HAL
open science

Les échanges intra-firmes de produits agricoles et agroalimentaires : caractéristiques et déterminants

Magali Aubert

To cite this version:

Magali Aubert. Les échanges intra-firmes de produits agricoles et agroalimentaires : caractéristiques et déterminants. Sciences du Vivant [q-bio]. 2003. hal-02831791

HAL Id: hal-02831791
https://hal.inrae.fr/hal-02831791

Submitted on 7 Jun 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

LES ECHANGES INTRA FIRME DE PRODUITS AGRICOLES ET AGROALIMENTAIRES : CARACTERISTIQUES ET DETERMINANTS

Mémoire présenté par Magali Aubert
pour l'obtention du D.E.S.S d'Ingénierie Economique
Faculté des Sciences Economiques à l'Université de Rennes I

Stage réalisé au sein de l'INRA de Nantes, UMR EDRA

Maître de stage : E. Chevassus Lozza, Directrice de Recherche
Directeur de mémoire : I. Cadoret, Professeur
Membre du jury : P. Bouyaux, Maître de conférence

Année universitaire : 2002/2003

Résumé :

L'accélération du mouvement d'internationalisation, depuis le début des années 70, s'accompagne d'un poids croissant des Investissements Directs à l'Etranger (IDE). Ces derniers permettent ainsi aux firmes multinationales d'implanter certaines de leurs filiales à l'étranger. C'est désormais au niveau international que sont pensées les stratégies. En effet, par le biais d'échanges intra firme, les filiales d'un même groupe multinational ont le choix d'échanger avec des entreprises sœurs ou des entreprises tiers. Le SESSI (service statistique attaché au Ministère de l'Industrie) tente, par le biais de l'enquête « mondialisation » de caractériser les entreprises détenues par un tel groupe et d'identifier les déterminants de ces échanges. L'exploitation de cette enquête, et plus précisément celle portant sur les entreprises échangeant des produits agricoles et agroalimentaires, est au cœur de cette analyse.

Mots clefs : échange intra firme, industries agroalimentaires, commerce extérieur, investissement direct à l'étranger, firme multinationale.

Abstract :

The acceleration of the internationalization movement since the beginning of the 70 has been accompanied by an increasing predominance of Foreign Direct Investments. The latter enable multinational firms to establish some of their branches abroad. Strategies are now thought on an international level. Indeed, by the means of intra firm exchanges, the branches of the same multinational group have the choice to operate exchanges with sister companies or other companies. The SESSI (statistical services attend to the Ministry for Industry) has been trying, by the means of the "universalization" investigation, to characterize the companies held by such a group and to identify the conditions of these exchanges. The exploitation of this investigation, and more precisely that focusing on the companies exchanging agricultural and food-processing products, is at the heart of this analysis.

Key words : intra firm exchang, foods industry, foreign trade, foreign direct investments, multinational firm.

SOMMAIRE

Introduction ..... page 6

PARTIE 1 – L'internationalisation comme intermédiaire des échanges intra firme ..... page 8

I – Le marché interne comme conciliateur de la localisation et des spécificités de la firme ..... page 9

A – Les spécificités du lieu d'implantation ..... page 9

B – Les spécificités de l'entreprise ..... page 10

1. Les économies réalisables ..... page 11

2. Les actifs spécifiques de l'entreprise ..... page 13

II – Le marché interne comme réponse aux imperfections du marché ..... page 14

A – Les imperfections du marché ..... page 14

1. Les imperfections du marché aux frontières ..... page 25

2. Les imperfections du marché sur le territoire national ..... page 16

B – Les stratégies mises en œuvre par les firmes multinationales ..... page 17

1. Les stratégies de progrès ..... page 17

2. Les stratégies de dimension ..... page 18

PARTIE 2 – Elaboration de la base de données ..... page 19

I – Présentation de l'enquête ..... page 20

A – La population enquêtée : les G2I de l'agroalimentaire ..... page 20

B – Structure de l'enquête ..... page 23

II – Pertinence de l'enquête ..... page 25

A – Traitement de la non réponse ..... page 25

1. La non réponse partielle ..... page 25

2. La non réponse globale ..... page 26

B – Pertinence du redressement ..... page 27

1. Pertinence des variables quantitatives ..... page 27

2. Pertinence globale de l'enquête ..... page 28

III – Elargissement des informations initiales ..... page 32

PARTIE 3 – Les échanges intra firme réalisés par les entreprises appartenant à un G2I de l'agroalimentaire ..... page 33

I – Les acteurs du commerce extérieur agricole et agroalimentaire français : le poids croissant des G2I ..... page 34

II – Les échanges intra firme dans le commerce extérieur agricole et agroalimentaire français ..... page 39

A. Le poids croissant des échanges intra firme ..... page 40
B. Le poids croissant des groupes étrangers dans les échanges intra firme ..... page 41
C. Le marché Européen : une zone privilégiée pour les échanges intra firme ..... page 43
D. La spécialisation de gamme via les échanges intra firme ..... page 45

III – Les déterminants des échanges intra firme ..... page 52

A. Echanges intra firme : quels éléments de réponse ? ..... page 53
B. Modélisation économétrique ..... page 61
1. Spécification du modèle économétrique retenu ..... page 62
2. Des éléments de réponse aux échanges intra firme ..... page 62
3. Les autres modélisations économétriques envisagées ..... page 74

Conclusion ..... page 76

Annexes

Bibliographie

Remerciements

« Why is there any organization ? », *Coase R.* (1937). A travers cette question apparaît toute la problématique des échanges entre filiales sœurs appartenant à une même firme multinationale.

