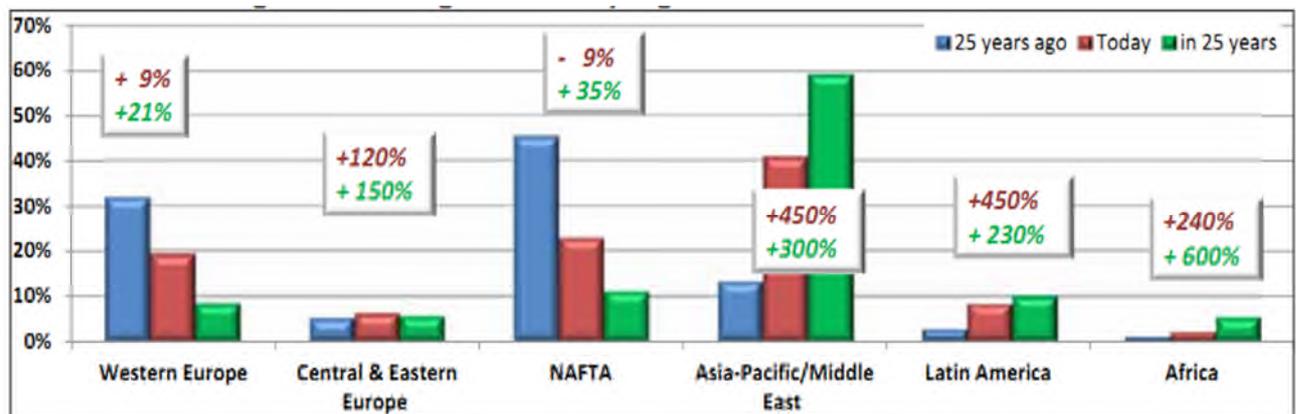
émergents (BRIC -Brésil, Russie, Inde et Chine- ainsi que des pays comme la Malaisie, le Mexique ou l'Indonésie) qui vont acquérir leur toute première voiture. Pour Ron Haddock⁸⁵ :

« Les pays émergents connaissent une incroyable augmentation de leur pouvoir d'achat qui n'est pas prête de s'arrêter ».

« Les BRIC atteindront rapidement le niveau de revenus de 10 000 \$ US correspondant au seuil de mobilité personnelle. Pour les constructeurs automobiles, ceci est la promesse d'un marché à fort potentiel »⁸⁶.

Selon Polk⁸⁷, la demande par zone géographique sera dans les 25 années à venir très soutenue dans les pays en développement. Dans la région Asie-pacifique, l'augmentation de la demande sera de 450%, de même pour l'Amérique Latine, et de 600% pour l'Afrique et 150% pour l'Europe de l'Est contre 21% pour l'ALENA. Voir la **figure n°45**.

Figure n°45: répartition des nouvelles demandes mondiales automobiles par région



Source: Polk, Long-term prospects of the automotive industry? May 2012.

2.3.1.5. Les pays industrialisés à la traîne en termes de demande :

Les pays industrialisés dont la croissance est plus lente par rapport aux marchés émergents verront leur marché automobile se développer d'ici à 2020. Celui-ci sera notamment dopé par la montée en puissance des voitures peu coûteuses, adaptées aux infrastructures locales, qui généreront une forte demande dans les villes où le volume de trafic est actuellement relativement bas. Selon Booz & Company⁸⁸, la croissance moyenne du marché fluctuera autour de 1 à 2 % et sera probablement soutenue aux Etats-Unis.

⁸⁵ Auteur cité par BOOZ&CO, L'industrie Automobile à l'aube d'une phase de croissance massive. Article publié le 16/11/08

⁸⁶ ibid

⁸⁷ Polk, Long-term prospects of the automotive industry, International EuroCar Seminar, May 2012. Disponible sur : www.polk.com

⁸⁸ booz&co, L'industrie Automobile à l'aube d'une phase de croissance massive. Article publié le 16/11/08 Disponible sur www.booz&co.com

Chapitre VI : la nouvelle géographie de l'industrie automobile

2.3.2. La production automobile basculera vers les pays émergent :

2.3.2.1. Une production dominée par les pays émergents :

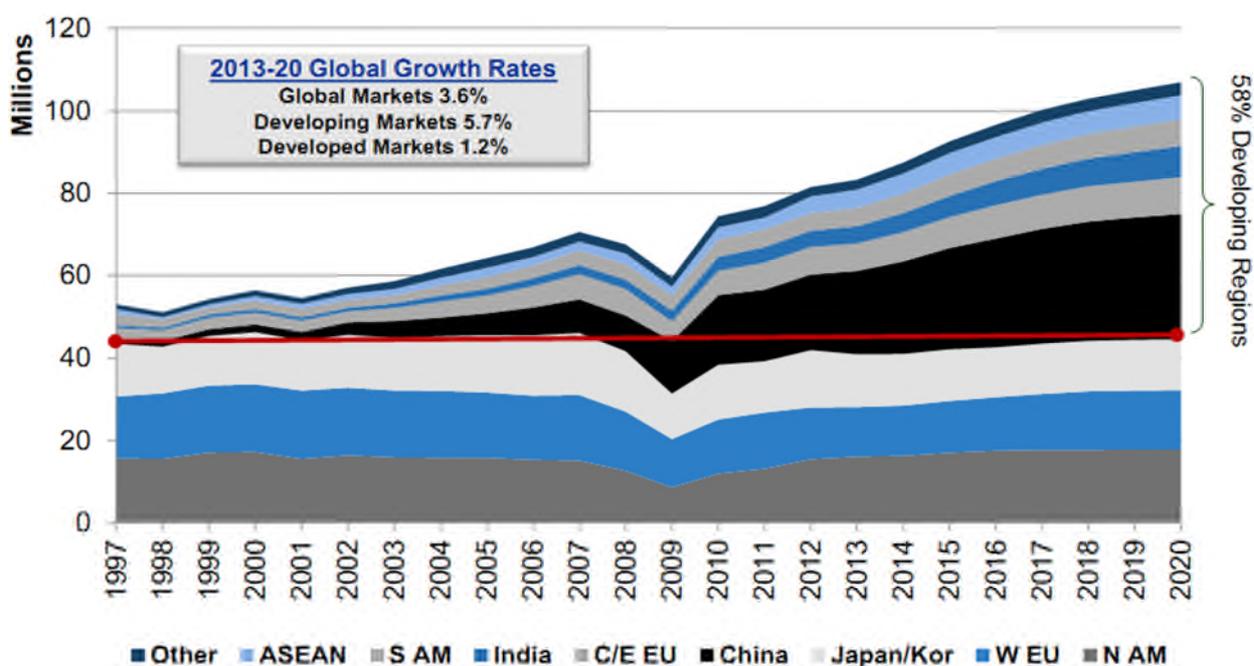
Les BRIC vont produire, en 2018, 50% de la production mondiale d'automobiles⁸⁹. Les consommateurs de ces pays ne vont pas se contenter de demander des véhicules mais des véhicules avec les mêmes standards de qualité et de sûreté et de fiabilité comme ceux produits dans les pays développés. Ce qui va conduire à une convergence en termes de demande automobile entre les marchés des BRICs et les pays développés.

Le BCG affirme que le futur de cette industrie est lié aux BRIC, qui représenteront 30% des ventes en 2014⁹⁰:

“For the next decade, the future of the automotive industry lies in the BRIC countries. Together, Brazil, Russia, India and China will account for some 30 percent of world auto sales in 2014-while also offering significant opportunities for cost effective R&D, sourcing, and manufacturing. Yet, although virtually all multinational automotive OEM's and suppliers are now conducting operations in the BRIC countries, they are not fully capturing those markets's strategic potential. “

Selon les prévisions de IHS⁹¹, la croissance moyenne de la production mondiale de véhicules jusqu'à 2020 sera de 3,6. Avec une croissance moyenne de 5,7 dans les pays en de développement et de 1,2 seulement dans les pays développés ce qui va nous donner une production mondiale réalisée à 58% en 2020 dans les pays en développement contre 42% seulement dans les pays développés. Voir la figure N°33.

Figure N°46 : les perspectives de production mondiale d'automobiles



Source : IHS, 2013.

⁸⁹ KPMG, Global automotive survey 2013.

⁹⁰ The Boston Consulting Group, Winning the BRIC Auto Market's, Achieving deep localization in Brazil, Russia, India and China, January 2010.

⁹¹ IHS, Automotive Industry: Outlook: Assessing Opportunities in a Multi-Speed World, May 2013.

Chapitre VI : la nouvelle géographie de l'industrie automobile

2.3.2.2. Une nouvelle approche de la consommation automobile :

Au-delà des nouveaux consommateurs, c'est surtout l'intensification de la concurrence qui permettra de faire baisser les prix et donc d'augmenter les ventes. Certains constructeurs automobiles asiatiques tels que Maruti Suzuki Ltd., Tata et Hyundai produisent déjà de petits modèles moins coûteux (par exemple la Tata Nano) spécialement conçus pour les marchés africain, asiatique et sud-américain. Les constructeurs savent que la demande des consommateurs est en train de changer de façon radicale. Aujourd'hui, l'avenir appartient aux acteurs qui développent des produits peu chers, qui répondent à une nouvelle demande qui vient de ces pays.

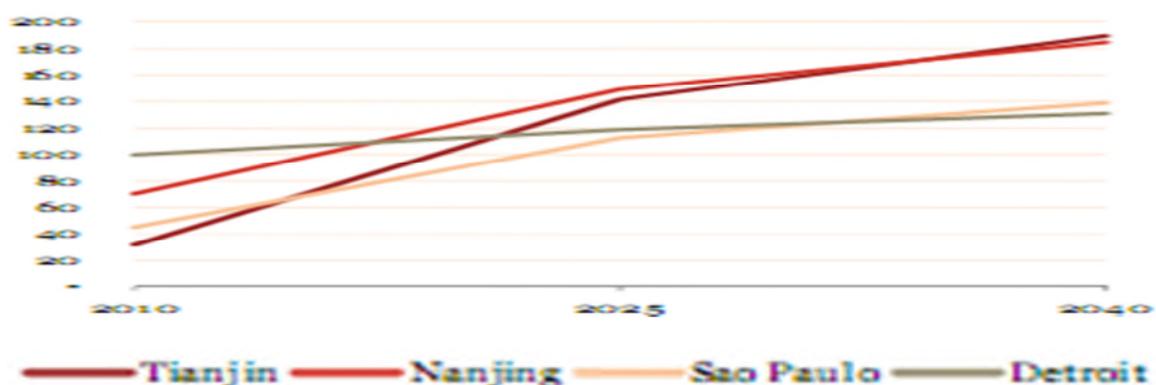
2.3.2.3. Le changement dans la stratégie des constructeurs automobile :

Cette nouvelle donne, pousse les constructeurs de la triade à réorienter leur appareils productifs pour capter une part de ces marchés. Renault, par exemple, grâce à sa filiale Dacia, a parfaitement réussi à répondre à la demande des pays émergents. Ce changement est également clair dans la répartition des bénéfices de l'industrie automobile. En effet, en 2007 les pays émergents et les autres pays en développement ne représentaient que 30% des bénéfices des firmes automobile soit 12 milliards d'euro du 41 milliards d'euros alors qu'en 2012 la part de ces pays est de 60% des 54 milliards d'euros soit 31 milliards d'euro⁹².

2.3.2.4. Les nouveaux clusters de la production automobile au monde :

L'industrie automobile, tout comme les autres industries, est concentrée dans des « clusters » de production, avec des sites produisant plus d'un millions de véhicules comme Aishi au Japon, Detroit dans le Michigan, Ulsan en Corée du Sud mais dans le futur, selon les prévisions de PWC⁹³, de nouveaux clusters seront essentiellement situés dans les pays émergents comme Tianjin et Nanjing en Chine et Sao Paulo au Brésil vont prendre le relais (voir le **figure N°47**).

Figure N°47 : les grands clusters dans le futur à l'horizon 2040



Source : PWC

⁹² McKinsey & Company, The road to 2020 and beyond : What's driving the global automotive industry?, August 2013

⁹³ PricewaterhouseCoopers, See the future : Top industry clusters in 2040 revealed, September 2010

Chapitre VI : la nouvelle géographie de l'industrie automobile

Conclusion :

Dans cette industrie, les pays émergents ne cessent de prendre des parts de marchés de plus en plus importantes. Ces pays, notamment les BRIC, avec leur croissance actuelles et les perspectives futures, sont et seront fort probablement, les moteurs de la demande du produit automobile mais aussi dans la production, par une volonté de prendre une part de ces marchés et sous contraintes des réglementations de ces pays pour limiter les importations.

Une nouvelle géographie de l'industrie automobile mondiale est en train de voir le jour. La Chine assure désormais presque un quart de la production soit 18,2 millions des 77,6 millions. Ainsi, entre 2000 et 2012, dans les pays émergents, la production s'est accrue de près de 29 millions de véhicules, en s'appuyant sur les cinq zones suivantes : la Chine (+ 17,2 millions), qui a représenté 23 % de la production mondiale, contre moins de 4 % en 2000 ; l'Europe centrale et orientale et la Turquie (+ 3,9 millions et une part de 8 % contre 5 %), l'Indonésie, l'Iran, la Malaisie et la Thaïlande (+ 3,8 millions et une part de 6 % contre 2 %), l'Amérique du Sud (+ 2,2 millions et une part de 6 % contre 4 %) et l'Inde (+ 3,3 millions et une part de 5 % contre 1%). Au total, ces zones ou pays émergents ont vu leur part dans la production mondiale de véhicules passer de 16 à 47 % sur la période⁹⁴.

Dans le futur proche, cette industrie sera dominée par les pays en développement et émergents. Selon les prévisions de IHS⁹⁵, la croissance moyenne de la production mondiale de véhicules jusqu'à 2020 sera de 3,6. Avec une croissance moyenne de 5,7 dans les pays en développement et de 1,2 seulement dans les pays développés ce qui va nous donner une production mondiale réalisée à 58% en 2020 dans les pays en développement contre 42% seulement dans les pays développés. Les BRIC, à eux seuls, vont produire, en 2018, 50% de la production mondiale d'automobiles⁹⁶. Les consommateurs de ces pays ne vont pas se contenter de demander des véhicules mais des véhicules avec les mêmes standards de qualité, de sûreté et de fiabilité comme ceux produits dans les pays développés. Ce qui va conduire à une convergence en termes de demande automobile entre les marchés des BRICs et les pays développés.

⁹⁴ Source de données CCFA et OICA

⁹⁵ IHS, Automotive Industry : Outlook: Assessing Opportunities in a Multi-Speed World, May 2013.

⁹⁶ KPMG, Global automotive survey 2013.

3 le développement d'une industrie automobile en Algérie :

Introduction :

Les recompositions industrielles induites par la mondialisation, que la crise économique internationale est en train d'accélérer, tendent à renouveler la géographie économique mondiale. Si les pays émergents confirment leur position de places industrielles importantes, des opportunités s'ouvrent également pour les pays en développement ayant manqué les précédentes vagues d'externalisation et de déploiement mondial de la production, notamment industrielle.

L'action des collectivités territoriales des différents pays concurrents vise à renforcer l'attractivité de leurs territoires, et à leur faire la promotion auprès des investisseurs potentiels, notamment les firmes multinationales étrangères, d'un côté. D'un autre côté, les firmes multinationales organisent de plus en plus leur production à l'échelle mondiale et jouent un rôle essentiel dans le fonctionnement de l'économie mondiale.

L'industrie automobile de par son importance économique, industrielle, dans les exportations, et surtout dans l'industrialisation des pays, représente une opportunité pour l'insertion dans l'économie mondiale. Dans cette section nous allons nous intéresser à la perspective de développement de cette industrie en Algérie.

Le développement d'une industrie automobile en Algérie a toujours été à l'ordre du jour des autorités algériennes qui, n'a pas, jusqu'à présent, réussi à réaliser. Le développement d'une industrie automobile en Algérie sera l'objet de cette section.

3.1.Évolution du cadre économique et institutionnel en Algérie :

3.1.1. Rappel historique de l'économie algérienne :

Avant de parler d'une (possible) industrie automobile en Algérie il est important de faire un petit rappel de l'évolution du cadre économique et institutionnel en Algérie.

3.1.1.1. De 1962 à 1989 :

L'évolution de l'économie algérienne s'est déroulée selon les étapes suivantes telles que décrites par Ahmed Bentitour⁹⁷ :

- La période de 1962 à 1965 : Cette période se caractérise par une restructuration de l'économie algérienne sous la forme de l'autogestion des unités de production industrielle et agricoles
- la période de 1966 à 1969 : Cette période avait pour objectif de mettre en place un Etat solide et structuré. Durant cette période ont été réalisés les programmes suivants :
 - 1966 : nationalisation des secteurs miniers et bancaires.
 - 1967 : Nationalisation du secteur de la distribution des produits dérivés des hydrocarbures.

Le lancement du pré-plan 1967-1969 pour la mise en place des moyens matériels pour la réalisation des futurs plans.

- La période de 1970 à 1978 : cette période consiste à la mise en place d'une structure industrielle et le parachèvement des institutions publiques. Cette période se caractérise par un taux d'investissement public élevé (45% du PIB), une volonté d'industrialisation et une place de plus en plus importante accordée au secteur public dans l'activité économique.
- La période 1979 à 1985 : au cours de cette période, sont structurées les entreprises publiques.
- la période 1986 à 1988 : elle se caractérise par une chute brutale des recettes d'exportation, réformes économiques, poids important de la dette extérieure et récessions. Ces réformes consistent en la révision des méthodes de planification vers plus de décentralisation, la privatisation totale de l'agriculture, la suppression du monopole de l'Etat sur le commerce extérieur, la réforme du système bancaire et monétaire, la réforme de la législation du travail, la réforme des finances publiques, etc.

⁹⁷ Auteur Cité part Aissat Née LEGHIMA Amina, (thèse de doctorat), la géographie de la production automobile dans le monde : y a-t-il une place pour l'Algérie, Université Mouloud Mammeri de Tizi Ouzou, 2008.

Chapitre VI : la nouvelle géographie de l'industrie automobile

3.1.1.2. De 1989 à 2000:

Une nouvelle constitution a été mise en place en février 1989, on assiste à mise en œuvre des réformes et la transition d'une «économie administrée vers une économie de marché.

Cette période a connu la mise en place du rééchelonnement de la dette, accompagné d'un plan d'ajustement structurel(PAS) qui a eu un impact négatif sur la société et l'économie. Les réformes visait : l'organiser la transition de l'économie algérienne d'un système centralisé et bureaucratique vers l'économie de marché. Durant cette période, plusieurs textes législatifs ont été promulgués. Ils consistaient en :

- La loi sur la monnaie et le crédit ;
- Le code de commerce ;
- Le décret portant la création de la bourse des valeurs ;
- Le code des investissements ;
- L'ordonnance relative à la privatisation des entreprises publiques ;
- La loi sur la concurrence.

3.1.1.3. De 2000-2009 :

Les réformes des années 2000, visaient l'insertion de l'économie algérienne dans l'économie mondiale à travers les accords d'associations, les zones de libre échange et l'accord cadre avec l'OMC. L'Algérie a essayé de s'intégrer à l'économie mondiale par :

- L'accord d'association avec l'union européenne a été signé à Valence(Espagne) en avril 2002. Il va constituer le cadre juridique et institutionnel des rapports de l'union européenne et l'Algérie dans les années à venir. Cet accord contient des réformes concernant le tarif douanier afin de promouvoir le commerce extérieur.
- L'ouverture multilatérale : Dans ce cadre, l'Algérie a prévu l'adhésion à l'OMC. En effet, l'Algérie, depuis 20 ans est en négociation par discontinuité.

3.1.1.4. De 2009-jusqu'à présent :

La loi de finance complémentaire de 2009 constitue un virage important dans la politique économique algérienne qui est qualifiée de « *souveraineté économique* »⁹⁸. Cette nouvelle réorientation est due notamment à insatisfaction à l'égard des investisseurs étrangers. En dépit des incitations fiscales et sociales, les flux d'investissements étrangers restent limités. Plus encore, l'inversion des flux nets de capitaux révèle une préférence au rapatriement des bénéficiaires au détriment du réinvestissement. Dans certains cas de figure, des engagements non tenus sont dénoncés (Orascom, Lafarge et Renault)⁹⁹. L'attractivité de l'économie algérienne aux investissements directs étrangers se réduit au secteur des hydrocarbures (50% des IDE) ainsi qu'aux activités spéculatives (immobilier) et captives de capitaux a conduit assez

⁹⁸ Mihoub Mezouaghi et Fatiha Talahite, Les paradoxes de la souveraineté économique en Algérie, Numéro 71, confluences Méditerranée, Automne 2009

⁹⁹ Ibid.

Chapitre VI : la nouvelle géographie de l'industrie automobile

rapidement à une inversion des flux nets de transfert des capitaux (les transferts de bénéfices excédant très largement les flux entrants d'investissement). L'échec du programme de privatisation¹⁰⁰, à l'exception de quelques opérations, s'est enlisé et n'a pas permis d'enrayer la dérive de la désindustrialisation.

3.1.2. Evolution de la politique algérienne en matière d'investissement :

3.1.2.1. La politique algérienne en matière d'investissement de 2001-2009:

Durant cette période, le traitement des investissements étrangers a été assimilé au traitement des investissements nationaux. L'investissement en Algérie est encadré par l'ordonnance 01-03 du 20 août 2001 relative au développement de l'investissement.

Le décret ne distingue pas entre l'investissement de capitaux étrangers réalisés directement par une société étrangère ou par voie de jointe venture associant des investisseurs algériens, personnes physiques ou morales du droit public ou de droit privé.

3.1.2.2. A partir de LFC 2009 : de nouvelles règles sont applicables aux IDE :

Le Code des Investissements prévoit, dans sa nouvelle rédaction du 22 juillet 2009, que les investissements étrangers qui sont réalisées dans les activités de production de biens et de services font l'objet préalablement à leur réalisation à une déclaration d'investissement auprès de l'ANDI¹⁰¹. Il est précisé que les investissements étrangers ne peuvent être réalisés que dans le cadre d'un partenariat dont l'actionnariat national résident représente 51% au moins du capital social. Les investissements sont encadrés par l'Ordonnance n° 09-01 du 22 juillet 2009 portant loi de finances complémentaire pour 2009 stipule que :

« Les investissements étrangers ne peuvent être réalisés que dans le cadre d'un partenariat dont l'actionnariat national résident représente 51% au moins du capital social. Par actionnariat national, il peut être entendu l'addition de plusieurs partenaires »

Il est également stipulé que tout projet d'investissement étranger direct ou d'investissement en partenariat avec des capitaux étrangers doit être soumis à l'examen préalable du Conseil National de l'Investissement (CNI-placé sous l'autorité du 1er Ministre). En conséquence, pour tout étranger ou tout Algérien non résident en Algérie, il est nécessaire lors de la création d'une entreprise en Algérie d'identifier un partenaire Algérien résident qui détiendra la majorité.

Il est également prévu que les investissements étrangers doivent rapporter plus de devises qu'ils n'en consomment¹⁰². C'est-à-dire qu'ils doivent générer des exportations ou

¹⁰⁰ La reprise d'Arcelor Mital d'El-Hadjar a été reprise par l'Etat à hauteur de 71% du capital de l'entreprise est un bon exemple de l'échec de politique de privatisation.

¹⁰¹ L'Agence Nationale de Développement de l'Investissement

¹⁰² MAGHREB CONSULTING & TRAINING, CREER SON ENTREPRISE EN ALGERIE, 15/03/10, disponible sur : www.maghreb-consulting.com

Chapitre VI : la nouvelle géographie de l'industrie automobile

concourir à des productions locales qui se substituent à des importations. Par ailleurs, les étrangers ne peuvent financer la structure algérienne qu'ils auront créée que par l'apport qu'ils feront à son capital et par le biais d'emprunt auprès de banques algériennes. Ainsi, ils ne pourront pas financer par des apports en compte courant ou par des banques étrangères.

Une autre mesure vise à réguler l'activité des opérateurs étrangers et promouvoir la formation d'un capital productif domestique : obligation d'ouvrir le capital des sociétés importatrices (30 % minimum) et des projets d'investissements étrangers (51 % minimum) aux capitaux algériens ; abrogation du régime de concession de terrains publics autorisant la cession au bout de deux ans (remplacé par un régime de concession renouvelable jusqu'à 99 ans) ; contraintes au transfert des bénéfices et mise en place d'incitations pour favoriser leur réinvestissement ; rehaussement des prérogatives du Conseil national de l'investissement.

Les entreprises productrices peuvent recourir au transfert libre des importations des intrants et de pièces de rechange et des équipements nouveaux aidant à la hausse de la productivité des entreprises de production, à condition que ces importations répondent exclusivement aux impératifs de production et que les commandes annuelles cumulées opérées dans ce cadre n'excèdent pas le montant de quatre (4) millions de dinars pour la même entreprise. (Art. 23. LFC 2011)¹⁰³.

Les investissements des partenaires des entreprises nationales seront exclus de l'obligation de réinvestissement de la part des bénéfices correspondant aux exonérations ou réductions accordées lorsque ces avantages consentis ont été injectés dans les prix des biens et services finis produits. (Art. 40. LF 2013).¹⁰⁴

¹⁰³ Comité dédié à l'amélioration du climat des affaires en Algérie, Rapport sur les mesures de facilitation et d'allègement relatives à l'environnement de l'entreprise et de l'investissement en Algérie prises en 2012-2013.

¹⁰⁴ Ibid.

