

Pourquoi les entreprises investissent-elles à l'étranger?

L'investissement direct sortant, la production internationale et la taille des entreprises sont étroitement liés. Les entreprises qui réussissent le mieux sur la scène mondiale sont aussi celles qui sont très actives au niveau des flux d'investissement direct transfrontières et de la production internationale. Ainsi, une présence dans plusieurs pays constitue une meilleure stratégie internationale pour les entreprises en forte croissance. L'expansion rapide des flux d'IED dans les années 1990 et 2000 a suscité un regain d'intérêt parmi les universitaires et les décideurs dans le monde à l'égard des raisons pour lesquelles les entreprises font des investissements directs à l'étranger.

Avantages liés à la propriété, à la localisation et à l'internalisation

L'IED existe parce qu'il permet d'exploiter un bénéfice éventuel qui ne peut être obtenu dans son propre pays. Parmi les nombreuses théories cherchant à expliquer pourquoi les entreprises choisissent de s'engager dans des activités d'IED, le paradigme éclectique de la production internationale de Dunning (Dunning, 1980; 1988) a souvent été invoqué pour expliquer l'IED. Selon cette théorie, le profil et la croissance des activités à valeur ajoutée des EM dépendent de leurs avantages concurrentiels par rapport aux entreprises locales. Ces avantages sont souvent de trois ordres : les avantages liés à la propriété, à la localisation et à l'internalisation.

Les avantages liés à la propriété découlent d'actifs mobiles, intangibles que possèdent exclusivement leurs propriétaires. Entre autres exemples, il y a le capital humain, qui comprend l'expertise en commercialisation, de même que le savoir-faire organisationnel et technique, la différenciation des produits, l'image de marque, la qualité du produit, ainsi que les droits de propriété, dont les brevets, les formules et les marques de commerce. Ces avantages peuvent être exploités à l'étranger et confèrent à l'entreprise un pouvoir dominant sur le marché étranger.

Les avantages liés à la localisation découlent des actifs exogènes, non exclusifs que l'on tire de l'environnement – région ou pays étranger – où le capital et les biens de l'entreprise font l'objet de transactions. Ils peuvent prendre la forme d'un meilleur accès aux

consommateurs, d'économies sur les coûts de transport ou les droits tarifaires, de coûts de production moins élevés, de la structure du marché (par exemple, nombre d'entreprises et différenciation des produits) et de la proximité des ressources naturelles.

Les avantages liés à l'internalisation sont ceux qui découlent de l'administration des transactions internationales au sein d'une même entreprise par le truchement d'une filiale, plutôt que par le recours à des licences ou la vente des produits et des procédés de l'entreprise à une entreprise étrangère non apparentée. En internalisant au sein de l'entreprise les activités visant de nombreux pays, les multinationales sont en mesure de réduire leurs coûts de transaction associés aux imperfections du marché. À titre d'exemple, en employant des filiales plutôt qu'en exportant pour desservir des marchés étrangers, les EM peuvent éviter les coûts afférents aux droits de douane et aux fluctuations des taux de change. Les économies réalisées sur les coûts de transaction sont souvent invoquées pour décrire cet avantage. Elles se concrétisent souvent sous forme d'économies d'échelle et de synergie; plus une entreprise repousse ses frontières, plus ces économies sont importantes. De tels avantages sont essentiellement propres à l'entreprise plutôt qu'au pays, et peuvent provenir d'éléments tels que la rationalisation des marchés, l'organisation de l'entreprise, la diversification du risque et le partage des ressources dans l'ensemble de l'organisation au niveau de la R-D, des services, de la commercialisation, de l'information, de la distribution, des achats et du financement. L'internalisation permet aussi aux EM de mieux exploiter et de protéger les avantages des actifs à caractère monopolistique, comme les marques de commerce et le savoir-faire.

Selon la théorie de Dunning, ces trois avantages – propriété, localisation et internalisation (PLI) – doivent être présents pour qu'une entreprise envisage l'IED. Ainsi, une entreprise investira dans des opérations hors de son marché national lorsqu'elle possède des actifs exclusifs qui peuvent être exploités de façon efficace au sein de l'entreprise.