

Stratégie de la firme multinationale : Aide liée et cycle de vie du produit

Alain Albert et Maxime Crener

Volume 6, numéro 1, 1975

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/700520ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/700520ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Institut québécois des hautes études internationales

ISSN

0014-2123 (imprimé)

1703-7891 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cette note

Albert, A. & Crener, M. (1975). Stratégie de la firme multinationale : Aide liée et cycle de vie du produit. *Études internationales*, 6(1), 110–117.
<https://doi.org/10.7202/700520ar>

STRATÉGIE DE LA FIRME MULTINATIONALE : AIDE LIÉE ET CYCLE DE VIE DU PRODUIT

Alain ALBERT et Maxime CRENER *

INTRODUCTION

Nombreuses sont les hypothèses qui émergent actuellement pour expliquer les relations économiques internationales. L'analyse néoclassique du commerce international, fondée sur la spécialisation internationale ne semble plus apte à relier dans une synthèse théorique, les éléments de la réalité économique internationale.

Pour notre propos, rappelons simplement que la théorie de la spécialisation internationale admet que l'appareil productif de la nation est un ensemble atomistique de petites entreprises. Cependant, on évalue la valeur ajoutée de toutes les sociétés multinationales à \$500 milliards en 1971, ce qui représente environ un cinquième du produit national brut mondial (économies planifiées non comprises).

La production internationale (mesurée aux ventes réalisées par les filiales étrangères de sociétés multinationales) dépasse maintenant les transactions commerciales en tant qu'instrument principal des échanges économiques internationaux¹. La réalité est donc tout autre : c'est celle de grandes entreprises. Notre objectif, dans cette courte note, consiste à rendre explicite les liens existants entre la stratégie de la firme multinationale, grâce au cycle de vie du produit, et la structure du marché dans les pays en voie de développement, (PVD) en mettant en évidence le rôle que joue l'aide comme variable économique et politique dans le processus de transformation du marché.

I - LE CYCLE INTERNATIONAL DE VIE DU PRODUIT

La théorie traditionnelle du commerce international ne peut donner une explication réaliste de la décision d'investissement direct manufacturier à l'étranger. Elle ne peut formuler, adéquatement, la croissance internationale de la firme ; elle ne peut dès lors, expliciter et prévoir le comportement réel des entreprises. Dans un contexte théorique

* *Respectivement professeurs d'économie et de management à l'Université du Québec à Trois-Rivières.*

1. Rapport du Département des affaires économiques et sociales du Secrétariat de l'Organisation des Nations Unies, décembre 1973. La production internationale est d'ailleurs estimée à \$350 milliards, montant supérieur au total des exportations de l'ensemble des pays à économie de marché.

nouveau, qui considère la firme comme une organisation où la prédominance du critère de maximisation du profit n'est plus la seule règle de décision, mais où des critères nouveaux se combinent et s'intègrent dans une fonction d'utilité du dirigeant, on peut retenir la stratégie de croissance de la firme comme un élément explicatif de la redistribution du commerce international. Cette analyse de la croissance reprend d'ailleurs, les éléments essentiels de la théorie de la firme : innovation et progrès technique, taille et management ; ils se trouvent formalisés dans la théorie du cycle de vie du produit ².

Depuis, de nombreuses recherches empiriques ont validé les hypothèses du cycle de vie du produit ³. Ainsi, cette nouvelle façon d'expliquer le commerce international peut schématiquement se présenter comme suit : nombreux sont les produits qui suivent un cycle de vie commercial international dans lequel, au début, les É.-U. sont les exportateurs. Peu après, ce pays perd progressivement ses marchés d'exportation et peut éventuellement devenir importateur de ce type de produits.

Une conséquence intéressante de la pénétration des entreprises multinationales sur les marchés extérieurs par ce mode d'opération, est que ces firmes tendent à modifier d'une façon très particulière, la structure du marché d'accueil. Le schéma 1 montre bien le déroulement dans le temps de la position commerciale américaine par rapport aux pays en voie de développement (PVD) et les phases du cycle de vie des produits.

En d'autres termes, les entreprises multinationales ont fait le lien entre ce que les hommes de marketing connaissent bien : le cycle de vie du produit et le marché mondial. Dans sa vie, un produit traverse généralement une série de phases : démarrage, croissance exponentielle, ralentissement, déclin. Ces phases correspondent, respectivement, à l'introduction de ce produit sur un marché, à sa diffusion, à sa maturation et à sa sénescence.

Dans l'optique internationale du cycle de vie, tel que montré dans le schéma 1, on remarque donc que la fabrication des produits se déplace de pays en pays, conformément à ce que Hufbauer a appelé *pecking order* ⁴.

