

Un éclairage économique sur les firmes multinationales

Introduction

Commençons par **définir une firme multinationale (FMN)** : Il s'agit d'une **entreprise qui produit dans plusieurs pays.**

On **pourrait cependant distinguer** :

=> **La firme multidomestique** : elle est **constituée de filiales autonomes et qui échangent peu entre elles.** Elle **considère chaque marché national comme un marché spécifique.** Plutôt typique des 30 Glorieuses.

Exemple : General Motors qui crée la filiale Opel pour vendre ses voitures en Europe.

=> **Les firmes globales** : elles **adoptent une stratégie mondiale et développent des produits / marques unifiés.**

Exemple : Whirlpool qui après son rachat de Phillips commercialise désormais tout l'électroménager Phillips sous le nom de Whirlpool.

=> **La firme transnationale** : ce terme **insiste sur le fait que certaines FMN en viennent à s'affranchir des États, notamment en matière de fiscalité.**

Exemple : Apple qui localise ses profits dans les paradis fiscaux (Jersey, Îles vierges britanniques...)

1. Le poids économique des firmes multinationales

- On constate **une forte augmentation du nombre des FMN selon le CNUCED¹** :

1977 : 11 000 FMN

Aujourd'hui : + de 100 000.

- Le CNUCED, dans ses rapports (https://unctad.org/system/files/official-document/wir2024_en.pdf) se focalise maintenant sur **les 100 plus grandes FMN** ; on peut dire pour ces dernières, en 2023 :

=> Elles emploient plus de 20 millions de personnes dans le monde.

=> Elles réalisent un total de vente (CA) de plus de 13 500 milliards de \$ (50 % de leurs ventes se réalisent en dehors de leur pays d'origine), soit 20 % du commerce mondial.

=> Leurs actifs totaux représentent presque 21 000 milliards de \$.

- L'importance du commerce intrafirme (commerce fermé)

Définition : le commerce intrafirme désigne l'échange de biens et services entre maison mère et filiales ou entre filiales au sein d'une FMN.

Ce commerce intrafirme représente environ 30 % du commerce mondial actuel. Voir diapo suivante pour la France.

Nous verrons (partie 2) que ce commerce intrafirme permet notamment l'optimisation fiscale pour les FMN.

- Enfin, on **insistera sur les inégalités entre FMN : un petit nombre de FMN dominant le paysage.**

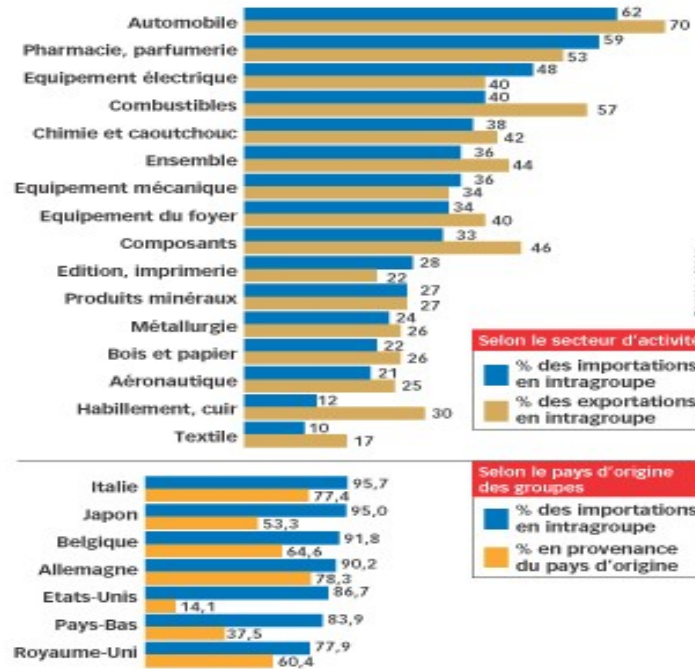
1 % des FMN représentent plus de 30 % des filiales étrangères et plus de 60 % de la valeur ajoutée mondiale de ces entreprises.

