

on peut voir que les activités de promotion des exportations par des gouvernements étrangers feront régresser la courbe des profits escomptés des exportations des entreprises nationales $pE(n)$ et que le nombre d'équilibre des exportations des sociétés nationales diminuera. Cependant, si nous appliquons la même analyse des effets de la promotion des exportations nationales comme nous avons fait dans notre discussion précédente de la Figure 1, nous obtenons le même résultat : en l'absence de propagations ou d'autres déficiences du marché, l'intervention du gouvernement n'est pas justifiée. Si les sociétés internalisent tous les bénéfices et les coûts d'exportation, les gouvernements ne peuvent pas améliorer les résultats du marché.⁹

S'il existe des propagations de l'information, alors l'activité étrangère peut influencer la réaction optimale du gouvernement national, mais on ne connaît pas l'orientation de la réaction. Reprenons l'argument d'expérimentation en faveur de la promotion de l'exportation ou de l'investissement dont nous avons discuté plus tôt. Selon cet argument, les sociétés tirent un enseignement de l'expérience d'autres qui essayent d'entrer sur les marchés étrangers. Si d'autres gouvernements aident un plus grand nombre de leurs propres sociétés à entrer sur les marchés d'exportation, la base de l'information s'en trouve alors élargie, les sociétés nationales peuvent utiliser l'expérience de leurs concurrents étrangers qui expérimentent avec de nouveaux marchés. Étant donné que le flux de l'information est augmenté par l'octroi de subventions étrangères à l'expérimentation, il est possible que disparaisse l'avantage marginal apporté par les subventions nationales. Par exemple, le fait qu'une société coréenne ait découvert les avantages du Bangladesh comme source d'exportations de textiles a fourni une information dont a bénéficié d'autres exportateurs au Bangladesh et des importateurs du monde entier.

D'autre part, il peut y avoir des avantages à être le premier. Si ces entreprises qui entrent tôt sur de nouveaux marchés obtiennent des avantages à long terme en matière d'information et

⁹ Panagariya (2000) expose la même idée dans son examen des arguments contre les subventions à l'exportation d'une manière plus générale.