

plupart des premiers travaux utilisaient des données globales et essayaient de mesurer l'« effet de frontière », soit les coûts supplémentaires de faire du commerce en traversant une frontière internationale par rapport à ceux de faire du commerce à l'intérieur d'un pays [McCallum (1995) a écrit un article fondamental sur la question]. Récemment, beaucoup d'études qui utilisent des données au niveau des entreprises ont porté sur la microéconomie des échanges, ce qui a permis de donner une idée des variations dans la participation des entreprises aux marchés internationaux [voir Bernard et Jensen (1995) pour les premières études et Greenaway et Kneller (2007) pour une enquête récente]. Quelques études ont essayé de déterminer les sources des différents types de coûts commerciaux et de les mesurer, mais elles en sont encore à leurs débuts.

Des données au niveau des entreprises révèlent qu'il existe beaucoup d'hétérogénéité dans la façon dont elles pratiquent le commerce international. Plusieurs articles ont constaté que de nombreuses entreprises n'exportent pas. Par exemple, Bernard et Jensen (1995, 1999) trouvent que la majorité des sociétés américaines dans le secteur des produits commercialisables n'exportent pas. Eaton, Kortum et Kramarz (2004) concluent que seulement 17,4 % des entreprises françaises de fabrication exportent. Bernard, Jensen et Schott (2005) relèvent que, parmi les entreprises qui exportent, une grande partie de l'activité est concentrée dans un nombre relativement petit d'entreprises, 81 % du commerce américain a pour origine les 1 % d'entreprises qui font du commerce. Il est important de considérer ces chiffres objectivement. Ce ne sont pas seulement les frontières internationales qui empêchent l'exportation : plusieurs entreprises ne vendent aussi qu'à un marché très localisé dans leur propre pays. Dans l'une des études les plus détaillées concernant les effets de la distance sur l'expédition, Hillberry et Hummels (2005) utilisent des données au niveau des établissements sur les expéditions de l'industrie de fabrication au sein des États-Unis. Ils obtiennent deux résultats clés. D'abord, la principale incidence de la distance sur les expéditions se produit dans un très petit rayon autour de l'emplacement des établissements. Les expéditions dans une région de code postal (dans