Table des matières

Illustrer le rôle des avantages comparatifs dans la spécialisation internationale....4
Illustrer le rôle des dotations factorielles et technologiques dans la spécialisation internationale 5
Illustrer la différenciation des produits entre pays comparables....6
Illustrer l'internationalisation de la chaine de valeur 7
Illustrer la compétitivité des firmes 8
Illustrer la baisse des inégalités entre les pays 10
Illustrer la hausse des inégalités au sein des pays 11
Illustrer deux inconvénients du libre-échange.... 12

L'objectif de cette fiche est de te donner un certain nombre d'exemples fictifs mais réalistes que tu peux utiliser ton paragraphe en AEI. Ces exemples sont volontairement simplifiés pour un élève de terminale. Tu peux évidemment les adapter à tes préférences et tes besoins

À noter que :

- dans mes cours, tu trouveras l'AEI comment étant : **Affirmation, Exemple, Interprétation**
- tout exemple fictif ne doit pas remplacer la mobilisation de valeurs statistiques présentes dans des documents d'EC2, EC3 ou dissertation. L'exemple fictif doit être un complément permettant l'explicitation

C'est parti 😊

Illustrer le rôle des avantages comparatifs dans la spécialisation internationale

A : En effet, les avantages comparatifs expliquent la spécialisation internationale des pays membres de l'Organisation Mondiale du Commerce. En 1817, David Ricardo montre que les pays ont intérêt à se spécialisation dans la production dans laquelle ils tirent le plus grand avantage ou le plus petit désavantage.

E : Il prend alors l'exemple du Portugal et de l'Angleterre pour expliquer l'intérêt que chacun de ces deux pays a à se spécialiser dans le drap ou le vin, il étudie alors le nombre d'heures de travail que ces deux pays ont besoin pour produire une unité de vin ou de drap. À son époque, le Portugal a besoin de 80h pour produire une unité de vin contre 90h pour produire une unité de drap. Quant à l'Angleterre, le pays a besoin respectivement de 120 et 100h. Ricardo remarque alors dans ces deux productions, le Portugal a un avantage absolu (Adam Smith) car il est capable de produire, en moins de temps, une unité dans les deux productions de biens : drap et vin. Alors, il s'agit d'essayer de comprendre, si on se place du côté anglais, si l'Angleterre aurait intérêt à abandonner ces productions et à importer les biens précités, ou non. Comme le pays a un plus petit désavantage dans la production de drap par rapport au Portugal (comparée à la production de vin), l'Angleterre a, à choisir, plutôt « intérêt » à se spécialiser dans la production de drap et à importer du vin portugais. De la même manière, le Portugal tire un plus grand avantage à se spécialiser dans la production de vin. Ces spécialisations permettent aux deux pays de tirer profit de gains à l'échange et de profiter d'une plus grande offre de biens que s'ils produisaient les deux biens, eux-mêmes.

I : Cette théorie (les avantages comparatifs) explique que les pays trouvent des avantages au commerce international : les pays ne se spécialisent pas nécessairement dans la production de biens ou services dans laquelle ils ont un avantage absolu mais aussi comparatif. Cela permet d'expliquer la spécialisation de pays considérés peu développés ou en voie de développement et d'analyser les avantages qu'ils retirent de la mondialisation.

Illustrer le rôle des dotations factorielles et technologiques dans la spécialisation internationale

A : Ensuite, nous pouvons ajouter que la spécialisation internationale s'explique par la les dotations factorielles. Dans les années 1930-1940, les économistes Heckscher, Ohlin et Samuelson ont donné nom à la théorie « HOS » qui explique le rôle des facteurs de production dans les décisions de spécialisation des pays. Cette théorie permet de mettre en évidence que les pays se spécialisent dans des productions qui nécessitent un facteur de production en abondance (travail, capital, dont capital naturel[1]).