Alors que dans les années 1970, les entreprises satisfaisaient la demande extérieure via leurs exportations , dès le début des années 1980, l'implantation de filiales à l'étranger a modifié le paysage économique. Ainsi, le processus de production n'est plus entièrement géré sur le territoire national mais tout ou partie d'un produit est réalisé à l'étranger. Les groupes apparaissent alors comme résultant d'une « stratégie mondiale de long terme de l'entreprise » (*J L Mucchielli*, 1991).

L'implantation d'une filiale à l'étranger est alors l'essence même de la multinationalisation, et c'est par le biais des Investissements Directs à l'Etranger (IDE) que les firmes multinationales pénètrent le marché étranger. En effet, « le groupe multinational, du fait de la présence de ses filiales dans plusieurs pays, dispose de la capacité d'internaliser une partie de ses échanges internationaux » (*E. Chevassus Lozza*, *D. Galliano* et *J. Gallezot*). Les échanges intra firme permettent ainsi aux filiales détenues par une même firme multinationale d'échanger entre elles plutôt qu'avec des entreprises tiers : le marché interne se substitue alors au marché traditionnel.

Ces échanges peuvent sembler, à première vue, anodins. Or, l'enjeu économique sous-jacent est important. Ces échanges intra firme (EIF) par leur dimension « hors-marché » et leurs composantes « prix de transfert » sont un véritable défi lancé à la politique économique sur ses volets fiscaux, monétaires et tarifaires. L'importance prise par le phénomène des échanges intra firme interpelle nos représentations théoriques et les instruments de régulation macro-économique en repoussant les contours actuels de la nation vers les frontières de la propriété du capital. En effet, comme l'a souligné *D. Greenaway* (1993), ces échanges permettent aux groupes multinationaux de contourner les barrières à l'échange.

L'analyse empirique des transactions internes à l'entreprise fait encore largement défaut, dans la mesure où les statistiques du commerce international ne font pas de distinction entre les échanges intra firme et les échanges entre entités indépendantes. Les sources de données concernant les échanges intra firme proviennent d'enquêtes réalisées auprès d'entreprises et impliquent l'établissement de questionnaires par les autorités nationales. Afin de mieux comprendre ce phénomène, le SESSI (service statistique attaché au Ministère de l'Industrie) a réalisé deux enquêtes « mondialisation » auprès des entreprises appartenant à un groupe international industriel (G2I). La première a ainsi été effectuée en 1993 et la seconde, sur laquelle portera notre attention, en 1999.

L'exploitation de ces enquêtes, et plus précisément l'étude des entreprises détenues par un G2I et échangeant des produits agricoles ou agroalimentaires, a été confiée à l'INRA (Institut National de la Recherche Agronomique). Le double objectif est alors de caractériser les entreprises réalisant des échanges intra firme et d'identifier les déterminants de ces échanges. Si les objectifs restent inchangés d'une enquête sur l'autre, l'analyse diffère. En effet, entre 1993 et 1999, le questionnaire a été modifié. Suite à la première étude, certains éléments manquants ont été introduits dans la nouvelle enquête, qui s'en trouve enrichie (elle précise notamment désormais les motifs des échanges intra firme). Complémentaires, les résultats de la première enquête permettront de voir dans quelle mesure ces échanges intra firme ont évolué.

L'objet de ce mémoire est de présenter les premiers résultats de l'exploitation de cette nouvelle enquête, pour les échanges agricoles et alimentaires. Après avoir présenté une revue de la littérature mettant en évidence les motifs des échanges intra firme (partie I), nous nous intéresserons à l'enquête « mondialisation » proprement dite ainsi qu'à la base de données nécessaire à l'analyse (partie II). Enfin, nous commenterons les résultats de la première exploitation de l'enquête (partie III).

Partie 1 : L'internationalisation comme intermédiaire aux échanges intra firme

Alors que dans les années 1970, les entreprises multinationales fournissaient les marchés étrangers à travers des exportations, c'est désormais par le biais de rapprochement, à l'échelle mondiale, des grands groupes industriels que s'effectuent les échanges internationaux. On assiste alors à une amplification régulière du mouvement d'internationalisation. On retrouve ainsi l'idée développée par l'Observatoire économique des IAA de Bretagne, qui distingue « trois grands niveaux d'internationalisation ». Dans un premier temps, on assiste à une phase introductive à l'internationalisation dans laquelle la stratégie d'engagement à l'étranger est surtout l'exportation de produits fabriqués sur le territoire national. Puis, la firme passe par l'étape transitoire de la transnationalisation au cours de laquelle elle exporte ses produits tout en développant un réseau de filiales. Enfin, l'entreprise passe à une structure intégrée en adoptant une stratégie globale.

