

direct étranger, les coentreprises, le franchisage ou par d'autres formes organisationnelles. Pour certains produits (ainsi que pour certains types de services), une présence commerciale sur le marché étranger constitue la seule façon de vendre à des clients étrangers. Dans d'autres cas, l'investissement étranger et l'exportation sont complémentaires, les exportations de certains types de marchandises doivent être renforcées par un service après vente, ou la production peut être fragmentée, étant donné que diverses parties du processus de production sont réalisées dans différents pays. Dans d'autres cas, l'exportation et l'investissement étranger sont des substituts et les entreprises doivent choisir parmi les façons très différentes de produire des marchandises et des services pour des clients étrangers. Dans cet article, je me concentrerai sur le rôle des gouvernements qui aident les entreprises nationales à entrer sur les marchés étrangers au moyen de l'une de ces méthodes. Un grand nombre des coûts liés à l'accès aux marchés étrangers s'appliquent à toutes les formes de cet accès, notamment l'exportation, l'investissement ou la coentreprise. Dans d'autres cas, on relève des différences que j'essayerai de mettre en évidence. Pour éviter d'alourdir ma démonstration, je parlerai parfois de l'exportation, mais des arguments semblables s'appliqueront à l'investissement.<sup>2</sup>

Pour orienter la discussion, nous devons indiquer clairement les objectifs de la politique gouvernementale dans ce domaine. Bien que les gouvernements aient de nombreux objectifs en matière de politiques, trois semblent potentiellement être les plus appropriés à la politique de promotion de l'exportation et de l'investissement : 1) remédier aux déficiences du marché; 2)

---

<sup>2</sup> Le présent article se concentre sur les raisons qu'ont les gouvernements d'aider leurs entreprises à entrer sur les marchés étrangers. Je ne discuterai pas de la question d'attirer l'investissement des entreprises étrangères vers son propre pays. Bien que certains des arguments discutés ici s'appliquent, les enjeux sont tout à fait différents, puisque les gouvernements ont mis à leur disposition une gamme bien plus complète d'instruments (comme des avantages fiscaux ou des mesures réglementaires nationales) pour attirer l'investissement étranger. Il existe des études sur la question de savoir si les pays devraient essayer ou non de promouvoir l'investissement étranger dans leur propre pays. Hanson (2001) en a fait une étude récente fort utile.