E : Prenons l'exemple de l'Inde. L'Inde est un pays en voie de développement qui profite d'une main-d'œuvre disponible abondante. Sur le marché du travail, une main d'œuvre (offre de travail) plus abondante qu'une demande de travail conduit à des salaires moyens d'équilibre plus bas que si l'offre et la demande étaient égales. En d'autres mots, une offre de travail importante va de pair avec une concurrence importante entre travailleurs. Si le nombre de travailleurs disponibles pour occuper un emploi est important, les entrepreneurs ne proposeront pas nécessairement un salaire d'efficience[2]. Au contraire, si la main d'œuvre disponible pour occuper un emploi se fait rare, les entrepreneurs seront plus enclin à proposer des salaires plus élevés pour espérer trouver la main d'œuvre dont ils ont besoin. Ajoutons à cela que le salaire moyen indien est bien moins important que celui de la chine (environ 300 € contre 1 200 €). Par conséquent, le travailleur indien « coûte moins cher » à une entreprise indienne, ce qui lui permet de générer un surplus et de créer de la richesse. Alors, les entreprises indiennes sont amenées à se spécialisation dans des productions intensives en travail, dont le textile est un exemple. C'est en faisant ce constat que les trois économistes précités ont expliqué l'importance de l'abondance d'un facteur de production dans la spécialisation internationale. Néanmoins, cette théorie peine à expliquer la spécialisation des pays les plus développés. Par exemple, les Etats-Unis ne profitent pas d'avantages comparatifs dans le domaine du textile de bas de gamme par rapport à l'Inde mais profitent de dotations technologiques importantes. Dans ce cas, les Etats-Unis sont amenés à se spécialiser dans des productions intensives en capital technologique comme la construction aérospatiale ou le services informatiques. De la même manière, les Etats-Unis profitent d'une abondance de ressources naturelles comme les hydrocarbures (pétrole et gaz naturel) et ont tout intérêt à se spécialiser dans de telles productions.

I : Par conséquent, la théorie HOS permet de compléter les travaux de Smith et Ricardo en tant qu'elle permet d'expliquer la spécialisation de pays dans des productions en fonction de l'abondance de leurs facteurs de production, indépendamment des avantages absolu et comparatif que les pays retirent face à la concurrence étrangère.

[1] Ressources naturelles

[2] Salaire plus élevé que le salaire d'équilibre devant permettre de contrer les situations d'asymétries d'informations et de s'assurer de la productivité du travailleur

Illustrer la différenciation des produits entre pays comparables

A : De plus, il est nécessaire de garder à l'esprit que même si les entreprises des pays du monde fragmentent leur chaine de valeur, les pays comparables (sur un plan de développement économique) continue d'échanger des marchandises. Pour rester compétitives et gagner des parts de marché, les entreprises cherchent à différencier leurs produits : vertical et horizontalement.

E : Prenons l'exemple de l'échanges de véhicules entre la France et l'Allemagne, deux pays considérés riches et développés. Les deux pays échanges des véhicules : la France exporte des voitures Renault alors qu'elle importe des véhicules Audi. Si les deux pays échanges des véhicules, c'est parce que ces deux nations ne se spécialisent pas dans la même gamme de véhicules. On parle de différenciation « verticale » lorsque deux pays échangent des produits issus d'une même branche d'activité mais dont la gamme varie, du bas de gamme, en passant par le moyen et haute gamme. L'Allemagne produit des Audi ou encore des Mercedes qui sont des véhicules de haut de gamme et dont le pays profitent d'avantages comparatifs. Dans ce cas-là, c'est dans l'intérêt pour l'Allemagne de produire cette gamme de véhicule de l'exporter vers des pays voisins comme la France et d'importer des produits de moyenne gamme comme des véhicules Renault où, cette fois-ci, la France tire un avantage comparatif. De la même manière, si des pays comparables échangent des biens et services, c'est parce qu'ils différencient leurs produits « horizontalement ». Ici, ce n'est plus la gamme qui entre en jeu mais la variété : il ne s'agit plus de produire des biens ou services de haut de gamme ou de bas de gamme de varier les produits par leurs caractéristiques. Restons dans le secteur automobile et prenons l'exemple de Renault et Volkswagen : ces deux marques produisent des véhicules de gamme moyenne. Pourtant, il existe une différenciation horizontale marquée entre ces deux entreprises : le style, les valeurs et l'expérience de conduite sont différenciés. D'une part, Renault privilégie le confort et la douceur de conduite : leurs véhicules sont réputés pour leur suspension souple, leur silence de fonctionnement et des sièges confortables, adaptés aux longs trajets. Renault mise également sur le Monospace, véhicule familiale. D'autre part, Volkswagen recherche la robustesse, la discrétion et l'efficacité. Le design de Volkswagen est souvent décrit comme intemporel, alors que la performance des moteurs sont efficaces.