Cette internationalisation se traduit notamment par une intensification des Investissements Directs à l'Etranger[1] (IDE) soulignée par *J. Markusen* et *Venables* en 1998. Ainsi, au début des années 1990, alors que le taux de croissance des exportations n'est que de 3%, ils précisent que ces IDE connaissent ainsi une croissance de 13% qui, comme l'indique *Shatz* et *Venables* (2000), sont essentiellement réalisés dans les pays développés.

La substitution du marché interne[2] au marché traditionnel est ainsi une des manifestations de ces IDE, c'est-à-dire que les échanges sont réalisés entre entreprises appartenant à un même groupe. L'internationalisation s'amplifiant, il est alors intéressant de connaître quels en sont les déterminants. On distinguera ainsi le cas où le marché interne permet de concilier les spécificités de l'entreprise et de la localisation (I) et le cas où ce dernier est utilisé pour pallier les imperfections du marché (II).

[1] Les IDE correspondent à des créations d'entreprises à l'étranger, un rachat ou une prise de participation dans une société étrangère afin d'y acquérir un pouvoir de décision.
[2] Ce marché correspond aux échanges réalisés intra firme.

I. Le marché interne comme conciliateur de la localisation et des spécificités de la firme

Selon *John H. Dunning* (1981), une entreprise n'échangera, par le biais du marché interne, que si celle-ci cherche à tirer simultanément partie des spécificités liées à sa localisation et celles liées à sa propre structure. Examinons plus en détail ce raisonnement en distinguant les deux motifs invoqués pour justifier les échanges intra firme.

A. Les spécificités du lieu d'implantation :

Toute entreprise minimise ses coûts de production dans le but de maximiser son profit. Afin d'atteindre les objectifs qu'elle se fixe, elle jonglera avec tous les éléments sur lesquels elle a un pouvoir de décision.

La main d'œuvre est alors un élément primordial à prendre en compte dès que l'on analyse la fonction de coût de production d'une firme, puisque les entreprises se localisent notamment en fonction de leurs besoins. Ainsi, pour des travaux nécessitant de faibles qualifications, la firme aura tout intérêt à s'implanter dans des pays où le coût de cette main d'œuvre est peu excessive.

De même, les entreprises s'implanteront à proximité des ressources naturelles nécessaires à leur activité. De cette façon, les entreprises multinationales, dont la production fait appel à une quantité de pétrole importante, devront localiser une de leurs filiales en Arabie Saoudite, par exemple, pour en avoir un accès direct.

Par ailleurs, « en concentrant leurs investissements dans le pays le plus industrialisé, les FMN (Firmes MultiNationales) s'assurent de trouver sur place une industrie suffisamment développée pour assumer les dernières étapes de la production de leur produit » (*M. Crozet, 2000*). Se localiser revient donc à se demander où les opportunités de développement des activités sont les plus rapides. Le choix du lieu d'implantation est alors un élément décisif puisqu'il permettra de profiter au mieux de l'environnement dans lequel est l'entreprise.

Enfin, en implantant une entreprise tête de pont[3] dans un pays, le groupe s'assure de pouvoir développer un réseau lui permettant de bénéficier des particularités du pays d'accueil et des pays limitrophes, tout en conservant les caractéristiques propres à son groupe. Implanter une telle entreprise en France offre ainsi la possibilité de mettre en place une entreprise intermédiaire entre le pays d'origine et l'Union Européenne où la libre circulation des marchandises donne au groupe un accès plus facile au marché européen.

De ce fait, si une entreprise anticipe une nouvelle demande, ou si elle désire augmenter ses parts de marché, elle peut dès lors décider de se localiser là où elle pourra organiser sa production de la façon la plus efficace possible. Toute anticipation se traduit alors par la détermination optimale de l'implantation ; sous contrainte budgétaire, d'accès à un réseau parfaitement desservi, de proximité des marchés, ou encore d'intégration à une zone dynamique. La localisation présuppose donc un arbitrage entre les coûts et les objectifs fixés.

B. Les spécificités de l'entreprise :

Comme nous l'avons souligné, les coûts de production entrent directement en compte pour expliquer la localisation d'une entreprise hors de son territoire national. Or, la théorie des coûts de transaction mise en évidence par *O. E. Williamson* (1975), oppose deux institutions : le marché et la firme. *K. Wang* et *J. Connor* (1996) précisent, en outre, que les entreprises multinationales vont chercher à minimiser leurs coûts pour augmenter leur profit. Selon eux, pour atteindre ces objectifs, ces entreprises internaliseront leurs échanges. Il apparaît alors nécessaire d'analyser quels en sont les déterminants, et donc de spécifier implicitement quels sont les enjeux des échanges intra firme. Nous distinguerons ainsi les économies (1) et les capacités organisationnelles (2).

