

Une **firme multinationale** est un groupe de sociétés ayant au moins une unité légale en France et une à l'étranger.

Une firme multinationale peut être une petite et moyenne entreprise (PME), une entreprise de taille intermédiaire (ETI) ou une grande entreprise (GE).

En France, les firmes multinationales représentent près de 1% des entreprises des secteurs marchands non agricoles et non financiers mais emploient près de la moitié des salariés de ces secteurs et génèrent près de 60% de la valeur ajoutée brute produite sur le territoire français.

Leurs filiales sont principalement dans l'Union européenne (Royaume-Uni, Allemagne, Pays-Bas, Belgique, Espagne, Italie, etc.) mais aussi aux États-Unis et dans les pays émergents (Chine, Brésil). La moitié des grands groupes sont implantées dans plus de 10 pays étrangers.

Les entreprises multinationales françaises emploient beaucoup plus de salariés à l'étranger que leurs consœurs européennes et ont un chiffre d'affaires à l'étranger qui progresse plus rapidement. On recense près de 5000 firmes multinationales françaises (hors secteur bancaire et services non marchands) qui contrôlent près de 44000 filiales à l'étranger dans plus de 190 pays. Leurs filiales à l'étranger emploient 6 millions de salariés.

Des groupes étrangers sont aussi présents en France. Plus de 100 pays étrangers contrôlent des entreprises en France.

L'essor des firmes multinationales françaises ou étrangères s'appuie des **investissements directs étrangers** (IDE), soit les investissements qu'une unité institutionnelle résidente d'une économie effectue dans le but d'acquérir un intérêt durable et/ou d'exercer une influence significative sur la gestion d'une autre entreprise.

La **compétitivité** est la capacité à maintenir et surtout accroître ses parts de marché en affrontant la concurrence. Les firmes (et par conséquent le pays) montrent ainsi leur capacité à résister à la concurrence et à exporter.

On distingue deux types de compétitivité :

- la **compétitivité-prix** qui est la capacité à conquérir des parts de marché grâce à des prix plus faibles que ses concurrents ;
- la **compétitivité hors-prix** (ou compétitivité structurelle) qui est la capacité à conquérir des parts de marché en produisant avec une meilleure qualité et/ou un meilleur service que ses concurrents.

La compétitivité est liée à de nombreux facteurs comme la spécialisation géographique, la spécialisation sectorielle, les politiques de soutien des pouvoirs publics (subventions et autres aides aux exportateurs, accès au crédit et à l'assurance, etc.). Le taux de change joue aussi un rôle puisqu'il influence le prix des produits importés et exportés. Pour un pays comme la France, la compétitivité sur les marchés hors zone euro est dépendante du taux de change de l'euro. On estime qu'une dépréciation de 10 % de l'euro par rapport à un pays partenaire hors zone euro relève la valeur des ventes d'un exportateur moyen vers ce pays d'environ 5%.

On identifie aussi une **compétitivité-coût** qui compare l'évolution des coûts salariaux unitaires de la France (coût du travail corrigé de celle de la productivité) à celle de ses partenaires.

La compétitivité-prix se mesure par le rapport entre les prix des exportations des pays partenaires avec le prix des exportations du pays. Plus largement, la compétitivité-prix est liée à l'évolution des coûts unitaires de production (coût du travail, prix de l'énergie, coût du capital, prix des consommations intermédiaires, etc.) nets de gains de productivité. Elle dépend donc aussi des comportements de marges des entreprises ou de l'évolution du taux de change.

La compétitivité hors-prix, de nature qualitative, est la partie de la demande non expliquée par le prix. L'adaptation à la demande, la qualité réelle ou supposée du produit, la nature des services offerts, etc. restent difficile à appréhender et il est peu aisé d'évaluer la dimension variété (cf. différenciation horizontale des produits) et la dimension qualité (cf. différenciation verticale des produits).

Elle peut néanmoins s'appréhender comme les caractéristiques des produits qui augmentent leur demande alors que le prix n'a pas baissé. En effet, le consommateur accepte de payer un prix plus élevé pour un bien ou un service s'il est de qualité, fiable, innovant, bénéficie d'une bonne image ou réputation, etc.

Toutefois, le solde de la balance commerciale est un indicateur de compétitivité tout comme l'importance des investissements directs à l'étranger (IDE).

