

Dupuy, Claude et al. (1991) Atlas mondial des multinationales. Stratégies des multinationales. Montpellier/Paris, Reclus/La Documentation française (Coll. « Dynamiques du territoire »), 218 p. (ISBN 2-11-002629-4)

Bernadette Mérenne-Schoumaker

Volume 36, numéro 99, 1992

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/022309ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/022309ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Département de géographie de l'Université Laval

ISSN

0007-9766 (imprimé)

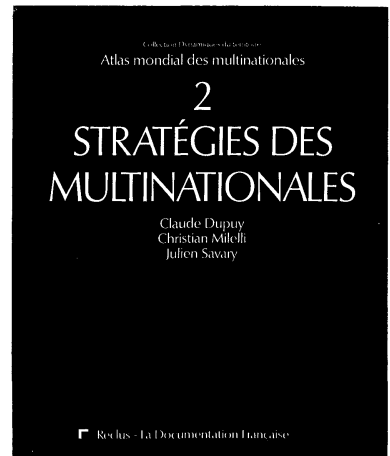
1708-8968 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer ce compte rendu

Mérenne-Schoumaker, B. (1992). Compte rendu de [Dupuy, Claude et al. (1991) Atlas mondial des multinationales. Stratégies des multinationales. Montpellier/Paris, Reclus/La Documentation française (Coll. « Dynamiques du territoire »), 218 p. (ISBN 2-11-002629-4)]. *Cahiers de géographie du Québec*, 36(99), 545–546. <https://doi.org/10.7202/022309ar>

DUPUY, Claude et al. (1991) *Atlas mondial des multinationales. Stratégies des multinationales*. Montpellier/Paris, Reclus/La Documentation française (Coll. «Dynamiques du territoire»), 218 p. (ISBN 2-11-002629-4)



Deuxième volume de l'*Atlas mondial des multinationales*, le présent ouvrage *Stratégies des multinationales* veut prolonger et développer un thème fondamental pour l'économie actuelle et situé à la frontière de plusieurs disciplines: géographie, économie politique, gestion, voire même histoire économique et sociologie.

Comme le premier tome, l'ouvrage séduit d'abord par la qualité de sa présentation, la lisibilité des cartes, des analyses allant à l'essentiel et de nombreuses données originales.

Mais une thématique beaucoup plus fine tant au plan sectoriel que géographique et surtout l'intervention de plusieurs auteurs réduisent la cohérence de l'ensemble, qui apparaît comme une juxtaposition de monographies par ailleurs intéressantes. En outre, comme dans de très nombreuses publications dues à des auteurs de France, le point de vue est surtout français. Ainsi la seule étude sur un espace régional concerne le «Grand Sud-Ouest» et, lorsque l'on évoque les multinationales en Amérique latine, seul l'exemple des firmes françaises au Brésil est étudié. C'est peu quand on sait le poids dans ce pays des capitaux américains, japonais ou allemands. On se doit donc de regretter le choix précis des cas analysés qui ne sont par ailleurs que peu (ou pas) justifiés. On se doit aussi de souligner les très grandes différences existant entre les chapitres tant en termes de données utilisées que de problématique. Quel est par exemple le point commun entre le très court chapitre sur les multinationales coréennes dans le monde et l'analyse très détaillée relative à l'offensive des constructeurs automobiles japonais aux États-Unis?

Ces réserves étant faites, l'ouvrage ne manque pas d'intérêt, non seulement pour un large public d'hommes d'affaires mais aussi pour des géographes, économistes ou des économistes spatiaux.

En effet, par des éclairages multiples, les auteurs posent la question fondamentale de la stratégie spatiale des multinationales. Ils l'envisagent sous

l'angle de l'espace national d'origine (France, Japon, Corée) et sous l'angle des pays ou régions d'accueil (France, États-Unis, Europe, Brésil). Ils s'interrogent sur le choix des activités, les processus de production, le degré de spécialisation des unités de production. Ils analysent finement les choix des localisations et leurs modes d'insertion dans l'environnement local. De plus, ils sont sensibles aux modifications temporelles et tentent de cerner les phases principales des processus tant globalement qu'à l'échelle de grands groupes.

Par son approche inédite, par les questions qu'il aborde, par la richesse des données qu'il présente, l'ouvrage mérite donc une large diffusion. En outre, son prix est très abordable (210 FF) et sa présentation est très soignée. À recommander sans aucun doute.

**Bernadette Mérenne-Schoumaker**  
Département de géographie économique  
Université de Liège  
Belgique

CHALIAND, Gérard (1990) *Anthologie mondiale de la stratégie*.  
Paris, Robert Laffont, 1523 p. (ISBN 2-221-05637-X)



Fidèle à sa bonne habitude de présenter à la fois qualité et quantité à prix abordable, la collection Bouquins assure au spécialiste comme au profane un séduisant voyage à travers le monde et les siècles. Vaste fresque, en effet, que cette *Anthologie mondiale de la stratégie*, transportant le lecteur, tout au fil de ses 1523 pages, de la plaine mésopotamienne avec la stèle de Naram-Sin (vingt-deux siècles avant Jésus-Christ) aux centres de décision du nucléaire français avec les généraux Gallois, Beaufre et Poirier.

L'ensemble est colossal: 15 chapitres dans lesquels sont regroupés, par période et/ou par région, des extraits de 146 auteurs, précédés d'une biographie brève et qui va à l'essentiel (mise en contexte de l'auteur, faits marquants de sa vie, ouvrages