

Les firmes multinationales

INTRODUCTION :

L'expression firme ou société « multinationale » apparut pour la première fois en 1960 sous la plume de D.E. Lilienthal (1960) : « De telles sociétés, qui ont leur siège dans un pays, mais qui fonctionnent et vivent également soumises aux lois d'autres pays, j'aimerais les définir ici sous le nom de sociétés multinationales ». Le sujet allait ensuite susciter une riche floraison de travaux. L'intrusion des « multinationales » dans la science économique correspondait au développement des activités des grandes entreprises américaines dans le monde au lendemain de la seconde guerre mondiale, ressenties souvent par les Européens ou les Latino-américains comme une atteinte à leur indépendance économique nationale.

Ce type d'entreprise n'avait pas auparavant attiré l'attention non seulement parce que son importance relative dans l'économie des pays d'origine et dans les économies des pays d'accueil était alors bien moindre que dans les années 1960, mais aussi parce qu'il ne semblait pas mériter une analyse spécifique qui fut différente de la théorie générale de la firme. Pourtant, des entreprises, qui exerçaient leurs activités dans plusieurs pays, existaient dès le milieu du 19^{ème} siècle, voire avant.

Ces entreprises, appelées souvent « internationales », se multiplièrent à partir des années 1880, car nombre de grandes entreprises « modernes », nées à la fin du siècle, étendirent très vite leurs activités à plusieurs pays. Le phénomène n'était pas passé inaperçu des historiens, mais ils l'avaient abordé dans une approche macro-économique avec l'étude des investissements directs dans le cadre de l'analyse des exportations de capitaux, sans mettre l'accent sur les agents, en l'occurrence les entreprises, qui étaient les vecteurs de ces flux. Depuis les années 1970, influencés par les travaux des économistes, ils mènent des recherches dont la problématique vient désormais de l'histoire des entreprises : origines, typologie, secteurs d'activité.

I. LES FIRMES MULTINATIONALES :

Mr. Boussehra Faouzi

1-Définition et caractéristique :

a)Définition : la difficile définition de la société multinationale

La plupart des définitions sont fondées sur des critères exclusivement économique ; en général le nombre de filiales installées dans divers pays et la part de l'activité réalisée à l'étranger. On trouve ainsi des définitions très larges et purement qualitatives telles que « toute entreprise qui accomplit ses principales opérations, de fabrication ou de fourniture de services, dans au moins deux pays » ou des définitions quantifiées plus ou moins restrictives comme « toute entreprise originaire d'un pays ayant des activités stables et un contrôle dans au moins 3 pays étrangers, et ou elle réalise plus de 10 % de son chiffre d'affaire ». Ces définitions sont toutes très statiques et ne bornent à constater la physionomie et « l'état multinational » de l'entreprise. Quelques auteurs insistent sur l'aspect juridique de la multi nationalité de l'entreprise en retenant comme critère la distribution du capital entre actionnaires de nationalités différentes.

On peut être frappé par deux caractéristiques des définitions. D'une part, elles sont hétérogènes quand elles ne sont pas floues, d'autre part, une dimension nous paraît étrangement obliérée : l'identité de ces multinationales. Les différentes définitions dont nous venons très brièvement de faire le tour sont avant tout descriptives et synchroniques : elles ne permettent pas de comprendre, et moins encore de prévoir, le développement international des entreprises, les formes qu'il peut prendre et la nature de l'obstacle rencontré ; dans une perspective normative ces définitions sont inopérantes.

Une multinationale est une entreprise qui a son siège dans un pays mais des activités dans de nombreux pays par l'intermédiaire de filiales ou de succursales qu'elle coordonne en vue d'approvisionner le marché mondial.

b) Caractéristiques :

- Présence dans de nombreux pays.
- Capital social détenu par des actionnaires répartis dans plusieurs pays.
- Nationalités variées des dirigeants.
- Stratégie mondiale du groupe : la structure organisationnelle de la firme, l'élaboration de sa stratégie est conçue à l'échelle du monde pris globalement.
- Autonomie des firmes vis-à-vis tant de leur pays d'origine que de leur pays d'implantation.