Or, justement les caractères du produit ont des conséquences importantes quant à la modification de la structure du marché. Pendant le démarrage et la croissance, nombreuses sont les entreprises qui tentent d'élargir leur marché d'accueil au maximum. Ceci est stratégiquement possible, car la firme a résolu dans le pays d'origine ses problèmes de production, possède des avantages techniques, profite d'économies d'échelle. Au fur et à mesure que le produit se répand, les acheteurs ont tendance à devenir plus sensibles aux prix, ainsi le producteur va se préoccuper davantage de ses coûts de

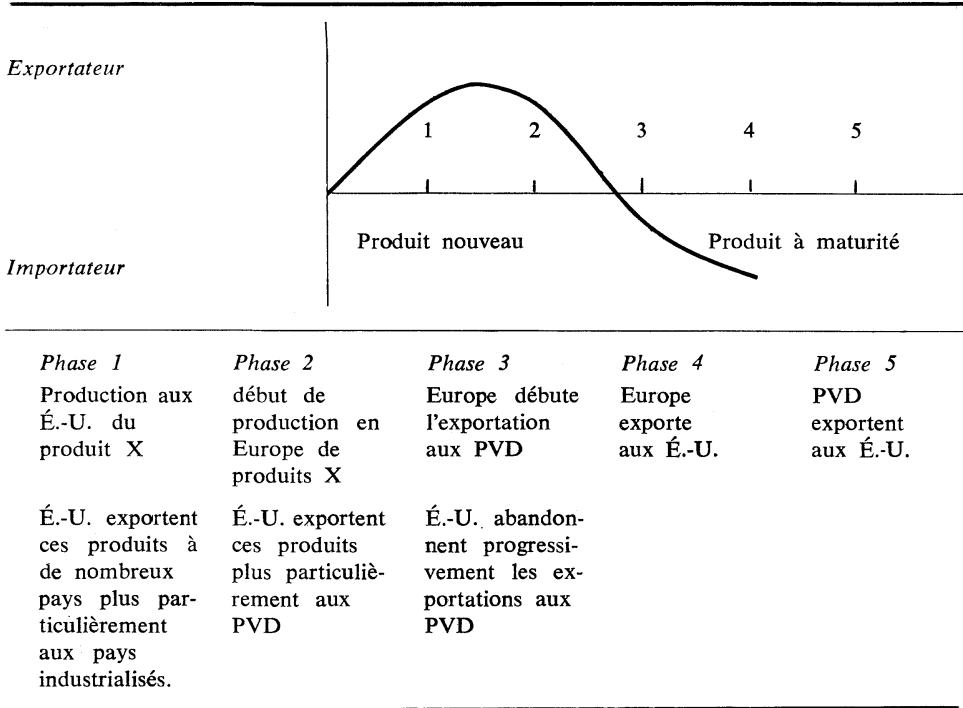
2. Cette théorie a été formulée par Raymond VERNON, « International Investment and International Trade in the Product Cycle », *Quarterly Journal of Economics*, vol. LXXX, mai 1966, pp. 190-207.

3. Voir en particulier Louis T. WELLS (éd.), *The Product Life Cycle and International Trade*, Division of Research, Graduate School of Business Administration, Harvard University, Boston, 1972.

4. La loi du plus fort, G. F. HUFBAUER, *Synthetic Materials and the Theory of International Trade*, Duckworth, Londres, 1966.

SCHEMA 1

Activité commerciale et cycle de vie du produit.



production. Un mouvement à la concentration s'opère par la sélectivité des coûts⁵ et l'oligopole remplace la concurrence monopolistique. L'analyse économique contemporaine a bien montré que le régime oligopolistique, renforcé et stable, est inévitable⁶. Mais l'entreprise préfère à la concurrence oligopolistique interne, (marché d'origine) une politique de diversification : son objectif, dès lors, n'est plus une maximisation du profit à court terme, mais très souvent le maintien d'un certain taux satisfaisant de croissance de son chiffre d'affaires. Essayons, à partir de ces hypothèses, de comprendre la stratégie de la grande firme multinationale.

Au temps T_0

- a) soit elle se lance dans une politique de diversification dans le pays d'origine (le coût est assez élevé) ;
- b) soit elle augmente d'une façon très importante son chiffre d'affaires à l'exportation (coût plus restreint).

5. Lorsqu'un producteur américain a décidé de s'implanter à l'étranger pour réduire ses coûts de production, les autres oligopoleurs ont tendance à le faire également, F. T. KNICKERBOCKER, *Oligopolistic Reaction and Multinational Enterprise*, Division of Research, G. S. B. Harvard University, Boston, 1973.

