

ou non) constituent des nouveautés (et cela vaut même pour des marques comme Coke ou Pepsi, qui rivaliseront peut-être avec des produits locaux), le consommateur s'en trouvera avantage, car il pourra choisir parmi une offre plus variée, même si son revenu disponible n'a pas augmenté. Il en sera de même si une concurrence plus vive a pour effet de faire baisser les prix, puisque les pressions exercées sur le budget du consommateur seront moindres et qu'il pourra dépenser plus dans un plus grand nombre de domaines. Tous ces effets vont donc dans le sens de son intérêt.

Le contraire se produira toutefois si les multinationales chassent des entreprises locales du marché. Grandes et puissantes, elles peuvent en effet pratiquer des prix que ces dernières seront incapables de concurrencer. Leur apparition peut accentuer la concentration dans le marché et, si elles sont en mesure de se comporter comme des monopoles au plan des prix et de la production, le bien-être du consommateur s'en trouvera nettement diminué.

Notons au passage que les décisionnaires se préoccupent souvent fort peu de ces effets que ressentent les consommateurs, pour la bonne raison que ceux-ci forment un groupe aussi considérable qu'hétérogène, sans influence politique collective. Des groupes de pression comme les syndicats, ainsi que les grandes entreprises intérieures, peuvent s'exprimer sur la scène publique et faire en sorte qu'on tienne compte de leur opinion en matière d'investissement ou de commerce. Les éventuelles pertes d'emplois ou flambées concurrentielles dont ils soulèvent la menace sont en partie compensées par divers bienfaits sociaux. Les milieux politiques auraient intérêt à tenir compte du bien-être global de la société au moment de prendre leurs décisions; la tâche n'est toutefois pas facile, quand les pressions les plus efficaces viennent de groupes relativement homogènes, bien organisés et bien nantis.

4.1.2 Avantages et inconvénients pour le producteur

Les externalités positives dont bénéficieront les producteurs se manifestent dans les retombées de l'avancement technologique. La présence de multinationales, dans un marché, peut accélérer l'acquisition de nouvelles techniques ou d'actifs intangibles tels le savoir-faire spécialisé.⁶² Le personnel d'une filiale de multinationale risque de recevoir une formation particulière ou d'accumuler des notions ou des aptitudes inédites, que s'approprient par la suite des entreprises locales. Aux dires de certains, ces employés sont si convoités que de tels transferts, au profit de l'industrie intérieure, se réaliseraient en peu de temps. Une société locale peut aussi recruter les scientifiques et spécialistes de la R-D d'une multinationale, qui emmèneront avec eux toutes leurs connaissances. Enfin, la présence d'une multinationale peut en soi ranimer la rivalité qui oppose les intervenants intérieurs et les inciter à rehausser leur productivité. Ils voudront éventuellement avoir recours à des techniques plus avancées et accroître leurs activités de recherche et de développement pour assurer leur position concurrentielle future.

⁶² Voir notamment Bernstein, *op. cit.* et Blomstrom, *op. cit.*