

Définition

Une firme transnationale (ou multinationale) est une entreprise possédant au moins une unité de production (pas seulement de commercialisation) à l'étranger. Cette unité de production est alors sa filiale.

Les FTN, habituellement, ont plus d'une unité de production à l'étranger. Certaines peuvent établir tout un réseau de relations entre leurs filiales à l'échelle du monde.

La logique de fonctionnement et de gestion d'une FTN se réfléchit à l'échelle du monde et non plus à l'échelle nationale, ce qui n'empêche pas que subsiste un enracinement national de la FTN.

Enjeux

Les entreprises transnationales participent à l'accroissement des échanges internationaux et au phénomène de mondialisation des économies. Par le biais de leurs IDE, elles exercent une **influence sur la politique des Etats et sur les spécialisations internationales**.

Les firmes transnationales choisissent la localisation de leurs filiales en fonction non seulement des caractéristiques économiques des pays (importance du marché intérieur, niveau des salaires, régime fiscal...) mais aussi des politiques commerciales et des politiques de subvention aux entreprises. **Elles mettent ainsi en concurrence les Etats entre eux**. Afin d'attirer les IDE, les pays doivent mener une politique économique libérale, avec stabilisation monétaire et budgétaire, amélioration du climat d'investissement local. Les firmes transnationales peuvent ainsi influencer les politiques des Etats, même si les Etats conservent une marge de manœuvre pour limiter les coûts sociaux de la convergence libérale des politiques.

La stratégie d'investissement des FTN, qui est guidée par les avantages productifs, **contribue en retour à modifier les spécialisations internationales**. Les implantations en Europe des firmes transnationales japonaises pour contourner les restrictions aux importations, par exemple, ont développé les exportations britanniques de magnétoscopes. Or, cette spécialisation britannique ne provient pas des entreprises nationales mais de la stratégie des firmes transnationales japonaises.

La plupart des entreprises sont désormais tenues d'internationaliser leur production et ainsi de devenir transnationales, sous peine de disparaître.

Tendances

Le nombre des firmes transnationales et leur stratégie d'implantation évoluent.

- **Le nombre de firmes transnationales augmente très fortement** puisqu'il est passé selon la Conférence des Nations Unies pour le Commerce et le Développement (CNUCED) de 7000 au milieu des années 1960 à 37 000 en 1993 et à 63 000 en 2000. Le nombre de filiales de firmes transnationales augmente également très rapidement. Les firmes transnationales comptaient 175 000 filiales en 1993, 690 000 en l'an 2000.

- Les investissements des firmes transnationales à l'étranger ont historiquement, à l'origine, pour objectif l'exploitation et le contrôle des matières premières puis la création de débouchés. Si ces objectifs sont toujours d'actualité lors de la réalisation d'investissements directs à l'étranger (IDE), dès la fin des années 1970, un autre objectif motive les IDE : **la réduction des coûts de production**. Les firmes multinationales rationalisent leur production afin de réduire leurs coûts de production. Elles produisent ainsi les éléments nécessaires à la production d'un bien dans différents pays pour, d'une part profiter des avantages spécifiques des pays d'accueil (coût du travail, qualification de la main d'œuvre, etc.) et d'autre part réaliser des économies d'échelle. C'est ce que l'on appelle la DIPP (division internationale du processus productif).

Robert Reich (1993) prend ainsi l'exemple du véhicule « Le Mans » de Pontiac, firme transnationale américaine. La production de ce véhicule fait intervenir neuf pays aux différents stades de la production et de la commercialisation :

- 30% de la valeur du véhicule revient à la Corée pour le montage,
- 17% de la valeur du véhicule revient au Japon pour les composants et les technologies avancées,
- 7.5% de la valeur du véhicule revient à l'Allemagne pour la conception,
- 4% de la valeur du véhicule revient à Taiwan et Singapour pour les pièces mineures,
- 2.5% de la valeur du véhicule revient à la Grande Bretagne pour la publicité et la communication,
- 1.5% de la valeur du véhicule revient à l'Irlande et à la Barbade pour le traitement des données,
- 37% de la valeur du véhicule revient aux Etats-Unis.

Indicateurs

Il est difficile de comptabiliser précisément l'activité des FTN. Cependant, on sait que celles-ci jouent un grand rôle dans le commerce mondial. Voilà quelques estimations sur l'importance des FTN.

- Le commerce international est largement déterminé par les firmes transnationales puisque, selon l'Organisation des Nations Unies (ONU), 2/3 des échanges internationaux sont le fait des firmes transnationales. Le commerce intra-firme (entre la maison mère et ses filiales) représente un tiers des échanges internationaux. Seul un tiers du commerce international échappe aux firmes transnationales.
- Les firmes transnationales contrôlent directement 60% de la production industrielle du Canada et la moitié de celles du Brésil ou de la Colombie. L'ensemble des firmes transnationales réalise environ la moitié du PNB mondial.

Erreurs Fréquentes

- Une entreprise qui ne possède que des représentations commerciales à l'étranger n'est pas une firme transnationale, même si elle en a beaucoup. Une entreprise n'est vraiment transnationale que si elle réalise au moins une partie de **sa production** à l'extérieur de son territoire national.
- Toutes les entreprises, en particulier américaines, ne sont pas transnationales...

- Une transnationale n'est pas forcément une entreprise gigantesque.
- Firme transnationale et trust ne sont pas synonymes. Le mot trust est rarement utilisé en SES.