

représente le meilleur moyen de réaliser cet objectif. Par exemple, on peut mieux accaparer une rente d'une entreprise commerciale étrangère jouissant d'un monopole sur notre marché en imposant un prix plafond ou une taxe sur le rapatriement des bénéfices. Les subventions locales constituent un meilleur moyen de stimuler l'entrée dans un secteur. En conséquence, même dans les secteurs où il est prouvé que le transfert des bénéfices est important, les politiques commerciales ne peuvent être justifiées que s'il n'existe pas d'autres politiques meilleures.

Sixièmement, l'adoption d'une politique commerciale stratégique provoquera une expansion de l'entreprise ou du secteur de pointe ciblé en puisant des ressources d'autres secteurs de l'économie. En général, les secteurs de pointe emploient des ressources financières et humaines limitées, même dans les pays industrialisés. Les autres secteurs doivent donc réduire leurs activités, au moins à court terme. Les perspectives d'exportation de certains de ces autres secteurs ou entreprises sont peut-être excellentes. À l'échelle de l'économie, le ciblage de secteurs précis de l'industrie peut nuire indirectement à d'autres exportations en raison de la mauvaise répartition des ressources. En outre, certaines de ces entreprises détiennent peut-être un oligopole et leur position stratégique s'en trouverait affaiblie. Les autorités gouvernementales ne doivent pas comprendre seulement le secteur ciblé, mais également le reste de l'économie, en vue de déterminer si une politique est justifiée. En conséquence, certains facteurs dont il faut tenir compte à l'échelle de l'économie rendent plus difficile, en pratique, la formulation de politiques commerciales interventionnistes et diminuent la probabilité que ces politiques fassent plus de bien que de mal.

Septièmement, l'économie politique de la politique commerciale stratégique indique que le mécanisme favorise des groupes d'intérêts spéciaux concentrés dans des industries établies et tend à ne pas tenir compte des groupes dispersés de consommateurs et de secteurs de l'industrie naissants. Les industries déjà établies peuvent prétendre qu'un créneau de leur secteur d'activité est l'industrie «naissante» et faire des pressions en vue de l'adoption de mesures protectionnistes ou de rétorsion. Les groupes d'intérêts spéciaux d'un secteur ne se soucient pas de savoir si le reste de l'économie en pâtit. À cet égard, la politique commerciale risque d'être accaparée par des intérêts établis au lieu de favoriser les «gagnants.»

Enfin, les politiques commerciales stratégiques sont des politiques d'égoïsme sacré. Un pays qui tente d'utiliser ce genre de politique provoquera probablement des mesures de rétorsion. Dans bien des cas, une guerre commerciale entre deux gouvernements interventionnistes laissera les deux pays dans une situation pire que si une politique de non-intervention était adoptée par les deux.⁴⁶

⁴⁶ Prenons l'exemple de l'industrie européenne du matériel de télécommunications, qui peut être ciblée en se fondant sur les critères des facteurs externes et de la concurrence imparfaite. C'est un secteur où l'achat par des sociétés d'État permet aux pays de poursuivre des politiques protectionnistes sans violer les accords de commerce international. Toutefois, au dire de la plupart des observateurs, le résultat de ces politiques protectionnistes nuit