

oblige à distinguer les sociétés «mondiales» des entreprises «apatrides». Quel que soit leur niveau de décentralisation, celles qui se sont dotées de stratégies mondiales appartiennent à la première catégorie. Certains avancent même que l'accroissement de la régionalisation, de la centralisation de la R-D et de la planification au plan des finances et des infrastructures est le produit naturel d'une stratégie mondiale. Pour être véritablement «apatride», une entreprise doit répondre à d'autres critères, en sus de celui qui se rapporte à la mondialisation de sa stratégie. Il faut notamment qu'elle ait décentralisé ses activités de R-D, sa production et sa gestion financière; elle ne doit, en outre, entretenir aucun lien essentiel avec un pays, voire avec quelques pays en particulier.

Une stratégie mondiale peut renforcer les rapports d'une entreprise avec un pays ou une région donnée et, par là, prévenir l'apatridie. Les travaux de recherche intellectuelle, par exemple, tendent naturellement à se regrouper en un lieu géographique qui en favorise l'expansion et permet des économies d'échelle. Par ailleurs, les filiales estiment encore qu'elles participent peu aux décisions financières axées sur le plus long terme et à la planification stratégique.⁶ Une stratégie commerciale d'envergure mondiale peut même consolider les liens qui unissent les composantes d'une multinationale à un pays ou à une région, car son efficacité en sera accrue. Pour les sociétés vraiment apatrides, ce pourrait bien être le contraire.

2.1.3 Les multinationales sont-elles devenues apatrides?

Toute définition de l'apatridie ne peut être qu'arbitraire. Pour bien des auteurs, l'expression «société mondiale» est d'ailleurs synonyme de «société apatride».⁷ Considérant la rareté des données disponibles, nous avons fondé notre étude sur les quelques indices décrits ci-dessous et en avons conclu qu'il est impossible d'ajouter totalement foi à la thèse selon laquelle les multinationales sont de plus en plus apatrides. Il faudra multiplier les recherches dans le domaine avant de l'infirmier ou de la confirmer avec certitude. Par contre, il ne manque pas d'exemples démontrant que les stratégies mondiales des multinationales risquent d'avoir des répercussions importantes et d'un ordre tout à fait particulier sur l'évolution commerciale et économique du Canada.

Il est difficile de quantifier les indices susceptibles de mesurer l'apatridie d'une multinationale. Parmi ces facteurs figureraient la décentralisation du processus

⁶ OCDE, *Structure et organisation des entreprises multinationales*, 1987, pp. 19 et 20.

⁷ L'étude générale la plus fréquemment citée, dans le domaine des sociétés apatrides, est l'oeuvre de Robert Reich, *The Work of Nations: Preparing Ourselves for 21st Century Capitalism*, New York, Knopf, 1991.