Les 3 principales FMN par leurs avoirs à l'étranger en 2023 sont Shell, Toyota et Total (CNUCED). Classement complet ici (par les actifs à l'étranger) :

<https://unctad.org/fr/isar/topic/investment/world-investment-report> (lien en fin de page)

Peu d'entreprises numériques parmi les + grandes FMN car moins capitalistiques (Microsoft : 10 ; Alphabet : 30 ; Amazon : 36 ; Huawei : 37 ; Apple : 46)

Le commerce intrafirme en France



Source : INSEE, 2004

Notes : pour le commerce intrafirme selon le pays d'origine du groupe, il s'agit des filiales française de multinationales étrangères. Par ex., pour les filiales françaises des groupes italiens (maison mère italienne), 95,7 % de leurs importations sont intragroupes et 77,4 % de ces importations proviennent de l'Italie.

2. Les stratégies des firmes multinationales

2.1. Pourquoi s'internationaliser ?

- A l'origine des FMN, on trouve la **division internationale du processus productif (DIPP)** :

Il s'agit de la **répartition de la production mondiale de biens et services entre des pays ou zones économiques plus ou moins spécialisées.**

=> C'est **l'extension au niveau mondial du principe de division du travail** (on parle aussi de **division internationale du travail**).

=> On emploie aussi le terme de **décomposition de la chaîne de valeur mondiale.**

- On peut voir **une autre forme de DIPP qui concerne non plus la production mais la gestion de l'entreprise** :

Marketing, audit, R & D ou encore traitement comptable sont aussi affectés par la DIPP => on recherche les meilleurs spécialistes mondiaux pour chaque spécialité.

Illustration : la comptabilité de Lufthansa se fait en Inde, la R & D de Schneider Electric en partie en République Tchèque et celle de Texas Instrument en partie en Inde.

Les multiples raisons de l'internationalisation des firmes

- **Diminuer les coûts de production.** *Illustration* : aller chercher en Chine une main d'œuvre bon marché pour des productions intenses en travail (confection textile, assemblage électronique...) ; réduire les coûts de transport.
- **Sécuriser ses approvisionnements** : des productions peuvent être très dépendantes de certaines matières premières.

Illustration : Areva (énergie nucléaire) et l'uranium ; Michelin qui possède ses plantations d'hévéa (pour le caoutchouc ; Afrique, Indonésie).

Cf. les investissements d'entreprises chinoises en Afrique pour contrôler des terres rares permettant d'obtenir des métaux indispensables à l'électronique.

- **Bénéficiaire d'externalités positives et d'effets d'agglomération** :

Illustration : pour une *start-up* des nouvelles technologies, aller s'implanter dans la Silicon Valley aux USA ou bien à Bangalore en Inde.

- **Accéder plus facilement à des marchés protégés :**

=> *Contourner des droits de douane en produisant sur place.*

Illustration : Harley Davidson en 2018 qui délocalise une partie de sa production américaine suite à l'annonce de taxes européennes sur les motos importées des USA.

=> *S'adapter aux goûts locaux du consommateur via des filiales locales.*

Illustration : General Motors et son implantation en Europe dans les 30 Glorieuses => Produire des véhicules Opel adaptés aux besoins européens.

=> Cela peut être même une nécessité pour certains services.

Illustration : McDonald's

- **Suivre ses concurrents pour ne pas perdre de parts de marché :**

Illustration : quand Volkswagen part en Chine, les autres constructeurs automobiles font de même.

- **Diversifier les risques** : en produisant dans différents pays / zones, on est moins exposé à une mauvaise conjoncture économique touchant une zone / un pays spécifique.

- **Pour échapper aux contrôles des États et notamment à une fiscalité jugée trop forte**

Les FMN vont utiliser pour pratiquer l'optimisation fiscale (encore plus facile pour les entreprises du numérique) :

=> **la DIPP et les échanges intrafirmes**

=> **les paradis fiscaux** (taux d'imposition sur les profits faible ou nul) ou de manière générale les États avec une taxation plus avantageuse (Irlande plutôt que France en Europe par ex.)