[3] Il s'agit pour les groupes dont la tête de groupe est implantée à l'étranger, de l'entreprise implantée en France qui est située le plus haut dans la hiérarchie du groupe et que l'on assimile au représentant de la tête de groupe en France. Enquête Echanges internationaux intragroupe, dossier méthodologique, page 53.

1 \ Les économies réalisables :

Les économies d'échelle : *J. Markusen* (1995) en distingue deux selon que l'on s'intéresse au groupe ou à la firme.

Dans le premier cas, elles sont assimilables aux économies organisationnelles mises en évidence par *A. Chandler* (1990). Elles englobent les notions de valorisation de la recherche et du développement, l'expérience acquise ou encore les perspectives de réseaux de distribution qui tiennent un rôle d'autant plus important que le groupe est international. Ces éléments permettent donc globalement à ces groupes de bénéficier des avancées et des connaissances de chacune de ses filiales.

Les économies d'échelle réalisées au niveau de l'entreprise, quant à elles, mettent en relation non seulement la taille de la filiale mais aussi le volume de production et les coûts. On retrouve ainsi la définition donnée par *Y. Morvan* (1991), à savoir que toute augmentation de la production induit des coûts moyens plus faibles.

Les économies de gamme : Elles soulignent le fait qu'un même facteur de production peut être utilisé pour la production de différents biens. C'est ainsi le cas dans le domaine automobile, pour la production des châssis : un même châssis peut être utilisé par plusieurs types de voitures sans que les deux véhicules soient identiques. C'est ainsi le cas du groupe V.A.G qui utilise le même châssis pour la Golf, l'Audi A3, la Skoda Fabia et la Seat Ibiza.

Les économies de multiplication : Une fois la taille minimale optimale atteinte, il est préférable d'ouvrir de nouveaux établissements plutôt que d'agrandir ceux existants déjà. Augmenter le nombre d'établissements entraîne une diminution des coûts de transport. Différentes implantations permettent non seulement de réduire ces coûts mais aussi de bénéficier d'opportunités de spécialisation. Spécialiser chaque établissement dans un type de production permet au groupe d'élargir sa gamme et donc de couvrir une plus grande part de la demande du marché. Cependant, une telle stratégie n'est possible que si la production de plusieurs outputs au sein d'une même firme est plus coûteuse que de les produire dans des filiales différentes.

Les économies financières : Comme le soulignent *E. Kremp* et *P. Sevestre* (2000) : « même à actifs comparables, les garanties offertes par les entreprises contrôlées par un groupe sont souvent supérieures à celles que peuvent offrir des entreprises indépendantes, favorisant ainsi leur accès aux crédits bancaires ». D'envergure plus importante, ces entreprises multinationales ont un plus grand poids puisque « l'existence, au sein des groupes, de structures spécialisées facilite leurs relations avec les banques et les investisseurs, réduit probablement les coûts de transaction liés à l'obtention de financements externes.». Les groupes bénéficient ainsi d'un « pouvoir de négociation » beaucoup plus important que les entreprises isolées.

Les économies d'apprentissage : Elles jouent un rôle important puisqu'elles reflètent non seulement toute la connaissance du marché mais aussi la manière dont le travail doit être réalisé. Ces économies s'enrichissant avec l'expérience, l'entreprise connaît de mieux en mieux son marché. Ceci lui permet d'établir de meilleures anticipations et donc à terme de mettre en place des stratégies plus adaptées. Par là même, l'entreprise obtiendra des processus de production affinés grâce aux salariés qui acquièrent des habitudes et des techniques particulièrement efficaces.

Les économies de réseaux : Elles expriment le fait qu'un groupe bénéficie d'une opportunité d'usine « plaque tournante », c'est-à-dire que toutes les productions sont acheminées vers cette usine qui ventile par la suite cette production vers les différents points de vente. C'est un point de ralliement qui permet une meilleure gestion des stocks. Ainsi, l'implantation d'une filiale en France, pour un groupe Japonais, donne au groupe la possibilité de diffuser son produit non seulement en France mais aussi dans toute l'Europe à partir de cette filiale.

En spécialisant chacune de ses filiales, le groupe profite d'une complémentarité qui lui est bénéfique. Cette « stratégie de symbiose » sous entend alors que plus le tissu relationnel est étendu, plus cet effet a un impact important. Cependant, au delà des économies réalisables, d'autres éléments entrent en compte pour justifier les échanges intra firme.

2 \ Les actifs spécifiques de l'entreprise :

Selon *J. Markusen* (1995), plus les efforts déployés dans le domaine de la recherche, du développement et de la publicité sont importants, plus les échanges internationaux au sein d'un même groupe se multiplient. Le groupe Coca Cola en est le meilleur exemple dans la mesure où sa recette est tenue secrète. Echanger sur le marché interne permet ainsi de conserver son secret de fabrication tout en profitant des opportunités offertes par le marché mondial. Protéger sa marque est donc un atout décisif dans la stratégie du groupe puisque ce comportement permet de maintenir l'effet marque. Au-delà d'un secret de fabrication, c'est ainsi tout un ensemble d'atouts que veut conserver le groupe. Ainsi, le savoir-faire, la technique, les avancées technologiques, les « découvertes » réalisées en terme de recherche et développement, les capacités à l'internationalisation sont autant de caractéristiques propres au groupe qui le différencie sur le marché. Les mettre en avant et ne pas les rendre publiques sont alors des priorités pour certains groupes.