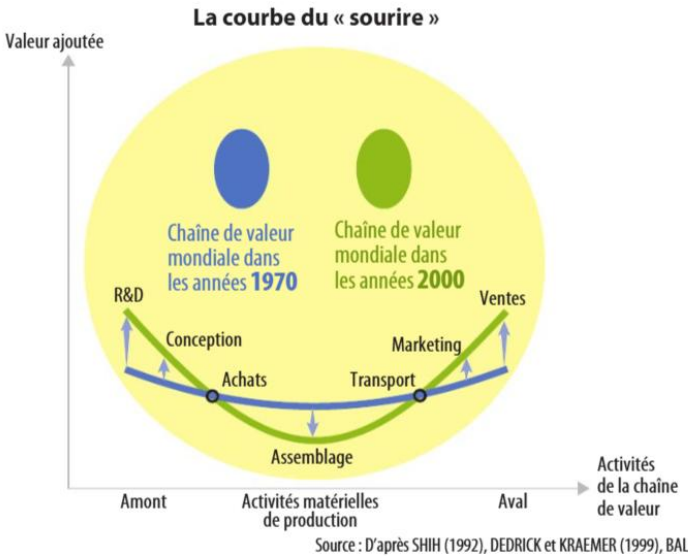
I : Nous remarquons donc que même des pays d'un même niveau de développement continuent d'échanger. Leurs entreprises mènent des stratégies de différenciation de leurs produits pour rester compétitives et attractives aux yeux des consommateurs.

Illustrer l'internationalisation de la chaine de valeur

A : En effet, un des principaux effets de la mondialisation est la fragmentation et l'internationalisation de la chaine de valeur. Il s'agit, pour les entreprises, de profiter des avantages du commerce international en divisant le travail (Division Internationale du Travail) et les étapes de production afin de réduire les coûts intermédiaires et réaliser des économies d'échelles.

E : Prenons l'exemple de l'IPhone. Il s'agit d'une entreprise américaine dont le processus de production est fragmenté : près d'un tiers de sa valeur est créée aux Etats-Unis, un deuxième tiers au Japon, un cinquième à Taïwan, alors que le reste de la valeur est créée en Corée et en Chine. Pour créer de la valeur, Apple fabrique chaque segment de son produit (de la conception à la commercialisation) séparément les uns des autres et n'hésite pas à répartir toutes les étapes de la fabrication du bien dans différents pays afin de tirer profit d'avantages comparatifs et de minimiser ses coûts de production. Par exemple, si la valeur de l'IPhone est créée dans son tiers aux Etats-Unis, c'est parce que c'est dans ce pays que la Recherche et Développement (R&D) et la conception est réalisée. De la même manière, ce sont dans des pays développés comme l'Europe ou le Japon où le marketing et les ventes sont réalisés car il s'agit de marchés dans lesquels les consommateurs sont prêts à consommer le bien et ont un pouvoir d'achat qui le leur permet. En revanche, les étapes de production qui créent peu de valeur comme l'achat de matières premières (via un fournisseur) et l'assemblage n'ont pas d'intérêt, pour Apple, d'être réalisées aux Etats-Unis où en Europe. Comme il s'agit de réduire les coûts de production et de réaliser des économies d'échelles. Apple n'a pas d'intérêt à payer des salariés américains ou français pour réaliser un assemblage si elle peut le faire faire par un coréen, taiwanais ou chinois, à moindre coût. En réduisant les coûts de production de chaque étape, Apple peut réduire le coût unitaire d'un bien (c'est ce que nous appelons les économies d'échelles) et proposer un produit dont le plus soit plus attractif que s'il était produit intégralement aux Etats-Unis.