Les mécanismes :

Les FMN utilisent les **prix de transferts**, i.e. le prix auquel une entreprise facture le transfert d'un actif (matériel ou immatériel) à une autre entreprise (filiale) lui appartenant.

Ainsi, elles s'arrangent pour qu'une filiale située dans un paradis fiscal fasse payer (très cher) des services à la maison mère et aux filiales situées dans des pays où les taxes sont plus élevées. Ainsi, la majorité des profits se trouvent réalisés dans le paradis fiscal...

Illustration par l'exemple (simplifié) de Google avant 2020 : Google possédait deux filiales en Irlande, *Google Ireland LTD* et *Google Ireland Holding*. Mais GIH est en fait résidente fiscale des Bermudes (l'Irlande autorise un tel montage). Or, c'est cette filiale des Bermudes qui détient les droits de propriété intellectuelle de Google.

Il suffit alors à Google d'utiliser les prix de transferts au niveau européen pour localiser tous ses profits dans *Google Ireland LTD* ; puis GIH fait payer l'utilisation de la marque Google (encore un prix de transfert) pour rapatrier 99 % des profits européens de Google aux Bermudes...

2.2. Comment s'internationaliser ?

Si on veut **produire à l'étranger, plusieurs formes de production sont possibles :**

- Faire appel à un sous-traitant, éventuellement avec une production sous licence.

Illustration : Foxconn (*taiwanais*) est un sous-traitant essentiel d'Apple en Asie du sud-est

Yulon Motor (*taiwanais*) est une entreprise automobile qui produit des voitures Nissan sous licence pour son marché local.

Avantage : c'est le sous-traitant qui investit ; peut être utile si l'implantation locale est difficile (réglementation, culture très différente...)

Inconvénient : un contrôle parfois difficile, notamment sur la qualité.

Illustration : en 2010, les suicides chez Foxconn, liés aux conditions de travail très difficiles, ont beaucoup nui à l'image d'Apple

- **S'implanter localement ; cela peut se faire selon différente modalité :**

=> **S'associer à un partenaire local pour former une entreprise conjointe** (*joint-venture*). Illustration : la joint-venture Dongfeng / Renault en 2013 en Chine (finie depuis 2023).

Avantage : facilite l'implantation par la connaissance du marché local de l'entreprise partenaire (très utile en Chine notamment => contrôle politique et administratif fort).

Problème : la répartition des pouvoirs entre les deux entreprises (et notamment la part de chacune dans le capital) ; on n'a parfois pas le choix (volonté de transfert de technologie des pays d'accueil des IDE => Cf. Chine).

=> **Racheter une entreprise locale.** Illustration : Volkswagen qui rachète Skoda en Pologne en 1991.

=> **Créer une entreprise ou usine *ex-nihilo*** : on parle d'un IDE *greenfield*. Illustration : la *Giga Factory 3* de Tesla à Shanghai en 2019.

Avantage : la FMN contrôle seule l'entreprise et décide de tout.

Problème : on prend les risques seuls...

2.3. La particularité des entreprises du numériques (GAFAM, BATX)¹

- Elles **génèrent d'importants effets de réseau** :

L'utilité à utiliser leurs produits augmente avec le nombre d'utilisateurs

Conséquence : une tendance à la concentration et au monopole => pose un problème de régulation.

- Il **s'agit souvent de marchés « bifaces »** : deux types de clientèles distinctes vont cohabiter sur le marché.

Exemple : Google avec les utilisateurs d'un côté, et les publicitaires de l'autre.

Conséquence : l'entreprise se sert souvent d'une face du marché (utilisant gratuitement le service) pour vendre son produit à l'autre (par ex. les publicitaires).

Pose là encore un problème de régulation : contrairement à un monopole, une partie des clients ne paient pas plus cher le service et sont donc contents de la situation...²

Entreprise dominantes ont beaucoup plus de données sur les clients : un avantage décisif (cf. secret gardé des algorithmes)

- Mais : ces entreprises nécessitent moins de capitaux pour être créés => **Start-up nombreuses, concurrence reste possible.**

Nouveau problème : rachat des start-up par les firmes dominantes (*Killer acquisition*³)=> régulation nécessaire.