2-structure de la F.M.N :

Les problèmes d'organisation d'une F.M.N sont complexes, en raison de sa taille, du nombre de ses filiales, de la diversité des régimes politiques, économique, juridique, sociaux et culturels, des pays d'implantation. L'entreprise doit donc adapter une structure qui lui permet de conserver son efficacité et son dynamisme, tout en préservant son unité.

Ainsi, elle est conduite à :

- Décentraliser toutes les activités d'exploitation car la prise de décision locale est plus rapide et mieux adaptée aux conditions particulières du pays d'accueil.
- Centraliser les domaines qui assurent l'unité de la firme (recherche et financement notamment).

Sur le plan de la gestion, le siège social assure la redistribution des capitaux entre filiales. Fréquemment celle-ci est affectée sur la base de prix de transfert, c'est-à-dire de prix différents du coût réel de revient des produits.

3-La F.M.N. et les états :

Dans les années 1990, les 300 premières entreprises mondiales réalisaient le quart de la production mondiale. Au rythme de croissance actuel, les 300 premiers groupes pourraient atteindre 50% du P.I.B mondial en 2006. Les F.M.N possèdent donc un pouvoir qui peut aller à l'encontre du pouvoir des états. Les pays d'accueils, tout comme les pays d'origine ont donc une attitude partagée à l'égard de ces firmes internationales.

	Pays d'origine	Pays d'accueil
Opportunités	<ul style="list-style-type: none"> • Rayonnement international • Rapatriement à terme des bénéficiaires. • Moyen d'accès à de nouveaux débouchés. 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Contribution à la croissance économique et de l'emploi.</i> • <i>Apport de technologies.</i> • <i>Apport fiscal.</i> • <i>Entrées de capitaux</i>
Menaces	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Fuite de capitaux investis.</i> • <i>Perte d'emplois.</i> • <i>Moindres ressources fiscales</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Crainte d'une domination industrielle et technologique.</i> • <i>Opposition entre les intérêts des pays et ceux de F.M.N.</i> • <i>Sorties de capitaux (rapatriement des profits</i>

II-L'INTERNATIONALISATION DE L'ENTREPRISE :

La mondialisation de l'économie a poussé de nombreuses entreprises à pratiquer une stratégie d'internationalisation de leurs activités, c'est-à-dire une stratégie d'ouverture internationale.

1-Les facteurs de l'internationalisation de l'entreprise :

L'internationalisation fait partie du processus de croissance de l'entreprise ; très souvent, elle constitue la seule solution qui lui permette de survivre.

Quatre raisons complémentaires poussent l'entreprise à s'engager dans une expression internationale :

a) Raisons techniques :

- Baisser les coûts des transports internationaux ;
- Accroître les capacités de production pour réaliser des économies d'échelle, en s'implantant par exemple dans des zones à fort potentiel démographique d'assemblage ou de production.

b) Raisons politiques :

- Le désir de contourner les barrières protectionnistes ;
- Bénéficier d'accord entre états ;
- Profiter de zones de libre-échange ;

c) Raisons économique :

- Mieux maîtriser l'approvisionnement à l'étranger ;
- L'impossibilité d'augmenter la croissance avec le marché national ;
- Le désir d'abaisser les coûts de production (notamment grâce à des salaires plus faibles) ;

d) Raisons financières :

- Réaliser des bénéfices en jouant sur les parités monétaires ;
- Tirer parti des avantages fiscaux ;
- Accéder à de nouvelles sources de financement ;

2- Les étapes de l'internationalisation :

Comment une entreprise devient-elle internationale ?

Les entreprises ont toujours cherché. Au-delà de la frontière nationale. Un marché de clients plus vaste. Des approvisionnements moins chers ou de meilleure qualité. Des partenaires plus intéressants. La mondialisation des activités traduit la systématisation de cette attitude.