3.2. Les opportunités et contraintes de la localisation Algérie.

Nous allons analyser dans ce qui suit, chacun des facteurs, pour déduire la position de l'Algérie en termes d'avantages comparatifs et en termes d'attractivité pour l'investissement direct étranger dans l'industrie automobile.

3.2.1. Les avantages de l'Algérie:

3.2.1.1. Des indicateurs économiques au vert :

Pratiquement tous les indicateurs économiques en Algérie sont au vert et en constante évolution positive¹⁰⁵ :

- Le produit intérieur brut(PIB) : 108 milliards USD en 2006, 116 milliards USD en 2007, 146 milliards en 2010 et 183,4 milliards en 2011.
- Produit intérieur brut /habitant: 3129usd fin 2005, 3640 en 2009, 4820 USD en 2011.
- Réserves de change : 78 milliards USD en 2006, 136 milliards dollars 2008, 147 en 2009, 160 milliards en 2011 et 182,2 en mars 2012.
- Croissance : 5,3% en 2004, 5,1% en 2005, 5,3% en 2006, 5% en 2007, 3% en 2011.
- Balance commerciale : excédent de 33,1 milliards USD en 2006, 14,7 milliards USD en 2011.
- Encours de la dette : 4 milliards de dollars en 2011 contre 32,4 en 1994.
- Ratio du service de la dette : il est passé de 22% en 2001 et à 1% en 2010.
- La dette publique 1800 milliards de dinars en 2006 à 1000 milliards de dinars en 2010(soit moins de 15% du PIB).

3.2.1.2. La proximité avec un grand pôle productif :

Dans le cas des composants automobiles l'Algérie, à l'instar des autres pays de l'Afrique du nord, bénéficie de l'avantage de la proximité avec le pôle européen. Les pays asiatiques souffrent d'un handicap majeur lié à la distance qui détermine un surcoût de transport et impose des délais de livraison incompatibles avec la gestion en flux tendus dans le processus de production¹⁰⁶. L'avantage relatif concernant le coût et la fiabilité de la main d'œuvre des PECO se réduit : la croissance des coûts salariaux en Europe de l'Est a été spectaculaire (10% par an)¹⁰⁷. Ce du pôle de production important des pays du sud méditerranéen l'ensemble France-Espagne-Italie assemble annuellement plus de 7 millions de véhicules¹⁰⁸.

3.2.1.3. Coûts de main-d'œuvre :

Le niveau de salaires en Algérie est plutôt proche des salaires horaires pratiqués en Chine que des salaires des pays européens même de l'est européen. Le coût d'une heure de travail est trois fois plus cher en République Tchèque (4,9Euro) contre 1,5 euros en Algérie.

¹⁰⁵ KPMG, investir en Algérie, 2013

¹⁰⁶ Jean-Bernard LAYAN et Yannick LUNG, Attractivité et agglomération de l'industrie automobile au Maroc et en Tunisie : une analyse comparative, Cahiers du GRES N°14, 2008.

¹⁰⁷ Ibid.

¹⁰⁸ Ibid.

Chapitre VI : la nouvelle géographie de l'industrie automobile

Tableau N° 21: le salaire brut en Algérie comparée à quelques pays

Pays	Salaire brut moyen par heure de travail
Algérie	1.5 €
République Tchèque	4.9 €
Slovaquie	3.8 €
Chine	1.3 €
Inde	1.0 €

Source : FMI, 2006

3.2.1.4. Coûts énergétiques :

Les prix des produits énergétiques en Algérie sont inférieurs à ceux des marchés mondiaux, notamment dans le cas du gaz naturel.

En mars 2005, le prix de l'essence à la pompe en Algérie était un peu au-dessus de la moitié du prix correspondant aux États-Unis (tableau N°22). Les prix intérieurs du gaz correspondaient à un dixième du prix au Mexique ou aux États-Unis, où les prix du gaz naturel sont parmi les moins élevés au monde.

Tableau N°22 : le prix de l'énergie en Algérie comparé à quelques pays

Tableau 7. Algérie -- Prix énergétiques intérieurs, mars 2005			
	essence au détail (cEU/litre)	gaz naturel pour l'industrie (cEU/unité thermique)	électricité pour l'industrie (EUc/kWh)
Algérie	28	5 - 7.5 1/	2.2 - 3.3
Norvège	165	...	4.3
Mexique	56	52	7.8
Turquie	179	74	10.8
États-Unis	51	61	5.2 2/
UE-15	105 - 165	47 - 97	5.3 - 17.0

Sources : autorités algériennes; AIE; et estimations des services du FMI.
1/ Aucun ajustement n'a été effectué pour tenir compte de la valeur calorifique supérieur du gaz algérien par rapport aux gaz américain ou russe
2/ À l'exclusion des taxes

Source : FMI, 2006

3.2.1.5. Le réseau routier:

Les distances à parcourir par voie terrestre sont longues. Le réseau routier bitumé non autoroutier est assez bien maillé, avec la plus forte densité en Afrique 135 000 km de routes avec un ratio de 3,7 kilomètres pour 1000 habitants¹⁰⁹. Une autoroute de 1250 (Est-Ouest) est en cours de finalisation. le meilleur ratio du Maghreb. Dans le cadre du plan de développement 2010-2014, 3000 km d'autoroute et 19 000 km de routes sont inscrits¹¹⁰.

¹⁰⁹ KPMG, investir en Algérie, 2013.

¹¹⁰ Ibid.

Chapitre VI : la nouvelle géographie de l'industrie automobile

3.2.1.6. Le dynamisme du marché algérien :

L'Algérie c'est le deuxième marché en termes de ventes derrière l'Afrique du Sud avec des ventes 437 000 véhicules vendus en 2012¹¹¹. Le parc national de l'automobile a totalisé 4.812.555 véhicules à fin décembre 2012. Ce parc automobile algérien était 4 314 607 au 21/12/2010¹¹². Ce parc est vieillissant avec plus de la moitié (57,66%) de ce parc a plus de 20 ans et seulement 20, 68% du parc qui a moins de cinq ans. Plus d'un million véhicules importé en l'espace de trois dernières années, 946.143 véhicules plus exactement ont été dédouanés de 2009 à 2011¹¹³. Le marché automobile algérien a enregistré une forte croissance depuis ces trois dernières années. Ainsi, en 2010, on note 300 000 véhicules immatriculés (un record pour l'époque), puis 330 000 en 2011 et 437 000 en 2012. Le gouvernement algérien table sur 480 000 véhicules en 2013. Les nouvelles immatriculations sont essentiellement au niveau de deux genres: les véhicules de tourisme (74%) et les camionnettes (19%)¹¹⁴. 64,09% des voitures roulent à l'essence contre 35,91% au gasoil. Plus de la moitié des voitures de tourisme (54,70%) utilisent l'essence comme source d'énergie et 21,36% le gasoil. La répartition des immatriculations la wilaya montre que les grandes villes dominant le parc national de l'automobile¹¹⁵.

- **Les importations en termes valeur :**

Les concessionnaires et particuliers ont importé pour Plus de 3 milliards de dollars de voitures durant le premier semestre 2012¹¹⁶. Pour l'année 2011, l'Algérie les importations se sont établies à 390.140 véhicules pour une valeur de 354 169 millions de DA en hausse de 30,85% par rapport à 2010¹¹⁷. En 2013, 7 milliards de dollars d'importations.

Tableau N°23 : répartition du parc automobile algérien par tranche d'âge.

	Tranche d'âge										Total
	Moins de 5 ans		De 5 à 9ans		De 10 à 14 ans		De 15 à 19 ans		20 ans et plus		
	nombre	%	Nbre	%	Nbre	%	Nbre	%	Nbre	%	
Total *	892 296	20,68	508 815	11,79	187 067	4,34	238 470	5,53	2 487 959	57,66	4 314 607

*ce total comprend : Véhicule de Tourisme, Camion, Camionnette Autocar / Autobus, Tracteur Routier, Tracteur Agricole, Véhicule Spécial, Remorque, Moto.

Source : ONS

¹¹¹ Selon le classement établi par Inovev

¹¹² Données ONS

¹¹³ ibid

¹¹⁴ ONS

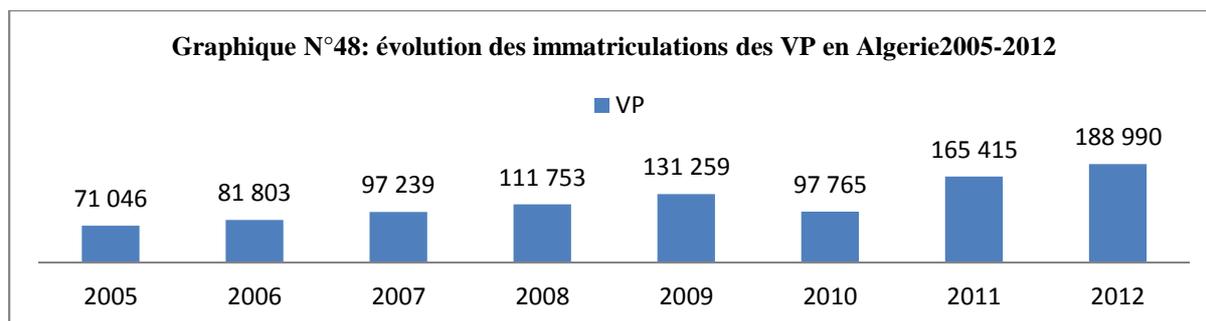
¹¹⁵ ibid

¹¹⁶ Disponible sur www.lautomarché.com

¹¹⁷ Ibid.

Chapitre VI : la nouvelle géographie de l'industrie automobile

Evolution des immatriculations : En termes de voitures particulières, les immatriculations en Algérie en passé de 71 046 en 2005 à plus de 180000 unités en 2012 (voir la figure N°48).



Source de données : OICA

La forte augmentation des ventes de véhicules automobiles en Algérie qui résulte du renouvellement d'un parc ancien, d'augmentations de salaires substantielles dont ont bénéficié beaucoup de travailleurs du secteur public et les différents programmes pour les logements en grande partie financés ou subventionnés par l'Etat, ce qui permet aux algériens d'épargner des sommes nécessaires pour l'acquisition ou l'achat d'un véhicule neuf.

3.2.1.7. Les IDE en Algérie :

D'un montant de 2,57 Mds USD en 2011, les flux entrants d'IDE en Algérie ont progressé de 14% par rapport à l'année précédente.¹¹⁸. Les IDE en direction de l'Algérie ne sont certes pas importants (Ils représentent 0,17% des IDE mondiaux) mais ils sont en constante augmentation depuis 2006 passant de 1,795 milliards de dollars à 2,571 milliards¹¹⁹. En 2011, l'Algérie est le premier pays récepteur d'IDE en Afrique du Nord.

Tableau N° 24: Evolution des flux d'IDE à destination des pays d'Afrique du Nord (MUSD, 2006-2011)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Algérie	1795	1662	2594	2746	2264	2571
Maroc	2449	2805	2487	1952	1574	2519
Tunisie	3308	1616	2759	1688	1513	1143
Libye	2064	3850	3180	3310	1909	n.d
Egypte	10043	11578	9495	6712	6386	-483
Total	19659	21511	20515	16408	13646	5750

Source : CNUCED

3.2.1.8. Présence d'une production de véhicules industriels intégrée:

Le secteur du poids lourd est le seul à posséder un site de production intégré (70%) en Algérie¹²⁰, la SNVI. L'Algérie a dès les années 1970 opté pour l'industrie lourde. Ce site offre une main-d'œuvre spécialisée dans l'industrie automobile et peut présenter un site pour une future implantation des constructeurs qui exigent une certaine maîtrise des processus productifs automobiles. L'Algérie dispose aussi du complexe moteur tracteurs (Constantine) pour la production de tracteurs et l'entreprise « complexe machinerie agricole » (Sidi Belabes).

¹¹⁸ AMBASSADE DE FRANCE EN ALGERIE - SERVICE ÉCONOMIQUE REGIONAL

¹¹⁹ ibid

¹²⁰

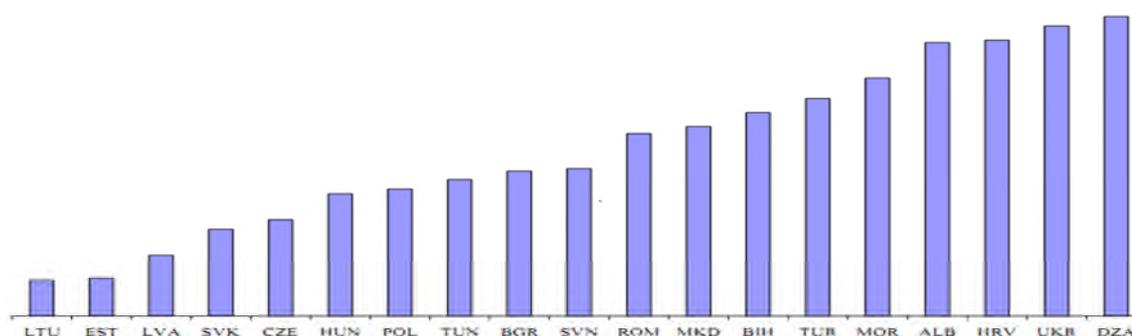
3.2.2. Les contraintes de la localisation Algérie :

3.2.2.1. Le climat des affaires :

Selon l'IPA, l'Algérie a le climat des affaires le moins attrayant pour les PME par rapport aux pays concurrents (graphique N°48). Bien que de conception et de couverture différentes, le classement de l'Algérie en vertu de l'IPA confirme ses classements en vertu de l'ECI et des indicateurs de gouvernance publique.

Selon le dernier rapport Doing Business de la Banque mondiale, l'Algérie est passée de la 150ème à la 152ème position en 2013 dans un classement comprenant 185 pays et elle est classée 153 en 2014¹²¹. Le seul critère en hausse c'est le règlement de l'insolvabilité. L'Algérie gagne même une place dans le "Doing Business 2014". Le rapport souligne que le délai est plus court en Algérie que dans les autres pays d'Afrique et du Moyen-Orient : 2,5 années pour notre pays, 3,2 ailleurs¹²².

Graphique N°49: L'Algérie et ses concurrents: coût global de la pratique des affaires, 2005



Source : FMI, Mars 2006

Tableau N°25 : l'évolution des différents critères de Doing Business 2013-2014 pour l'Algérie

DOMAINES	DB 2014 Classement	DB 2013 Classement	Variation dans le classement
Création d'entreprise	164	159	† -.5
Octroi de permis de construire	147	136	† -.11
Raccordement à l'électricité	148	139	† -.9
Transfert de propriété	176	174	† -.2
Obtention de prêts	130	126	† -.4
Protection des investisseurs	98	95	† -.3
Paiements des impôts	174	173	† -.1
Commerce transfrontalier	133	131	† -.2
Exécution des contrats	129	128	† -.1
Règlement de l'insolvabilité	60	61	‡ 1

Source : Doing business 2014.

¹²¹ Doing Business 2014(rapport), Comprendre les réglementations pour les petites et moyennes entreprises, La Banque Mondiale Washington, DC.pp44.

¹²² ibid

3.2.2.2.L'absence d'une stratégie économique claire:

Pour A Mebtoul¹²³ :

« Les lois de finances, souvent modifiées par une complémentaire sont devenues une référence pour comprendre la politique socio-économique de l'Algérie. ».

Le dernier changement majeur en termes de législation de l'investissement c'est sans doute la loi de finance complémentaire de 2009¹²⁴. Dans cette ordonnance il ya un changement majeur de traitement des investissements étrangers. Ce qui fait craindre que les investisseurs à des changements brusques qui menacent leurs investissements. Le problème de l'investissement étranger en Algérie a été jugé difficile même avant l'ordonnance de 2009¹²⁵ et même la volonté d'attirer des IDE n'est pas claire et qualifiée de répulsive¹²⁶ :

« L'Algérie n'a pas seulement négligé de soigner son attractivité, mais elle a également fait prévaloir une répulsivité franche et loyale ».

On note aussi l'absence de vision à long terme et sans stratégie de développement adossées à des principes politiques clairement affinés¹²⁷.

3.2.2.3.Dépendance aux prix d'hydrocarbures :

Les hydrocarbures représentent 97% des exportations et 55% du budget de l'Etat algérien ce qui fait que l'économie algérienne est dépendante fragile quant à l'évolution de ce produit dont le prix est fixé en bourse¹²⁸.

3.2.2.4.La désintégration du tissu industriel algérien

Le (PAS) a impacté négativement le tissu industriel algérien et l'ouverture de l'économie algérienne a aggravé la situation. Les entreprises industrielles algériennes n'étaient pas prêtes pour affronter la concurrence étrangère. La modernisation de l'industrie algérienne exige des mesures dans deux domaines : la restructuration et la privatisation (totale ou partielle) des entreprises publiques; et la modernisation des industries nationales en vue de rehausser leur compétitivité. Cela n'est pas encore acquis et on assiste à un chemin contraire avec la réduction de la part de l'industrie dans le PIB à moins de 5%.

3.2.2.5.Le problème du foncier industriel :

L'un des plus gros problèmes que rencontrent les investisseurs, locaux et étrangers et celui du prix et de la disponibilité du foncier industriel.

¹²³ Abderrahmane MEBTOUL, Quelles sont les perspectives de la politique industrielle et de la privatisation des entreprises publiques en Algérie ?, 8 nov. 2010.

¹²⁴ Voir la section précédente

¹²⁵ DGE, L'industrie Automobile Française Au Maghreb Caractéristiques Des Marchés Et Stratégies Des Acteurs, Pour une stratégie renforçant les synergies entre chaque acteur, Document de travail, Octobre 2005

¹²⁶ Mokhtar KHELADI, L'Union pour la Méditerranée vue d'Algérie : mythe et limites,

¹²⁷ Kamel Bouadam, Le Climat Des IDE En Algérie : Tendances Et Perspectives, Revue des Sciences Humaines -Université Mohamed Khider Biskra.

¹²⁸ KPMG, investir en Algérie 2013

Chapitre VI : la nouvelle géographie de l'industrie automobile

3.2.2.6. Faible présence de sous-traitants automobile :

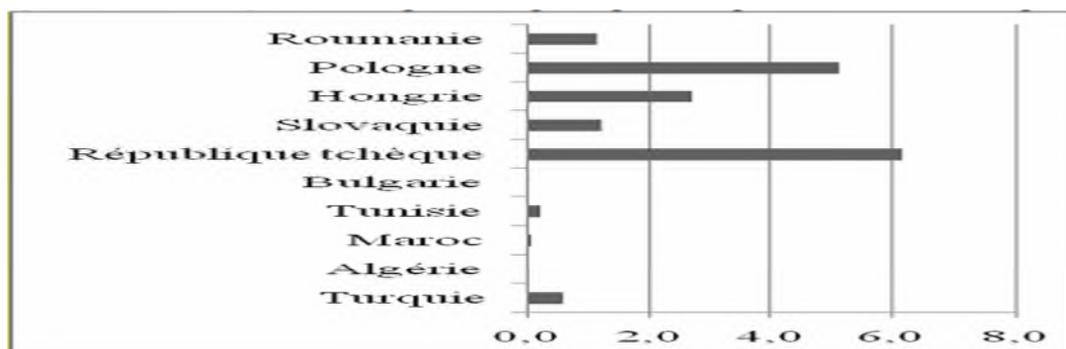
Contrairement à nos voisins marocain et tunisien, l'Algérie souffre d'un manque énorme en termes de sous-traitance automobile (voir la figure N°50), une activité qui représente jusqu'à 80% du prix du véhicule est faiblement présente en Algérie¹²⁹.

L'Algérie ne dispose pas d'un réseau de sous-traitants ce qui compromet le développement d'une industrie automobile sur le territoire Algérie : comme l'affirme Aissat¹³⁰ :

« Dans le contexte actuel. Hormis la SNVI qui connaît actuellement des problèmes d'adaptation aux nouvelles exigences techniques et technologiques ainsi que l'existence d'un tissu embryonnaire en terme de sous-traitance automobile, on ne peut parler d'industrie automobile en Algérie ».

L'insuffisance en matière de sous-traitance est un problème qui concerne l'industrie en général. Le volume du tissu national de la sous-traitance industrielle regroupe quelques 800 entreprises seulement, un chiffre qui est en deçà des normes internationales. Le ratio international est de 30 PME pour 30 000 habitants.¹³¹

Figure N°50 : sous-traitance automobile en Europe et méditerranée



Source : Jean-Bernard LAYAN et 20085Yannick LUNG

Conclusion :

L'Algérie malgré les contraintes qui freinent le développement de l'industrie et l'industrie automobile en particulier, les atouts dont dispose le pays notamment la santé financière du pays, sa position géographique et son marché d'un demi-million de véhicules peuvent être utilisés par les pouvoirs publics algériens pour inciter et même contraindre les constructeurs et équipementiers à s'installer en Algérie.

¹²⁹ L'Usine de Michelin l'un des rares grands équipementiers présent en Algérie vient de fermer, en novembre 2013, faute d'une masse critique de production pour demeurer rentable.

¹³⁰ Aissat Née LEGHIMA Amina, (thèse de doctorat), la géographie de la production automobile dans le monde : y a-t-il une place pour l'Algérie ?, Université Mouloud Mammeri de Tizi Ouzou, 2008, p 243.

¹³¹ M. Laïb Azzouz, président du Conseil national consultatif de la PME (CNC/PME) cité par Le Temps d'Algérie du 22 - 06 - 2012.

3.3.la présence et le développement d'une industrie automobile en Algérie :

Avec la mondialisation croissante de l'économie, les régions doivent disposer d'avantages comparatifs pour pouvoir se développer et réagir rapidement aux mouvements des capitaux et des innovations.

L'industrie automobile a toujours été un secteur important dans l'industrialisation des pays. Le succès japonais dans l'après guerre et plus tard coréens et son importance et son interconnexion avec les autres secteurs fait d'elle non seulement une industrie créatrice de richesses mais un facteur d'intégration dans l'économie mondiale par son caractère à la fois mondial et régional. L'Algérie a à maintes fois essayé de développer une industrie automobile Algérie.

3.3.1. L'histoire et présence de l'industrie automobile en Algérie :

3.3.1.1.L'histoire de l'industrie automobile en Algérie :

En 1922, se créait la société algérienne des automobiles Renault(SADFAR). En 1959, la CARAI (société des automobiles Renault en Algérie), donnait naissance à une seule usine d'assemblage d'où devaient sortir, à partir de 1961, la Dauphine, puis la Renault 4 et la Renault 8. Peugeot était représentée en Algérie par des établissements Vincent. Au début de l'année 1970, la nationalisation et l'instauration du monopole de l'Etat sur le commerce extérieur ont mis fin à ses activités, en laissant à la SONACOME (société nationale de construction mécanique) la production et la commercialisation des véhicules industriels¹³².

3.3.1.2.La présence de l'industrie automobile en Algérie

3.3.1.2.1. Le complexe moteur tracteur (Constantine) :

L'entreprise CMT est une EPE/SPA faisant partie du portefeuille de la SGP/équipage. Elle a été créée en 1997 suite à une restructuration de l'ENPMA elle-même issue de la restructuration de la SONACOME en 1982.

Le complexe a été réalisé en 1972 par le constructeur allemand DIAG selon la forme contractuelle « produit en main », pour la fabrication de tracteurs agricoles et moteurs diesels pour différents usages.

3.3.1.2.2. L'entreprise « complexe machinerie agricole(CMA) :

Localisée à Sidi Belabes, SPA, a pour objectif la fabrication de matériels agricoles et de pièces de rechange y afférentes. Ses principaux produits sont : les matériels de la récolte (moissonneuses-batteuses, ramasseuses presses, faucheuses, les matériels de transports (remorques et citernes), les matériels de semi, les autres matériels, tels que bennes-tisseuses, vide fosses et batteries avicoles.

¹³² Ibid.

Chapitre VI : la nouvelle géographie de l'industrie automobile

3.3.1.2.3. Michelin Algérie :

Michelin s'est implanté en 1963 et elle a progressé de façon importante jusqu'en 1993. Michelin avait une part prépondérante du marché de pneumatique, du fait de l'implantation industrielle d'une usine qui fabriquait des pneus pour poids lourds et pour les voitures particulières à Bachdjarrah(Alger), de fait des événements de la décennie noire et de la difficulté d'obtenir des matures premières, Michelin a décidé d'arrêter ces activités. Neuf ans plus tard, Michelin a lancé un projet de modernisation de l'usine (remplacer les équipements, arrêt de la fabrication des pneus pour voitures pour spécialiser l'usine sur la fabrication des pneus pour camions). Plus de 40 Millions d'euros ont été investis dans cette usine qui emploie 865 personnes et exporte 40% de sa production. Toutefois, depuis le mois de septembre 2013, l'usine de Michelin vient de cesser sa production et l'unité été reprise par le groupe Cevital pour l'utiliser pour d'autres productions.

3.3.1.2.4. La SNVI :

La SNVI est née de la restructuration de la SONACOME suite au décret n°81-342 du 12 décembre 1981. Etant une EPE, la SNVI est placée sous le contrôle de Holding public mécanique, un sous produit de la restructuration industrielle amorcée par le gouvernement des 1994 et orientée par le conseil national des participations de l'Etat (CNPE) lequel est présidé par le chef du gouvernement¹³³.

La SNVI est chargée dans le cadre du plan du développement économique de la recherche, du développement, de la production, de l'exportation, de la distribution et de la maintenance des véhicules industriels¹³⁴.

