SES · TERMINALE / COURS

Quels sont les fondements du commerce international et de l'internationalisation de la production ?

Astrolab Cours · astrolabcours.fr

01 Le problème

Ton téléphone a été conçu aux États-Unis ou en Corée, assemblé en Chine ou en Inde, avec des composants venus de dizaines de pays. Pourquoi les pays échangent-ils autant, même quand ils pourraient produire eux-mêmes ? Et qui gagne, qui perd, à cette mondialisation de la production ?

01 Ce que tu vas comprendre

Ce chapitre présente les explications du commerce international : la spécialisation selon les avantages comparatifs, les dotations en facteurs, la recherche de variété. Il montre comment les entreprises découpent leur production entre pays, puis les effets de ces échanges sur les inégalités.

01 L'idée : l'avocate et sa secrétaire

Une **avocate** tape plus vite que sa **secrétaire**. Elle est meilleure dans les deux tâches. Pourtant, elle a intérêt à lui confier la frappe : chaque heure passée à taper est une heure de plaidoirie perdue, bien plus rentable. Chacune se spécialise là où elle est relativement la meilleure, et toutes deux y gagnent. C'est l'idée de l'avantage comparatif.

01 Les mots du sujet

- **Avantage comparatif** : un pays a un avantage comparatif dans la production où son coût relatif (ce à quoi il renonce) est le plus faible.
- **Dotations factorielles** : quantités de travail, de capital, de terres, de ressources dont dispose un pays.
- **Commerce intrabranche** : échange de produits similaires entre pays (des voitures contre des voitures).
- **Firme multinationale** : entreprise qui possède au moins une filiale à l'étranger.
- **Chaîne de valeur mondiale** : découpage de la production d'un bien en étapes réalisées dans plusieurs pays.

1. Ricardo et l'avantage comparatif

David Ricardo (1817) prend l'exemple de l'Angleterre et du Portugal, qui produisent du drap et du vin. Le Portugal est plus efficace dans les deux productions. Pourtant, si chaque pays se spécialise dans la

© Astrolab Cours · astrolabcours.fr/ses/terminale/commerce-international/ · Tous droits réservés : usage personnel uniquement, republication et usage commercial interdits

production où son avantage relatif est le plus grand, ou son désavantage le plus faible, la production totale augmente, et les deux pays gagnent à l'échange (voir l'exemple guidé).

2. Les dotations factorielles

Les économistes suédois **Heckscher et Ohlin**, puis **Samuelson**, expliquent les avantages comparatifs par les **dotations factorielles**. Un pays riche en travail peu qualifié a intérêt à se spécialiser dans des productions qui en utilisent beaucoup (textile, assemblage). Un pays riche en capital et en travail qualifié se spécialise dans les productions qui en demandent (aéronautique, pharmacie).

3. Le commerce entre pays semblables

Une grande partie du commerce se fait entre pays riches qui échangent des produits **similaires** : la France vend des voitures à l'Allemagne et en achète. Ce **commerce intrabranche** s'explique par :

- **La différenciation des produits** : les consommateurs aiment la **variété**. Ils veulent choisir entre plusieurs marques et modèles.
- **Les économies d'échelle** : produire en grande quantité réduit le coût unitaire. Chaque pays se spécialise dans quelques variétés et les vend sur un marché élargi.
- **La qualité** : on distingue les produits haut de gamme et bas de gamme d'une même catégorie.

4. L'internationalisation de la production

Les **firmes multinationales** organisent la production à l'échelle mondiale. Elles découpent la fabrication en étapes : la conception, souvent dans les pays riches ; la production de composants, dans des pays spécialisés ; l'assemblage, là où le travail est moins cher. Elles cherchent à se rapprocher des marchés, à réduire leurs coûts, à accéder à des ressources ou à des compétences. On parle de **chaînes de valeur mondiales**. La crise du Covid-19 en a montré la fragilité, avec des pénuries de composants.

5. Les effets du commerce

- **Gains** : baisse des prix, plus grande variété, diffusion des technologies, accès à des marchés plus grands. Le commerce a contribué à la forte croissance de pays comme la Chine.
- **Inégalités entre pays** : elles ont diminué avec l'émergence de grands pays asiatiques, mais certains pays restent à l'écart.
- **Inégalités dans les pays** : dans les pays riches, les travailleurs peu qualifiés de l'industrie ont subi la concurrence des pays à bas salaires. Certaines régions industrielles ont été durablement touchées.

Face à ces effets, certains pays recourent au **protectionnisme** (droits de douane, quotas, normes), pour protéger des industries naissantes ou stratégiques, ou en réponse à une concurrence jugée déloyale. Mais il augmente les prix pour les consommateurs et peut entraîner des représailles.

Exemple guidé

D'après l'exemple de Ricardo : pour produire une unité, il faut au Portugal 80 heures pour le vin et 90 pour le drap ; en Angleterre, 120 heures pour le vin et 100 pour le drap.

1. **Avantage absolu** : le Portugal est plus efficace dans les deux productions (80 < 120 et 90 < 100).

© Astrolab Cours · astrolabcours.fr/ses/terminale/commerce-international/ · Tous droits réservés : usage personnel uniquement, republication et usage commercial interdits

2. **Coût relatif au Portugal** : une unité de vin coûte 80 / 90 ≈ 0,89 unité de drap.
3. **Coût relatif en Angleterre** : une unité de vin coûte 120 / 100 = 1,2 unité de drap.
4. **Spécialisation** : le vin est relativement moins cher au Portugal, le drap relativement moins cher en Angleterre (100 / 120 ≈ 0,83 unité de vin, contre 90 / 80 ≈ 1,13 au Portugal).
5. **Gain** : sans échange, les deux pays utilisent 170 + 220 = 390 heures pour 2 vins et 2 draps. Si le Portugal fait 2 vins (160 h) et l'Angleterre 2 draps (200 h), on obtient la même production en 360 heures : 30 heures sont économisées.

Les pièges

- Confondre avantage absolu et avantage comparatif.
- Croire que le commerce profite également à tous : il crée des gagnants et des perdants dans chaque pays.
- Oublier le commerce intrabranche entre pays riches.
- Réduire les multinationales à la recherche de bas salaires : elles cherchent aussi des marchés et des compétences.

© Astrolab Cours · astrolabcours.fr/ses/terminale/commerce-international/ · Tous droits réservés : usage personnel uniquement, republication et usage commercial interdits