Au fur et à mesure de son développement et son succès à l'étranger. L'entreprise franchit des étapes dans l'internationalisation :

- **L'exportation indirecte** : l'entreprise utilise les services d'un exportateur pour qu'il commercialise à sa place son produit ;
- **L'exportation directe** : l'entreprise se dote d'un service exportation pour vendre ses produits ;
- **L'investissement direct** : l'entreprise implante son propre réseau de distribution à l'étranger par la création de filiales ;
- **La délocalisation de la production** : le dernier stade de l'internationalisation ne touche plus seulement la commercialisation mais aussi la production. L'entreprise choisit de fabriquer tout ou partie de sa production dans ses usines qu'elle détient à l'étranger ou auxquelles elle sous-traite.

L'internationalisation est le résultat d'un processus qui comporte plusieurs étapes :

L'entreprise commence par exporter, ensuite, elle s'internationalise et enfin, devient une F.M.N. (firme multinationale).

3-Les septicités des entreprises qui opèrent au niveau mondial.

L'entreprise exportatrice	L'exportation indirecte	L'entreprise utilise les services de : Centrales d'achat ou bureaux d'achat étrangers. Commissionnaires à l'achat Courtiers à l'exportation Société de négoce ou de commerce international
	L'exportation directe	L'entreprise se dote d'un service d'exportation pour vendre ses produits, avantage ; élimination des rémunérations des intermédiaires, inconvénient : difficile et lent à mettre en place à cause de la méconnaissance du marché visé.
	L'exportation en partenariat inter-entreprise	L'entreprise s'associe à un groupement d'exportateurs organisé sous forme de GIE (groupement d'intérêt économique) elle peut également choisir une stratégie de partage : la firme exportatrice se sert des réseaux commerciaux d'une entreprise déjà implantée à l'étranger.
L'entreprise internationale	Constitution de réseaux de distribution	Franchise : le franchiseur concède à ses franchiseés, commerçant indépendants sur un territoire donné le droit exclusif d'exploiter ses droits de propriété industrielle pour la vente de ses produits (McDonald, Yves rocher)
		Cession de licence internationale : vente du droit d'utilisation d'une marque, d'un brevet, d'un procédé de production et /ou De commercialisation (Lacoste, Christian Dior).
		Succursale : firme ouvre à l'étranger un bureau qui la représente
	Filiale de distribution	La filiale de la distribution achète à la maison mère pour la revente sur le marché extérieur concurrencé, il peut s'agir d'une joint-venture ou co-entreprise, l'entreprise décide de s'associer avec un partenaire local, la filiale peut aussi être totalement contrôlée par la maison mère.
Filiale de production	La filiale fabrique sur place pour le marché local (filiales-relais) Ou pour le marché mondial dans le cadre d'une spécialisation internationale du travail (filiales-ateliers)	
Firme multinationale (FMN)	Entreprise dont les stratégies de production et de distribution se développent à l'échelle du monde, elle se distingue en cela de l'entreprise formant exportatrice ou celle implantée dans un petit nombre de pays, sa stratégie mondiale est définie par un centre de décision unique, la société-mère, cette dernière détient et contrôle des filiales dans de nombreux pays.	

CONCLUSION :

L'apport des F.M.N est souvent positif, d'une façon générale. Elles sont, pour les pays d'accueil, une source de devises, de capitaux, de technologie, de savoir-faire et de valeur

Mr. Bousredra Faouzi

ajoutée. En outre, elles favorisent la communication au niveau mondial ainsi qu'une meilleure division du travail, ce qui entraîne une augmentation de la productivité dans les pays où elles s'installent.

Néanmoins, leur puissance ne les met pas à l'abri d'un certain nombre d'accusation parmi lesquelles on trouve :

- L'indifférence à l'égard des politiques nationales, dont elles limitent les marges de manœuvre. Leurs opérations liées au jeu financier international (transferts de capitaux) peuvent atténuer l'impact de certaines mesures économiques, surtout dans les petits états qui n'ont pas les moyens de les contrôler.
- La FMN est vecteur de domination économique et politique : elle a besoin d'influence et de maîtriser des marchés (prix, coût, persuasion du consommateur...). elle sera donc tentée d'influencer en faveur les décisions politiques dans suffisamment nombreux pour prouver que ce danger est bien réel.
- Elimination des firmes nationales moins compétitives.
- Domination des marchés internationales certaines matières.