3.3.1.2.5. Le rôle de l'Etat dans le développement d'une industrie nationale :

L'Etat continue à exercer la puissance et l'influence sur les décisions prises par les firmes automobiles (constructeurs et équipementiers). En effet, dans toute l'histoire de l'industrie d'automobile l'Etat a joué un rôle principal, notamment à deux niveaux principaux¹³⁵:

- En déterminant le degré d'accès à son marché intérieur que l'état permet, y compris les limites sous lesquelles des entreprises étrangères sont autorisées pour établir leurs usines.
- en déterminants les incitations à fournir aux sociétés produisant et voulant s'installer dans le pays et la détermination de la distinction entre firmes présentes avec des unités de production et les firmes qui exportent seulement leurs produits à travers les barrières tarifaires et non tarifaires.

¹³³ Aissat Née LEGHIMA Amina, (thèse de doctorat), la géographie de la production automobile dans le monde : y a-t-il une place pour l'Algérie, Université Mouloud Mammeri de Tizi Ouzou, 2008.

¹³⁴ Ibid.

¹³⁵ Peter Dicken, GLOBAL PRODUCTION NETWORKS IN EUROPE AND EAST ASIA: THE AUTOMOBILE COMPONENTS INDUSTRIES, GPN Working Paper 7 ,May 2003

3.3.2. La politique nationale en matière de développement de l'industrie automobile :

3.3.2.1. La place industrie automobile dans la stratégie industrielle :

Dans le cadre de la stratégie industrielle initiée par le gouvernement, un intérêt particulier est accordé à la promotion de l'industrie automobile. Une filière qui n'a pas réussi à se frayer une place dans l'industrie nationale. Lors des assises nationales sur l'industrie deux recommandations ont été proposées¹³⁶ :

- La première consiste à proposer au constructeur le site de la SNVI Rouïba, (celui de la carrosserie dont l'activité sera externalisée), présentant les avantages suivants :
 - La proximité d'un grand Port (Alger) ;
 - La disponibilité de sources d'énergies (Gaz, électricité, eau) ;
 - Les voies d'accès et de communication (Route, voies ferrées) ;
 - La disponibilité d'une main d'œuvre qualifiée (Zone industrielle de Rouïba) ;
 - La proximité de grands pôles universitaires (Alger, Boumerdes et Blida) ;
- La deuxième recommandation : En ce qui concerne les décisions nouvelles il pourrait être envisagé en matière de mesures incitatives :
 - De favoriser au plan tarifaire, fiscal et autres (modulation des taux bancaires liés au financement des dites activités, les activités industrielles d'assemblage et de montage au détriment de celles commerciales).
 - D'envisager la mise en place d'un différentiel entre le CKD et le véhicule importé en l'état

Le ministère l'Industrie et de la Promotion des investissements en 2009 proposait de créer «treize champions nationaux » implantés dans des secteurs, dans l'industrie automobile, la Société nationale des véhicules industriels (SNVI) jouerait ce rôle de fer de lance.

Les pouvoirs publics en Algérie, ont plusieurs fois affiché une volonté de développer une industrie automobile et ont mis en place les mesures incitatives suivantes¹³⁷ :

- La protection des investissements : assure l'intangibilité des avantages acquis par la garantie de transfert des revenus et des capitaux et enfin, le cas échéant les litiges sont soumis à l'arbitrage international.
- La possibilité de conventionnement avec l'Etat : le code des investissements prévoit également un régime de conventions qui permet de convenir des conditions spécifiques négociés entre un constructeur automobile et les pouvoir publics algériens visant un investissement pour une industrie de montage. Les conventions entre l'Etat et le constructeur automobile porte sur le plan tarifaire, une protection douanière etc...
- Le code de commerce : soumet toutes les entreprises publiques ou privés, aux règles du droit commun.

¹³⁶ Assises Nationales de l'Industrie, Recommandations des Commissions Transversales et Ateliers Sectoriels, Alger du 26 au 28 février 2007 .

¹³⁷ Aissat Née LEGHIMA Amina, (thèse de doctorat), la géographie de la production automobile dans le monde : y a t-il une place pour l'Algérie, Université de Tizi Ouzou, 2008.

Chapitre VI : la nouvelle géographie de l'industrie automobile

3.3.2.2. Les dispositions en matière d'investissement à partir de la LFC 2009 :

Dans le cadre de cette loi de finance complémentaire l'investisseur étranger (constructeur ou équipementier) doit être minoritaire (49% du capital) de l'investissement dans l'industrie automobile.

3.3.2.3. À partir de 2014 :

La loi de finances 2014¹³⁸ exige de chaque concessionnaire de développer une activité de production dans le domaine de l'industrie automobile dans un délai de trois ans sinon son entreprise se verra retirer l'autorisation d'importation de véhicule. La loi stipule que :

« Les concessionnaires automobiles sont tenus, à compter de la date de publication de la présente loi au Journal officiel, d'installer une activité industrielle et/ou semi-industrielle ou toute autre activité ayant un lien direct avec le secteur de l'industrie automobile, dans un délai maximum de trois (3) ans. Le défaut d'entrée en production à l'expiration de ce délai entraîne le retrait de l'agrément. »

3.3.3. Les projets de développement de l'industrie automobile en Algérie

Les velléités de formation d'un marché régional maghrébin dans le cadre de l'UMA font que le Maghreb ne peut pas développer une industrie automobile dans une division régionale de travail à l'instar du Mercosur ou de l'ASEAN¹³⁹. La taille du marché algérien (un marché moyen) et la faiblesse de son industrie écarte l'option d'une industrie automobile nationale autonome, font que l'Algérie doit faire valoir ses atouts pour une insertion dans les réseaux automobiles mondiaux.

3.3.3.1. Le projet de Renault en Algérie

3.3.3.1.1. Le projet en quelques chiffres :

En 2012, l'Algérie représente le 7e marché du groupe Renault avec 113 664 véhicules vendus et une part de marché de 26 % (marques Renault et Dacia). Côté Renault les modèles phares sont Clio et Master et Dacia avec Logan et Duster.

Pour ce qui de l'industrie automobile, Renault a signé en mai 2012 un contrat avec les autorités algériennes pour la construction d'une usine de montage dans la région d'Oran, d'une capacité qui atteindrait à terme 75 000 véhicules par an. Cette usine pourrait démarrer sa production en novembre 2014, dans un premier temps à partir de collections de pièces approvisionnées de Roumanie, avec des objectifs d'augmentation progressive de l'intégration locale¹⁴⁰.

¹³⁸ Loi n° 13-08 du 27 Safar 1435 correspondant au 30 décembre 2013 portant loi de finances pour 2014.s

¹³⁹ Jean-Bernard Layan and Mihoub Mezouaghi , Maghrebi Integration and the Automobile Industry: Past Failures and New Perspectives, in Jorge Carrillo(edits), Cars, Carriers of Regionalism, GERPISA 2004.

GERPISA

¹⁴⁰ www.renault.fr

Chapitre VI : la nouvelle géographie de l'industrie automobile

Ce projet est conforme aux nouvelles règles en matière d'investissement étranger en Algérie¹⁴¹. L'investissement initial est de 50 millions d'euros avec les partenaires algériens dans le cadre de leur coentreprise à 49% (Renault) et 51%(SNVI)¹⁴². Le constructeur automobile français compte ensuite accroître sa cadence pour atteindre 75.000 unités par an, en passant alors à une production complète sur place, avec un atelier de tôlerie et de peinture.

La future usine de Renault en Algérie va générer dans un premier temps 350 emplois directs¹⁴³. Cette usine située près d'Oran (Oued Tilet), prévue pour un démarrage au deuxième semestre 2014, sera une simple unité d'assemblage de kits importés (CKD¹⁴⁴) de Roumanie tandis que les moteurs viendront de France. Le premier modèle sera la nouvelle Symbol, une Dacia Logan II légèrement restylée à l'avant. Les cadences seront de 25.000 unités par an au début¹⁴⁵.

3.3.3.1.2. Une garantie d'exclusivité :

Des garanties d'exclusivité de trois ans obtenue par Renault, aux termes de laquelle aucun autre constructeur automobile ne pourra s'implanter en Algérie pendant ce temps. Renault sera ainsi bien placé sur le marché algérien. A la fin novembre, Renault avait une part de marché de 17,3% et sa marque Dacia de 9,8% sur un marché total de 409.300 véhicules¹⁴⁶.

3.3.3.2. Le chinois FAW va construire une usine d'assemblage en Algérie :

Le constructeur chinois FAW va implanter une usine d'assemblage près d'Alger, en Algérie, en partenariat avec le groupe d'investissements Arcofina. Les deux partenaires ont signé un accord portant sur la construction d'une usine de véhicules utilitaires légers. Ce site devrait avoir une capacité de 10 000 unités par an initialement. Selon les termes de l'accord, l'usine sera détenue à 51% par Arcofina¹⁴⁷ et à 49% par FAW. L'accord de partenariat signé le groupe privé, le 9 novembre 2013, avec le chinois FAW porte sur la réalisation d'une usine qui produirait 10.000 véhicules/an dans une première phase et créerait 1 000 emplois¹⁴⁸. La production pourrait démarrer en 2015. FAW prévoit un investissement initial de 5 milliards de DA¹⁴⁹. FAW est l'un des trois plus gros constructeurs chinois (avec SAIC et Dongfeng) et le deuxième constructeur étranger à implanter une usine en Algérie, après le constructeur français Renault¹⁵⁰. En 2012, le marché algérien a représenté 437 000 véhicules neufs immatriculés dont 150 000 véhicules chinois, soit le tiers du marché¹⁵¹.

¹⁴¹ La loi de finance complémentaire de 2009

¹⁴² La tribune disponible sur :

<http://www.latribune.fr/entreprisesfinance/industrie/automobile/20121221trib000738885/l-usinerenault-en-algerie-un-petit-projet-a-50-millions-d-euros-au-depart.html>

¹⁴³ Cité par la tribune.fr

¹⁴⁴ CKD

¹⁴⁵ La tribune.fr

¹⁴⁶ La tribune.fr

¹⁴⁷ Une entreprise privée algérienne.

¹⁴⁸ Maghreb émergent du 16 novembre 2013

¹⁴⁹ ibid

¹⁵⁰ inovev

¹⁵¹ Ibid.

3.3.3.3.L'intérêt des ces deux projets :

3.3.3.3.1. Des projets insuffisants pour l'insertion dans l'industrie automobile mondiale ?

Pour ce qui est du projet de Renault, il peut constituer la pierre angulaire de développement d'une industrie automobile en Algérie en cas ou il entraîne la localisation d'autres constructeurs et/ ou équipementiers, tout comme, à cause de la nature du contrat et sa formule destinée à la satisfaction des pouvoirs publics algériens, les perspectives d'insertion ne sont pas claires dans ce projet et la production est destinée pour le marché local seulement, ce qui ne va pas permettre à ce produit d'affronter la concurrence internationale d'où l'amélioration de la qualité, comme l'affirme M. Mezouaghi¹⁵² :

« Il est difficile de concevoir le projet de montage de véhicules de Renault en Algérie comme une opération de coproduction. Les surcoûts de production probables, le déficit de qualification, le faible niveau de compétitivité et le faible niveau d'intégration ne permettront pas à court et moyen terme de dégager des marges de compétitivité, et seront compensés par une exclusivité du marché intérieur. »

Pour le projet de FAW, la clause que Renault a obtenu, en lui donnant l'exclusivité de localisation de trois ans va retarder sa concrétisation même si le site choisi (Rouiba près d'Alger) présentent des atouts en termes de main-d'œuvre expérimentés dans l'industrie automobile.

3.3.3.3.2. L'écueil de l'absence de l'industrie équipementière :

Le développement d'une industrie automobile en Algérie sera conditionné par sa capacité à développer et à attirer les équipementiers et autres fournisseurs. Comme l'affirme Omar Rebrab¹⁵³ :

« L'investissement dans le secteur de l'automobile en Algérie, doit se faire d'abord au niveau de la sous-traitance c'est-à-dire des équipements et autre fourniture pour la production automobile car comme il le dit une voiture c'est des milliers il faut impérativement commencer par la sous-traitance. »

L'importance de cette industrie équipementière¹⁵⁴ :

« This question is particularly important for developing countries. For many of these countries, one of the key reasons for promoting the auto industry was to encourage the development of domestic components industries. These would not only create jobs and reduce the effect on the balance of payments of imports of vehicle parts, but also stimulate domestic technological capability more generally through spillover effects.»

¹⁵² Mihoub Mezouaghi, Le Maghreb face aux nouveaux enjeux mondiaux Contribution au débat sur la colocalisation au Maghreb, note d'IFRI, Novembre 2013.

¹⁵³ Omar Rebrab, cité dans le le journal électronique DKnews du mercredi 23 janvier 2013

¹⁵⁴ John Humphrey and Olga Memedovic, *The Global Automotive Industry Value Chain: What Prospects for Upgrading by Developing Countries?*, sector AI studies series, United Nations Industrial Development Organization, Vienna, 2003

Conclusion section 3:

L'annonce de la concrétisation du projet de Renault en Algérie d'ici la fin 2014, représente à la fois une opportunité et une menace pour le développement de l'industrie automobile en Algérie.

Une opportunité si ce projet sera suivi d'un taux d'intégration qui va crescendo jusqu'à ce que l'Algérie puisse faire partie dans le réseau mondial de l'industrie automobile avec des véhicules exportés et des équipements importés mais aussi exportés et la formation et le développement de capacités et même en devenant un pays spécialisé dans des segments d'équipement et même dans un segment de véhicule.

Cette implantation peut aussi représenter une menace pour le développement de cette industrie en Algérie à travers l'utilisation de ce site avec sa faible production (75 000 maximum) et son faible degré d'intégration locale (moins de 25%) comme une présence sans développement qui ne va ni développer les capacités industrielles algériennes et même empêcher, dans sa forme actuelle¹⁵⁵, toute autre initiative de développer cette activité. L'action des pouvoirs publics algériens, sera dans ce cas, déterminante quant au développement de cette industrie en Algérie.

¹⁵⁵ Si la clause de 3 ans d'exclusivité offerte à Renault se confirme

Conclusion chapitre VI :

Les pays en développement auxquels sont destinés des modèles obsolète et dépassés pour la production et des modèles moins chers pour leur revenu inférieur sont actuellement des axes importants dans les stratégies des constructeurs. Les différentes crises qu'ont connu ces pays dans les années 80 et 90 et au début du vingtième siècle, ont été des facteurs d'hésitation quant à la stabilité et la croissance de ces pays.

Depuis les années 2000, les pays en développement à leur tête les BRICs, ont réalisé des croissances spectaculaires. Ces pays sont alors devenus de grands marchés pour l'industrie automobile. Des marchés qui sont devenus des lieux de production avec des parts de marchés qui dépassent celles des pays développés en 2010. Des marchés mais également des lieux de production qui développent des capacités de production grâce aux constructeurs mondiaux qui jugent la présence sur ces marchés primordial et comme une issue de survie pour eux mais dans des pays comme l'Inde et la Chine des constructeurs locaux commencent à émerger et même à réaliser des opérations d'acquisition de grandes marques occidentales. Les différentes études prospectives accordent à ces marchés des jours meilleurs présentant une croissance toujours plus importante que celle enregistrée dans les pays développés.

Dans les pays émergents, la production s'est accrue de près de 29 millions de véhicules, en s'appuyant sur les cinq zones suivantes : la Chine (+ 17,2 millions), qui a représenté 23 % de la production mondiale en 2012, contre moins de 4 % en 2000 ; l'Europe centrale et orientale et la Turquie (+ 3,9 millions et une part de 8 % contre 5 %), l'Indonésie, l'Iran, la Malaisie et la Thaïlande (+ 3,8 millions et une part de 6 % contre 2 %), l'Amérique du Sud (+ 2,2 millions et une part de 6 % contre 4 %) et l'Inde (+ 3,3 millions et une part de 5 % contre 1 %). Au total, ces zones ou pays émergents ont vu leur part dans la production mondiale de véhicules passer de 16 à 47 % sur la période¹⁵⁶.

Cette tendance n'est pas conjoncturelle puisque ces pays constituent des réservoirs de croissance économique, d'une classe moyenne toujours grandissante et la place que l'automobile occupe dans l'imaginaire des habitants de ces pays ainsi que son rôle d'« ascenseur » social pour les nouveaux acquéreurs, et cela contrairement aux pays développés ou une contestation de la « civilisation automobile » notamment pour sa pollution et les accidents et la concurrence avec les autres modes de transport comme le ferroviaire.

¹⁵⁶ Source de données CCFA et OICA

Chapitre VI : la nouvelle géographie de l'industrie automobile

Cette tendance est confirmée par les prévisions futures en termes de demande et même de production qui annoncent des taux importants dans les pays émergents et en développements, contre des perspectives de croissances réduites pour les pays développés.

L'Algérie avec sa croissance économique depuis le début de ce 21^{ème} siècle et son marché qui est le deuxième en l'Afrique aspire à avoir une production automobile sur son territoire. Suite aux différentes tentatives et de nombreuses promesses non tenus, Renault est venu, contre toute attente, lorsque les conditions d'investissements ont été alourdies et le partenaire étranger est désormais minoritaire dans l'importe quel investissement réalisé et cela depuis la loi de finance complémentaire de 2009.

La pression des pouvoirs publics algériens a enfin réussi à convaincre un constructeur malgré la limite du taux d'intégration au niveau de l'usine d'Oran, mais le plus important c'est le début réel de cette industrie de cette industrie qui va être suivi d'autres constructeurs et équipementiers si d'autres lois plus exigeantes venaient à être mises en vigueur par les autorités algérienne. Le projet de loi de finance 2014, va obliger les concessionnaires à avoir une activité de production d'ici 3 ans faute de quoi l'agrément sera retiré.

Conclusion générale :

Au cours de notre travail nous avons essayé de mettre en lumière les changements qu'a connus l'économie mondiale. D'abord l'économie s'est mondialisée et s'est intégrée d'une manière accrue notamment depuis le début des années 90, où une conjoncture favorable avec des vagues de libéralisations et d'ouvertures initiées suite à la chute du mur de Berlin et avec lui l'idéologie communiste.

Le phénomène de la mondialisation est un processus par lequel les barrières entre les nations sont réduites. Les Nations sont ainsi devenues de plus en plus interdépendantes. L'interdépendance accrue est visible dans l'augmentation du volume des échanges internationaux de biens et de services, du capital, des personnes et des informations.

La mondialisation est en train de changer les relations économiques entre les pays développés et les pays en développement connaissent une interdépendance croissante.

Cette mondialisation a eu une incidence considérable sur les économies du monde. Tout les pays sont touchés. Toutes les stratégies des Etats, des firmes et des instances internationales ne peuvent ignorer ou s'en passer des effets de ce phénomène.

Notre travail s'est intéressé aux changements notamment au niveau des firmes et aux niveaux des économies, développées et surtout les pays en développement. Des changements qui ont été induits par l'accélération de la mondialisation et l'insertion des pays en développement dans l'économie mondiale.

Les stratégies des firmes transnationales ont connu beaucoup de changements depuis le début des années 70, elles ont passé de stratégies d'internalisation à des stratégies d'externalisation. Cette vague d'externalisations sur la chaîne de valeur du produit qui est fragmentée. Des éléments de cette chaîne sont alors sous-traités à d'autres entreprises. Cette externalisation peut également prendre la forme d'une délocalisation dans le cas où tous les éléments de la chaîne de valeur du produit sont produits à l'étranger.

Les firmes qui ont entamées des restructurations pour bénéficier et profiter de ces nouveaux lieux de production et de consommation. Le changement dans la stratégie des firmes et leur recherche de nouveaux lieux de production a déclenché une sorte de compétition pour attirer les investisseurs. Des incitations ont été accordées aux investisseurs pour bénéficier des IDE de ces entreprises. Toutefois pour inciter les entreprises à venir

investir, le pays d'accueil doit être attractif, il doit avoir croissance économique, le coût de main-d'œuvre faible et une taille de marché. Mais aussi l'action des Etats qui ont pour tâche primordiale d'aider à constituer un réservoir interne et externe de compétences, en promouvant l'organisation de marchés et de réseaux.

La compression de l'espace-temps, une caractéristique de cette mondialisation, a fait la reconfiguration des économies et la carte des puissances économiques est en train de changer à un rythme accéléré. En effet, entre 1990 et 2010, les profits des deux cent vingt plus grands groupes européens réalisés dans les pays émergents sont passés de 15 % à 24%. Les pays émergents représentent, en 2009, 52 % de la production industrielle mondiale, contre 35 % en 2000

Pour la première fois(2010), les pays en développement et les pays en transition ont ensemble absorbé plus de la moitié des flux mondiaux d'IDE. Les sorties d'IDE de ces pays ont également atteint des niveaux records, la majeure partie de ces investissements allant à d'autres pays du Sud¹. En revanche, les flux d'IED vers les pays développés ont continué de diminuer. Cette tendance s'est confirmée en 2011 ou les pays en développement, les entrées d'IDE, en progression de 11 %, ont atteint le montant record de 684 milliards de dollars

Les pays en développement ne sont pas du même stade de développement. Certains pays, forts de leurs grandes populations, de leurs richesses, d'une croissance économique spectaculaire et ayant réussi des réformes économiques offrant des perspectives de croissance toujours importantes, ils sont qualifiés désormais de puissances émergentes après avoir été qualifié de pays de tiers monde et ensuite de marchés émergents.

Ces pays émergents représentent de nouvelles localisations pour les activités notamment industrielles. Ces pays jouent de plus en plus une place centrale dans l'économie mondiale. Ces pays représentent désormais la nouvelle destination des investissements, de la croissance et du développement économique. C'est la nouvelle géographie de la puissance économique.

Cette croissance rapide des économies émergentes s'est faite au détriment des grandes puissances historiques de la triade à savoir les Etats-Unis, Europe, Japon. Une métamorphose

¹ CNUCED, Rapport sur l'investissement dans le monde, 2011.

de l'économie mondiale qui renvoie à l'émergence d'une « monde multipolaire »² qui peut être considérée comme une nouvelle étape de la mondialisation.

L'industrie automobile nous a été d'une grande illustration de cette reconfiguration de l'économie mondiale et la montée des pays émergents. Une industrie qui, si on la considère comme une économie, elle serait l'une des 10 plus importantes économies, 55 millions d'emplois directs et indirects, des relations avec les autres industries.

À l'image des changements qui affectent l'économie mondiale l'industrie automobile dans la triade n'est plus ce qu'elle était aux 20 siècles. Le lien entre cette industrie et les pays de la triade n'est plus ce qu'il était.

L'industrie automobile était certes née en Europe, devenu industrie de masse aux Etats-Unis et faisait partie du décollage économique Japonais, mais depuis la fin des années 90, les pays de la triade ne présentent plus de perspectives importantes de développement de leur marchés avec une demande essentiellement de renouvellement dans des marchés fortement concurrentiels. Les constructeurs qui dominent cette industrie, sont pour la plupart issus des pays de la triade, ont connu des restructurations importantes pour faire face aux nombreux problèmes auxquels ils font face, parmi ces problèmes les limites des marchés de ces pays et les mutations dans l'économie mondiale avec l'émergence des équipementiers qui sont devenus des acteurs importants dans l'industrie.

L'industrie automobile a connu des changements importants dans les pays de la triade. Les pays de la triade, qui ont des traditions dans la production automobile avec des constructeurs de l'oligopole mondial issus de ces pays, la dernière décennie a connu une baisse de la demande de ces pays qui sont pour la plupart saturés et la demande vient essentiellement du renouvellement du parc. L'autre grand facteur de la baisse c'est la crise économique de 2007-2009 qui a accéléré la tendance baissière de la demande de ces pays. La production automobile de ces pays montre clairement la baisse en importance des marchés et même la part de la production nationale des constructeurs a fortement baissé dans les principaux pays producteurs.

De 2000 à 2012, dans ces pays développés, la production a chuté de près de 5 millions de véhicules atteignant ainsi un niveau de 43 millions d'unités soit une baisse de 10 %. Ils n'ont représenté que 51 % de la production mondiale, soit 30 points de moins qu'en 2000. Au

² Accenture, Se préparer aux mutations d'un monde multipolaire, mars 2008.

sein de ces zones, la production en Amérique du Nord a diminué de 2 millions de véhicules (-11 %) et celle en Europe occidentale de plus de 4 millions (- 25 %). La production du Japon a baissé d'environ 200 000 unités en 2012 (soit -2 % par rapport à 2000). Seule, celle en Corée du Sud, progressait de 1,4 million d'unités + 46 %)³.

Pour ce qui est de la demande, entre 2000 et 2011, avec 18 millions d'unités, la part de l'Europe est désormais de 26 % contre 40 % dix ans auparavant. La production du Japon (7 millions d'unités) ne représente plus que 12 % de la production mondiale en 2011 contre 20 % en 2000. La production de l'Amérique du Nord (Etats-Unis, Canada), quant à elle, été pratiquement divisée par deux au cours de la même période (4 millions soit 7 % en 2011 contre 20 % en 2000). Au total, en dépit d'une part légèrement croissante de la Corée du Sud (4 millions d'unités soit 7 % en 2010 contre 6 % en 2000), la part des régions les plus développées dans la production est passée, en seulement dix années, de 86 % à 53 % pour un total de véhicules particuliers de l'ordre de 33 millions d'unités.

Cette baisse importante des pays de la triade en termes de production et de demande a amené les constructeurs à opter pour des stratégies mondialisées avec des parts de production dans les pays en développement en constante augmentation. Pour les grands constructeurs qui dominent l'industrie automobile depuis des décennies, les changements d'ores et déjà perceptibles dans la géographie des productions et des marchés commencent à se prolonger même dans le domaine de la conception.