Par ailleurs, l'expression « on gagne à être connu » joue positivement pour une firme multinationale puisque toutes ses actions publicitaires ne joueront pas seulement sur une de ses filiales mais sur le groupe dans sa globalité. Des économies seront alors réalisables dans ce domaine.

Pour *John H. Dunning*, concilier les spécificités de la firme et les spécificités du lieu d'implantation sont des éléments nécessaires pour justifier la présence d'un marché interne. Or, tout cela présuppose la possibilité d'utiliser un prix interne, dit prix de transfert. Celui-ci est déterminé par les filiales du groupe et peut être très différent du prix du marché. Choisir la monnaie de facturation ou de paiement permet ainsi à l'entreprise de limiter ses coûts de transaction.

Une firme multinationale peut ainsi modifier ses prix de transfert selon les conditions fiscales ou réglementaires des pays où elle est présente ; en pratiquant, par exemple, une surfacturation du produit importé par une de ses filiales afin d'en diminuer le bénéfice, et donc les impôts. On rejoint ainsi l'idée de *Harris* (1993) et *Jacob* (1996) pour qui le prix interne est un moyen de réaliser des transfert de revenus.

Comme nous l'avons souligné, les groupes ont intérêt à localiser une ou plusieurs de leurs filiales là où les coûts liés à la main d'œuvre et aux ressources sont les moins élevés. De même, les localisations seront sujettes aux anticipations et aux objectifs fixés par le groupe. Ainsi, il est facile de concevoir l'intérêt d'une telle stratégie : la recherche de complémentarité permet d'élargir son champ d'action, en ciblant une population plus large, tout en limitant les risques. Cette symbiose organisationnelle mise en avant par les spécificités des lieux d'implantation est ici complétée par les spécificités propres des entreprises appartenant à ces groupes. De par leur structure, celles-ci peuvent, une fois mises en commun, tirer simultanément profit de tous ces éléments.

L'existence du marché interne reflète alors une double exigence : accéder aux particularités du lieu d'implantation tout en conservant les caractéristiques propres à son groupe. Cependant, d'autres déterminants entrent en compte pour expliquer la part croissante de l'internationalisation des échanges : les imperfections du marché.

II. Le marché interne comme réponse aux imperfections du marché

Pour *E. Chevassus Lozza, D. Galliano* et *J. Gallezot* (1999), « l'internationalisation permet à la firme de se protéger contre les imperfections du marché tout en les exploitant ». Examinons alors comment se traduisent ces imperfections (A) avant de voir quelles sont les stratégies mises en œuvre par les groupes pour pallier ces imperfections (B).

A. Les imperfections du marché :

La notion même d'imperfection laisse à penser que certains acteurs tirent profit des échanges au détriment d'autres. Distinguons donc ces imperfections selon leur origine.

1 \ Les imperfections du marché aux frontières

Ici, les imperfections du marché se traduisent par une inégalité de comportement lors du franchissement des frontières, observables dans différents domaines : fiscal, douanier et juridique.

Inégalité des taux fiscaux appliqués : Selon les pays dans lesquels on se situe, les taux d'imposition peuvent varier : certains sont alors plus attractifs que d'autres. Les entreprises ayant une activité internationale localiseront donc certaines de leurs activités dans des « paradis fiscaux ». Ces derniers correspondant à des Etats ou des territoires où les agents sont soumis à un régime fiscal privilégié. Le management International sur Internet dénombre ainsi 35 paradis dont notamment Andorre, Monaco, Aruba aux Pays Bas, les Bahamas et cinq pays appartenant au Royaume Uni (Anguilla, Gibraltar, Guernesey, Montserrat et l'île de Man).

Inégalités douanières : Dans « L'organisation mondiale du commerce », *M. Rainelli* (1999) distingue deux sortes de droits douaniers : les tarifs spécifiques et les tarifs *ad valorem.* Le premier cas correspond à une taxe fixe, indépendante des quantités ou de la nature des produits, alors que le second est proportionnel à la valeur du bien importé. Ces droits de douanes peuvent alors être un frein aux échanges internationaux.