I : Nous comprenons donc que la fragmentation de la chaine de valeur devient un enjeu majeur pour les firmes transnationales. Elle permet de réduire les coûts, d'augmenter l'offre de biens et de proposer, aux consommateurs, des prix attractifs. Par conséquent, les firmes transnationales exacerbent, entre elles, la concurrence en cherchant à gagner des parts de marché, et en espérant être « faiseuses de prix ».



Source : D'après SHIH (1992), DEDRICK et KRAEMER (1999), BALDWIN (2012).

Illustrer la compétitivité des firmes

A : Si les firmes transnationales fragmentent leur chaîne de valeur, c'est pour chercher à diminuer leur coût de production et à augmenter leur compétitivité auprès des consommateurs. Cette stratégie peut se traduire par deux orientations complémentaires : la recherche de compétitivité-prix, qui consiste à proposer des biens à moindre coût, ou la recherche de compétitivité hors-prix, qui repose sur la différenciation qualitative et immatérielle des produits.

E : Illustrons d'abord le concept de compétitivité-prix. L'entreprise de supermarché Leader Price réduit ses coûts de production pour proposer des prix plus bas que les grandes surfaces traditionnelles à qualité équivalente. L'enseigne limite volontairement les dépenses liées au marketing et à la publicité, en misant sur une image de distributeur « sobre » et orienté vers le prix bas. Elle privilégie les marques propres plutôt que les grandes marques nationales, ce qui lui permet de réduire les marges des fournisseurs et de contrôler directement la conception, la production et la distribution des produits. La logistique est également simplifiée : Leader Price adopte une politique de centralisation des achats et de rationalisation des entrepôts, ce qui diminue les coûts de transport et de stockage. La fragmentation de la chaîne de valeur se traduit par une externalisation ciblée de certaines étapes (production confiée à des partenaires industriels spécialisés) et une internalisation d'autres (distribution et mise en rayon), afin de concentrer les ressources sur les maillons les plus stratégiques. Enfin, l'enseigne réduit les coûts de fonctionnement en limitant le nombre de références proposées : moins de choix pour le consommateur, mais une optimisation des volumes d'achat et une baisse des coûts unitaires. Cette organisation démontre que la compétitivité-prix ne résulte pas seulement d'une politique de prix bas, mais d'une reconstruction complète de la chaîne de valeur autour de l'objectif de minimisation des coûts, permettant à Leader Price de proposer des produits significativement moins chers que ses concurrents tout en restant rentable.

E : Prenons maintenant l'exemple d'Apple. Cette entreprise américaine bien connue des consommateurs pratique des stratégies de compétitivité hors-prix, c'est-à-dire la capacité d'une entreprise à se différencier non par des prix bas, mais par des éléments qualitatifs et immatériels. La firme mise sur l'innovation technologique (design épuré, interface intuitive, écosystème intégré[3] entre iPhone, Mac, iPad et Apple Watch) qui crée une expérience utilisateur unique. Elle valorise également une image de marque prestigieuse, associée au statut social et à la créativité, renforcée par des campagnes marketing iconiques. La qualité perçue des produits et de leur caractère unique, la fiabilité du service après-vente et la sécurité de son système d'exploitation contribuent à fidéliser une clientèle prête à payer un prix supérieur. Cela lui permet de maintenir des prix élevés et de générer des profits importants, tout en optimisant son image de marque. Enfin, Apple exploite la stratégie d'écosystème fermé : une fois entré dans l'univers Apple, le consommateur bénéficie d'une compatibilité optimale entre les appareils, ce qui accroît les coûts de sortie[4] et renforce la loyauté. Ainsi, la compétitivité d'Apple ne repose pas sur le prix, mais sur une différenciation hors-prix qui lui permet de maintenir des marges élevées et de conserver un pouvoir de marché vis-à-vis de ses concurrents.

