**Thème 5 : Mondialisation, finance internationale et intégration européenne**

**Question 1 : Quels sont les fondements du commerce international et de l'internationalisation de la production ?**

**3. La mondialisation de la production**

**3.2. Les stratégies des FMN**

**Intro : exporter, externaliser ou délocaliser ?**

Les FMN peuvent développer plusieurs stratégie :

Certaines firmes poussent la logique de la transnationalisation à leur maximum : Nike par exemple est une « fabless fab » (société sans usine) : elle ne produit plus aucun article de sport par ses propres moyens

- elle gère les sous-traitants/ filiales qu’elle possède

- se recentre sur les activités de marketing et de conception

- ainsi que sur la relation clientèle et la publicité.

On a ainsi l’apparition de FMN globales, qui travaillent en réseau, qui combinent toutes les stratégies possibles, avec une vision purement mondiale, qui se déconnecte peu à peu de la production.

Ces sociétés ont compris que c’est la différenciation, le design, la pub qui fera les leaders de demain en plus de réussir à produire à bas coût. Le coût de production d’une chaussure est de 5% du prix de vente pour une entreprise comme Nike.

**3.1.3. Le choix de localisation des firmes et la division internationale du processus de production (DIPP)**



**Répondre aux questions du Doc 1**

**Quelles peuvent être les avantages et inconvénients d’exporter plutôt que d’importer ? Vous pouvez répondre en complétant ce tableau (pensez notamment en termes de coûts pour l’entreprise en distinguant coûts fixes et coûts variables) :**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Exportation** | **IDE** |
| **Avantages** |  |  |
| **Inconvénients** |  |  |

Rappel : On peut distinguer 2 grands types d’IDE

Les IDE horizontaux qui consistent à créer des filiales qui produisent toutes des biens identiques

Les firmes peuvent réaliser des IDE verticaux, dits de délocalisation, lorsqu’elles s’efforcent d’alléger leurs coûts grâce à une division internationale des processus de production.

**À savoir :**

**L'expression "Division internationale des processus productifs" intervient dès le moment où un stade du processus de production se déroule dans un autre pays que celui où est assemblé le produit fini. Les entreprises pharmaceutiques par exemple continuent à disposer de laboratoires de recherche dans leur pays d’origine mais vont développer les essais cliniques dans des pays en développement (Weinmaan, entreprise américaine, poursuit ses essais cliniques en Inde, Sanofi-Aventis, entreprise française, a des laboratoires en Tunisie).**

Il est en effet de plus en plus difficile de définir la nationalité d’un produit. L'iPhone illustre la complexité de cette question. Conçu par Apple en Californie, il est assemblé en Chine par une entreprise taïwanaise (Foxconn), à partir de composants fabriqués dans différents pays. Les exportations d'iPhone à partir de la Chine viennent gonfler l'excédent commercial chinois, alors que la valeur effectivement ajoutée dans ce pays est minime.

* **périodicité des stratégies en termes d’IDE**

On distingue 4 grandes phases depuis 1945 :



**Consigne : À l’aide du document, complétez le tableau suivant (Q2&3) :**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Période | Objectifs | Modalités (quel type d’IDE, stratégie ?) | Exemple |
| 1945-1960 |  |  |  |
| 1960-1970 |  |  |  |
| 1970-1990 |  |  |  |
| 1990-2012 |  |  |  |

**3.2.2. Compétitivité prix et hors-prix**

**Sensibilisation : Dessine-moi l’éco « la compétitivité »**

**À regarder :** [**https://www.youtube.com/watch?v=uHDpRAXiiq0**](https://www.youtube.com/watch?v=uHDpRAXiiq0)

**Compétitivité = capacité d’une entreprise à faire acheter ses produits plutôt que ceux de ses concurrents, gagner des parts de marché.**

**Compétitivité-prix lorsque l’entreprise a la capacité de vendre moins cher que ses concurrents et hors prix lorsqu’elle fait acheter ses produits pour d’autres raisons (qualité, originalité, performances, services après-vente, image de marque).**

**Consigne :**

**Complétez le schéma avec :**

**salaire (w), innovation, coût des consommations intermédiaires (coût des CI), adaptation à la demande (adaptat° à la D), productivité du travail (pté du L), coût du produit (coût du pdt), coût salarial unitaire (coût w unitaire), charges sociales (CS), différenciation des produits (≠° des pdts).**

***Pour cette exercice vous pouvez imprimer le schéma pour le compléter ou le refaire sur une feuille blanche et le prendre en photo si vous voulez.***