Or, les droits de douanes ne sont pas les seules barrières douanières observées lors des échanges. Les quotas sont eux aussi pénalisant puisqu'ils imposent des restrictions quantitatives. Ainsi, même si ces dernières ne peuvent plus être totales comme c'était le cas au 19 ème siècle, les quotas sont toujours présents. Le cas de l'AMF (Accord MultiFibres) met en évidence cette imperfection du marché puisqu'il vise à limiter les importations de textile dans les pays en voie de développement. « Il s'agit donc d'une remise en cause fondamentale des principes du libre-échange » (*M. Rainelli).*

Inégalité au vue des barrières non tarifaires : Lors de l'entrée d'un produit sur le marché national, celui-ci doit respecter un ensemble de normes. Ainsi, l'entreprise Doux en est le meilleur exemple. En effet, du fait de normes de production contraignantes, cette entreprise a délocalisé plusieurs de ses filiales au Brésil. Devenue grâce à cela plus compétitive, elle a pu pénétrer le marché brésilien tout en important certains de ses produits en France.

L'internationalisation s'intensifie depuis les années 1970. Cependant celle-ci ne s'accompagne pas du libre échange parfait dans lequel tous les pays bénéficieraient des mêmes avantages. De même, au-delà des imperfections observées aux frontières, il en existe d'autres, à l'intérieur même du territoire national.

2 \ Les imperfections du marché sur le territoire national

Les marchés étant concurrentiels et imparfaits, une inégalité s'instaure entre les entreprises multinationales. Ainsi, les nouvelles entreprises pénétrant un marché doivent faire appel à certains inputs comme la main d'œuvre ou encore les matières premières. Or, la main d'œuvre la plus qualifiée appropriée est déjà à la disposition des entreprises en place, de même que certaines parcelles de terrains sont déjà louées par d'autres entreprises. Le marché est alors inégalitaire puisque l'équilibre entre l'offre et la demande ne s'établit pas de façon immédiate, notamment du fait des contrats. L'imperfection des marchés joue alors positivement pour les entreprises ayant pénétré le marché les premières.

Voyons à présent quelles sont les barrières que peuvent imposer les entreprises déjà en place, pour empêcher toute nouvelle introduction sur le marché.

La pression des pouvoirs publics : Les pouvoirs publics défendent la notion « d'utilité collective ». Les lobbies font ainsi pression sur les pouvoirs publics pour faire adopter une réglementation qui leur est favorable. On peut ainsi prendre l'exemple des normes de fabrication qui représentent un handicap pour toute entreprise désireuse de pénétrer le marché mais qui ne pourrait pas satisfaire ces normes.

L'intimidation : Les entreprises en place peuvent menacer d'augmenter leur volume d'investissement ou de production, afin de dissuader toute nouvelle entrée sur le marché, par crainte d'une baisse des prix.

La « théorie du prix limite » : Les entreprises en place fixent leur prix de telle façon que celui-ci soit légèrement supérieur au prix de concurrence. Elles réalisent alors un profit faible mais empêchent toute nouvelle pénétration au marché. En effet, toute introduction se traduirait inévitablement par une augmentation du volume produit et donc par une baisse du prix.

Les barrières implicites : Lors de l'implantation d'une entreprise à l'étranger, la langue est un obstacle non négligeable puisqu'il pénalise le développement de toute relation. Toutefois, cet obstacle tend à disparaître avec le développement de l'anglais. De même que l'implantation se fasse dans le pays d'origine ou à l'étranger, toute entreprise est confrontée au consommateur. Celui-ci est au cœur du processus productif. C'est pour lui que l'on produit et c'est lui qui garantit le succès ou l'échec d'un nouveau produit.

Pénétrer le marché en produisant, à l'identique et à un même prix, ne suffit pas à garantir le succès d'une implantation. Le consommateur étant attaché à des marques et à une certaine qualité, il faut alors le conquérir par la publicité ou encore par des offres promotionnelles. Ce surcoût d'investissement représente donc un obstacle pour toute nouvelle entreprise désireuse d'intégrer le marché.

Précédemment, il a été établi que, du fait des spécificités de l'entreprise et du lieu d'implantation, les filiales d'un groupe avaient intérêt à échanger par l'intermédiaire du marché interne. Par ailleurs, comme l'a souligné *E. Chevassus Lozza* et al., les entreprises multinationales peuvent exploiter les imperfections du marché. Examinons alors dans quelle mesure ce comportement stratégique est adopté.

B. Les stratégies mises en œuvre par les firmes multinationales

1 \ Les stratégies de progrès

Faire face aux produits existants : Pour entrer sur un marché et être reconnu, il faut se démarquer. Produire les mêmes biens que les entreprises déjà en place, au même prix, n'est donc pas suffisant. Le consommateur étant attaché à un produit, il n'acceptera d'en changer que si le nouveau se distingue des autres. Apporter un surplus de qualité est une solution envisageable, de même que garantir un service après vente efficace.

Développer de nouveaux produits : Précédemment, nous avons considéré le même bien. Or, le développement de nouveaux produits est d'autant plus intéressant qu'il permet d'accéder à un marché encore inoccupé. C'est ainsi le cas de l'énergie nucléaire qui a su faire face au pétrole. Mettre en commun des compétences techniques, des avancées en terme de recherche et développement est alors un atout permettant à une firme multinationale de s'investir sur un nouveau marché.