[3] Un écosystème intégré désigne un ensemble de produits, services et technologies conçus pour fonctionner de manière complémentaire et interconnectée, souvent au sein d'une même marque ou plateforme.

[4] Les coûts de sortie désignent l'ensemble des dépenses, contraintes ou pertes que le consommateur doit supporter lorsqu'il décide de changer de marque ou de système.

I : Par conséquent, nous comprenons que les firmes font des choix économiques pour rester compétitive et l'accroître vis-à-vis de leurs concurrents. Certaines privilégient la compétitivité-prix, en proposant des biens à moindre coût grâce à une organisation centrée sur la réduction des dépenses, tandis que d'autres misent sur la compétitivité hors-prix, en développant une image de marque forte et une fidélité durable auprès de leurs clients. Dans les deux cas, l'objectif est d'asseoir leur pouvoir de marché et de pérenniser leur avantage concurrentiel.

Illustrer la baisse des inégalités entre les pays

A : Le commerce international n'est pas sans effet sur les inégalités. Depuis le début de la mondialisation dans les années 1990, nous remarquons que l'intensification des échanges entre pays conduit à un double processus : baisse des inégalités entre pays et hausse des inégalités au sein des pays. Il est important de souligner que le commerce international permet à tous les pays membres de l'Organisation Mondiale du Commerce de profiter de l'ouverture des frontières et de la libéralisation des échanges. De cette manière, même les pays les moins développés trouvent des avantages à échanger des biens et services avec le monde entier. Alors, les pays les moins développés rattrapent peu à peu leur retard de développement, élèvent peu à peu leur niveau de vie et atteignent une maturité et une stabilité économiques.

E : Prenons l'exemple de la Chine. Depuis que la Chine a commencé un processus de libéralisation économique en 1978 et a adhéré à l'OMC au début des années 2000, le pays a dû se réformer de l'intérieur et permettre une concurrence libre et non faussée qui lui a permis de connaitre, depuis lors, des forts taux de croissance. Néanmoins, il faut noter qu' aujourd'hui encore, nous considérons la Chine comme un pays émergeant (BRICS) car elle n'a pas réalisé sa transition économique[5]. Depuis les années 1980, la Chine a attiré massivement les investissements étrangers grâce à ses zones économiques spéciales, développé une base industrielle compétitive et orientée vers l'exportation, et profité de la demande mondiale pour ses biens à bas coûts. Les recettes tirées des exportations ont permis d'accumuler des réserves de change considérables, de financer des infrastructures modernes et de soutenir une montée en gamme technologique. En parallèle, l'ouverture commerciale a favorisé le transfert de savoir-faire et l'intégration dans les chaînes de valeur mondiales, ce qui a accéléré la productivité et la diversification de l'économie. Ainsi, en s'appuyant sur le commerce international, la Chine est parvenue à réduire rapidement son retard économique et à se rapprocher des niveaux de richesse des pays développés, au point de dépasser l'Union européenne en PIB en volume dès 2020.

I : Ainsi, nous pouvons écrire que la mondialisation permet aux pays du monde de libéraliser leur économie et de profiter d'avantages comparatifs pour générer des richesses qui leurs permettent un développement rapide. De cette manière, les pays les moins développés rattrapent peu à peu les pays développés.

[5] Nous considérons que tant que la Chine connaît des forts de taux de croissance, cela signifie qu'elle continue « d'émerger ». Lorsque ses taux de croissance se stabiliserons au niveau des pays considérés riches, elle sortira des BRICS.

