

L'effet de la variété

L'explication du commerce fondée sur la différenciation des produits fait valoir que de nombreuses variétés de produit peuvent exister parce que les producteurs tentent de se démarquer des variétés de leurs concurrents afin de créer une loyauté envers leur marque chez les consommateurs, ou parce que les consommateurs réclament un large éventail de variétés. Bien que les pays n'affichant pas de différences de coûts substantielles ne soient pas spécialisés au niveau de l'industrie dans le commerce international, ils sont néanmoins spécialisés au niveau des produits au sein d'une industrie, ce qui donne lieu à des échanges intra-industrie.

Avec la libéralisation du commerce, chaque pays accroît ses exportations des variétés qu'il produit vers d'autres pays; du même coup, chacun fait face à une concurrence accrue provenant des variétés étrangères produites dans d'autres pays. Par conséquent, un pays qui entre dans un régime de libre-échange devrait produire un moins grand nombre de variétés nationales en raison de la concurrence étrangère, mais il recevra une gamme plus étendue de variétés par le biais des importations. En outre, il y a un effet de prix associé à la libéralisation des échanges et à une concurrence accrue, qui abaisse le prix de chaque variété. Le nombre de variétés dans un régime de commerce plus libre dépassera donc le nombre de variétés qui étaient disponibles avant l'ouverture au commerce (Feenstra, 2003).

Hillberry et McDaniel (2002) ont utilisé des données détaillées sur le commerce américain pour examiner la mesure dans laquelle l'accroissement du commerce dans le cadre de l'ALENA peut être associé à des échanges de variétés nouvelles. Dans leur étude, ils ont décomposé la croissance des échanges commerciaux des États-Unis avec ses partenaires de l'ALENA sur la période 1992-2002 en effets de prix, de volume et de variété. Les effets de variété sont mesurés par le changement dans les valeurs du commerce attribuables aux échanges de plus (ou moins) de biens à l'aide du tableau du Système tarifaire harmonisé (HTS). Pour la période 1993-2001, les auteurs

ont observé une augmentation de 35 p. 100 des exportations américaines au Canada et une augmentation de 69 p. 100 des exportations canadiennes aux États-Unis. Des 35 points de pourcentage mesurés pour l'augmentation des exportations américaines au Canada, seulement 3,4 points de pourcentage représentaient des échanges de nouveaux biens. En d'autres termes, les importations canadiennes en provenance des États-Unis auraient augmenté de 3,4 points de pourcentage si l'on avait maintenu constants les prix et les quantités des autres biens échangés avant la conclusion de l'ALENA, en raison de l'arrivée de variétés nouvelles. Cela constitue un gain pour les consommateurs au Canada.

Chen (2006) a utilisé des données sur les marques de commerce pour faire une évaluation quantitative de l'impact de l'ALÉ sur la variété des biens disponibles. Il constate que non seulement la variété annuelle des produits disponibles pour les Canadiens a-t-elle augmenté de 60 p. 100, mais qu'à cause des différences dans la taille et d'une relation positive entre la taille d'un marché et le nombre de variétés disponibles sur ce marché, le Canada a profité davantage que les États-Unis pour ce qui est du nombre de nouveaux produits maintenant disponibles à la faveur des échanges commerciaux. L'économie canadienne de plus petite taille a ainsi eu accès à trois fois plus de variétés nouvelles en provenance des États-Unis que les consommateurs américains n'en ont reçues du Canada.

Les effets liés aux prix

Un certain nombre d'études ont examiné l'effet de la concurrence étrangère sur les décisions des entreprises en matière de prix, et sont arrivées à la conclusion que la libéralisation du commerce a, de fait, réduit les marges de prix en sus des coûts, bien qu'il soit difficile de départager l'effet de prix de celui d'autres facteurs pertinents. Badinger (2007) a examiné les effets sur les marges de prix en sus des coûts à l'aide de données couvrant 18 secteurs dans 10 États membres de l'UE en lien avec la création d'un marché unifié au sein de l'Union européenne. Après avoir neutralisé les facteurs cycliques et technologiques, l'étude débouche