2 \ Les stratégies de dimension

Ces stratégies se traduisent de deux façons :

La diversification : Cette stratégie permet de « ne pas mettre tous ses œufs dans le même panier ». Deux types de diversification peuvent être mis en place : une verticale et une horizontale. La première repose alors au niveau du secteur[4] et consiste à développer des activités qui correspondent à l'activité principale de l'entreprise. Quant à la seconde, elle considère le développement de productions qui ne correspondent pas forcément à la production principale de l'entreprise.

La croissance : Il existe la croissance interne et la croissance externe. La première permet à l'entreprise considérée d'augmenter ses capacités de production tout en développant, au sein même de son entreprise, des capacités nouvelles de production et/ou de vente. C'est ce que l'on pourrait qualifier « d'auto croissance ».
Quant à la seconde, elle permet elle aussi d'augmenter ses capacités de production, mais en acquérant la propriété ou le contrôle d'autres capacités de production qui existaient déjà.

Les différents atouts des firmes multinationales, précédemment mis en avant, associés aux spécificités du lieu d'implantation vont alors permettre à ces firmes de pallier les imperfections du marché en développant diverses stratégies. Il semble alors intéressant d'analyser quelles sont les caractéristiques de ces entreprises échangeant intra firme (partie 2).

[4] Rappelons que la notion de secteur regroupe l'ensemble des entreprises qui ont la même activité principale. Alors que la notion de branche fait référence aux entreprises qui ont la même activité, qu'elle soit principale ou pas.

Partie 2 : Elaboration de la base de données

Notre étude porte sur les échanges de produits agroalimentaires réalisés au sein des groupes industriels internationaux, à savoir les transactions intra firme. Ce type d'échange n'étant pas mesuré directement à partir des statistiques douanières, il ne peut être appréhendé qu'au travers d'enquêtes réalisées auprès des opérateurs : exportateurs et importateurs.

L'objectif des deux enquêtes « mondialisation » réalisées par le SESSI en 1993 et en 1999 est donc de mesurer le poids des échanges intra firme dans le commerce extérieur français, de les caractériser et d'identifier quels en sont les déterminants.

Caractériser une population présuppose que cette dernière soit clairement définie. Ainsi, il apparaît indispensable de préciser comment la population à laquelle nous nous intéressons : les G2I de l'agroalimentaire, a été recensée. Pour ce faire, il nous faut comprendre les différents fichiers qui ont été utilisés à cette occasion, examiner dans quelle mesure les données dont nous disposons sont fiables et comprendre comment et pourquoi certains fichiers ont été mobilisés pour enrichir ces informations.

I Présentation de l'enquête :

Afin de cerner cette enquête, il nous faut non seulement en délimiter la population enquêtée mais aussi en définir la structure.

A. La population enquêtée : les G2I de l'agroalimentaire

Par groupe industriel international (noté G2I), le SESSI comprend l'ensemble des groupes possédant au moins une entreprise industrielle et dont au moins une de ses filiales est implantée à l'étranger. Ainsi, puisque aucun fichier n'identifie clairement ces groupes, le SESSI a dû confronter plusieurs bases de données, issues d'enquêtes, réalisées par des organismes statistiques. Ces bases sont : le fichier LIFI élargi, celui de la banque de France, de la DREE et de l'EAE (Enquête Annuelle des Entreprises).

Tableau 1 : Les différents fichiers nécessaires à l'élaboration de la base de données

fichier	caractéristiques
LIFI élargi	Cette enquête indique les Liaisons Financières des entreprises françaises les entreprises pouvant être implantées en France ou à l'étranger Elle indique les numéros SIREN: clef d'identification entreprise SIRTG: clef d'identification du groupe
Banque de France	C'est une enquête qui indique deux types de mouvements d'investissement *inward:* les entreprises résidant en France et étant détenues par une entreprise étrangères à plus de 10% *outward:* liste des maisons mère résidant en France réalisant des investissements directs à l'étranger
DREE	Cette enquête indique les entreprises ou maisons mères ayant des filiales ou étant affiliées à une entreprise étrangère
EAE	Enquête Annuelle des Entreprises Elle indique notamment l'activité principale exercée par les entreprises localisées en France On se place du côté du secteur pour l'entreprise et du côté de la branche pour l'établissement Elle indique notamment les numéros: SIREN: clef d'identification entreprise SIRET: clef d'identification de l'établissement