Illustrer la hausse des inégalités au sein des pays

A : Le commerce international n'est pas sans effet sur les inégalités. Depuis le début de la mondialisation dans les années 1990, nous remarquons que l'intensification des échanges entre pays conduit à un double processus : baisse des inégalités entre pays et hausse des inégalités au sein des pays. Alors que les pays peu ou pas développés profitent d'avantages comparatifs et de leurs dotations factorielles et technologiques pour rattraper leur retard économique, les emplois peu qualifiés des pays déjà considérés développés souffrent de la concurrence étrangère. Dans les pays les plus riches, nous assistons à une augmentation des inégalités dues en partie à la mise en concurrence des travailleurs dans le cadre de la Division Internationale du Travail (DIT).

E : Prenons l'exemple de la France. La France a des dotations technologiques abondantes et des capitaux abondants, ce qui lui permet de tirer des avantages comparatifs dans des productions intensives dans ces facteurs, productions qui, par ailleurs, génèrent beaucoup de valeur ajoutée. Nous pouvons noter que la France a intérêt à se spécialiser dans le luxe, l'aéronautique ou encore l'automobile car elle possède un savoir-faire. Dans ces secteurs, une expertise est nécessaire : les emplois de ces secteurs sont des emplois qui nécessitent des connaissances et des compétences élevées. L'ouverture aux échanges internationaux profite aux individus qui occupent ces postes car ce sont des emplois largement demandés par les entreprises des secteurs précités. En effet, si la demande de travail (les employeurs) est plus importante que l'offre de travail (futurs salariés), alors les prix (et donc les salaires) augmentent. De plus, il faut noter que l'expertise demandée par ces emplois justifient des salaires plus élevés car la spécialisation des salariés leur permet une productivité importante, surtout s'ils sont capables de s'adapter au progrès technique et d'utiliser des technologies pour produire plus et plus vite. C'est alors qu'apparaissent les inégalités de revenus dans les pays développés : si nous nous attardons maintenant sur les emplois peu ou pas qualifiés comme les services de télécommunications (opérateurs mobiles), le transport routier ou l'hôtellerie, nous remarquons que les salaires dans ces services n'augmentent pas au même titre que les emplois salariés. Ceci s'explique d'abord par le fait que la France délaisse les activités intensives en emplois peu qualifiés : en effet, la France a plus intérêt à délocaliser des services de télécommunications dans d'autres pays francophones comme le Maroc pour assurer un service clients aux opérateurs mobiles tout en profitant d'une protection de l'emploi et d'un salaire moyen moindre au Maroc, comparé à la France. Ensuite, si les emplois peu qualifiés ne voient pas leurs rémunérations augmenter, c'est parce que ceux-ci sont mis en concurrence avec des pays moins développés comme l'Inde qui profite de salaires plus bas qu'en France et qui peut produire des biens manufacturiers comme du textile à moindre coût par rapport à la France dont le salaire minimum est bien plus élevé que l'indien. Qui plus est, avec l'augmentation de l'automatisation des processus de production, ces emplois souffrent du remplacement progressif des tâches routinières par des machines, ce qui ne valorise pas le travail et ne permet pas la progression des salaires.

I : Nous comprenons alors que l'ouverture au commerce international permet aux pays de se spécialiser dans des productions dans lesquelles ils profitent d'avantages comparatifs mais que cette spécialisation se fait au détriment des secteurs intensives en emplois peu qualifiés et contribuent à la hausse des inégalités.

Illustrer deux inconvénients du libre-échange

Qui dit 2 inconvénients dit deux paragraphes.

Intro : Le libre-échange promeut l'abolition des obstacles aux échanges internationaux, par des accords multilatéraux comme le GATT, signé en 1947, que fait appliquer l'Organisation mondiale du commerce créée en 1995, mais aussi par des accords régionaux (exemple : Union européenne) et bilatéraux (exemple : Canada-UE). Nous l'avons vu, le libre-échange permet aux entreprises de fragmenter leur chaîne de valeur et de générer des économies d'échelles (réduction du coût unitaire par une augmentation du volume de la production) alors que les consommateurs profitent de prix plus attractifs et d'une variété plus grande de biens et de services. Pourtant, le libre-échange présente des limites : il contribue à la disparition d'entreprises locales et au dumping social à l'étranger tandis qu'il peut conduire des pays à adopter des mesures protectionnistes.