À côté de cette baisse tendancielle, qui est en défaveur des pays développés, d'autres facteurs ont poussé les constructeurs et des équipementiers à changer leur stratégies de localisation, comme la modification de la répartition géographique de la demande automobile et la volonté des pays émergents et autres pays en développements, par des obstacles imposés aux échanges automobiles notamment par les pays émergents, et une volonté de constituer des industries automobiles nationales ou du moins s'insérer dans réseaux mondiaux de l'industrie automobile mondiale, cela d'une part. D'autre part, les constructeurs, et autres acteurs de cette industries, par une volonté de réduction des coûts et de donner des gages aux autorités locales désireuses de constituer des filières automobiles plus complètes et surtout, stratégie de mondialisation oblige, produire là où ils vendent. Ce qui a nécessité une réorientation de la production vers les pays émergents à cause des perspectives moroses dans des pays développés. Cette orientation de la production s'est accompagnée d'une croissance du marché

³ Données de CCFA

automobile dans les pays émergents ou la principale source de croissance provient des voitures accessibles et produites localement⁴.

D'autres facteurs plaident en faveur des pays émergents, En effet, les marchés automobiles émergents veulent s'appuyer sur la croissance de la demande interne de motorisation pour attirer des investissements de la part des firmes automobiles internationales, afin de bénéficier des effets de l'industrialisation associés à ce genre d'activité productive, et pour échapper au déséquilibres de la balance commerciale que causerait un flux consistant d'importations. Ces pays disposent d'autres atouts. D'abord le taux d'équipement automobile parmi les plus faible au monde, des pays qui ont besoin de « tout automobile », la symbolique de l'automobile comme un marqueur social, signe distinction et de « richesse» toujours fort. Une classe moyenne en pleine transformation et qui s'agrandit chaque jour en tirant profit des taux de croissance économique enregistré notamment dans ces pays notamment les BRICs. Sans oublier les libéralisations et les différents avantages offerts pour la production des véhicules et des composants automobiles par les pays en développements.

La première reconfiguration géographique de l'industrie a eu lieu au sein des pays de la triade. En effet, leur part qui est presque la moitié de la production mondiale a connu une modification puisque une part de plus en plus importance de ces régions est produite des dans les pays intégrés à ces zones. En Europe, les pays de l'Europe de l'Est et de la Turquie sont une plate-forme de production importante, ils représentent désormais un quart (26%) de la production des pays européens en 2012 alors qu'il n'était que de 10 % en 2000 et 46% pour les équipements automobiles. En Amérique du Nord le Mexique s'est vu attribué le rôle de base de production pour les constructeurs américains, la part du Mexique dans la production de l'Alena est passée de 6% en 1990 à 17% en 2011 et surpassant le Canada en devenant le deuxième grand producteur derrière les Etats-Unis.

Les pays en développement auxquels sont destinés des modèles obsolète et dépassé pour la production et des modèles moins chers pour leurs revenus, qui étaient inférieurs, sont actuellement des axes importants dans les stratégies des constructeurs.

Depuis le début des années 2000, les pays en développement à leur tête les BRICs, sont devenus de grands marchés pour l'industrie automobile. Des marchés qui sont devenus

⁴ Carlos Ghosn (preface), in Bernard JULLIEN, Yannick LUNG et Christophe MIDLER, L'épopée Logan, Dunod, Paris 2012.

des lieux de production avec des parts de marchés qui dépassent celles des pays développés en 2010. Des marchés mais également des lieux de production qui développent des capacités de production grâce aux constructeurs mondiaux qui jugent la présence sur ces marchés primordiale et comme une issue de survie pour eux même.

Dans des pays comme l'Inde et la Chine des constructeurs locaux, commencent à émerger et même à réaliser des opérations d'acquisition de grandes marques de la triade. Des études prospectives accordent à ces marchés des jours meilleurs présentant une croissance toujours plus importante que celle enregistrée dans les pays développés.

Pour la demande automobile, avec un peu plus de 29 millions de voitures particulières, la part des pays les plus développés (Europe, Amérique du Nord, Japon et Corée), ne représente plus aujourd'hui que la moitié de la demande mondiale. L'autre moitié est désormais à chercher du côté des économies émergentes et notamment en Asie : la Chine compte ainsi, à elle seule, pour 25 % de la demande mondiale avec 15 millions de voitures particulières immatriculées en 2011. Quant au Brésil, avec près de 3 millions d'unités soit 5 % de la demande mondiale, il se situe désormais pratiquement au même niveau que l'Allemagne, premier marché européen.

Entre 2000 et 2010, la proportion des voitures produites dans les pays de BRIC est passé de moins d'une voiture sur 10 a augmenté à une voiture sur trois. La production des BRIC : de 2000 à 2010, la part de l'Inde a plus que doublé et celle de la Chine est passée de 2% à 24%, la part du Brésil a gardé sa part du marché (4%). C'est représentant de la croissance potentielle inhérente que le Brésil, l'Inde et la Chine offrent dans la production de voiture de tourisme. Seule la Russie a vu sa part du marché diminuer de 3 à 2%⁵.

De 2000 à 2012, dans les pays émergents, la production s'est accrue de près de 29 millions de véhicules, en s'appuyant avec : la Chine (+ 17,2 millions), qui a représenté 23 % de la production mondiale en 2012, contre moins de 4 % en 2000 ; l'Europe centrale et orientale et la Turquie (+ 3,9 millions et une part de 8 % contre 5 %), l'Indonésie, l'Iran, la Malaisie et la Thaïlande (+ 3,8 millions et une part de 6 % contre 2 %), l'Amérique du Sud (+ 2,2 millions et une part de 6 % contre 4 %) et l'Inde (+ 3,3 millions et une part de 5 % contre 1 %). Au total, ces pays émergents ont vu leur part dans la production mondiale de véhicules passer de 16 à 47 % sur la période.

⁵ Données de CCFA

Selon les prévisions, de l'IHS, la croissance moyenne de la production mondiale de véhicules jusqu'à 2020 sera de 3,6%. Avec une croissance moyenne de 5,7% dans les pays en de développement et de 1,2μ% seulement dans les pays développés ce qui va nous donnée une production mondiale réalisé à 58% en 2020 dans les pays en développement contre 42% seulement dans les pays développés.

De plus, le nombre de véhicules en circulation dans le monde augmentera significativement : il est passé de 672 millions (2008) à 1,1 milliard (2013) et devrait atteindre 1,5 milliard en 2018. Soit 370 millions de véhicules neufs ont été vendus de 2008 à 2013. Vers 2018, le nombre total de véhicules neufs supplémentaires serait de 715 millions.

Même en termes de bénéfices, en 2012, l'industrie automobile a connu des bénéfices de 54 milliards d'Euros contre 41 milliards d'euros en 2007(avant la crise). Les pays développés ne représentent que 23 milliards d'euros soit 40% du total des profits contre 29 milliards d'euros en 2007 soit 70% des 41 milliards. Les pays émergents et autres pays en développement représentent désormais 60% des bénéfices de l'industrie automobile soit 31 milliards d'euros alors que ces pays ne représentaient que 30% en 2007.

Cette industrie a été marquée par de profondes transformations dans sa géographie et dans l'organisation de sa production par les constructeurs et les équipementiers. Ainsi, un fait marquant, la suprématie américaine est détrônée par la Chine qui désormais est le premier producteur et premier marché automobile au monde avec une production et une demande de plus de 18 millions de véhicule par an soit 24 % de la production mondiale alors qu'en 2000 elle ne représentait que 1,5 % de la production mondiale.

Une nouvelle géographie de cette industrie avec une montée et une affirmation de nouveaux pays pour la demande du produit automobile et pour sa fabrication. Cette montée et confirmation des pays émergents se réalise avec une vitesse inédite dans l'histoire de l'industrie automobile⁶.

Les pays émergents ne cessent de prendre des parts de marchés de plus en plus importantes. Ces pays, notamment les BRIC, avec leur croissance actuelles et les perspectives futures, sont et seront fort probablement les moteurs de la demande du produit automobile

⁶ Jean-Jacques CHANARON et Yannick LUNG., Industrie automobile, la croisée des chemins, la documentation française, Paris, 2011. P127.

mais aussi dans la production, volontiers pour prendre une part de ces marchés et sous contraintes des réglementations de ces pays pour limiter les importations. L'industrie automobile dans les pays émergents est en train de basculer vers ces pays. Une autre grande tendance du marché concerne le déplacement du centre de gravité de l'automobile mondiale de l'Occident vers l'Asie. L'Asie représente dorénavant plus de 50 % de la production mondiale de véhicules en 2011.

L'Algérie qui représente le deuxième en l'Afrique avec une demande d'un demi-million de véhicules avec une facture d'importations automobile représente d'environ 7 milliards de dollars, peut avoir une industrie automobile sur son territoire.

L'Algérie peut s'appuyer sur ses atouts, tel son marché, une main-d'œuvre bon marché et même les coûts d'énergies sont très faibles. Aussi, nous avons les indicateurs économiques de l'Algérie sont au vert avec une dette extérieure faible et des réserves de changes importantes et même une proximité avec le pôle sud européen. Toutefois, des contraintes freinent la localisation de l'industrie automobile dans notre pays, comme le climat des affaires 153, selon *Doing Business* en 2014, et l'absence de stratégie économique claire et les changements en matière de législation en matière d'investissements comme la loi de finance complémentaire de 2009 et la règle 51/49 pour tous les investisseurs étrangers.

Suite aux différentes tentatives et de nombreuses promesses non tenues, Renault est venu, lorsque les conditions d'investissements ont été alourdi et le partenaire étranger est désormais minoritaire dans l'importe quel investissement réalisé et cela depuis la loi de finance complémentaire de 2009. La pression des pouvoirs publics algériens a enfin réussi à convaincre un constructeur malgré la limite du taux d'intégration au niveau de l'usine d'Oran, mais le plus important c'est le début réel de cette industrie de cette industrie qui va être suivi d'autres constructeurs et équipementiers si d'autres lois plus exigeantes venaient à être mises en vigueur par les autorités algérienne. Le projet de loi de finance 2014, va obliger les concessionnaires à avoir une activité de production d'ici 3 ans faute de quoi l'agrément sera retiré.

L'annonce de la concrétisation du projet de Renault en Algérie d'ici la fin 2014, représente à la fois une opportunité et une menace pour le développement de l'industrie automobile en Algérie. Une opportunité si, ce projet sera suivi d'un taux d'intégration qui va crescendo jusqu'à ce que l'Algérie puisse faire partie dans le réseau mondial de l'industrie automobile avec des véhicules exportés et des équipements importés, mais aussi, exportés et

la formation et le développement de capacités de production voire en devenant un pays spécialisé dans des segments d'équipement et/ou même dans un segment de véhicule. Cette implantation peut aussi représenter une menace pour le développement de cette industrie en Algérie, à travers l'utilisation de ce site avec sa faible production (75 000 maximum) et son faible degré d'intégration locale (moins de 25%), comme une présence sans développement qui va ni développer les capacités industrielles algériennes et même empêcher, dans sa forme actuelle, Si la clause de 3 ans d'exclusivité offerte à Renault se confirme, toute autre initiative de développement cette industrie. L'action des pouvoir publics algérien, sera dans ce cas, déterminante quant au développement de cette industrie en Algérie.

Dans cette optique, la loi de finance 2014, dans l'article n° 13-08 du 27 du 30 décembre 2013, qui exige aux concessionnaires automobiles de développer une activité industrielle d'ici trois ans, faute de quoi leur agrément sera retiré, peut représenter une manière de faire pression sur les concessionnaires et sur les constructeurs qu'ils représentent de lancer des activités productives automobiles créatrices de richesses et d'emplois.

BIBLIOGRAPHIE

LES OUVRAGES :

- AMELON Jean-Louis et CARDEBAT Jean-Louis, les nouveaux défis de l'internationalisation : quel développement pour les entreprises après la crise ?, De boek Bruxelles, 2010.
- BAUDRAND Vincent, GERARD Marie Henry, comprendre la mondialisation, Studyrama perspectives, Paris 2006,131p.
- BEAUD Michel, Le basculement du monde De la Terre, des hommes et du capitalisme Chapitres 1-4, pp17-18, Paris, La Découverte. (1997). 293 p.
- BOUCHET Michel-Henry: la globalisation, Pearson Education, Paris, 2006.
- BOILLOT Jean-Joseph (dir) Onze questions sur les grandes économies émergentes, Le Club du CEPII, avril 2009.
- BOUNFOUR Ahmed, L'avenir de l'industrie automobile mondiale, Quelles stratégies ?, La Documentation Française, Paris, 1987.92p.
- CARROUÉ Laurent, géographie de la mondialisation, Armand Colin, Paris 2007.
- CHESNAIS François, la mondialisation du capital, Syros Paris 1998.
- CEPALC (Commission économique pour l'Amérique latine et les Caraïbes des Nations Unies), Mondialisation et développement : Un regard de l'Amérique latine et des Caraïbes, Publication des Nations Unies, Santiago du Chili, avril 2005, 235 p.
- CHANARON Jean-Jacques et LUNG Yannick, économie de l'automobile, la Découverte, Paris, 1995
- CHANARON Jean-Jacques et LUNG Yannick., Industrie automobile, la croisée des chemins, la documentation française, Paris, 2011.132p
- DEFARGES Moreau, La mondialisation, P.U.F. « Que sais-je ? », 2010,. 110 p
- FONTAGNÉ Lionel, Mayer Thierry, Les choix de localisation des entreprises, troisième partie, Éditions La Découverte, collection Repères, Paris, 2005.
- FONTAGNÉ Lionel et Debonneuil Michèle, Compétitivité, La Documentation française. Paris, 2003
- FONTAGNÉ Lionel et Lorenzi Jean-Hervé, (Rapport) Désindustrialisation, délocalisations, La Documentation française. Paris, 2005.
- FONTANEL Jacques, Geoéconomie de la globalisation, OPU, 2005.
- FREYSSENET, M. Shimizu, K., Volpato, G. (eds), Globalization or Regionalization of European Car Industry? London, New York: Palgrave, 2003, pp 1-8. Digital publishing, freysenet.com, 2007, 164 Ko, ISSN 7116-0941
- GARDIN Roland, L'automobile française : une filière majeure en mutation, AVIS ET RAPPORTS DU Conseil Économique Et Social de la République Française, 2006.
- GORDON L. CLARK MARYANN P. Feldman et MERIC S. Gertler, The Oxford handbook of economic geography, Oxford University Press 2000.1086p.
- HARRISON Andrew, DALKIRAN Ertugrul et ELSEY Ena, Business international et mondialisation : vers une nouvelle Europe, 1ere édition, De Boeck, 2004, p352

- HAMILTON Leslie, WEBSTER Philip, (2012); The International Business Environment, chap1, 33p, Oxford University Press, disponible sur: www.oup.com/uk/.../hamilton&webster_ch01.pdf
- HOLWEG Matthias, DAVIES Philip and PODPOLNY Dmitry, The Competitive Status of the UK Automotive Industry, PICSIE Book, United Kingdom, 2009.137p
- JOVANOVIĆ Miroslav N., Evolutionary Economic Geography: Location of production and the European Union, Routledge, 2009, 494p.
- JULLIEN Bernard, LUNG Yannick et MIDLER Christophe, L'épopée Logan, Dunod, Paris 2012.
- KLIER Thomas and RUBENSTEIN James. 2008. "The Parts of Your Vehicle." In Who Really Made Your Car?: Restructuring and Geographic Change in the Auto Industry. Kalamazoo, MI: W.E. Upjohn Institute for Employment Research, pp. 1-30.http://research.upjohn.org/up_bookchapters/
- KRUGMAN Paul .R., la mondialisation n'est pas coupable, la Découverte, Paris 1998, 226p.
- MEZOUAGHI Mihoub. (dir), localisation industrielles au Maghreb : attractivité, agglomération et territoires, éd Karthala et IRMC, 2009. 335p.
- MOUHOUBI Salah, la mondialisation en marche, ENAG Alger, 2003.163p.
- MOUHOUD El Mouhoub, Mondialisation et délocalisation des entreprises, La Découverte « Repères », Paris 2011,
- MEIER Olivier et SCHIER Guillaume, Fusions et Acquisitions, Dunod, 3 édition, Paris, 2009, 339p.
- MAZEROLLE Fabrice, Economie Internationale, Notes de cours 2008, p 244.
- PATRICK Bailly, la filière automobile : Comment relever les défis d'une transition réussie ?, Conseil économique, social et environnemental (France, rapport) 23 octobre 2012.
- PRAGER Jean-Claude et THISSE Jacques-François, Les enjeux géographiques du développement économique, Agence Française de Développement, 2009.
- RAINELLI Michel, Le commerce international, La Découverte, 9ième édition, 2003. 100p
- RAINELLI Michel, Le commerce international, La Découverte, neuvième édition, 2003. 100 p
- REICH Robert, l'économie mondialisée, Dunod, Paris 1997. 336p.
- SHEPPARD Eric, Barnes Trevor J., Peck Jamie, and Tickell Adam, Introduction: Reading Economic Geography, Blackwell, Oxford, Royaume-Uni, 2004
- TREVOR J. Barnes et al, Reading Economic Geography, The Blackwell, 2004. 511p.
- WALLERSTEIN Immanuel, La mondialisation n'est pas nouvelle. (2002) Postface à la 2e édition du livre : Le capitalisme historique. Paris Éditions La Découverte, 2002, 123 pages.

ARTICLES ET COMMUNICATIONS

- ATHUKORALA Prema-chandra, Product Fragmentation and Trade Patterns in East Asia, Research School of Pacific and Asian Studies, Australian National University, Canberra, (2004).
- BALDWIN Richard E et MARTIN Philippe (1999), two waves of globalization: superficial similarities, fundamental differences, NBER N°6904, Cambridge.
- BARJOT D., Gastaldi L., Caron F., Cohen E., Crouzet F. et Mucchielli J.-L., Globalization. La mondialisation, Entreprises et histoire 2003/1, Volume 32, p. 138-151.

- BAUMONT Catherine, Economie géographique et intégration régionale : Quels enseignements pour les Pays d'Europe Centrale et Orientale ?, n° 9811, pp 36, 1998.
- BECKER Helmut, Crises et défis de l'industrie automobile allemande, note de la CERFA N°72, IFRI, mars 2010.
- BEERKENS Eric, Globalisation: Definitions and Perspectives. (2006)
- BÉNASSY-Quéré A., J. Vallin, V. Borgy, A. Stupnytska, U. Dadush, S. Poncet, les économies émergentes, moteurs de la demande mondiale III. D'ici 2030 ?, in Jean-Joseph Boillot (dir) Onze questions sur les grandes économies émergentes, Le Club du CEPII, avril 2009.
- BISWAJIT Nag, R K Mitra et Ashish Gupta, 20th Gerpisa International Colloquium, Jagellonian University, Krakow, Poland April, 2012
- BOHAN Charles « Les stratégies des firmes multinationales de l'automobile dans l'Europe élargie : le modèle centre-périphérie à l'épreuve », Géocarrefour 3/2009 (Vol. 84), p. 181-192.
- BOLDUC David et Antoine AYOUB, « La mondialisation et ses effets: revue de la littérature », 2000, Québec, Canada, 2000.
- BOUADAM Kamel, Le Climat Des IDE En Algérie : Tendances Et Perspectives, Revue des Sciences Humaines -Université Mohamed Khider Biskra.
- BOURASSA Frédéric, la restructuration du secteur automobile en Europe centrale : le rôle des investissements directs étrangers et la formation de réseaux de production, actes du GERPISA n° 29.
- BOURDIN Sébastien, Le Thiec Anaïs et Elissalde Bernard, « Le changement spatial dans l'industrie automobile en Europe centrale et orientale : entre effets d'héritage, cycles de vie et transition », Géocarrefour [En ligne], Vol. 84/3 | 2009, mis en ligne le 04 janvier 2010. URL : <http://geocarrefour.revues.org/index7438.html>.
- BLACK Anthony and MURADZIKWA Samson, The Limits to Regionalism: The Automotive Industry in the Southern African Development Community, in Jorge Carrillo, Lung Yannick and van Tulder Rob(edits), Cars, Carriers of Regionalism, GERPISA, Palgrave-MacMillan, Basingstoke, New York, 2004.
- CAMAGNI Roberto « Compétitivité territoriale, milieux locaux et apprentissage collectif : une contre-réflexion critique », Revue d'Économie Régionale & Urbaine 4/2002 (octobre), p. 553-578.
- CARLSON Peter E., Auto Industry Trends, national center on education and the economy, December 2006
- CARROUÉ Laurent, Mondialisation : réalités et limites,
- CHANARON Jean-Jacques, The Revival of the Automotive Industry in the Commonwealth of Independent States, in Jorge Carrillo, Lung Yannick and van Tulder Rob(edits), Cars, Carriers of Regionalism, GERPISA, Palgrave-MacMillan, Basingstoke, New York, 2004.
- CHRISTMANN Malika Hattab- et Mezouaghi Mihoub, l'attractivité : du « concept » aux politiques publiques, in M. MEZOUAGHI(dir), localisation industrielles au Maghreb : attractivité, agglomération et territoires, éd Karthala et IRMC, 2009. Pp37-60.
- COHEN Daniel, Trois leçons sur la société post-industrielle, 2006. 3 p.
- CLIVE Collis, The Role of the Joint Venture mode of Foreign Direct Investment in the development of the Chinese automobile Industry., GERPISA : 19th International Colloquium 2011, Paris, 8 June – 10 June 2011.

- CROZET M. et Trionfetti F., Effets-frontières entre les pays de l'Union européenne : le poids des politiques d'achats publics, *Économie internationale* 2002/1-2, n° 89-90, p. 189-208.
- COLLOMB Bertrand, Grands et petits émergents à l'épreuve de la crise, in Jean-Joseph Boillot (dir) *Onze questions sur les grandes économies émergentes*, Le Club du CEPII, avril 2009
- COMBES Pierre-Philippe, Mayer Thierry et Thisse Jacques-François, Chapitre 12. Commerce et agglomération : les validations empiriques, Septembre 28, 2005
- COMBES Pierre-Philippe, Mayer Thierry et Thisse Jacques-François, Chapitre 6. La structure centre-périphérie, 2005.
- DADUSH Uri, le monde en 2030. In Jean-Joseph Boillot (dir) *Onze questions sur les grandes économies émergentes*, Le Club du CEPII, avril 2009.
- DEBONNEUIL Michèle et Lionel Fontagné (Rapport), *Compétitivité*, La Documentation française. Paris, 2003.
- DERVIS Kemal, *Économie Mondiale, Convergence, et divergence interdépendance*, Finances & Développement, Septembre 2012.
- DICKEN Peter, *Global Production Networks In Europe AND East Asia: THE Automobile Components Industries*, GPN Working Paper 7 May 2003.
- DONNELLY Tom, COLLIS Clive, BEGLEY Jason and TAN Zhao, *The Chinese Car Industry: Leaping over the Wall?*, Coventry University, 2012
- DURUIZ Lale, *Turkish Automobile Industry: A New Industrial Base Or An Attractive Market For EU?*, Actes de GERPISA N°.
- FERRAZZI Matteo et GOLDSTEIN Andrea, *The New Geography of Automotive Manufacturing*, *International Economics* | july 2011.pp12. disponible sur www.chathamhouse.org
- FIGUIÈRE Catherine et GUILHOT Laëtizia, *Caractériser les processus régionaux: les apports d'une approche en termes de coordination*, *Mondes en Développement* Vol.34-2006/3-n°135.
- FREYSSENET Michel, Mair Andrew, Shimizu Koichi et Volpato Giuseppe (*Le choix à faire pendant la prochaine décennie « conclusion »*), in FREYSSENET Michel, MAIR Andrew, SHIMIZU Koichi et VOLPATO Giuseppe (dir) *quel modèle productif : trajectoires et modèles industriels des constructeurs mondiaux*, la Découverte, Paris, 2000.
- FREYSSENET Michel., *La production automobile mondiale, des quatre continents et des principaux pays constructeurs, 1898-2012. Document d'enquête: quatre tableaux et sept graphiques commentés.* Édition numérique, freyssenet.com, 2007 et mises à jour, 166 ko. ISSN 7116 0941
- FREYSSENET Michel., *L'industrie automobile, que représente-t-elle, où va-t-elle ?*, entretien Radio France International, *Les Clefs de l'Économie*, 24 septembre 2004. Édition numérique, freyssenet.com, 2007, 160 Ko, ISSN 7116-0941.
- FREYSSENET M., *La seconde révolution automobile : ses promesses et ses incertitudes*, original en français de «The second automobile revolution : promises and uncertainties», in Freyssenet M. (ed.), *The Second Automobile Revolution. Trajectories of the World Carmakers in the 21st century*, Basingstoke and New York: Palgrave Macmillan, 2009, pp 443-454. Édition numérique : freyssenet.com
- FREYSSENET M. Shimizu K., VOLPATO G., *Introduction: The Diversity of Internationalization Strategies and Trajectories of Automobile Sector Firms in Freyssenet, M. Shimizu, K., Volpato, G.*

(eds), *Globalization or Regionalization of European Car Industry?* London, New York: Palgrave, 2003, pp 1-8. Digital publishing, freyssenet.com, 2007, 164 Ko, ISSN 7116-0941.

-FREYSSINET Michel et LUNG Yannick., *Intégrations régionales et stratégies d'internationalisation des constructeurs automobiles, communication à la Journée d'étude du GERPISA « L'internationalisation des constructeurs automobiles »*, EHESS, Paris, 26 janvier 2001, 19 p. Édition numérique : freyssenet.com, 2007, 300 Ko, ISSN 7116-0941.

