Thème 1 : La mondialisation : acteurs, flux et réseaux.

**Question obligatoire : Mondialisation et firmes transnationales.**

**Introduction : Etude de cas - L’Ipod, un produit de la mondialisation.**

**Mondialisation**: processus de mise en relation des différentes parties du monde par les flux de biens, de services, de capitaux (=ensemble des placements et des investissements effectués à l’étranger), de personnes et même d’informations => Exemple : Apple est un acteur de la mondialisation.

**Flux**: courant d’échanges de marchandises, de capitaux, d’informations et d’hommes et peut être visible ou invisible => Exemple : le transport d’Ipod des pays ateliers aux pays consommateurs.

Le monde entier est donc connecté et s’organise en **réseau**: ensemble de lignes matérielles ou immatérielles qui relient les différents lieux et acteurs de la planète. Exemple : le réseau Apple / Internet.

**I. Les FTN : acteurs majeurs de la mondialisation.**

**A. Typologie et définition d’une FTN.**

.

- Les FTN sont présentes dans **tous les secteurs économiques.** Exemples:

* Télécommunications : Apple / Samsung.
* Agro-alimentaire : McDonald’s / Coca-Cola.
* Textile : Gap / Nike.
* Cosmétique : L’Oréal.
* Matières premières : Total.
* Automobile : Toyota.
* Distribution : Carrefour.

- La **majorité des FTN sont originaires des pays du Nord**: Etats-Unis, Union européenne en tête. Mais il faut noter la **montée en puissance des pays émergents**: Petrobras (compagnie pétrolière) pour le Brésil, Tata Motors (secteur automobile) pour l’Inde.

- Un **lien persiste avec le pays d’origine**: la FTN y conserve son **siège social** et sont **centre de recherche et de développement.**

- La **production et l’assemblage se fait en dehors du pays d’origine**, dans des pays où le coût de la main-d’œuvre est peu élevé.

- Une FTN possède **des magasins dans des dizaines de pays** => La majeure partie de son **chiffre d’affaires est réalisé à l’étranger.**

=> **Firme transnationale** : une grande société réalise la majeure partie de sa production (plus du ¼) et de son chiffre d’affaires (égal ou supérieur à 500 millions de $) dans des implantations à l’étranger (dans six pays minimum) mais conserve le centre de décision et la R&D (recherche-développement) dans le pays d’origine.

**B. L’importance économique des FTN.**

Les FTN ont un poids économique important :

- Plus de **80 000 FTN** dans le monde

- Elles emploient plus de **80 millions de salariés**.

- Les FTN réalisent plus du **quart du PIB mondial**. Certaines réalisent des chiffres d’affaires de plus de 400 milliards de dollars, ce qui est supérieur au PIB de nombreux Etats. Exemple: chiffre d’affaires d’Exxon-Mobil (compagnie pétrolière américaine) équivaut au PIB de la Belgique et dépasse le PIB du Danemark.

- Elles sont à l’origine des **2/3 du commerce mondial**

- Elle investissent de l’argent à l’étranger en délocalisant leur production, l’assemblage et en ouvrant des points de vente à l’étranger ; c’est ce qu’on appelle des **IDE** : investissements directs à l’étranger. Ils sont estimés à 1 200 milliards de dollars en 2010.

**=> Les FTN sont donc les principaux acteurs de la mondialisation.**

**II. Les outils de la mondialisation.**

**A. La révolution des transports permet aux FTN d’accentuer les échanges de marchandises.**

Les transports sont **de plus en plus rapides** => permet la **contraction de l’espace-temps** et donc de produire ailleurs que dans le lieu de vente.

=> **Transport maritime : de plus en plus rapide, de moins en moins cher : assure 90% du transport de marchandises**

* taille et vitesse navires 🡭
* **navires spécialisés**: pétroliers, méthaniers, porte-conteneurs.
* On parle de la **révolution des conteneurs** car ils permettent de gagner du temps (donc de l’argent) :
	+ En transportant plus de produits manufacturés par conteneur.
	+ En évitant le déchargement des marchandises : les conteneurs sont directement déchargés du porte-conteneur sur les camions

=> **Transport aérien** davantage utilisé pour les **denrées périssables** et le transport de **personnes** (essor du transport aérien lowcoast)

**B. La révolution numérique : les NTIC (nouvelles technologies de l’information et de la communication) réduisent les distances entre les territoires.**

**NTIC**: Nouvelles Technologies de l’Information et de la Communication

Aujourd’hui, le monde est relié par un **réseau numérique** (téléphonie, internet) grâce à différentes infrastructures terrestres ou sous-marins (câbles, fibres optiques) ou satellitaires => échange d’information instantané grâce à **la numérisation des informations**.

=> Cela **permet aux FTN d’être toujours en contact avec leurs différentes filiales**, sous-traitants…

**III. Les stratégies de FTN : exploiter les avantages des différents pays pour s’assurer la rentabilité financière maximum.**

**A. La NDIT (Nouvelle Division Internationale du Travail).**

**NDIT**: spécialisation des pays dans certains secteurs d’activité en fonction de leurs avantages comparatifs : main-d’œuvre, ressources, niveau de développement, transports…

Avantage comparatif : avantage dont dispose un pays et qui détermine ses activités économique. Exemples :

* la Chine a un coût de main d’œuvre peu élevé donc la Chine est spécialisée dans l’assemblage des produits.
* La France a un savoir-faire donc est spécialisé dans la production de produits de luxe.
* La Russie a du pétrole et du gaz donc elle est spécialisée dans l’exploitation et la vente de ces ressources.

=> Les FTN délocalise la production et/ou l’assemblage là où se trouve la matière première (hydrocarbures) ou là où le coût de la main-d’œuvre est peu élevé. Cela est possible car le transport est rapide et peu cher.

**B. Des législations attractives.**

Chaque pays a ses propres lois relatives au droit du travail ou sa propre fiscalité => **Les FTN cherchent à s’implanter là où les conditions sont les plus avantageuses et mettent ainsi les territoires en concurrence**.

Exemple :

* Les FTN sont attirés par les paradis fiscaux. Exemple de Google en Irlande.
* Les FTN préfèrent s’implanter dans des pays où le droit du travail est peu développé, où le droit de grève n’existe pas…

**C. Cibler la clientèle.**

Les points de vente sont surtout dans les pays développés, mais en développement dans les pays du Sud. Adaptation des FTN à l’essor des classes moyennes en Amérique du Sud et en Asie => Iphone 5c, dit l’iphone lowcost destiné à cette nouvelle catégorie de clients potentiels.