A : D'abord, le libre-échange pousse les entreprises à fragmenter leur chaîne de valeur et à délocaliser des unités de productions dans les pays d'origine afin d'en ouvrir de nouvelles dans des pays dans lesquels les firmes profitent d'économies d'échelles. Par conséquent, la fermeture d'unités de productions entraîne une destruction d'emplois et crée du chômage.

E : Prenons l'exemple de Renault. L'entreprise produit ses véhicules Alpine à Dieppe (France) car ces véhicules de haute gamme nécessitent une expertise qu'ont les salariés français alors qu'elle produit ses Dacia en Roumanie et au Maroc. Dacia est une marque du groupe Renault qui produit des véhicules basse à moyenne gamme. Pour proposer les prix les plus attractifs possibles aux yeux des consommateurs, Renault n'a pas intérêt à produire ces véhicules en France où les salaires et la protection du travail sont élevés, en comparaison avec d'autres pays. C'est pour cette raison que Renault a délocalisé ses unités de productions Dacia vers la Roumanie et au Maroc où les droits de travailleurs sont moindres qu'en France et où les salaires moyens sont inférieurs.

I : Par conséquent, nous pouvons écrire que le libre-échange permet, certes, des baisses de prix pour les consommateurs, mais présente des limites puisqu'il favorise des pratiques de dumping social et le travail précaire. Certes, l'exemple que nous avons donné permet de créer des emplois en Roumanie, mais il contribue à exploiter les faiblesses des économies comme la Roumanie ou le Maroc où les travailleurs sont moins protégés.

A : Ensuite, nous pouvons ajouter que le libre-échange peut conduire les pays à adopter des mesures protectionnistes pour protéger leur économie. Le protectionnisme est une doctrine qui préconise de mettre des obstacles aux échanges, parfois pour protéger l'économie nationale, mais aussi pour d'autres raisons : il peut être tarifaire, non-tarifaire, monétaire ou éducateur. Le protectionnisme tarifaire renvoie à l'utilisation de taxe douanières pour rendre les produits importés plus chers : il doit inciter les consommateurs à acheter des produits locaux. Le protectionnisme non tarifaire renvoie aux obstacles autres que les taxes qui limites l'entrée des produits étrangers : c'est le cas des subventions proposées aux producteurs nationaux. Ensuite, le protectionnisme monétaire vise à agir sur la monnaie pour rendre les exportations

plus compétitives et les importations plus chères, alors que le protectionnisme éducateur vise à protéger une industrie naissante le temps qu'elle devienne compétitive à l'échelle mondiale.

E : Prenons l'exemple des Etats-Unis pour illustrer le protectionnisme tarifaire. Dans le cadre de la concurrence que le pays mène avec la Chine dans les secteurs des technologies et du transport. Dans la mesure où la Chine profite d'avantages comparatifs puisqu'elle profite d'un coût du travail moindre qu'aux Etats-Unis et que le pays est capable d'exporter ses produits aux Etats-Unis, les entreprises américaines peuvent voir les produits chinois comme une menace. A l'échelle d'un secteur, si les emplois sont menacés et peu à peu supprimés car ils ne peuvent faire face à la concurrence étrangère, un chef d'Etat peut décider d'appliquer des tarifs douaniers sur les produits importés. Cela signifie qu'une barrière à l'entrée sera appliquée et un coût auquel les entreprises exportatrices devront s'acquitter. En sachant qu'un coût supplémentaire sera appliquée au moment d'exporter ses produits, une entreprise chinoise peut décider d'augmenter ses prix afin d'internaliser les coûts de la taxe. Par conséquent, les prix peuvent devenir plus élevés que les prix proposés par les entreprises américaines, auquel cas les consommateurs préfèreront consommer local.