-FRIGANT Vincent et MIOLLAN Stéphane, *Beyond deindustrialisation evidences, the new international division of labour of automobile equipment suppliers in Europe*, 25th EAEPE annual Conference *Beyond Deindustrialisation: The Future of Industries 7-9 November 2013*, Paris.

-FRIGANT Vincent, *Les fournisseurs automobiles après dix ans de modularité : une analyse de la hiérarchie mondiale et des performances individuelles*, Cahiers du GRETHA n° 2007 – 15, Octobre 2007.

-FRIGANT Vincent, *Les proximités dans la production modulaire : une analyse de l'internationalisation des équipementiers automobiles*, Cahier du GRES n° 11, 2005.

-FOUQUIN Michel, Morand Pascal, Avisse Richard, Minvielle Gildas, Dumont Philippe, *Mondialisation et régionalisation : le cas des industries du textile et de l'habillement*, CEPII, Document de travail n° 08,2002, 95p.

- FOUQUIN Michel et LEMOINE Françoise, in Jean-Joseph Boillot (dir) *Onze questions sur les grandes économies émergentes*, Le Club du CEPII, avril 2009.

-FRUNZĂ Ramona, Maha Liviu George et Mursa Claudiu Gabriel, *Globalization & Regionalization In International Trade*, CES Working Papers, I, (2), 2009.

-FUJITA Masahisa et THISSE Jacques François, *economie géographique, problemes anciens et nouvelles perspectives*, annales economiques et statistiques N°45, 1997.

-FUJITA Masahisa, KRUGMAN Paul, *The new economic geography: Past, present and the future*, Papers Regional . ScienceN°. 83, pp, 139–164 (2004).

-FOUQUIN Michel, LEMOINE Françoise et BARTHOLIN Chantal,(préface) *Regards croisés sur l'économie des pays émergents* in Boillot Jean-Joseph (dir) *Onze questions sur les grandes économies émergentes*, Le Club du CEPII, avril 2009.

-GEREFFI Gary, HUMPHREY John et STURGEON Timothy, *The governance of global value chains*, Review Of International Political Economy, 2005

- GREGGIO Rodolphe, *pays émergents du Sud et politique de produit des constructeurs automobiles européens*, in Gabriel Dupuy et François Bost (dir), *l'automobile et son monde*, l'aube éditions, Saint-Etienne, mai 2000.

- GNESOTTO Nicole, In Jean-Joseph Boillot (dir) *Onze questions sur les grandes économies émergentes*, Le Club du CEPII, avril 2009.

-GORDON L. Clark, MARYANN P. Feldman, and MERIC S. Gertler, Chapter1, *Economic Geography: Transition and Growth in The Oxford handbook of economic geography*, Oxford University Press, 2000

-GROSSMAN Gene M. and HELPMAN Elhanan, *Outsourcing in a Global Economy*, Review of Economic Studies (2005) N° 72, 135–159

- HARBULOT Christian (dir), *Stratégie de pénétration du marché automobile européen par la Chine*, EGE, Décembre 2007.

- HATEM Fabrice, Le rôle des clusters dans les politiques d'attractivité, in regards croisés: regards croisés, L'attractivité en question, actes du séminaire PUCA, février-juillet 2007.
- HEAD Keath et Mayer Thierry., Effet frontière, intégration économique et & quot ; Forteresse Europe" ; Économie et Prévision 2002/1-2, n° 152-153, p. 71-92.
- HUMPHREY John et MEMEDOVIC Olga, THE GLOBAL AUTOMOTIVE INDUSTRY VALUE CHAIN: What Prospects For Upgrading By Developing Countries, sectoral studies series, United Nations Industrial Development Organization, Vienna, 2003.
- HUMPHREY John and Mario Salerno, globalisation and assembler-supplier relations: Brazil and India, actes du GERPISA n° 25, 1998.
- INGALLINA Patrizia, L'attractivité des territoires in L'attractivité des territoires : regards croisés: regards croisés, L'attractivité en question, actes du séminaire PUCA, février-juillet 2007.
- INTRILIGATOR Michael D., globalization of the world economy: potential benefits and costs a net assessment, Milken Institute, university of California, Los Angeles, 2003, 24p.
- KAY .J, The importance of history and geography, Financial Times, 16 January 2006, cité par: Miroslav N. Jovanović, Evolutionary Economic Geography Location of production and the European Union, chap 4, Market structure and location of production, Routledge 2009.
- KHELADI Mokhtar, L'Union pour la Méditerranée vue d'Algérie : mythe et limites,
- KRUGMAN Paul, Chapter 3, Where in the World Is the 'New Economic Geography'? In The Oxford handbook of economic geography, Oxford University Press 2000. Pp 99-125.
- KRUGMAN Paul.R, Increasing Returns and Economic Geography, The Journal of Political Economy, Vol. 99, No. 3. (Jun., 1991), pp. 483-499.
- KRIFA Hadjila, Concurrence Oligopolistique Et Concentration Dans Le Secteur Automobile,
- KRUGMAN Paul, competitiveness- a dangerous obsession, Foreign Affairs, volume 73, N°2, April 1994.
- KLIER Thomas and Rubenstein Jim, The Economic Downturn and the Geography of Vehicle Production in Europe and North America ,the 20th GERPISA colloquium Krakow, Poland, May 30 – June 1, 2012
- KLIER Thomas H. et RUBENSTEIN James M., Imports of Intermediate Parts in the Auto Industry – A Case Study, in “Measurement Issues Arising from the Growth of Globalization” conference, November 6-7, 2009, in Washington, D.C.
- LAYAN Jean-Bernard et LUNG Yannick, Attractivité et agglomération de l'industrie automobile au Maroc et en Tunisie : une analyse comparative, Cahiers du GRES N°14, 2008
- LEE Chunli, FUJIMOTO Takahiro et CHEN Jin, The Impact Of Globalisation On The Chinese Automobile Industry: policy assessments and typology of strategie, Actes du GERPISA n° 34.
- LAFARGUE François, des économies émergentes aux puissances émergentes, questions internationales N°51, septembre-octobre 2011.
- LUNG Yannick et Mezouaghi Mihoub, dynamiques d'agglomération des activités productives au Maghreb et attractivité territoriale, in M. Mezouaghi (dir), localisation industrielles au Maghreb : attractivité, agglomération et territoires, éd Karthala et IRMC, 2009. P14.
- LUNG Yannick, Is The Rise Of Emerging Countries as Automobile Producers An Irreversible Phenomenon?, Actes du GERPISA n° 28, 2000.

- LAYAN Jean-Bernard, L'innovation péricentrale dans l'industrie automobile : une gestion territoriale du risque de résistance au changement,
- LAYAN Jean-Bernard, Existe-T-Il Un Modèle D'intégration Hispanique ?, Actes du GERPISA n° 28
- LAYAN Jean-Bernard et Lung Yannick, Les Nouvelles Configurations De L'espace Automobile Méditerranéen, Région et Développement n° 25-2007
- LAYAN Jean-Bernard and Mezouaghi Mihoub, Maghrebi Integration and the Automobile Industry: Past Failures and New Perspectives, in Jorge Carrillo(eds), Cars, Carriers of Regionalism, GERPISA 2004.
- LAIGLE Lydie, stratégies et trajectoires d'internationalisation des firmes asiatiques et européennes, avant-propos, actes du GERPISA n° 22, pp1-10.
- LE CACHEUX Jacques, mondialisation économique et financière : de quelques poncifs, idées fausses et vérités, Revue de l'OFCE, Hors série, Mars 2002, P28.
- LELOUP Fabienne et Stoffel Sophie, Intégration régionale et frontière dans le Mercosur : entre théorie, principes et réalités, Mondes en développement, 2001/3 N° 115-116, p. 73-80.
- LEVASSEUR Sandrine « Investissements directs à l'étranger et stratégies des entreprises multinationales », Revue de l'OFCE 5/2002 (n° 83 bis), p. 103-152.
- LORENZI Jean-Hervé, Mondialisation et nouvelle stratégie d'entreprise-KÉBABDJIAN Gérard, les sept piliers de la mondialisation économique, p3.
- MATHIEU Catherine, STERDYNIAK Henri, La globalisation financière en crise, revue de l'OFCE n° 110, juillet 2009. 62 p.
- MADIÈS Thierry et PRAGE Jean-Claude (rapport), Innovation et compétitivité des régions, La Documentation française, Paris, 2008.
- MEBTOUL Abderrahmane, Quelles sont les perspectives de la politique industrielle et de la privatisation des entreprises publiques en Algérie ?, 8 nov, 2010.
- MARCHIONNE Sergio, "Prospects for the Auto Industry: from Chapter 11 to Chapter 1", Peterson Institute for International Economics, Washington, DC December 7, 2009.
- MELGOZA Ramos Ricardo, Medina María de Lourdes Álvarez, Automotive industry in Mexico: development technological path and upgrading Struggling to recover from the 2008 economic crisis, 20th International Colloquium of GERPISA 30/31 May / 1 June – Krakow, Poland, 2012.
- MÉRENNE-Schoumaker B, De la compétitivité à la compétence des territoires. Comment promouvoir le développement économique ?, territoires (s) wallon(s) • hors série 2007.
- MEZOUAGHI Mihoub, Le Maghreb face aux nouveaux enjeux mondiaux, Contribution au débat sur la colocalisation au Maghreb, IFRI, novembre 2013.
- MEZOUAGHI Mihoub et TALAHITE Fatiha, Les paradoxes de la souveraineté économique en Algérie, Numéro 71 , confluences Méditerranée, Automne 2009.
- MICHALET Charles-Albert, Comment la globalisation oblige à remettre en cause certains concepts économiques, L'Economie politique, n°36 (10/2007)
- MICHALET Charles-Albert, globalisation, attractivité et politique industrielle, in : made in France, tome 2, vol. 2, paris, éditions hachette, 1993.
- MICHALET Charles-Albert, L'Economie politique, n°36 (10/2007).

- MILLER Chad and SIRGY M. Joseph, The Impact of Globalization of the Automotive Industry on the Quality of Life of the US Southeast, in *The Economic Geography of Globalization*,
- MCKINSEY & Company, *The road to 2020 and beyond: What's driving the global automotive industry?*, August 2013
- MOAVENZADEH John, *Offshoring Automotive Engineering: Globalization and Footprint Strategy in the Motor Vehicle Industry*, MIT International Motor Vehicle Program, December 1, 2006
- MOUHOUD El Mouhoub, *Division internationale du travail et économie de la connaissance*, Article tiré de l'ouvrage coordonné par Carlo Vercellone : *Sommes-nous sortis du capitalisme industriel ?* Editions La Dispute, pp. 121-136.
- OLSZAK Eric, « Développement durable et attractivité des territoires dans l'Union Européenne, opposition ou convergence ? », *Géographie, économie, société*, 2010/3 Vol. 12, p. 279-305.
- PORTER Michael E., *Locations, Clusters, and Company Strategy*, Chapter 13, — GORDON L. CLARK MARYANN P. Feldman et MERIC S. Gertler, *The Oxford handbook of economic geography*, Oxford University Press 2000.
- RICHET Xavier, *international production networks and new market economies: automobile manufacturer strategies in the CEECS*,
- RICHET Xavier, HUA Wang, WIE Wang et MOLLET Magalie, *L'investissement direct étranger dans l'industrie automobile chinoise* In: *Perspectives chinoises*. N°67, 2001. pp. 40-47.
- ROBINSON William I., *Gramsci and Globalisation: From Nation-State to Transnational Hegemony*, *Critical Review of International Social and Political Philosophy* Vol. 8, No. 4, 1–16, December 2005.
- SBERRO S., *L'intégration régionale en Amérique latine : le mythe de Sysippe*, *Pouvoirs* 2001/3, n° 98, p. 49-61
- SHATZ Howard J. and Venables Anthony J., Chapter 7:—*The Geography of International Investment* in GORDON L. CLARK MARYANN P. FELDMAN et MERIC S. GERTLER, *The Oxford handbook of economic geography*, Oxford University Press 2000. pp99-125
- SACHWALD Frédérique, Miotti Luis, *Commerce mondial : le retour de la vieille économie*, IFRI, 2006. 46p. disponible sur : www.ifri.org
- SANDYE Gloria-Palermo, *Mondialisation et Inégalités Economiques*, 2006.
- SGARD Jérôme, *Qu'est-ce qu'une économie émergente, et est-ce encore dangereux ?*, CEPII, in Jean-Joseph Boillot (dir) *Onze questions sur les grandes économies émergentes*, Le Club du CEPII, avril 2009..
- STORPER, Michael (2011) 'From Retro to Avant-garde: A Commentary on Paul Krugman's 'the New Economic Geography, Now Middle-aged'', *Regional Studies*, 45: 1, 9 -15.
- SCHAEDE Ulrike, *Globalization and the Reorganization of Japan's Auto Parts Industry*, *International Journal of Automotive Technology and Management*, September 25, 2009 .
- SERFATI Claude, *Quelques enjeux autour de la notion de »nationalité des firmes*, *Revue internationale et stratégique*, 2006/2 N°62, p. 79-92. DOI : 10.3917/ris.062.0079.
- SHATZ Howard J. and VENABLES Anthony J., Chapter 7. *The Geography of International Investment*, P185, in GORDON L. CLARK MARYANN P. FELDMAN et MERIC S. GERTLER, *The Oxford handbook of economic geography*, Oxford University Press 2000.

- SHAYERAH Ilias, Iran's Economic Conditions: U.S. Policy Issues, Congressional Research Service, April 22, 2010.
- STORPER Michael, Territories, Flows, and Hierarchies in the Global Economy, in et Trevor J. Barnes et al , Reading Economic Geography, The Blackwell, 2004. 511p.
- SHIMOKAWA Koichi, ASEAN: Developing a Division of Labour in a Developing Region, in Jorge Carrillo, Lung Yannick and van Tulder Rob(edits), Cars, Carriers of Regionalism, GERPISA, Palgrave-MacMillan, Basingstoke, New York, 2004.
- SPATZ, Julius; NUNNENKAMP, Peter (2004) : Globalization of the automobile industry : traditional locations under pressure?, In: Faust, Michael (Ed.): European industrial restructuring in a global economy, ISBN 3-88431-007-0, SOFI - Soziologisches Forschungsinst. an der Georg-August- Univ., Göttingen, pp. 105-129
- STURGEON, Timothy J, Does Manufacturing Still Matter? The Organizational Delinking of Production from Innovation, Berkeley Roundtable on the International Economy, UC Berkeley, 1997, pp20.
- STURGEON Timothy J. et VAN BIESEBROECK Johannes, Effects of the Crisis on the Automotive Industry in Developing Countries A Global Value Chain Perspective, Policy Research Working Paper 5330, The World Bank, June 2010.
- STURGEON Timothy J. and FLORIDA Richard, Globalization and Jobs in the Automotive Industry, Massachusetts Institute of Technology, November 2000.100p
- STURGEON Timothy, GEREFFI Gary, ROGERS Kimberly B., FERNANDEZ- STARK Karina, The Prospects For Mexico In The North American Automotive Industry: A Global Value Chain Perspective, Actes du GERPISA n°42 , 2011
- STURGEON Timothy J., MEMEDOVIC Olga, VAN BIESEBROECK Johannes and GEREFFI Gary Globalisation of the automotive industry: main features and trends, Int. J. Technological Learning, Innovation and Development, Vol. 2, Nos. 1/2, 2009
- THIARD Philippe, Attractivité et compétitivité : offre territoriale, approches marketing et retombées, in L'attractivité des territoires : regards croisés: regards croisés, L'attractivité en question, actes du séminaire PUCA, février-juillet 2007.
- TRÉPANT Inès ., Pays émergents et nouvel équilibre des forces, Courrier hebdomadaire 2008/1991-1992, n° 1991-1992,p. 6-54.
- VOLPATO Giuseppe, la filière automobile italienne vers la globalisation, in Gabriel Dupuy (dir) et François Bost, l'automobile et son monde, l'Aube éditons, Paris, 2000.p37
- VAN BIESEBROECK Johannes and GEREFFI Gary, Value Chains, Networks, and Clusters: Reframing the Global Automotive Industry, MIT IPC Working Paper 08-002, Journal of Economic Geography, february 13, 2008.
- WEBER, David. M. (2010), the lens of globalization and new labor's vision for the world, Paper to be presented at the 2010 SGIR 7th Pan-European Conference on International Relations, Stockholm, and Sweden.43p.
- ZIMMERMANN Jean-Benoît, Le territoire dans l'analyse économique, Revue française de gestion 4/2008 (n° 184), p. 105-118.

ETUDES ET RAPPORTS:

- Assises Nationales de l'Industrie Palais des Nations, Recommandations des Commissions Transversales et Ateliers Sectoriels, Alger du 26 au 28 février 2007 .
- ACCENTURE Policy & Corporate Affairs (rapport), Multi-polar world 2: the rise of emerging-market multinational, 2008.
- Accenture, Se préparer aux mutations d'un monde multi-polaire, mars 2008.
- ACEA association des constructeurs automobile européens, rapport annuel, the Pocket guide, 2012
- Ambassade De France En Algérie, Service Économique Régional
- APCO, Market Analysis Report: China's Automotive Industry, 2010
- AT. Kearney, the contribution of automotive industry to technology and value creation, 2013
- Arthur D. Little (rapport), shifting centers of gravity: the end the automotive industry as we know it?, 2009. Disponible sur: www.adl.com/shiftinggravity
- Banque mondiale (rapport), Repenser la géographie économique, Rapport sur le développement dans le monde, 2009.
- BANQUE mondiale, Rapport sur le développement dans le monde, Repenser la géographie économique, Vue d'ensemble. 48 p. 2009
- BIPE (rapport), Étude prospective des bassins automobiles : Haute-Normandie, Lorraine et Franche-Comté, Avril 2011.
- BOOZ&Co, L'industrie Automobile à l'aube d'une phase de croissance massive. Article publié le 16/11/08. Disponible sur : www.booz&co.com article publié le 16/11/08
- BOSTON Consulting Group, Winning the BRIC Auto Market's, Achieving deep localization in Brazil, Russia, India and China, January 2010, 46p.
- CETELEM (L'Observatoire du) (rapport), l'automobile en Europe, 5 leviers pour rebondir, 2013, 96 p.
- CCFA (rapport annuel), L'industrie automobile française, Analyse et Statistiques 2012.
- CCFA, Tableau de bord automobile, Année 2011.
- CCFA, La Chine : meilleur espoir pour le marché automobile mondial ? Publié le 9/10/2013.
- CNUCED, Rapport sur l'investissement dans le monde, 2011.
- CNUCED, Rapport sur l'investissement dans le monde 2012, 239p.
- CNUCED, Rapport sur l'investissement dans le monde, 2013
- COFACE (rapport), Les acteurs automobile dans le monde et en France, 2011, 24p
- Confédération Internationale Des Syndicats Libres (Cisl), (rapport) « Guide Syndical De La Mondialisation ,2ieme Édition, disponible sur : <http://www.icftu.org/pubs/globalisation>.
- Commission européenne (rapport), Industrie automobile, Analyse sectorielle détaillée des compétences naissantes activités économiques dans l'Union européenne, 2009.
- DEUTSCHE Bank (rapport), Juillet 2009.

- DEUTSCHE Bank research, Germany's auto industry: Driver and beneficiary of globalisation, February 10, 2011
- DGE, L'industrie Automobile Française Au Maghreb Caractéristiques Des Marchés Et Stratégies Des Acteurs, Pour une stratégie renforçant les synergies entre chaque acteur, Document de travail, Octobre 2005.
- Doing Business 2014(rapport), Comprendre les réglementations pour les petites et moyennes entreprises, La Banque Mondiale Washington, DC. 44 pp.
- ERNEST & YOUNG, Etude sur la constitution d'une offre territoriale différenciée, Datar, 110p. IAURIF, Clusters mondiaux. 2002
- Ernst & Young, The Central and Eastern European automotive market Industry overview, 2010.
- FMI (rapport), La mondialisation : faut-il s'en réjouir ou la redouter?, Washington, mai 2000.
Disponible sur : <http://www.imf.org/external/np/exr/ib/2000/fra/041200f.htm>.
- GOLDMAN & Sachs, 2007.
- HSBC, <http://www.hsbc.fr/1/2/hsbc-france/particuliers/epargner-et-investir/produits/bourse-et-opcvm/en-detail-pays-emergents>
- INSEE, Dossier : délocalisations et réductions d'effectifs dans l'industrie française, , Paris, 2005.
- IHS, Automotive Industry: Outlook: Assessing Opportunities in a Multi-Speed World, May 2013.
- J.D. Power and Associates, the changing landscape of the global automotive industry, 2013.15p.
- MCKINSEY Global Institute, Who wins in offshoring? , December 2003.
- McKinsey & Company, The road to 2020 and beyond: What's driving the global automotive industry?, August 2013
- OCDE (rapport), Le défi de la mondialisation comment rester compétitif dans l'économie mondiale : progresser dans la chaîne de valeur, 2007.
- OCDE (rapport) Perspectives d'investissement international chapitre 2.tendances et évolution récente de l'investissement direct étranger, 2007.
- OCDE (rapport), Le nouveau visage de la mondialisation industrielle, fusions-acquisitions et alliances stratégiques transnationales, pp 197, 2001
- OCDE (rapport), Science, technologie et industrie : Perspectives de l'OCDE 2002, Mondialisation et restructuration de l'industrie, 2002.
- OCDE (rapport), Manuel de l'OCDE sur les indicateurs de mondialisation économique, Section 5.4.2, Chapitre 5 (2005).
- OCDE, Rapport, Entreprendre pour le développement 2007 : Chapitre 2, Diversification des exportations et chaînes mondiales de valeur : les leçons tirées de plusieurs études de cas, 2007.
- OCDE (rapport), La Mondialisation Économique Origines et conséquences, Les Essentiels de L'OCDE, 2012.
- OCDE (rapport), Les essentiels de l'OCDE : La mondialisation économique, .82 p.
- OCDE (rapport), Perspectives Du Développement Mondial, Le Basculement De La Richesse, 2010.

- OCDE (rapport), Science, technologie et industrie : Perspectives de l'OCDE 2002, Mondialisation et restructuration de l'industrie, 2002.
- OICA, A_depliant28-11.indd 5-8OICA_depliant28-11.indd 5-8, 2006
- OMC (rapport), comprendre l'OMC, p101, 2005, Genève, Suisse.
- PIPAME (Le pôle interministériel de prospective et d'anticipation des mutations économiques) (Rapport), mutations économiques dans le domaine automobile, chap1 contexte économique mondial, avril 2010.
- PIPAME (rapport), Industrie automobile : facteurs structurels d'évolution de la demande, mars 2011, 34p.
- PWC, Industrie automobile : les mutations s'accélèrent 23 septembre 2010.
- PETIT Thierry (rapport), La filière productive automobile en Ile-de-France, état des lieux et enjeux : Un site de niveau mondial qui bénéficie d'un environnement porteur, mais encore peu organisé, IAURIF septembre 2004. Disponible sur : www.iaurif.org
- KPMG, Fusions & Acquisitions Magazine disponible sur : www.fusions-acquisitions.fr
- KPMG, Industrie Automobile : Evolution significative des rapports de forces à l'horizon 2018
- KPMG, Global automotive survey 2013.
- KPMG, investir en Algérie, 2013.
- DELOITTE, Driving Through BRIC Markets Lessons for Indian Car Manufacturers, December 2011 disponible sur: www.deloitte.com
- PricewaterhouseCoopers PWC, La stratégie des constructeurs automobiles au sein des BRICS,
- PricewaterhouseCoopers, See the future: Top industry clusters in 2040 revealed, September 2010
- Réseau interministériel stratégique de Veille et de Prospective, Fiche 2 thématique n° 4, Le développement de L'industrie automobile en Chine disponible sur : www.strategie.gouv.fr
- Roland Gardin , l'automobile française : une filière majeure en mutation, Rapports du conseil économique et social français, 2006.
- POLK, Long-term prospects of the automotive industry, International EuroCar Seminar, May 2012, disponible sur : www.polk.com
- MAGHREB Consulting& Training, Creer Son Entreprise En ALGERIE, 15/03/10, disponible sur : www.maghreb-consulting.com
- VALEO, Document de référence 2011, Paris, le 29 mars 2012.332p.
- VDA, Annual report. 2012

THÈSES ET MÉMOIRES :

- AISSAT Née LEGHIMA Amina, (thèse de doctorat), la géographie de la production automobile dans le monde : y a-t-il une place pour l'Algérie ?, Université Mouloud Mammeri de Tizi Ouzou, 2008.

-MOHUBETSWANE Alex,(memoire de master), Changes in Work and Production Organisation in the Automotive Industry Value Chain, University of Witwatersrand Johannesburg, February 2010

An evaluation of the responses by labour in South Africa

SITES INTERNET

www.polk.com
www.maghreb-consulting.com
www.booz&co.com
www.adl.com
www.strategie.gouv.fr
www.autoactu.com
www.Insee.fr
www.oica.net
www.ccfa.com
www.economieetsociete.com
- www.scienceshumaines.com
-www.angelfire.com/pokemon/musclescars/hist/histoire.htm
-<http://www.techno-science.net/?onglet=glossaire&definition=13221>
- <http://www.techno-science.net/?onglet=glossaire&definition=13218>
-www.uqac.quebec.ca
-www.imf.org
-<http://geoconfluences.ens-lyon.fr/notions>
- www.hsbc.fr
-[://geographyfieldwork.com/CarIndustryChanges.html](http://geographyfieldwork.com/CarIndustryChanges.html)
-www.Inove.com
www.lautomarche.com
www.industrie.gouv.fr

LES JOURNAUX :

-Les Echos n° 20658 du 16 Avril 2010
-Le monde diplomatique, mars 2012
- DK news du mercredi 23 janvier 2013
-le Maghreb émergent du 16 novembre 2013
- La tribune.fr le lien :
<http://www.latribune.fr/entreprisesfinance/industrie/automobile/20121221trib000738885/1-usinerenault-en-algerie-un-petit-projet-a-50-millions-d-euros-au-depart.html>
-Le Monde du 25.01.2010.
-Le Temps d'Algérie **du 22 - 06 – 2012.**
-journal officiel 30 décembre 2013 portant loi de finances pour 2014 .Loi n° 13-08.
-journal officiel du 22 juillet 2009, la loi n° 09-01.