6. Robin MARRIS et Adrian WOOD (éd.), *The Corporate Economy*, Harvard University Press, Mass., 1971.

Mais, après un laps de temps (Temps T_1 ; b) et pour des raisons évidentes (politiques protectionnistes, barrières tarifaires, etc.) au niveau du pays d'accueil, mais aussi et très souvent, surtout pourrions-nous dire, la position sur le cycle de vie de ses produits standardisés, pousse la firme multinationale à créer un filiale de production dans le pays où elle exportait. Même si à ce moment précis, le coût supplémentaire est effectif, l'espoir de générer en moyenne période un profit satisfaisant, est très vif. La perte momentanée, due à l'investissement à l'étranger, est préférable au coût de la diversification interne comme modalité de croissance pour la firme.

C'est dans cette optique dichotomique que le cycle de vie du produit prend toute sa signification. En s'installant dans des pays en voie de développement par la création de produits banalisés, la firme multinationale recrée après une certaine période, la même structure oligopolistique qui l'a fait quitter son pays d'origine.

Dans la mesure où l'implantation de la firme multinationale en PVD appelle une modification de sa stratégie, cette modification sera sensible au niveau des activités de la firme en tant que groupe de pression. Ces activités et leurs liens avec la théorie du cycle de vie du produit, font l'objet de la deuxième partie de cette note.

II – L'AIDE AU DÉVELOPPEMENT ET LA THÉORIE DU CYCLE DE VIE DU PRODUIT

A – Aide au développement et allocation des ressources

Avant d'analyser les relations entre la théorie du cycle de vie du produit et le problème de l'aide au développement, il paraît utile de dresser une typologie sommaire des formes d'aides aux PVD.

Cette typologie est résumée par le tableau suivant où les critères de base sont :

- le nombre N de pays donateurs ;
- les restrictions imposées par les pays donateurs aux pays receveurs en ce qui concerne l'utilisation des fonds reçus.

<i>Nombre de pays donateurs</i>	<i>Pas de restrictions</i>	<i>Restrictions</i>
I	Aide bilatérale (I)	Aide bilatérale liée (II)
N	Aide multilatérale (III)	Aide multilatérale liée IV

Cette classification, quoique sommaire, permet de faire un parallèle intéressant entre l'aide aux PVD et les théories micro-économiques de la redistribution, aujourd'hui familières aux économistes.

Ce parallèle n'est d'ailleurs pas totalement nouveau puisque dans un article publié en 1966, Olson et Zeckhauser⁷ signalaient déjà les problèmes posés par la présence d'effets externes en matière de coopération internationale, alors que John Pincus publiait, en 1965, un ouvrage consacré au problème du partage des coûts de l'aide aux PVD⁸.

Il est évident que c'est au niveau des catégories I et III (aides bilatérale et multilatérale non assorties de restrictions quant à l'utilisation des montants de l'aide) qu'apparaît le problème soulevé par les auteurs précités. L'internationalisation des bénéfices externes provenant de l'aide aux PVD (accroissement du volume des échanges internationaux, diminution des risques de conflit internationaux, etc.) étant pratiquement impossible pour le pays donateur, il y aura, en l'absence d'institutions internationales dotées d'un certain pouvoir coercitif vis-à-vis des gouvernements nationaux, une allocation suboptimale des ressources destinées à l'aide internationale.

Le problème se pose avec beaucoup moins d'acuité au niveau des catégories II et IV puisqu'en imposant des conditions plus ou moins strictes quant à l'utilisation de ses fonds, le pays (ou groupe de pays) donateur se trouve, dans une certaine mesure, dans la possibilité de contrôler le montant des effets externes engendrés par l'aide qu'il octroie aux PVD.

D'autre part, le débat entre partisans et adversaires de politiques d'aide liée n'est qu'un exemple supplémentaire du débat qui oppose les économistes partisans de l'aide en nature à ceux qui font valoir les avantages de l'aide en espèces. Nous n'entrerons pas ici dans les détails de ce débat, mais l'on doit cependant noter, que si l'on tient compte des possibilités d'interdépendance entre fonctions d'utilité, il est facile de montrer que l'aide en espèces n'a pas nécessairement la supériorité qu'on lui a longtemps prêtée dans le domaine de l'allocation des ressources⁹. S'appuyant sur cette hypothèse d'interdépendance, il serait donc possible de démontrer que dans certains cas, l'aide liée est paréto-supérieure à l'aide correspondante non assortie de restrictions quant à l'utilisation des fonds.