Le Cepii a identifié trois secteurs français qui se caractérisent par une forte compétitivité hors-prix : l'aéronautique, la maroquinerie et le vin. L'Allemagne est devant la France en matière de compétitivité structurelle car elle dispose d'une forte compétitivité hors-prix dans plus de domaines (pièces détachées automobile, métaux non ferreux, produits plastiques, etc.) et est souvent un leader mondial dans ces activités qui, de surcroît, représentent une forte part des exportations allemandes.

En économie, la **productivité** est le rapport entre une production (biens et/ou services produits) et les ressources mises en œuvre pour l'obtenir (travail, le capital technique, consommations intermédiaires, savoir-faire, etc.).

Lorsque la productivité est calculée par rapport à une catégorie de ressources (cf. travail), on parle de productivité apparente.

La productivité des entreprises est centrale dans leur compétitivité. Mais l'entreprise n'est pas seule, sa productivité est aussi liée à celle de ses fournisseurs et, plus largement, à son environnement. Ainsi, les institutions (cadre réglementaire, etc.) et les infrastructures (ports, routes, réseaux de communication) tout comme les services publics (qualité du système éducatif et de santé, soutien aux innovations, etc.) participent à la compétitivité des entreprises.

Soulignons aussi que, dans certaines industries, la capacité d'exporter est aussi liée... aux importations ! L'opposition entre capacité à exporter et importations n'est plus automatique lorsque les entreprises doivent importer des composants ou biens semi-finis pour exporter des marchandises.

C'est dans ce contexte de fragmentation (ou de décomposition) des processus de production, qui amplifie l'échange de biens intermédiaires et de services, que l'on doit appréhender les concepts d'externalisation et de délocalisation de la production.

Une **délocalisation** est d'abord un transfert d'activités existantes du territoire national vers un autre pays. Toutefois, il n'y a pas de définition consensuelle de ce terme ! On peut ajouter plusieurs critères à la définition. Par exemple, une délocalisation est un transfert d'activité d'une entreprise d'un pays vers un autre pays sans changement de la destination des biens produits. Il y a donc transfert d'une unité de production à l'étranger ET importation des produits.

La **délocalisation** se définit comme « la fermeture d'une unité de production en France, suivie de sa réouverture à l'étranger, en vue de réimporter sur le territoire national les biens produits à moindre coût, et/ou de continuer à fournir les marchés d'exportation à partir de cette nouvelle implantation ».

Il s'agit concrètement d'un « déménagement » de l'unité de production, via un investissement direct à l'étranger.

L'**externalisation** consiste à acheter des biens et des services intermédiaires auprès de fournisseurs extérieurs spécialisés. Autrement dit, la délocalisation concerne la décision de « faire faire », au lieu de « faire ». L'entreprise décide d'acquérir certains intrants (pièces, composants, etc.) et services (comptabilité, transport, etc.) auprès d'une entreprise extérieure au lieu de les produire elle-même.

L'entreprise peut donc choisir de « faire » ou « faire faire », en France ou à l'étranger. Notons qu'ici, l'externalisation à l'étranger est un cas particulier de délocalisation.

		Produire	
		Dans son pays	A l'étranger
Produire	Dans une autre entreprise	Externalisation	Externalisation à l'étranger ou délocalisation
	Dans son entreprise	Production en interne	Investissement direct à l'étranger (IDE) ou délocalisation

Source : d'après Secrétariat de l'OMC.

D'un point de vue micro-économique, la délocalisation est le résultat de l'arbitrage d'un producteur qui renonce à produire en France pour produire ou sous-traiter à l'étranger. Elle est liée à la réorganisation des processus de production aux niveaux régional, national et mondial.

Les pressions concurrentielles, les exigences des consommateurs (produits moins chers et de meilleure qualité), les nouveaux acteurs de la mondialisation, etc. font pression sur les firmes pour réallouer leurs ressources et améliorer leur compétitivité. Optimiser, externaliser et délocaliser les activités ne doivent donc pas être dissociés des réflexions sur la productivité et la compétitivité des firmes.

D'une manière générale, la localisation des activités (donc les risques de délocalisation) s'explique par deux grands types facteurs.

Premièrement, les **caractéristiques des emplois et des tâches** dans les différents secteurs d'activités. Les travailleurs effectuant tâches routinières et sans interactions avec clients sont plus facilement délocalisables que les salariés effectuant des tâches routinières nécessitant des interactions avec la clientèle.

Deuxièmement, la **nature et caractéristiques des produits** (volume, poids, technologie, fragmentation de la chaîne de valeur, ...) qui détermine la possibilité de décomposer les processus productifs et de confier certaines étapes à des sous-traitants dans le pays ou un autre pays.