TABLE DES MATIERES

Remerciements	1
sommaire	2
Liste des abreviations	3
Introduction generale	4
PREMIÈRE PARTIE	11
Chpitre I : l'économie mondialisée	11
Introduction:	11
1 le concept de la mondialisation :	12
1.1. Définitions et origines de la mondiliasation	12
1.1.1. Définitions de la mondialisations :	12
1.1.2. Les origines de la mondialisation :	14
1.2. Caractéristiques et forces de la mondialisation :	16
1.2.1. Caractéristiques de la mondialisation :	16
1.2.2. Les forces motrices de la mondialisation :	16
1.2.2.1.Les progrès technologique :	17
1.2.2.2.la libéralisation du commerce :	17
1.2.2.3.Les changements au niveau des firmes :	18
1.2.2.4.L'accord mondial sur l'idéologie :	18
1.2.2.5.L'évolution culturelle :	18
1.2.2.6.l'insertion dans l'économie mondiale des pays émergents :	18
2 Les acteurs, les flux, et une analyse de la mondialisation :	18
2.1. Les acteurs de la mondialisation :	18
2.1.1. Les institutions internationales :	19
2.1.1.1.Les institutions économiques internationales issues de Bretton Woods	19
2.1.1.1.1. Le Fond monétaire international (FMI) :	19
2.1.1.1.2. Les critiques liées au FMI :	19
2.1.1.1.2.La Banque mondiale, d'une politique de grands projets à la notion de gouvernance	20
2.1.1.1.3.Le GATT et l'OMC :	20
2.1.1.1.3.1. Le GATT :	20
2.1.1.1.3.2. L'OMC	21
2.1.2. Les autres acteurs économiques internationaux :	22
2.1.3. Les Etats :	22
2.1.3.1.La naissance et les pouvoirs des Etats	22
2.1.3.2.Le débat sur l'érosion du pouvoir de l'État :	23
2.1.4. Les firmes transnationales	23
2.1.5. Les ONG :	24
2.1.5.1.Définition des ONG :	24
2.1.5.2.L'action internationale d'une ONG	24
2.2. Les flux de la mondialisation :	25
2.2.1. Les flux de marchandises :	25
2.2.1.1.L'expansion spectaculaire des échanges de biens.	25
2.2.2. Les flux financiers :	26
2.2.2.1.Les IDE :	26
2.2.2.2. La globalisation financière	26
2.2.2.3.La crise de 2007-2009	26
2.2.3. Les flux de personnes : les migrations	26
2.2.3.1.Les vagues de migrations	27

2.2.3.2. Les raisons de l'émigration	28
2.2.3.3. La fuite des cerveaux : écrémage des potentiels humains des pays émetteurs :	28
2.2.4. Les flux technologiques (flux d'information) :	28
2.3. Analyse de la mondialisation :	30
2.3.1. Risques et opportunités de la mondialisation :	30
2.3.1.1. Les opportunités :	30
2.3.1.2. Les inconvénients de la mondialisation :	31
2.3.2. Les freins à la mondialisation :	32
2.3.2.1. Les droits de douanes et les subventions :	33
2.3.2.1.1. Les droits de douanes :	33
2.3.2.1.2. Les subventions :	33
2.3.2.2. Le contrôle de mouvement du capital :	34
2.3.2.3. Les acquisitions publiques :	34
2.3.2.4. Les frontières et le contrôle de l'immigration :	34
2.3.2.5. Le frein technologique :	35
2.3.2.6. La culture et la distance géographique :	35
2.3.2.7. La corruption :	35
2.3.2.8. La distance géographique :	35
3 la régionalisation	35
3.1. le phénomène de régionalisation:	35
3.1.1. définition de la régionalisation :	35
3.1.2. L'essor de la régionalisation :	36
3.2. Régionalisation et/ou mondialisation :	36
3.2.1. La régionalisation facteur de protection contre la mondialisation :	36
3.2.2. La régionalisation une étape de préparation pour la mondialisation :	36
3.2.3. Une synthèse entre les deux thèses :	37
3.3. Les accords régionaux :	37
3.3.1. Les différentes modalités des accords régionaux :	37
3.3.2. L'Union Européenne(UE), le processus européen :	38
3.3.3. Le Mercosur : un accord régional des pays du Sud :	39
La conclusion du chapitre 1:	41
Chapitre II : Localisation, FTN et délocalisations	42
Introduction :	42
1. Théories sur la localisation :	42
1.1. les explications théoriques de l'internationalisation de l'entreprise :	42
1.1.1. Les explications internes à l'entreprise :	42
1.1.1.1. La théorie des avantages monopolistiques (avantages spécifiques) Hymer (1960)	42
1.1.1.2. La théorie de cycle e vie et de Vernon et l'internationalisation par étapes :	43
1.1.1.3. Le concept de coût des transactions et la théorie sur l'internationalisation	43
1.1.1.4. La théorie éclectique ou paradigme OLI de J. Dunning.....	44
1.2. L'explication externe à l'entreprise.....	45
1.2.1. La théorie de la réaction oligopolistique	45
1.2.2. L'internationalisation liée aux externalités positives.....	46
1.3 L'économie géographique, la NEG et l'agglomération :	46
1.3.1. L'économie géographique :	46
1.3.2. Définition de l'économie géographique :	46
1.3.3. Le domaine de l'économie géographique et son importance :	47
1.3.4. Le territoire dans la pensée économique :	47

1.3.4.1.	Le territoire négligé par la théorie économique.....	48
1.3.4.2.	Une première famille de réflexions sur l'espace	48
1.4.	L'agglomération et la NEG :	48
1.4.1	L'agglomération :	48
1.4.2	Définition de l'agglomération :	48
1.4.3	L'agglomération et la dispersion :	49
1.2.2.1.	Les forces d'agglomération: Les forces de dispersion :	49
1.5.	La NEG :	50
1.5.1	Le champ d'analyse le la NEG :	50
1.5.2	Les coûts de transport élément déterminant dans la localisation des entreprises.....	51
1.5.3	L'apport de la NEG :	52
	Conclusion :	52
2.	les firmes transnationales :	53
	Introduction :	53
2.1.	Les définitions et caractéristiques des firmes transnationales	53
2.1.1.	Définition :	53
2.1.2.	Les caractéristiques des transnationales :	54
2.1.2.1.	Caractéristiques quantitatives des firmes transnationales :	54
2.1.2.1.1	la taille :	54
2.1.2.1.2	La diversité géographique :	54
2.1.2.1.3	Les réseaux :	54
2.1.2.1.4	La forme juridique :	54
2.1.2.2	Les caractéristiques qualitatives des firmes transnationales :	55
2.1.2.2.1	La philosophie de gestion de l'entreprise	55
2.1.2.2.2	La structure opérationnelle :	56
2.1.3	L'importance des FTN :	56
2.1.3.1	Les puissances des FTN :	56
2.2	Les déterminants de la localisation à l'étranger des firmes :	57
2.2.1	Le marché et son potentiel :	58
2.2.2	Les coûts des facteurs de production :	58
2.2.3	L'attractivité du pays d'accueil :	59
2.2.4	L'effet d'agglomération :	59
2.3.	Les quatre grandes motivations de l'internationalisation :	59
2.3.1.	La recherche de nouveaux marchés :	59
2.3.2.	La répartition les risques entre plusieurs pays :	60
2.3.3.	L'Accès à des environnements règlementaires et économiques plus favorables :	60
2.3.4.	L'amélioration de la compétitivité de l'entreprise :	60
2.4.	IDE, fusions-acquisitions et Alliances stratégiques :	60
2.4.1.	Les IDE:	60
2.4.1.1.	L'IDE un moyen d'expansion des FTN :	60
2.4.1.2.	Définitions des IDE :	61
2.4.1.3.	Les différents types d'IDE :	61
2.4.2.	Les autres formes d'investissements :	62
2.4.2.1.	Les fusions-acquisitions :	62
2.4.2.2.	La tendance des F&A :	62
2.4.2.3.	Les alliances stratégiques :	63
3.	les délocalisations et les nouvelles stratégies des entreprises :	64
3.1.	Les changements dans la stratégie de la firme :	64
3.1.1.	Du fordisme à production personnalisé :	64

3.1.1.1.	La période fordiste :	64
3.1.1.2.	Quelques faits stylisés du changement :	64
3.1.1.2.1.	La modification des normes de consommation :	65
3.1.1.2.2.	L'exacerbation de la concurrence internationale :	65
3.1.1.2.3.	L'intensification de l'effort d'innovation :	65
3.1.1.2.4.	L'impact de la diffusion des technologies de l'information sur chaîne de valeur :	65
3.1.1.2.5.	Des changements importants dans les modes de déploiement à l'étranger des firmes multinationales :	65
3.1.1.2.6.	La globalisation financière :	65
3.1.2.	Les caractéristiques de la nouvelle ère :	66
3.2.	La Chaîne de valeur :	67
3.2.1.	Définition de la chaîne de valeur :	67
3.2.2.	Caractéristiques de la chaîne de valeur :	67
3.2.3.	Les biens intermédiaires :	68
3.3.	Les délocalisations :	68
3.3.1.	La désindustrialisation :	69
3.3.1.1.	Définition de la désindustrialisation :	69
3.3.1.2.	L'analyse de la désindustrialisation :	69
3.3.2.	La délocalisation :	71
3.3.2.1.	Définitions :	71
3.3.2.2.	La sous-traitance :	71
3.3.3.	Les bénéfices des délocalisations, leurs limites et la relocalisation :	72
3.3.3.1.	les délocalisations et leurs bénéfices :	72
3.3.3.1.1.	Quelques chiffres sur les délocalisations :	72
3.3.3.1.2.	Les bénéfices des délocalisations :	73
3.3.3.1.3.	Les impacts négatifs au des délocalisations:	74
3.3.3.1.4.	Les motivations des délocalisations :	75
3.3.3.2.	La délocalisation un phénomène plutôt limité ? :	75
3.3.3.2.1.	Les limites du phénomène de délocalisation :	75
3.3.3.2.2.	Limites de l'externalisation :	76
3.3.3.3.	La Relocalisation la tendance inverse :	76
	Conclusion chapitre II	77

Chapitre III : la nouvelle géographie de production de la richesse: 78

1	Les nouveaux défis de l'attractivité à l'ère de la mondialisation :	78
1.1.	L'attractivité des territoires :	78
1.1.1.	Le passage de la discrimination à l'attraction :	78
1.1.2.	Le territoire :	79
1.1.2.1.	Les caractéristiques du territoire :	79
1.1.2.2.	Le concept d'attractivité :	79
1.1.2.3.	Les caractéristiques de l'attractivité :	80
1.1.2.4.	L'attractivité du territoire : l'apport de la nouvelle économie géographique :	80
1.1.3.	Les facteurs déterminant dans le succès d'un territoire :	80
1.1.3.1.	L'innovation :	81
1.1.3.2.	La formation :	81
1.1.3.3.	L'insertion dans les réseaux :	81
1.1.3.4.	L'identité territoriale :	81
1.1.3.5.	Une gestion stratégique :	81
1.1.3.6.	La gouvernance :	82
1.2.	La compétitivité des territoires :	82

1.2.1. Définition de la compétitivité :	82
1.2.2. Le territoire compétitif :	83
1.2.3. Les facteurs déterminants de l'avantage concurrentiel d'un pays :	83
1.2.3.1. Culture et caractéristiques nationales :	83
1.2.3.2. L'environnement économique :	84
1.2.3.3. Le diamant de Porter :	84
1.2.3.3.1. Les dotations en facteurs :	84
1.2.3.3.2. les conditions de la demande:	84
1.2.3.3.3. Les industries connexes et de soutien :	85
1.2.3.3.4. Les stratégies, structure et positionnement de l'entreprise :	85
1.3. Les différentes formes d'agglomération dans un monde de concurrence :	85
1.3.1. Définition du cluster:	85
1.3.2. Les différentes formes de <i>clusters</i> :	86
Conclusion	87
2. La montée des pays en développements et des pays émergents	87
2.1. Les changements dans l'économie mondiale:	87
2.1.1. La nouvelle géographie de l'économie mondiale	88
2.1.1.1. La nouvelle géographie de la croissance	88
2.1.1.2. La nouvelle géographie du commerce :	88
2.1.1.3. Une nouvelle destination pour les IDE	89
2.1.2. Les raisons du succès : Les explications théoriques de la croissance rapide des économies émergentes :	89
2.1.2.1. Les théories du développement économique	89
2.1.2.1.1. Les théories relatives aux étapes du développement économiques	89
2.1.2.1.2. La théorie de la dépendance	90
2.1.2.1.3. Le renouveau néoclassique	90
2.1.2.1.4. La théorie de la croissance endogène	91
2.1.2.2. Dotation en facteurs et valeurs culturelles	91
2.1.2.3. Épargne interne et investissement étranger	91
2.1.2.4. La libéralisation commerciale et la réforme du marché :	91
2.1.2.5. La stabilité macroéconomique	92
2.1.2.6. La politique industrielle gouvernementale	92
2.2. : les éléments de cette nouvelle géographie	92
2.2.1. Les différentes appellations et les critères de sélections	92
2.2.1.1. Le changement des appellations du « monde émergent »	92
2.2.1.2. La classification des pays selon le niveau de développement :	93
2.2.1.3. L'émergence	94
2.2.1.3.1. Définition de l'émergence :	94
2.2.1.3.2. L'émergence un phénomène déjà ancien :	94
2.2.1.3.3. Les critères de qualification des pays d' « émergent »	95
2.2.1.3.4. Les économies émergentes	96
2.3. Les BRIC comme fer de lance de cette nouvelle géographie de l'économie mondiale :	97
2.3.1. Qui sont les BRIC ?	97
2.3.2. Les atouts de BRIC :	97
3 La nouvelle ère dans l'économie mondiale	98
3.1. Du rattrapage au basculement	98

3.1.1. Le rattrapage	98
3.1.1.1.La logique d'agglomération d'activités : l'économie géographique	98
3.1.1.2.La nouvelle convergence.....	99
3.1.1.3.Trois phénomènes expliquent cette nouvelle convergence.	100
3.1.1.4.nouveau moteur de la mondialisation :	
3.2. un basculement de la richesse économique ?	101
3.2.1. Le début du basculement :	102
3.2.2. Explications de la concentration des activités et basculement.....	102
3.2.3. L'ascension et la confirmation du poids des pays émergents et en développement	103
3.2.3.1.La différence de croissance contribue à l'accélération de la transformation	103
3.2.3.2.Les entreprises des pays en développement dans l'économie mondiale	104
3.2.3.3.Un nouveau moteur de croissance :	105
3.2.3.4.La crise économique mondiale :	105
3.2.3.5.la démographie un élément en faveur des pays émergents et en développement	106
3.3. La reconfiguration du monde est d'abord industrielle.....	107
3.3.1. Le rôle déterminant de l'industrie pour une économie	107
3.3.2. La croissance de ces pays comme élément d'attractivité.....	107
3.3.3. L'importance industrielle des pays émergents :	108
3.3.4. Le basculement est d'abord industriel :	109
Conclusion chapitre III :	109

DEUXIEME PARTIE..... 111

Chapitre IV : présentation de l'industrie automobile..... 111

1 l'histoire de l'industrie automobile :	111
Introduction :	111
1.1. Rappel sur le début de l'industrie automobile :	112
1.1.1. Le terme « automobile » :	112
1.1.2. Les débuts de l'industrie automobile :	112
1.1.2.1.Le fardier de Nicolas-Joseph Cugnot :	112
1.1.2.2.Les premières voitures	112
1.1.2.3.Le modèle d'Otto Nikolaus ou le début de l'automobile :	112
1.1.2.4.Utilisation du moteur de Nikolaus Otto :	112
1.1.2.5.Carl Benz brevete la première automobile Le 29 janvier1886 :	113
1.1.3. <i>Les premiers constructeurs</i> :	113
1.1.3.1.Carl Benz construit la première automobile :	113
1.1.3.2.Louis Renault construit sa propre automobile : LE 24 décembre1898 :	113
1.1.3.3.Ford Motor Company fut fondée en 1903 :	114
1.1.3.4.General Motors a été fondée en 1908 :	114
1.2. Les différentes étapes de la production automobile :	114
1.2.1. La production artisanale 1890-1910 :	115
1.2.2. Les révolutions de Ford et de Sloan :	115
1.2.3. Déclin du fordisme, émergence du toyotisme :	115
1.2.4. Nouvelles considérations :	116
1.3. La diffusion de l'automobile :	116
1.3.1. La triade :	116
1.3.2. Une industrie ou l'internationalisation était précoce :	117
1.3.3. Une industrie qui était dominée par les pays industrialisés au 20ème siècle :	117

1.3.3.1.	Une prise de participation dans le monde en développement :	117
1.3.3.2.	Le processus d'internationalisation vers les pays en développement :	118
1.4.	L'automobile et le territoire :	119
1.4.1.	La transformation des villes :	119
2	caractéristiques de l'industrie automobile :	119
2.1.	Présentation du secteur et différents acteurs de la filière :	119
2.1.1.	Définition du secteur de l'industrie automobile :	119
2.1.2.	Le système automobile :	120
2.1.3.	La chaîne de valeur dans l'industrie automobile:	121
2.1.4.	Le processus de fabrication automobile :	121
2.2.	L'importance de l'industrie automobile :	122
2.2.1.	L'importance de l'industrie automobile dans le monde :	123
2.2.2.	Les cycles de l'automobile et de l'économie sont-ils étroitement liés :	123
2.2.3.	Les effets d'entraînements de l'industrie automobile :	124
2.2.4.	Des parcs automobiles liés au niveau de richesse des économies :	125
2.3.	Les caractéristiques de l'industrie automobile :	125
2.3.1.	Une industrie technologique :	126
2.3.2.	Une industrie capitaliste et de main d'oeuvre :	126
2.3.3.	Une industrie de recherche&développement :	127
2.3.4.	Les interdépendances du système automobile :	128
2.3.5.	Une Industrie oligopolistique :	128
3	La demande automobile et les défis de cette industrie :	129
3.1.	La consommation du produit automobile :	129
3.1.1.	L'automobile comme moyen de transport individuel :	129
3.1.2.	L'automobile dans la consommation des ménages :	129
3.1.2.1.	La consommation du produit automobile :	129
3.1.2.2.	Les déterminants de la consommation de voitures :	129
3.1.2.2.1.	Le revenu :	130
3.1.2.2.2.	Coût d'utilisation et prix des véhicules :	130
3.1.2.2.3.	Le facteur démographique :	130
3.1.2.2.4.	le coût du crédit :	130
3.1.2.2.5.	Facteurs liés aux infrastructures et à l'environnement :	131
3.1.2.2.6.	Les éléments géographiques :	131
3.1.3.	L'évolution de la demande automobile :	131
3.1.3.1.	La sensibilité conjoncturelle de la demande :	131
3.1.3.2.	L'évolution tendancielle :	131
3.1.3.3.	Les étapes de la motorisation :	132
3.1.3.4.	Une nouvelle géographie de la demande :	133
3.2.	Les défis de l'industrie automobile :	134
3.2.1.	Le refus de l'automobile et les problèmes créés par la voiture :	134
3.2.2.	Les défis de l'industrie automobile :	134
3.2.2.1.	Le prix et la disponibilité du pétrole :	134
3.2.2.2.	La limite de l'utilisation de la batterie électrique:	135
3.2.2.3.	Les matières premières et matériaux bruts :	136
3.2.2.4.	Le défi écologique :	136
3.2.2.5.	La surcapacité de production :	136
3.2.2.6.	Les réglementations antipollution :	137

3.2.3. Les réponses des constructeurs à ces défis	137
3.2.3.1.La réduction de la consommation énergétique	137
3.2.3.2.La sécurité par l'électronique.....	138
Conclusion du chapitre :	139

Chapitre V : l'industrie automobile dans la triade..... 140

Introduction	140
---------------------------	------------

1 La Triade de l'automobile :

Introduction :	140
-----------------------------	------------

1.1. L'histoire de l'industrie automobile liée à l'histoire de la triade :

1.1.1. Une industrie importante dans les pays de la triade :	141
---	------------

1.1.2. Les atouts des pays développés de la Triade :	141
---	------------

1.1.2.1.D'abord ces pays s'appuie sur des traditions historiques avec :	141
--	------------

1.1.2.2.Le tissu industriel est à la fois dense et pluri compétent :	141
---	------------

1.1.2.3.La filière bénéficie d'un fort soutien et d'une forte implication des États et des collectivités territoriales dans les politiques industrielles :	141
---	------------

1.1.2.4.Des programmes de R & D axés sur les nouvelles technologies :	141
--	------------

1.2. Une industrie dominé par ces pays jusqu'au début du 21 siècle :

1.2.1. Une domination au niveau de la consommation :	141
---	------------

1.2.2. Une domination au niveau de la production :	142
---	------------

1.2.3. Les facteurs qui limitent les marchés des pays développés :	142
---	------------

1.2.3.1.Des marchés automobiles à saturation :	143
---	------------

1.2.3.2.Des perspectives démographiques peu porteuses :	143
--	------------

1.2.3.3.Crise énergétique et durcissements de la réglementation environnementale.....	143
--	------------

1.2.3.4.La chasse aux émissions de co2 et aux polluants locaux :	144
---	------------

1.2.3.5.La contrainte économique : le consommateur arbitre la main sur le portefeuille	144
---	------------

1.2.3.6.D'autres facteurs limitant l'industrie automobile dans la triade.....	144
--	------------

1.2.3.7.La contestation de la « civilisation automobile »	144
--	------------

1.2.3.8.Des surcapacités productives :	145
---	------------

1.2.3.9.La crise de 2007-2009 : un facteur accélérateur d'une tendance déjà en cours	145
---	------------

1.2.4. Les manifestations de la baisse d'importance des pays de la triade	147
--	------------

1.2.4.1.Une demande stable ou en baisse dans la triade :	147
---	------------

1.2.4.2.Des bénéfices en baisses dans les pays de la triade :	147
--	------------

1.2.4.3.Evolution de la production:	147
--	------------

1.2.4.4.Déclin de l'emploi automobile dans la triade :	148
---	------------

1.2.4.4.1. En Europe de l'Ouest :	148
--	------------

1.2.4.4.2. Aux Etats-Unis :	148
--	------------

1.3. La mondialisation de l'industrie automobile dans la triade :

1.3.1. Aux Etats-Unis : la baisse de la part des constructeurs américains sur le marché local :	149
--	------------

1.3.2. La France :	150
---------------------------------	------------

1.3.3. Le Japon :	150
--------------------------------	------------

1.3.4. La mondialisation de l'industrie automobile allemande :	151
---	------------

Conclusion :	152
---------------------------	------------

2 De l'internationalisation à la mondialisation de l'industrie automobile

2.1. L'internationalisation de l'industrie automobile :

2.1.1. L'importance des constructeurs dans l'industrie automobile :	153
--	------------

2.1.2. Les différentes motivations et stratégies de l'internationalisation :	154
---	------------

2.1.3. Les motivations des internationalisations :	154
---	------------

2.1.4.	Les différents procédés d'internationalisation :	154
2.1.4.1.	La croissance interne :	154
2.1.4.2.	La croissance externe: les fusions & acquisitions et alliances stratégiques et j-v :	155
2.1.4.3.	Les fusions & acquisitions :	155
2.1.4.4.	Les alliances stratégiques et les joint-ventures :	156
2.1.4.4.1.	Les alliances stratégiques :	156
2.1.4.4.2.	Les joint-ventures :	156
2.1.4.5.	Quelques exemples de croissance interne ou externe des constructeurs automobiles :	156
2.2.	Les défis qui modifient les stratégies d'internationalisation des constructeurs :	157
2.2.1.	Les défis de l'industrie automobile et les solutions des constructeurs :	157
2.2.1.1.	Les défis de l'industrie automobile :	157
2.2.1.2.	La réponse des constructeurs pour ces nouveaux défis :	158
2.2.2.	Les équipementiers ou l'autre restructuration de l'industrie automobile :	160
2.2.2.1.	L'émergence des équipementiers:	160
2.2.2.1.1.	La naissance et la montée des équipementiers automobiles :	160
2.2.2.1.2.	Une nouvelle chaîne de valeur automobile :	160
2.2.2.1.3.	La modularité un moyen de coordonner la chaîne de valeur pour les équipementiers :	161
2.2.2.2.	L'internationalisation des équipementiers :	161
2.2.2.2.1.	Les raisons de l'internationalisation :	161
2.2.2.2.2.	Une internationalisation croissante mais fondée sur un espace régional :	161
2.2.2.2.3.	De véritables multinationales avec chiffres d'affaires importants :	162
2.3.	La mondialisation de l'industrie automobile :	163
2.3.1.	Les constructeurs produisent là où ils vendent :	163
2.3.2.	Les Faits stylisés de la mondialisation de l'industrie automobile :	163
2.3.3.	Les motivations de la mondialisation :	163
2.3.4.	Des vagues d'investissements dans les pays en développement :	164
2.3.5.	Le degré de mondialisation des constructeurs automobile :	165
2.3.6.	Les voitures sont produites là où elles sont vendues :	166
2.3.7.	Une nouvelle répartition de la production mondiale des constructeurs :	167
	Conclusion :	168
3	La régionalisation dans l'industrie automobile :	169
	Interlocution :	169
3.1.	La régionalisation des systèmes de la Triade :	169
3.1.1.	La structure régionale au niveau de la production :	169
3.1.2.	Les raisons de la structure régionale au niveau de la production automobile :	170
3.1.3.	Le rôle des constructeurs dans la régionalisation de la production automobile :	170
3.1.3.1.	Les constructeurs acteurs d'intégrations régionales :	170
3.1.3.1.1.	Le libre-échange en Amérique du Nord :	171
3.1.3.1.2.	L'intégration européenne :	171
3.1.3.1.3.	<i>Les intégrations régionales péricentrales :</i>	171
3.1.4.	Les déterminants des intégrations régionales dans l'industrie automobile :	171
	Conclusion :	172
3.2.	Le déplacement de l'espace automobile européen vers les pays d'Europe centrale et orientale et la Turquie :	172
	Introduction :	172
3.2.1.	Les changements dans les PECO :	173
3.2.1.1.	La ruée vers l'Est :	173
3.2.2.	Des réformes structurelles au niveau des PECO :	173
3.2.2.1.	Une nouvelle division du travail :	174
3.2.2.2.	Les déterminants de l'attrait des PECO pour l'investissement dans l'industrie automobile :	174

