

produit à l'étranger ou à faire assembler le produit à l'étranger (habituellement en association avec un partenaire étranger) en visant graduellement la fabrication entière du produit par des filiales à l'étranger leur appartenant à 100 % ou dans lesquelles elles ont des intérêts majoritaires. Si l'opération est couronnée de succès, des filiales manufacturières peuvent être ouvertes dans d'autres pays ou d'autres marchés, qui elles-mêmes pourraient ultérieurement commencer à exporter. Souvent, le processus donne lieu à du commerce lié (le siège social fournit des biens et des services à sa filiale à l'étranger) et à de l'investissement lié (aussi bien dans le pays d'origine que dans le pays d'accueil). On observe à peu près les mêmes étapes séquentielles dans le domaine de l'exploitation des ressources naturelles et celui du commerce des services, quoique dans ces domaines, certaines étapes puissent être sautées.

Les exemples de ce processus de mondialisation ne manquent pas au Canada : le Canada a bénéficié jusqu'ici de quelque 180 milliards de dollars canadiens d'IED (stock en 1996) et l'investissement direct canadien à l'étranger (IDCE) totalise actuellement 171 milliards de dollars canadiens (95 % de l'IED).

Séquence de l'internationalisation classique

Dans le secteur de la fabrication, les entreprises procèdent généralement de la façon suivante pour s'internationaliser¹ :

- Production et ventes au pays.
- Quand les marchés étrangers deviennent intéressants, les exportations commencent habituellement par des ventes sans lien de dépendance (réalisées d'abord à l'aide d'agents locaux ou étrangers), sans IED.
- Les intermédiaires sont remplacés par des divisions de l'exportation au siège social, ce qui donne parfois lieu à de l'IED, sous forme notamment d'entrepôts ou de filiales commerciales à l'étranger.
- Les exportations sont suivies de l'octroi à des producteurs étrangers de licences autorisant ceux-ci à fabriquer un produit à l'aide de technologies exclusives.

- Une fois expérimentées dans ces activités et dans d'autres formes de production à l'étranger, ces dernières ne comportant le plus souvent aucune participation au capital, les entreprises s'installent graduellement à l'étranger, en commençant d'abord par des opérations d'assemblage ou par la fabrication d'une partie du produit (parfois dans le cadre de coentreprises avec des partenaires locaux), avant de se tourner vers la fabrication entière du produit dans des filiales à l'étranger leur appartenant à 100 % ou dans lesquelles elles ont des intérêts majoritaires et qui, avec le temps, deviennent des clones autonomes de leur société mère.
- Même si les entreprises peuvent exporter vers plusieurs pays à la fois, elles commencent habituellement par investir dans des installations de production dans un seul pays, généralement pas trop éloigné du pays d'origine du point de vue psychologique. Cette « distance psychologique » varie selon l'ampleur des facteurs qui empêchent ou perturbent la circulation de l'information entre l'entreprise et sa filiale, notamment les différences de langue, de culture, de régime politique, de niveau d'instruction et de niveau de développement entre le pays d'origine (l'entreprise) et le pays d'accueil (sa filiale).
- Si l'opération est couronnée de succès, l'expérience acquise avec la première filiale de production à l'étranger peut mener à l'établissement de filiales dans d'autres pays dans l'optique d'en faire des filiales autonomes répondant dans un premier temps à la demande de leur marché local.
- À la longue, les filiales étrangères pourraient finir par exporter.

C'est cette séquence que suivent en général les entreprises manufacturières, les petites comme les grandes, qui veulent prendre de l'expansion à l'étranger pour exploiter de nouveaux marchés. Toutefois, certaines étapes peuvent être escamotées, c'est souvent le cas notamment de l'étape de l'octroi de licences à des producteurs étrangers. Quand on élabore des stratégies visant à attirer des investissements, il importe de savoir où l'entreprise en est dans cette séquence de manière à influencer ses décisions. Quand on présente une possibilité d'investissement, il faut