Le but de cette note n'est cependant pas de fournir une justification normative de la supériorité de l'aide liée dans le domaine de l'allocation des ressources, mais de relier ce type d'aide à la théorie du cycle de vie du produit, afin d'essayer d'expliquer (approche positive) la tendance des gouvernements à promouvoir des politiques d'aide liée.

Ces deux approches (l'approche normative et l'approche positive) sous-tendent d'ailleurs les deux raisons principales données par Healey pour expliquer l'accroissement de l'aide liée par rapport aux autres types d'aide depuis 1960¹⁰. Selon cet auteur,

7. Mancur OLSON et Richard ZECKHAUSER, « An Economic Theory of Alliances », *The Review of Economics and Statistics*, vol. 43, août 1966, pp. 266-279.

8. John PINCUS, *Economic Aid and International Cost Sharing*, Baltimore, John Hopkins Press, 1965.

9. Pour plus de détails, voir l'intéressante collection d'articles rassemblée dans l'ouvrage de Harold HOCHMAN et Georges PETERSON (eds.), *Redistribution through Public Choice*, Columbia University Press, 1974.

10. J. M. HEALEY, *The Economics of Aid*, Sage Publications, 1971, p. 73.

l'une des raisons pour lesquelles cet accroissement s'est produit, est le désir exprimé par les pays donateurs, d'influencer l'allocation des ressources dans le pays receveur. Nous ignorerons cette raison puisqu'elle revient à postuler l'existence de certains types d'interdépendances entre les préférences des gouvernements et donc à aborder les aspects normatifs du problème ¹¹.

La deuxième raison avancée par Healey, à savoir l'existence d'une activité de « *lobbying* » en faveur de l'aide aux PVD par les entreprises bénéficiant des contrats d'exportation provenant de l'aide liée, nous permettra de présenter une analyse explicative de la tendance des gouvernements à favoriser l'aide liée et d'une manière plus spécifique, de relier cette tendance à la théorie du cycle de vie du produit.

B – Phases du cycle et action politique des firmes : le cas de l'aide liée

La compétition entre entreprises privées ou groupements d'intérêts pour l'obtention de faveurs politiques auprès des décideurs publics (législatif, exécutif) est un trait caractéristique de la vie politique américaine. Au même titre que les tarifs à l'importation ou l'imposition de quotas, l'aide liée fait l'objet d'une demande de la part des entreprises ou groupes privés susceptibles de bénéficier de la mise en œuvre d'une telle politique d'aide.

Ces groupes sont bien évidemment ceux tournés vers les marchés extérieurs, puisque du fait du caractère lié de l'aide, il peuvent espérer bénéficier de contrats d'exportation privilégiés les mettant à l'abri de la concurrence internationale. Étant donné cependant que les activités de *lobbying* entraînent des coûts, un groupe donné ne décidera d'entrer en concurrence avec d'autres groupes sur le marché des faveurs politiques, que si les avantages nets qu'il retire de son activité de *lobbying* sont supérieurs aux avantages nets que le groupe retirerait s'il avait à mener sa propre politique de promotion des exportations pour faire face à la concurrence internationale sur ses marchés extérieurs.

Le problème simple à première vue, se complique cependant si l'on tient compte de l'effet de la structure de la branche susceptible de bénéficier de contrats d'exportation privilégiés sur l'allocation des ressources destinés à promouvoir la vente du produit sur les marchés extérieurs. Dans le cas d'une structure de type atomistique, le problème classique du *free-rider* brillamment exposé par Olson ¹², se pose au niveau de l'activité de *lobbying* de chacune des firmes composant la branche, puisque le contrat d'aide liée ne stipule généralement pas que le montant de l'aide devra être consacré à l'achat du bien A auprès de l'entreprise américaine X, Y ou Z, mais simplement que le pays receveur s'engage à acheter le bien A sur le marché américain.

Par contre, lorsque le produit A fait l'objet d'un monopole, le problème du *free-rider* disparaît : l'entreprise américaine détentrice de ce monopole pourra inter-

11. De plus, une telle approche se heurterait au problème de la définition d'une fonction d'utilité étatique, problème qui n'a de sens que si l'on accepte la conception organique de l'État.

12. Mancur OLSON, *The Logic of Collective Action*, Harvard University Press, 1965.

naliser tous les effets externes de son activité de *lobbying* puisqu'elle bénéficiera éventuellement de tous les contrats d'exportation concernant le bien A dans le cadre de la politique d'aide liée menée par son gouvernement.