3.2.2.3. Les modes d'entrées dans ces pays :	174
3.2.3. Un centre de production automobile important	175
3.2.3.1. Une base de production automobile en évolution	175
3.2.3.2. Dans l'emploi automobile :	175
3.2.3.3. Une industrie automobile contrôlée par les pays de l'Ouest	176
3.2.4. Une industrie automobile tournée vers l'exportation	176
3.2.4.1. Une extension de la base industrielle européenne	177
3.2.5. l'émergence de la Turquie automobile	178
Introduction :	178
3.2.5.1. La croissance de la production automobile turque	179
3.2.5.2. L'exportation :	179
Conclusion section 2 :	179
3.3. : Le Mexique dans l'Alena de l'automobile :	180
Introduction :	180
3.3.1. Le changement de modèle d'industrialisation	180
3.3.1.1. De nouvelles orientations sous la pression des multinationales :	180
3.3.1.2. La constitution de l'Alena :	180
3.3.2. Une destination d'investissements et de production après la constitution de l'ALENA :	181
3.3.3. Une industrie exportatrice :	181
3.3.4. Une base de production importante dans l'ALENA :	181
3.3.5. Le Mexique une base pour les équipementiers automobiles américains :	182
Conclusion du chapitre V :	183

Chapitre VI : la nouvelle géographie de l'industrie automobile .184

Introduction :	184
-----------------------------	------------

1 Le développement de l'industrie automobile dans les pays en développement :

1.1. Rappel sur les étapes du développement de l'industrie automobile dans les pays en développement :	185
1.1.1. L'histoire de l'industrie automobile dans les pays en développement :	185
1.1.2. Une importance grandissante depuis les années 90 :	186
1.1.3. Deux processus derrière cette importance grandissante :	186
1.1.4. Des investissements automobiles dans les années 90 :	186
1.1.5. Une opportunité pour les équipementiers :	187
1.1.6. La mondialisation profite au pays en développement dans l'industrie automobile	187
1.2. Des pays au attractifs pour les investissements automobiles :	187
1.2.1. Des pays en quête du « tout automobile » :	187
1.2.2. Les nouveaux espaces de production :	188
1.2.3. Les atouts des pays en développement :	188
1.2.4. Trois modes d'intégration des pays émergents dans l'industrie automobile mondiale :	188
1.3. Les intégrations régionales périphériques :	189
1.3.1. L'intégration régionale péricentrale :	189
1.3.1.1. Mercosur:	189
1.3.1.1.1. L'accord du Mercosur :	189
1.3.1.1.2. Une division de travail entre l'Argentine et le Brésil :	190
1.3.1.1.3. La production automobile du Mercosur :	190
1.3.1.2. L'ASEAN :	191
1.3.1.2.1. L'influence des constructeurs japonais :	191
1.3.1.2.2. L'arrivée des européens et des américains :	191
1.3.1.2.3. La division de travail au sein de l'ASEAN :	191
1.3.1.2.4. Les équipementiers automobiles dans l'ASEAN :	192

1.3.1.2.5.	Le succès de l'ASEAN :	192
1.3.2.	La communauté des Etats Indépendants(CEI) et l'Afrique australe :	193
1.3.2.1.	La communauté des Etats Indépendants(CEI) :	193
1.3.2.1.1.	Un ensemble dominé par la Russie :	193
1.3.2.1.2.	Le Marché russe:	194
1.3.2.1.3.	Les autres pays du CIS :	194
1.3.2.1.4.	Les exportations :	194
1.3.2.2.	la communauté de développement d'Afrique australe :	195
1.3.2.2.1.	Une intégration limitée :	195
1.3.2.2.2.	Les raisons de la limite :	195
1.3.2.2.3.	Un ensemble dominé par l'Afrique du Sud :	195
1.3.3.	Les autres pays automobiles :	195
1.3.3.1.	L'Iran :	195
1.3.3.2.	Le Maroc :	196
1.3.3.3.	La Corée du Sud ou le développement d'une industrie automobile nationale :	196
2	les nouveaux « centres » de l'industrie automobile :	197
2.1.	Une nouvelle ère :	198
2.1.1.	Les éléments de cette nouvelle ère:	198
2.1.1.1.	Un nouveau moteur de croissance de l'industrie automobile :	198
2.1.1.2.	Les raisons de cette montée :	198
2.1.1.3.	Le basculement de la demande vers les pays émergents :	199
2.1.1.4.	une nouvelle géographie mondiale pour l'offre :	201
2.1.1.5.	les raisons de cette montée :	202
2.1.2.	La nouvelle géographie de l'industrie automobile:	202
2.1.2.1.	Une localisation de survie pour les constructeurs :	203
2.1.2.2.	Des pays attractifs pour l'investissement automobile :	203
2.2.	Les BRIC fer de lance de la nouvelle géographie de l'industrie automobile :	203
2.2.1.	Une croissance importante des BRIC dans la demande et la production :	203
2.2.2.	Les marchés des BRIC	204
2.2.2.1.	Le développement de l'industrie automobile en Chine :	205
2.2.2.1.1.	La Chine dans l'industrie automobile :	205
2.2.2.1.2.	La politique automobile chinoise :	205
2.2.2.1.3.	Les joint-ventures dans l'industrie automobile chinoise :	205
2.2.2.1.4.	L'investissement direct étranger dans l'industrie automobile chinoise :	205
2.2.2.2.	L'affirmation de l'industrie automobile en Chine :	206
2.2.2.2.1.	Le paysage automobile Chinois :	206
2.2.2.2.2.	Le marché chinois :	206
2.2.2.2.3.	Les constructeurs dans l'industrie automobile chinoise :	206
2.2.2.2.4.	Les exportations :	206
2.2.2.3.	Consolidation de l'industrie automobile chinoise :	207
2.2.2.3.1.	Réduction du nombre de constructeurs chinois :	207
2.2.2.3.2.	L'internationalisation de l'industrie automobile chinoise :	207
2.2.2.3.3.	Un marché qui profite aux constructeurs de la triade :	207
2.2.2.3.4.	Les opportunités et les menaces du marché chinois :	208
2.2.2.4.	L'Inde :	208
2.2.2.4.1.	Le développement de l'industrie automobile en Inde :	208
2.2.2.4.2.	Paysage automobile concurrentiel et concentré:	208
2.2.2.4.3.	Les exportations :	209
2.3.	Une nouvelle vague de croissance de l'industrie automobile :	209
2.3.1.	L'importance des pays émergents dans la nouvelle géographie :	209

2.3.1.1. Les pays émergents moteurs de la croissance future de l'industrie Automobile:	210
2.3.1.2. Asie et pays émergents :	210
2.3.1.3. La montée des constructeurs issus des pays émergents :	211
2.3.1.4. La croissance future de la demande viendra des pays en développement:	212
2.3.1.5. Les pays industrialisés à la traîne en termes de demande :	213
2.3.2. La production basculera vers les pays émergent	213
2.3.2.1. Une production dominée par les pays émergents.....	213
2.3.2.2. Une nouvelle approche de la consommation automobile :	214
2.3.2.3. Le changement dans la stratégie des constructeurs automobile :	215
2.3.2.4. Les nouveaux clusters des la production automobile au monde :	215
Conclusion :	216
3 le développement d'une industrie automobile en Algérie :	217
Introduction :	217
3.1. évolution du cadre économique institutionnel en Algérie :	217
3.1.1. Rappel historique de l'économie algérienne :	217
3.1.1.1. De 1962 à 1989 :	217
3.1.1.2. De 1989 à 2000:	218
3.1.1.3. De 2000-2009 :	218
3.1.1.4. De 2009-jusqu'à présent	219
3.1.2. Evolution de la politique algérienne en matière d'investissement	219
3.1.2.1. La politique algérienne en matière d'investissement	219
3.1.2.2. A partir de LFC 2009 : de nouvelles règles sont applicables aux IDE.....	220
3.2. Les opportunités et contraintes de la localisation Algérie.	221
3.2.1. Les avantages de l'Algérie:	221
3.2.1.1. Des indicateurs économiques au vert :	221
3.2.1.2. La proximité avec un grand pôle productif :	222
3.2.1.3. Coûts de main-d'œuvre :	222
3.2.1.4. Coûts énergétiques :	222
3.2.1.5. Le réseau routier:	223
3.2.1.6. Le dynamisme du marché algérien :	223
3.2.1.7. Les IDE en Algérie :	225
3.2.1.8. Présence d'une production de véhicules industriels avec un taux d'intégration important : ..	225
3.2.2. Les contraintes de la localisation Algérie :	225
3.2.2.1. Le climat des affaires :	225
3.2.2.2. L'instabilité institutionnelle :	226
3.2.2.3. Dépendance aux prix d'hydrocarbures :	227
3.2.2.4. La désintégration du tissu industriel algérien :	227
3.2.2.5. Le problème du foncier industriel :	227
3.2.2.6. Faible présence de sous-traitants automobile :	227
3.3. la présence et le développement d'une industrie automobile en Algérie :	228
3.3.1. L'histoire et présence de l'industrie automobile en Algérie :	228
3.3.1.1. L'histoire de l'industrie automobile en Algérie :	228
3.3.1.2. La présence de l'industrie automobile en Algérie :	229
3.3.1.2.1. Le complexe moteur tracteur (Constantine) :	229
3.3.1.2.2. L'entreprise « complexe machinerie agricole(CMA) :	229
3.3.1.2.3. Michelin Algérie :	229
3.3.1.2.4. La SNVI :	229
3.3.1.2.5. Le rôle de l'Etat dans le développement d'une industrie nationale :	230
3.3.2. La politique nationale en matière de développement de l'industrie automobile :	230
3.3.2.1. La place industrie automobile dans la stratégie industrielle :	230

3.3.2.2. Les dispositions en matière d'investissement à partir de la LFC 2009 :	231
3.3.2.3. À partir de 2014 :	232
3.3.2.4. Le projet de Renault en Algérie :	233
3.3.2.4.1. Le projet en quelques chiffres :	233
3.3.2.4.2. Une garantie d'exclusivité :	234
3.3.2.5. Le chinois FAW va construire une usine d'assemblage en Algérie :	234
3.3.2.6. L'intérêt des ces deux projets :	235
3.3.2.6.1. Des projets insuffisants pour l'insertion dans l'industrie automobile mondiale ?	235
3.3.2.6.2. L'écueil de l'absence de l'industrie équipementière :	235
Conclusion section 3:	236
Conclusion chapitre. VI	236
Conclusion générale	238
Bibliographie	248
Table des matières	261
Liste des tableaux, des figures et des cartes	274
Annexes	276

LISTES DES FIGURES, DES TABLEAUX ET DES CARTES

Figure N°1 : les principales motivations des délocalisations	75
Figure N°2 : évolution de la croissance entre pays développés et pays en développement	88
Figure N°3 : La convergence conditionnelle plus rapide dans la seconde moitié du XXe siècle	101
Figure N°4 : les puissances économiques en 2025.	104
Figure N°5 : évolution du PIB des pays OCDE et hors OCDE entre 2000-2030.....	106
Figure N°6 : les pays en développement vont avoir la plus grande classe moyenne en 2030	106
Figure N°7 : Le système automobile	120
Figure N°8 : la chaîne de valeur dans l'industrie automobile	121
Figure N°9 : Le processus de fabrication d'une automobile	122
Figure N°10 : Corrélation entre la consommation privée et les ventes de voitures, Taux de croissance trimestriels, 2000-2009(Etats-Unis)	124
Figure N°11 : la relation entre RNB/ par habitant et taux d'équipement automobiles (année 2007)	125
Figure N°12 : part de la R&D dans les différentes régions du monde	127
Figure N°13 : le lien entre le niveau de revenu et le taux d'équipement automobile	130
Figure N°14 : Équipement automobile et niveau de développement économique.....	133
Figure N°15 : évolution de la production des différentes régions mondiale entre 1997-2011	134
Figure N°16 : le taux de vente voitures électrique jusqu'à 2020.	136
Figure N°17 : la production et les capacités de productions en Europe	137
Figure N°18 : la répartition de la production et du marché mondial automobile en 2002	142
Figure N°19 : les surcapacités productives dans l'industrie automobile	145
Figure N°20 : évolution de la demande mondiale automobile	147
Figure N°21 : part de chaque région dans la production automobile mondiale 1971-2007	149
Figure N°22 : Evolution de la part des constructeurs par région d'origine dans les ventes automobiles aux Etats-Unis 1961-2009 (en %).....	150
Figure N°23 : production mondiale des constructeurs français de 1955-2011.....	150
Figure N°24 : le changement de localisation dans l'industrie automobile japonaise en 2000-2010 ..	151
Figure N°25 : la production étrangère et locale des constructeurs allemands(en millions)	151
Figure N°26 : Le mouvement de concentration de l'industrie automobile mondiale	156
Figure N°27 : le CA du top 13 des équipementiers automobile (en milliards d'euro)	162
Figure N°28 : mondialisation des constructeurs automobile en 2005	166
Figure N°29 : évolution de la part des pays de l'Est dans les équipements automobile 2000-2010. ..	174
Figure N°30 : les coûts salariaux dans l'industrie automobile (euro/heure travail, fin 2004)	174
Figure N°31 : évolution de la production en Europe 2000-2010.....	175
Figure N°32 : évolution de proportion des PECO et Turquie dans la production automobile en Europe. ..	176
Figure N°33 : origines des importations européennes automobile.....	177
Figure N°34 : les pays d'origines d'équipements automobile aux Etats-Unis.....	181
Figure N°35 : évolution de la production et parts de la production consommée et exportations.....	182
Figure N°36 : évolutions de la production et de la demande automobile au Brésil 2001-2010	190
Figure N°37 : évolution de la production et des ventes russe entre 2001-2010	194
Figure N°38 : Contribution des régions à la hausse de la production automobile entre 2009 et 2010 (e)(en millions d'unités)	199
Figure N°39 : évolution des ventes mondiales de véhicules par régions (2005-2013)	200
Figure N°40 : évolution des parts de production mondiale d'automobile 2000-2011.....	201
Figure N°41 : évolution de la production des BRIC entre 2001 et 2010.....	202
Figure N°42 : comparaison du nombre de véhicules pour 1000 habitant selon les pays	204
Figure N°43 : évolution des immatriculations automobile en chine 2000-2012.	207
Figure N°44 : évolution de la production et du marché indien entre 2001-2010.	209
Figure N°45 : répartition des nouvelles demandes mondiales automobiles par région	213
Figure N°46 : perspectives de production mondiale d'automobiles.....	214
Figure N°47 : les grands clusters dans le futur à l'horizon 2040.....	215
Figure N°48 : évolution des immatriculations algériennes des VP 2005-2012.....	224

Figure N°49: L'Algérie et ses concurrents: coût global de la pratique des affaires, 2005	226
Figure N°50 : sous-traitance automobile en Europe et méditerranée	228

LISTE DES TABLEAUX

Tableau N° 1: croissance entre zones géographiques mondiales :	88
Tableau N°2 : Nombre de pays convergents	101
Tableau N°3 : évolution du système de l'industrie automobile :	112
Tableau N°4 : L'internationalisation des Big Three en 1928.....	117
Tableau N°5 : nombres d'employés directs dans l'industrie automobile en 2004.	127
Tableau N°6 : l'oligopole mondial de l'industrie automobile :.....	129
Tableau N°7 : évolution du taux d'équipement dans les pays de la triade.....	143
Tableau n°8 : évolution de la production des pays de la triade durant la crise économique (2007-2008, en millions).	146
Tableau N° 9: Part des ventes de composants automobiles en dehors de la zone domestique	162
Tableau n°10 : évolution de la production des 10 principaux pays producteurs d'automobiles (2000-2010)	165
Tableau n° 11: Production mondiale de véhicules par constructeur et par zone en 2010.....	168
Tableau N°12 : les exportations automobiles turques	179
Tableau N°13 : évolution de la production de l'Alena entre 1990-2011	182
Tableau N°14: les investissements des constructeurs dans les pays en développements dans les années 90.	187
Tableau n° 15: Les échanges automobile entre l'Argentine et le Brésil, 1990 et 1996.	189
Tableau n° 16 : évolution de la production de l'ASEAN 2000-2012	192
Tableau N°17: la production automobile dans les CEI	194
Tableau n° 18: Evolution de la production de la Coréenne 1980-2010(voitures particulières)	197
Tableau N°19 : évolution des marchés des BRIC entre 2000-2012	204
Tableau N°20 : les jointes-ventrues en Chine	206
Tableau N° 21: le salaire brut en Algérie comparée à quelques pays.....	222
Tableau N° 22 : le prix de l'énergie en Algérie comparé à quelques pays	223
Tableau N° 23 : répartition du parc automobile algérien par tranche d'âge.....	224
Tableau N°24: Evolution des flux d'IDE à destination des pays d'Afrique du Nord (MUSD, 2006-2011)	225
Tableau N°25: l'évolution des différents critères de Doing Business 2013-2014 pour l'Algérie.....	226

LISTE DES CARTES

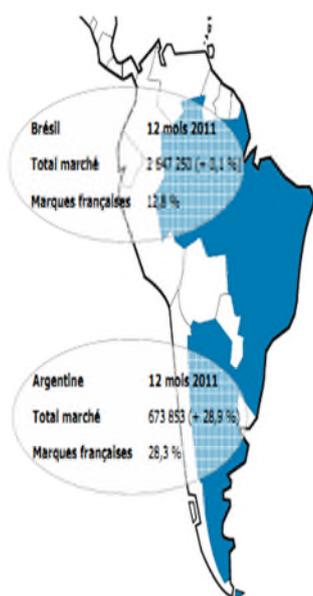
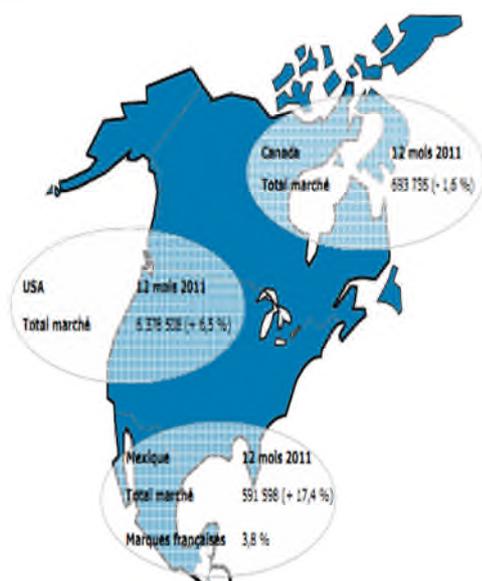
Carte N°1 : le monde à quatre vitesses dans les années 2000.	93
Carte N°2: Géographie de la production et l'exportation dans l'industrie automobile	167
Carte N°3 : les pôles de la production automobile européenne.....	178
Carte N°4 : la nouvelle carte de l'industrie automobile en Europe.....	179
Carte N° 5: Répartition géographique de la production automobile en 2012 (production mondiale en millions de véhicules)	211

ANNEXES :

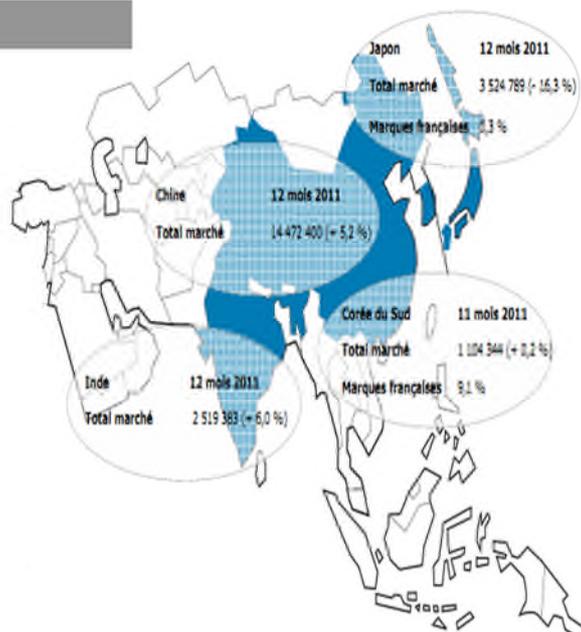
Annexe 1: vente des voitures particulières au niveau mondial

Voitures particulières

Amérique



Asie



Afrique



Sources : ADEFA, ANFAVEA, AMIA, Automotive News, CAAM, Desrosiers Automotive Reports, JAMA, JADA, JAJA, JHYA, KAMA, NAAMSA, SIAM

Source : CCFA

Annexe 2: Le classement des constructeurs automobile pour l'année 2012

**WORLD MOTOR VEHICLE PRODUCTION
OICA correspondents survey**

WORLD RANKING OF MANUFACTURERS

Year 2012

Rank	GROUP	Total	CARS	LCV	HCV	HEAVY BUS
1	TOYOTA	10,104,424	8,381,968	1,448,107	268,377	5,972
2	G.M.	9,285,425	6,608,567	2,658,612	7,558	10,688
3	VOLKSWAGEN	9,254,742	8,576,964	486,544	169,064	22,170
4	HYUNDAI	7,126,413	6,761,074	279,579	70,290	15,470
5	FORD	5,595,483	3,123,340	2,394,221	77,922	
6	NISSAN	4,889,379	3,830,954	1,022,974	35,451	
7	HONDA	4,110,857	4,078,376	32,481		
8	PSA	2,911,764	2,554,059	357,705		
9	SUZUKI	2,893,602	2,483,721	409,881		
10	RENAULT	2,676,226	2,302,769	373,457		
11	CHRYSLER	2,371,427	656,892	1,702,235	12,300	
12	DAIMLER AG	2,195,152	1,455,650	257,496	450,622	31,384
13	FIAT	2,127,295	1,501,979	498,984	85,513	40,819
14	B.M.W.	2,065,477	2,065,216	261		
15	SAIC	1,783,548	1,523,398	190,848	67,805	1,497
16	TATA	1,241,239	744,067	314,399	165,171	17,602
17	MAZDA	1,189,283	1,097,661	91,622		
18	DONGFENG MOTOR	1,137,950	539,845	245,641	337,545	14,919
19	MITSUBISHI	1,109,731	980,001	127,435	2,295	
20	CHANGAN	1,063,721	835,334	166,727	59,978	1,682
21	GEELY	922,906	922,906			
22	FUJI	753,320	734,959	18,361		
23	BAIC	720,828	83,033	285,081	348,659	4,055
24	FAW	706,012	480,443	52,983	168,793	3,793
25	GREAT WALL	624,426	487,704	136,722		
26	MAHINDRA	606,418	429,101	173,083	3,461	773
27	ISUZU	600,470		32,309	565,617	2,544
28	CHERY	563,951	550,565	13,386		
29	AVTOVAZ	553,232	553,232			
30	BRILLIANCE	489,770	231,527	231,862	26,381	
31	JAC	476,356	200,278	114,864	145,811	15,403
32	BYD	455,444	455,444			
33	GAZ	304,873	179,554	73,450	21,561	30,308
34	CHONGQING LIFAN MOTOR CO.	272,657	183,750	24,035	64,872	
35	VOLVO	234,680			224,000	10,680
36	PROTON	162,455	134,934	27,521		
37	CHINA NATIONAL HEAVY DUTY TRUCK	127,792		1,224	125,792	776
38	PACCAR	125,336			125,336	
39	ASHOK LEYLAND	117,738		30,776	61,519	25,443
40	HUNAN JIANGNAN AUTOMOBILE MANUFACTURING CO.	117,051	117,051			
41	GUANGZHOU AUTO INDUSTRY	114,157	87,408	25,611		1,138
42	SHANNXI	86,283	8,044	166	77,808	265
43	PORSCHE	86,083	86,083			
44	SOUTH EAST (FUJIAN)	85,515	81,512	4,003		
45	NAVISTAR	83,371			72,005	11,366
46	XIAMEN KING LONG	78,226		36,451		41,775
47	UAZ	71,132	32,469	38,559		104
48	TANGJUN OU LING	69,167		16,459	52,708	
49	HEBEI ZHONGXING	63,221	4,955	58,266		
50	SICHUAN NANJUN	60,743		18,296	41,602	845

Source : OICA

Annexe 3 : les BRIC



Source : Jean-Joseph Boillot (dir) Onze questions sur les grandes économies émergentes

