

Services

Le commerce des services nécessitant habituellement une forme d'interaction quelconque entre les producteurs et les consommateurs, la fourniture de services à l'étranger nécessite ou le mouvement des producteurs ou des consommateurs ou l'utilisation de filiales qui ont besoin d'IED. Certains services très sensibles aux fluctuations du marché (comme les journaux locaux et la publicité) doivent compter sur des filiales étrangères. Beaucoup d'entreprises de services s'internationalisent pour appuyer les activités internationales de leurs clients (producteurs de biens) de leur pays d'origine. Les succursales à l'étranger de banques et de sociétés de commerce extérieur commencent habituellement de cette façon.

Comme le secteur des services a progressé en importance pour devenir le plus gros secteur de l'économie mondiale, l'IED dans les services a aussi progressé au point de représenter maintenant la moitié de tout l'IED au monde et de 60 à 65 % des mouvements d'IED.

Même si les cheminements décrits précédemment s'appliquent ici aussi, il peut y avoir des différences selon les caractéristiques de chaque industrie; ainsi, les secteurs de l'acier, de l'automobile, des produits chimiques, des communications, des machines de précision et du travail des métaux empruntent vers la mondialisation des chemins qui se ressemblent, mais qui ne sont pas tout à fait les mêmes. À titre d'illustration, prenons quelques exemples²⁴ d'industries japonaises. Au Japon, l'industrie de l'acier a démarré plus tard qu'elle ne l'a fait en Europe et aux États-Unis, et comme elle manquait de matières premières de base, elle a construit ses usines le long du littoral pour rendre le transport plus efficace. Les entreprises japonaises ont construit des fours et des convertisseurs LD de grandes dimensions et utilisé d'autres technologies de pointe pour contrebalancer leur manque de ressources minérales. Elles ont aussi été les premières à utiliser les ordinateurs dans l'industrie lourde et, avec leurs formidables ressources humaines, ont mis au point le système de production de masse le plus efficace au monde et renforcé leur capacité de soutenir la concurrence internationale. Au lieu d'aller à l'étranger, les aciéristes japonais sont restés compétitifs en commercialisant et vendant leur technologie et leur expertise; ils se mondialisent par la coopération technologique.

L'industrie japonaise de l'automobile est partie de zéro après la Deuxième Guerre mondiale

pour atteindre actuellement la production ahurissante de 14 millions d'unités par année. La croissance économique rapide, les deux crises du pétrole et l'adoption de normes d'émission nationales dans les années 70, conjuguées à la vive concurrence à laquelle les Japonais faisaient face, ont amené ces derniers à construire à la perfection des autos compactes, de grande qualité, à faible consommation d'essence et à prix abordables, qui sont devenues attrayantes dans le marché américain et d'autres marchés. Un peu d'histoire. Quand la mondialisation commence pour de bon, les Japonais s'efforcent plutôt de développer, de produire et de vendre des automobiles sur leur territoire. Ces tendances s'intensifient avec les frictions commerciales et l'appréciation marquée du yen dans les années 80. En revanche, en 1994, le nombre de voitures japonaises produites à l'étranger dépasse le nombre de voitures exportées du Japon.

Durant cette période, l'industrie japonaise de l'électronique passe par les mêmes étapes en route vers la mondialisation. À l'étape un, elle confine ses activités au marché intérieur. À l'étape deux, elle commence à exporter ses produits à l'aide de sociétés de commerce extérieur. À l'étape trois, encouragée par l'accroissement de ses exportations, elle établit ses propres réseaux de vente à l'étranger. À l'étape quatre, elle cherche à réduire les risques associés aux frictions commerciales et au change en relocalisant ses installations de production et de recherche et de développement à l'étranger. À l'étape cinq, ses ventes et sa production sont entièrement délocalisées et très compétitives dans un marché mondial de plus en plus « libre ». Son plus gros problème est devenu la montée en flèche du coût de la recherche et du développement, ce qui a mené à la création de programmes de recherche conjoints avec des entreprises aussi bien locales qu'étrangères, qui sont souvent aussi des concurrents. Par exemple, Siemens et Toshiba ont un projet conjoint depuis 1992 visant à mettre au point une DRAM de 256 Mbits.

Par conséquent, le commerce extérieur et l'investissement sont très étroitement liés. Pour faire des affaires dans les pays d'Asie en développement, les entreprises canadiennes doivent absolument y ouvrir des filiales ou y avoir sur place des associés très proches. Il est significatif que l'IED cumulé au Canada ait atteint 180 milliards de dollars en 1996; mais ce qu'on sait moins, c'est que l'investissement direct canadien à l'étranger (IDCE) totalisait cette année-là 171 milliards de dollars ou 95 % de l'IED, pourcentage qui a augmenté