E : Prenons maintenant l'exemple de la Chine pour illustrer le protectionnisme non-tarifaire. Ici, l'idée n'est pas d'appliquer des taxes sur les produits importés mais de subventionner (d'aider) des entreprises locales, d'appliquer des normes sanitaires très strictes ou encore d'imposer des quotas d'importation. Aujourd'hui, la Chine développe une stratégie de développement des énergies vertes afin de montrer au monde sa capacité à innover et à réduire ses émissions de Gaz à Effet de Serre (GES). Dans cette optique, le subventionne largement les entreprises de panneaux solaires afin de favoriser la pose de ces panneaux et devenir une puissance énergétique (et verte). En subventionnant les entreprises locales, l'État permet à ces entreprises de profiter d'un avantage économique pour développer leurs projets alors que des entreprises étrangères du même secteur installées dans le pays n'y ont pas le droit. De la même manière, le protectionnisme non-tarifaire s'applique si un pays décide d'appliquer de normes sanitaires strictes pour dissuader des entreprises étrangères d'exporter leurs produits et de protéger la population locale. Aussi, l'imposition d'un quota d'importation peut limiter la quantité de biens en provenance de l'étranger et favoriser l'abondance de produits locaux.

E : Illustrons maintenant le protectionnisme éducateur avec l'exemple de la Corée du Sud. Cette pratique combine parfois des mesures protectionnismes tarifaires et non-tarifaires. Dans les années 1960, le gouvernement sud-coréen a mis en place des barrières douanières élevées et des restrictions sur les importations de voitures étrangères, tout en soutenant financièrement ses constructeurs nationaux comme Hyundai et Kia. Cette stratégie a permis à ces entreprises de se développer à l'abri de la concurrence internationale, d'investir dans la recherche et d'améliorer la qualité de leurs modèles. Une fois devenues solides, elles ont pu affronter le marché mondial et s'imposer comme des acteurs majeurs de l'automobile. Cependant, ce type de protectionnisme montre aussi un inconvénient du libre-échange : si les jeunes industries sont exposées trop tôt à la concurrence mondiale, elles risquent d'être écrasées par des firmes déjà puissantes, ce qui empêche certains pays de diversifier leur économie et accentue les inégalités entre pays.

E : Enfin, prenons l'exemple du Nigéria pour illustrer le protectionnisme monétaire. Pour protéger sa devise (Naira), la banque centrale du pays bloque l'accès aux devises étrangères pour certaines entreprises, ce qui rend les importations plus coûteuses et incite à consommer des biens produits localement. En d'autres termes, si une entreprise nigériane veut importer des

biens (machines, médicaments, voitures…), elle doit payer en dollars ou en euros. Si la Banque centrale bloque ou limite l'accès à ces devises, les importateurs doivent chercher d'autres moyens pour obtenir des dollars. Faute d'accès officiel, les entreprises se tournent vers le marché noir des devises. Sur ce marché, le dollar est beaucoup plus cher que le taux officiel fixé par l'État. Résultat : le coût des importations augmente mécaniquement. Par conséquent, les importateurs répercutent ce surcoût sur les prix de vente, les biens importés deviennent plus chers pour les consommateurs et cela incite à consommer des produits locaux, ce qui est l'objectif du protectionnisme monétaire. En résumé, cette politique vise à protéger la monnaie nationale, le naira, et à préserver les réserves de devises, mais elle entraîne aussi des effets négatifs comme des pénuries de produits importés, un marché noir des devises et une perte de confiance des investisseurs.

I : Nous comprenons dès lors que le libre-échange n'est pas sans limites : il favorise le dumping social et peut amener des pays à mettre en place des mesures protectionnismes. Cependant, ce ne sont pas les seuls inconvénients du libre-échange : il serait intéressant de développer d'autres limites comme la vulnérabilité (dépendance aux marchés mondiaux et instabilités des prix) ou les risques environnementaux (dégradation de l'environnement) que fait courir le libre-échange.