Annexe 4 : densité automobile

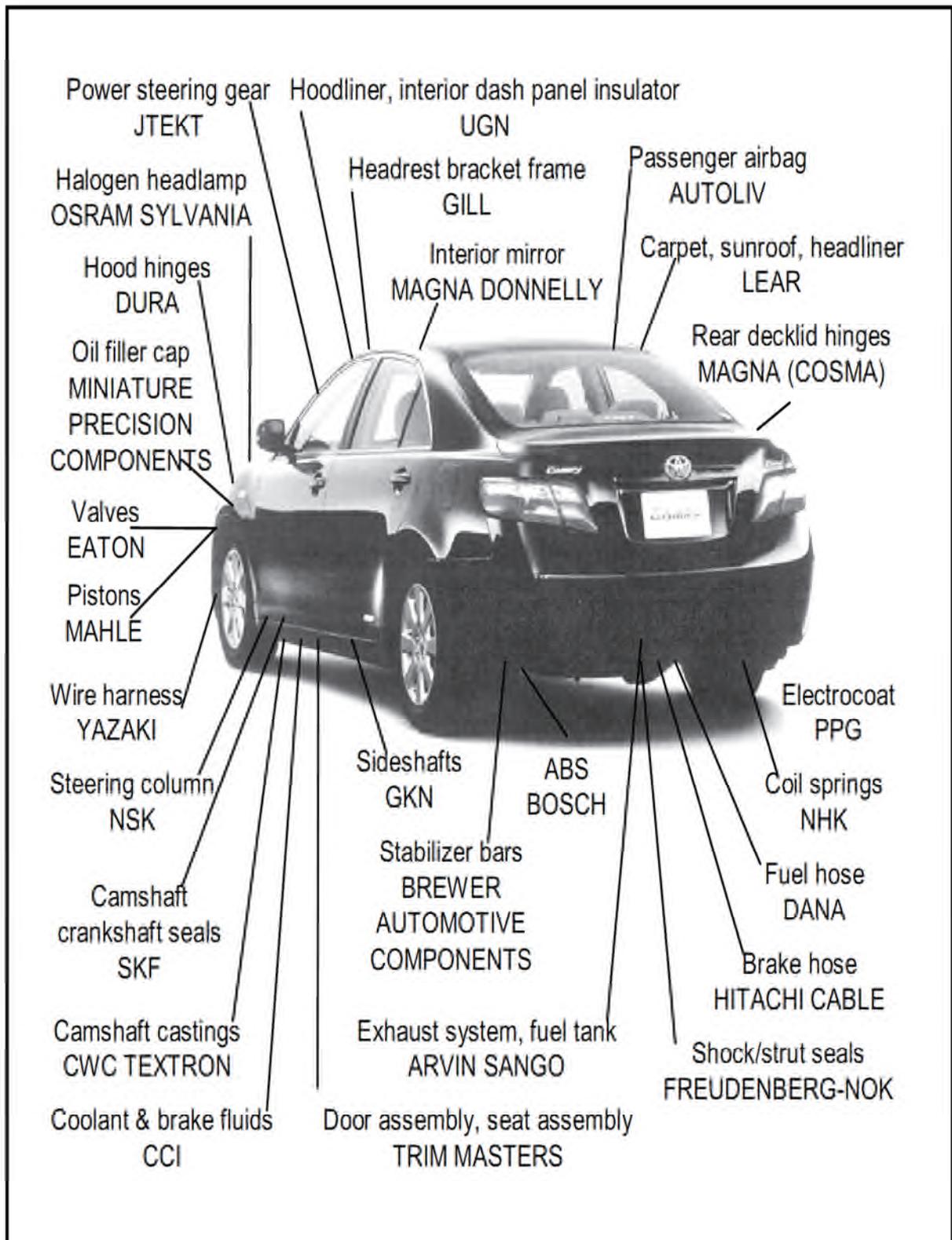


Densité automobile par pays (comparaisons internationales)

Nombre de voitures et de véhicules utilitaires pour 1 000 habitants au 1er janvier.	1985	1995	2005	2010
Union européenne 27 pays	-	-	525	552
Union Européenne 15 pays à partir de 1995	380	473	577	587
12 nouveaux pays entrants	-	-	333	421
Allemagne	450	529	593	545
Belgique	363	463	531	562
Espagne	276	430	569	610
France	446	520	596	599
Italie	412	541	656	688
Royaume-uni	379	474	567	570
Suède	400	445	507	525
Pologne	117	229	378	509
Turquie	27	65	111	142
Canada	559	562	584	619
Etats-unis	708	759	819	814
Corée du sud	25	177	315	359
Japon	375	527	586	592
Argentine	173	167	182	222
Brésil	86	89	121	153
Chine	3	8	21	47
Inde	3	6	13	16

Source : CCFA

Annexe 5 : les équipementiers automobiles dans une Toyota Camry



Source: Klier, Thomas, and James Rubenstein. 2008. "The Parts of Your Vehicle." In *Who Really Made Your Car?: Restructuring and Geographic Change in the Auto Industry*. Kalamazoo, MI: W.E. Upjohn Institute for Employment Research, pp. 1-30. http://research.upjohn.org/up_bookchapters/2

Annexe6: les constructeurs mondiaux dans les grands pays producteurs automobile d'Asie

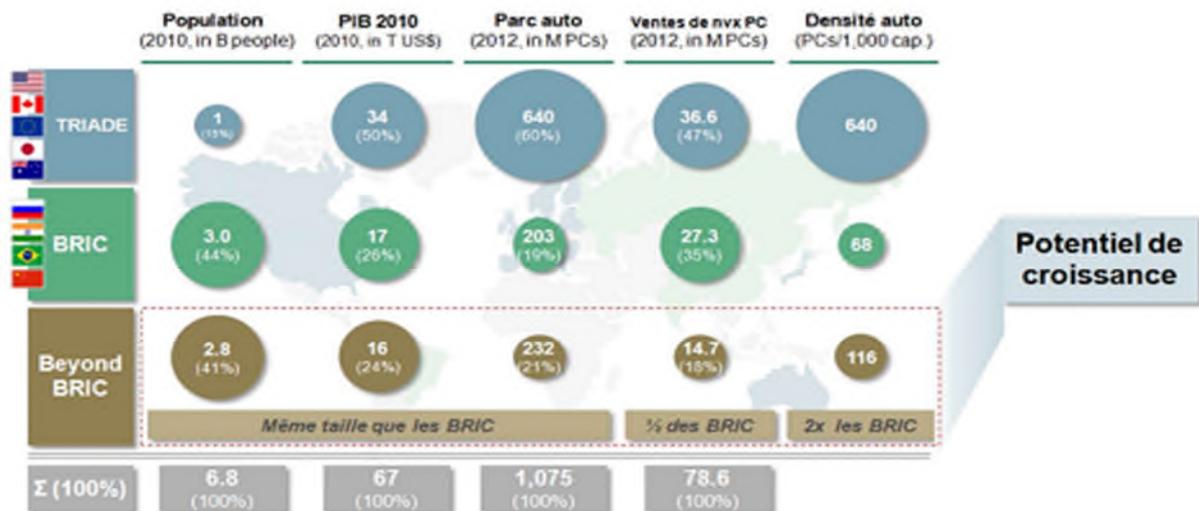
Emerging Markets Footprint & Customers



cooperstandard 16

Source:

Annexe7: taux de motorisation et potentiel de croissance

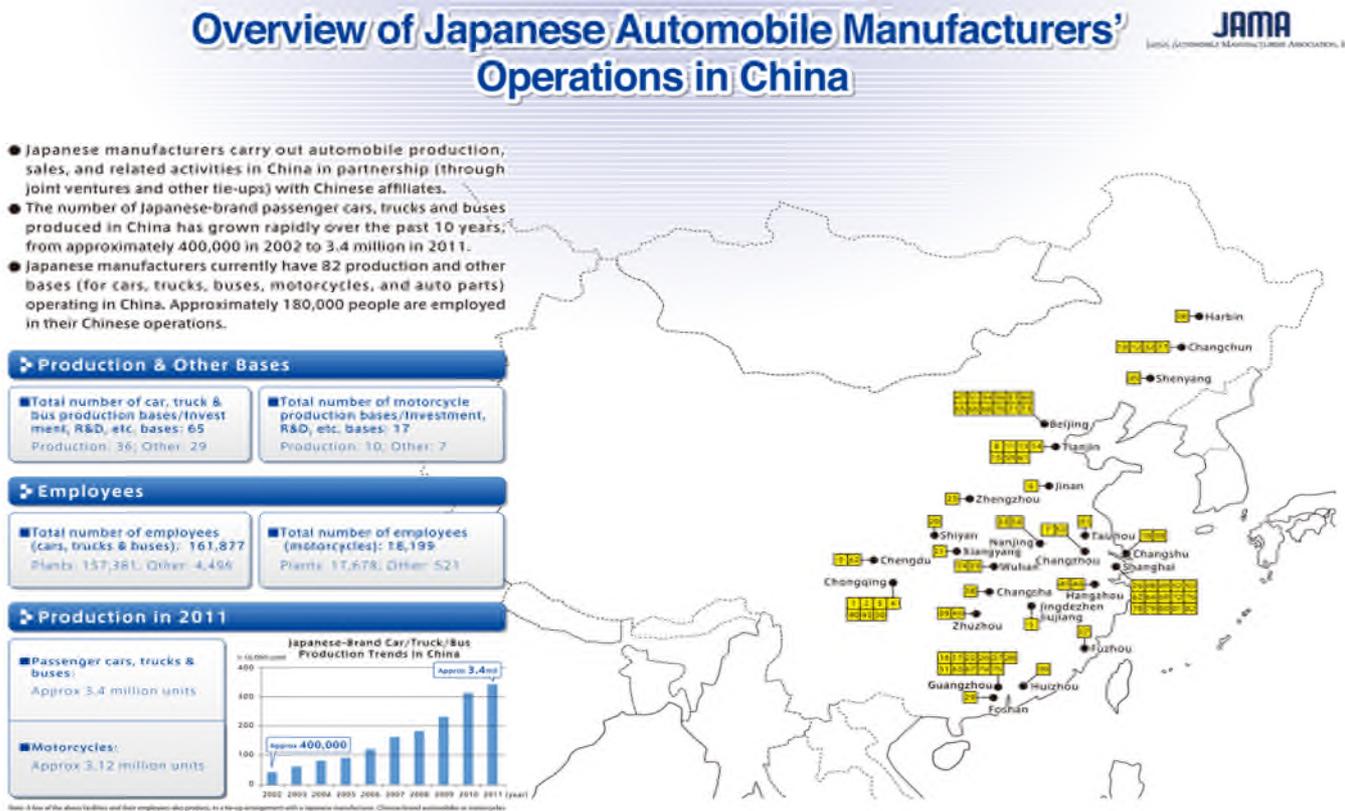


Source: IHS Automotive, January 2013; Polk; EuroMonitor; Oxford Economics; BCG analysis
 BCG ESSENTIALS THE BOSTON CONSULTING GROUP

Copyright BCG

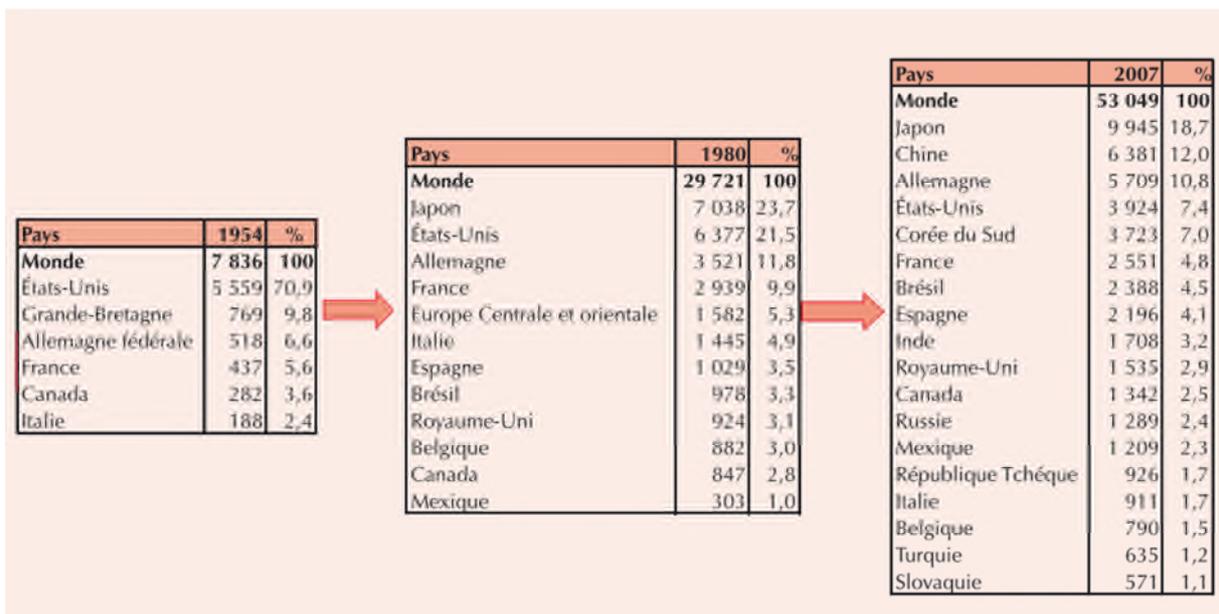
Source: Boston consulting Group

Annexe8: présence japonaise automobile en Chine



Source: JAMA

Annexe 9 : Evolution de nombre de pays producteurs des voitures particulières entre 1954 et 2007



Source : Théot

Annexe 10 : évolution de la production mondiale des voitures particulières et utilitaires

LA PRODUCTION

La production de chaque pays correspond aux déclarations nationales.
Les doubles comptes sont éliminés dans les totaux des zones géographiques.

VOITURES PARTICULIÈRES

	1980	1990	2000 ⁽¹⁾	2008	2009	2010	2011	2012
Europe	11 983 548	15 231 409	17 407 047	18 381 339	15 247 066	17 341 941	18 279 084	17 382 025
Europe occidentale	10 401 320	13 061 853	14 778 879	12 849 218	11 037 669	12 138 971	12 445 044	11 331 076
Allemagne	3 520 934	4 660 657	5 131 918	5 532 030	4 964 923	5 592 409	5 871 918	5 388 456
Belgique	882 001	1 160 412	912 233	680 131	524 595	528 996	560 779	507 204
Espagne	1 028 813	1 679 301	2 366 359	1 943 049	1 812 688	1 913 513	1 839 068	1 539 680
France⁽¹⁾	2 938 581	3 294 815	2 879 810	2 145 935	1 819 497	1 924 171	1 931 030	1 682 814
Italie	1 445 221	1 874 672	1 422 284	659 221	661 100	573 169	485 606	396 817
Pays-Bas	80 779	121 300	155 085	59 223	50 620	48 025	40 772	28 000
Portugal	61 000	60 221	178 509	132 242	101 680	114 563	141 779	115 735
Royaume-Uni	923 744	1 295 611	1 641 452	1 446 619	999 460	1 270 444	1 343 810	1 464 906
Suède	235 320	335 853	259 959	252 287	128 738	177 084	188 969	162 814
Europe centrale et orientale	1 582 228	2 002 000	2 330 692	4 910 554	3 698 466	4 599 576	5 194 306	5 474 289
Turquie	31 529	167 556	297 476	621 567	510 931	603 394	639 734	576 660
Amérique	8 663 060	8 450 862	10 022 089	9 202 759	6 954 032	8 228 067	8 761 800	10 159 350
ALENA	7 526 658	7 747 823	8 371 806	6 189 535	3 960 731	5 084 330	5 624 553	6 956 158
dont : Canada	846 777	1 072 281	1 550 500	1 195 436	822 247	967 077	990 482	1 040 298
États-Unis	6 376 825	6 077 449	5 542 217	3 776 641	2 195 588	2 731 105	2 976 991	4 105 853
Mexique	303 056	598 093	1 279 089	1 217 458	942 876	1 386 148	1 657 080	1 810 007
Amérique du Sud	1 136 402	703 039	1 650 283	3 013 224	2 993 301	3 143 737	3 137 247	3 203 192
dont : Argentine	218 516	81 107	238 921	399 236	380 067	508 401	577 233	497 376
Brésil ⁽²⁾	977 697	663 097	1 351 998	2 545 729	2 575 418	2 584 690	2 519 389	2 623 704
Asie-Océanie	8 796 971	11 910 333	13 573 073	25 058 888	25 289 717	32 414 823	32 481 277	35 146 789
dont : Chine	-	-	605 000	6 737 745	10 383 831	13 897 083	14 485 326	15 523 658
Corée du Sud	55 000	986 751	2 602 008	3 450 478	3 158 417	3 866 206	4 221 617	4 167 089
Inde	30 538	176 015	517 957	1 846 051	2 175 220	2 831 542	3 040 144	3 285 496
Japon	7 038 108	9 947 972	8 359 434	9 928 143	6 862 161	8 310 362	7 158 525	8 554 219
Afrique	277 058	209 603	213 444	382 095	281 783	356 872	375 585	381 377
dont : Afrique du Sud	277 058	209 603	230 577	321 124	222 981	295 394	312 265	274 873
TOTAL	29 720 637	35 802 207	41 215 653	53 025 081	47 772 598	58 341 703	59 897 746	63 069 541

VÉHICULES UTILITAIRES

	1980	1990	2000	2008	2009	2010	2011	2012
Europe	2 563 596	2 688 509	2 783 468	3 396 455	1 808 776	2 549 317	2 674 986	2 439 436
Europe Occidentale	1 663 080	1 671 915	2 326 653	2 325 472	1 204 952	1 686 875	1 676 587	1 496 105
Allemagne	357 619	315 895	394 697	513 700	245 334	353 576	275 035	260 813
Belgique	47 029	91 784	121 061	44 367	12 759	26 306	nd	nd
Espagne	152 844	374 649	666 515	598 595	357 390	474 387	534 261	439 499
France⁽¹⁾	439 852	474 178	468 551	423 043	228 196	305 250	311 898	284 951
Italie	166 635	246 178	316 031	364 553	182 139	265 017	304 742	274 951
Pays-Bas ⁽⁴⁾	32 102	29 832	52 234	73 271	26 131	46 081	32 379	29 462
Portugal	58 000	77 466	68 215	42 913	24 335	44 166	50 463	47 826
Royaume-Uni	389 170	270 133	172 442	202 896	90 679	123 019	120 189	112 039
Suède	63 080	74 415	41 384	56 012	27 698	40 000	nd	nd
Europe centrale et orientale	900 516	975 000	323 203	545 440	245 150	371 279	449 002	447 652
Turquie	19 352	41 594	133 471	525 543	358 674	491 163	549 397	495 679
Amérique	2 599 948	5 032 605	9 761 798	7 683 330	5 608 388	8 139 331	9 032 009	9 864 003
ALENA	2 349 318	4 775 818	9 325 214	6 754 191	4 822 200	7 088 685	7 853 153	8 838 432
dont : Canada	527 522	850 566	1 411 136	886 805	668 215	1 101 112	1 144 639	1 423 434
États-Unis	1 634 844	3 702 787	7 257 640	6 916 900	3 535 809	5 031 439	5 684 544	6 223 031
Mexique	186 950	222 465	656 438	950 486	618 176	956 134	1 023 970	1 191 967
Amérique du Sud	250 630	256 787	436 584	929 139	786 188	1 050 646	1 178 856	1 025 571
dont : Argentine	63 153	5 337	100 711	197 850	132 857	208 139	291 538	267 119
Brésil ⁽²⁾	187 477	251 450	329 519	670 247	607 505	797 038	888 472	718 913
Asie-Océanie	4 344 363	4 492 406	4 497 938	6 448 515	6 470 438	8 515 432	8 094 235	8 563 210
dont : Chine	-	-	1 464 000	2 561 435	3 407 163	4 367 678	3 933 550	3 748 150
Corée du Sud	65 812	334 879	512 990	376 204	354 509	405 535	435 477	390 649
Inde	83 379	186 640	283 403	486 277	466 330	725 531	887 267	859 698
Japon	4 004 776	3 538 824	1 781 362	1 647 501	1 071 896	1 318 558	1 240 105	1 388 492
Afrique	127 698	125 174	115 305	203 918	131 668	158 204	181 052	205 019
dont : Afrique du Sud	127 698	125 174	126 787	241 841	150 942	176 655	220 280	264 551
TOTAL	9 675 970	12 399 000	17 158 509	17 732 218	14 019 270	19 362 284	19 982 282	21 071 668

(1) À partir de 1995, il s'agit de la production de véhicules montés en France.

(2) À partir de 2001, des reclassements de voitures particulières en véhicules utilitaires ont été opérés.

(3) À partir de 2010, la production brésilienne est hors CKD.

(4) La production aux Pays-Bas est hors DAF en 2012.

Sources : OICA, CCFR, estimations juillet 2013.

Résumé :

L'économie mondiale connaît de profondes transformations, notamment avec l'arrivée des pays en développement, en particuliers les pays émergents, qui sont entrain de jouer un rôle de plus en plus centrale dans l'économie mondiale. Ces mutations, sont apparues, suite aux différentes reformes économiques entreprises dans ces pays et les vagues d'investissements réalisés par les firmes transnationales des pays de la triade. Ces pays ont connu des taux de croissances phénoménales permettant un rattrapage économique et une nouvelle géographie économique mondiale s'est alors dessinée. L'industrie automobile de par son importance économique, ses effets d'entrainements et le nombre d'emplois occupés nous offre une illustration de ces changements. Les pays émergents et autres pays en développement représentent plus de la moitié de la demande et de la production automobile, alors qu'ils ne représentaient qu'un cinquième au début du XXIème siècle, et cela au détriment des pays développés qui voient leur part reculer suite à la baisse de la demande interne et aux changement de stratégies opéré par les constructeurs et les équipementiers automobiles, qui produisent désormais là où ils vendent. Cette tendance est appelé à durer dans le futur, donnant naissance à une nouvelle géographie de la production et de la demande automobile dominée par les pays en développement et émergent, notamment les BRICS.

L'Algérie, suite au lancement du projet de Renault, peut devenir un pays producteur d'automobile si une véritable stratégie de développement de cette industrie va suivre ce projet.

Mots clés: firmes transnationales, industrie automobile, IDE, pays émergents, BRICS...

ملخص:

يشهد الاقتصاد العالمي تغيرات عميقة، و هذا خاصة مع وصول البلدان النامية ، ولاسيما البلدان الناشئة منها التي بدأت تلعب دورا أكثر مركزية في الاقتصاد العالمي . و الطفرة الاقتصادية التي تعرفها هذه البلدان جاءت الشركات متعددة الجنسيات وتزامنها مع حزمة من الإصلاحات الاقتصادية الناجحة التي أجريت في هذه البلدان. شهدت هذه البلدان نسب نمو هائلة تفوق بكثير النسب المسجلة في الدول المتقدمة مما يجعلنا نعالج وندرس هذه الخريطة الجديدة لجغرافيا الاقتصاد العالمي. صناعة السيارات بسبب أهميتها الاقتصادية، وأثارها على عدد من الصناعات الأخرى وأهميتها الاقتصادية من حيث الإنتاج والصادرات تقدم لنا مثالا معبرا وخير دليل على هذه التغييرات. فالبلدان الناشئة و البلدان النامية أصبحت تستهلك أكثر من نصف إنتاج و الطلب على السيارات ، في حين أنها كانت تمثل خمس السوق العالمي في أوائل القرن الحادي والعشرين، و هذا في ظل تناقص أسواق وصناعة السيارات في البلدان المتقدمة التي شهدت انخفاض حصتها في أعقاب تراجع في الطلب و التغيير استراتيجيات صانعي السيارات و موردي قطع الغيار بإتباع إستراتيجية " تنتج حيث تبيع " . ومن المتوقع أن يستمر هذا المنحى في المستقبل، مما سيؤدي إلى الجغرافيا الجديدة للإنتاج و الطلب على السيارات تهيمن عليه البلدان النامية والناشئة، خاصة بلدان بريك التي ستمثل في أفق 2018 نصف السوق العالمي للسيارات .

في الجزائر، في أعقاب إطلاق مشروع رنو للسيارات يمكن للجزائر أن تصبح دولة منتجة السيارات إذا تم إتباع إستراتيجية تطوير لهذه صناعة من استغلال ايجابي يتبع هذا المشروع.

الكلمات الرئيسية: الشركات متعددة الجنسيات، صانعو السيارات، الدول الناشئة، الاستثمارات المباشرة الأجنبية، بلدان بريك...

Abstract:

The global economy knows deep changes, in particular with the arrival of the developing countries, in particular emerging countries, which are playing an increasingly central role in the global economy. These changes arrived following the various economic reforms undertaken in these countries and with the waves of investments carried out by the Triad transnational firms. These countries knew phenomenal growths allowing an economic correction and a new world economic geography then took shape. The automotive industry from its economic importance, its domino effects and the number of occupied employment offers an illustration of these changes to us. The emerging countries and other developing countries represent more half of the request and automobile production, whereas they represented only one fifth at the beginning of the 21st century, and that with the detriment of the developed countries which see their share moving back following the decrease in the internal demand and with the change of strategies operated by the manufacturers and automobile equipment, who produces now where they sell. This tendency will continue in the future, giving rise to a new geography of the production and demand of the automobile industry which will be dominated by developing countries and emerging countries, in particular the BRICS.

Algeria, following the launching of the project of Renault, can become a producer country of car if a true development strategy of this industry will follow this project.

Key word: transnational corporations, automotive industry, FDI, emerging countries, BRICS...