Mais cette dernière situation est celle rencontrée par une firme dont le produit entre dans la phase II de la théorie du cycle de vie du produit : la nécessité dans laquelle elle se trouve de pénétrer sur les marchés extérieurs, en général, et sur les marchés des PVD, en particulier, jointe à sa position du monopoleur¹³ rendra la firme particulièrement intéressée par une politique d'aide liée favorisant l'achat de son produit par les pays bénéficiaires de l'aide. Cette affirmation n'implique pas, bien entendu, que l'entreprise se trouvant dans cette situation essaiera nécessairement de faire promouvoir une politique d'aide liée par les autorités politiques de son pays. Son choix dépendra en dernier ressort des coûts comparés des moyens alternatifs possibles d'atteindre un objectif d'exportation donné.

Le point important à noter ici est que toutes choses égales par ailleurs, les activités de *lobbying* destinées à favoriser l'adoption d'une politique d'aide liée, devraient être plus intenses chez les monopoleurs désireux d'exporter, que chez les exportateurs opérant dans un environnement de type concurrentiel.

Cette observation s'applique, comme on l'a souligné, aux firmes dont le produit entre dans la phase II du cycle, firmes pour lesquelles le maintien d'un certain taux de profit et la satisfaction d'objectifs de croissance constituent une incitation impérieuse à exporter.

Il devrait d'ailleurs être possible de vérifier empiriquement ce fait, en analysant le contenu des contrats d'aide bilatérale liée : si notre thèse est justifiée, ces contrats devraient révéler la prépondérance accordée aux produits situés dans la phase II du cycle. Une telle vérification est l'objet de nos recherches actuelles sur l'Amérique latine.

Une autre implication de la théorie du cycle de vie du produit dans ses relations avec l'activité politique des grandes firmes est la multilatéralisation possible de ce type d'aide par le biais de l'activité politique des filiales étrangères de la firme américaine originellement détentrice du monopole du produit A.

Chacune des filiales installée en pays donateur, tentera de faire pression auprès de son propre gouvernement pour obtenir des contrats d'exportation privilégiant le produit A par l'intermédiaire d'une politique d'aide liée. Dès lors, les politiques d'aide multilatérale menée par un groupe de pays tendront sous le poids de la pression politique exercée par les diverses filiales, à devenir des politiques d'aide liée.

Si cette hypothèse est vérifiée, l'imposition de restrictions, quant à l'utilisation des fonds reçus dans le cadre d'une politique d'aide multilatérale, apparaît comme une conséquence de la multinationalisation des firmes dans la phase II du cycle de vie du produit.

13. Cette position de monopoleur s'affaiblit généralement avant la fin de la première phase, mais on peut penser que l'entreprise conservera sur les marchés d'exportation l'avantage initial qu'elle possédait sur le marché intérieur.

Dans les phases subséquentes du cycle, la position d'exportateur net des firmes implantées dans les pays industrialisés (pays donateurs) se dégradant, l'intérêt porté par ces firmes à la mise en œuvre de politiques d'aide liée, tendra à s'atténuer. Cet intérêt ne disparaît pas totalement car les exportations, vers les pays industrialisés, d'un produit arrivé à maturité (phase V) provenant généralement de leurs filiales, ces firmes chercheront toujours à faire promouvoir une politique d'aide favorisant la vente de leur produit. Cependant, l'implantation de filiales en PVD présentant certains risques liés à l'instabilité politique de ces pays, les firmes multinationales tendront également à faire promouvoir une aide à caractère plus général dont le but est de diminuer les risques d'instabilité politique des pays d'accueil. La phase de maturité du produit correspondrait donc à une substitution d'une aide à caractère plus général à l'aide de type lié qui caractérise les premières phases (phase II spécialement) du cycle de vie du produit.

CONCLUSION

Les hypothèses émises dans cette note permettent, semble-t-il, d'expliquer à la lumière des relations entre la théorie du cycle de vie du produit et l'action politique des firmes multinationales, les tendances actuelles des formes prises par l'aide aux PVD. Alors que les premières phases du cycle favorisent, par l'intermédiaire des activités de lobbying des firmes innovatrices, l'apparition de politiques d'aide liée (bilatérale-phase II, multilatérale-phase III), les phases subséquentes semblent plus propices à la mise en œuvre de politiques d'aide à caractère plus général. Cependant, le problème du *free-rider* qui caractérise l'action de groupe en faveur de politiques d'aide à caractère général joint à la rapidité du rythme d'innovation sur le marché des produits (facteur qui favorise l'éclosion de politiques d'aide liée) expliquent, dans une large mesure semble-t-il, la tendance, constatée par Healey, à l'importance relative prise par les politiques d'aide liée dans l'ensemble des politiques d'aide aux PVD.