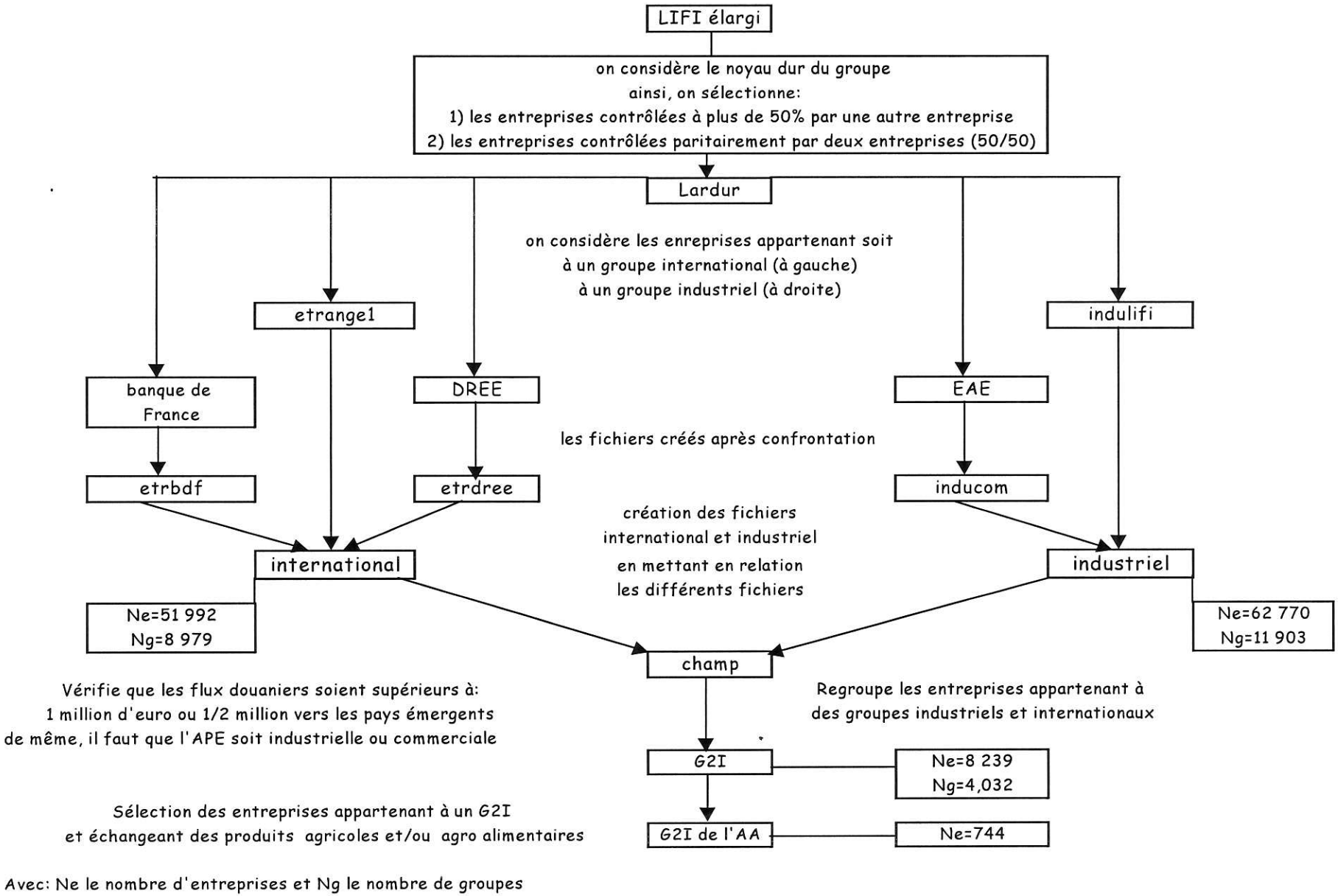
Au regard de ce tableau, il apparaît que les fichiers sont complémentaires puisqu'ils permettent de définir, de façon la plus exhaustive possible, la population à enquêter. Une enquête ne couvrant jamais totalement l'ensemble du champ visé, la mise en relation de ces bases permet donc d'isoler les entreprises appartenant à un G2I.

Le SCESS, organisme statistique du Ministère de l'agriculture, a eu en charge plus particulièrement l'enquête réalisée auprès des G2I dont les filiales réalisent des échanges intra firme de produits agro alimentaires, et ceci indépendamment de l'activité principale de ces entreprises. Ces produits sont sélectionnés à partir de la nomenclature douanière, et plus précisément des 24 premiers chapitres des positions élémentaires du système harmonisé (SH). En croisant cette nomenclature avec celle de l'INSEE (CPF : classification des produits français), on peut distinguer les produits agricoles des produits agroalimentaires (Annexe 2). Ce découpage permet donc de conserver la distinction produits agricoles / produits alimentaires ; à savoir les produits bruts et les produits transformés issus du sol, de l'élevage et de la pêcherie.

L'enquête ne considère, en outre, que les entreprises pour lesquelles les flux douaniers totaux sont supérieurs à un million d'euros, ou à défaut, celles pour lesquelles les flux douaniers vers les pays émergents sont supérieurs à 500 mille €. Cette limitation « permet de réduire le nombre d'entreprises du champ théorique (autour de 8 000 au lieu de 12 000) sans grande conséquence sur l'analyse de l'intra groupe car ces entreprises n'ont que des flux modestes. Le seuil d'échanges rajouté vers les pays émergents répond au souci de bien représenter ces entreprises pour pouvoir analyser la dynamique des échanges vers les pays émergents. »[5]

Avant de voir comment s'organise l'enquête réalisée par le SESSI, examinons le schéma suivant qui récapitule les principales étapes nécessaires au repérage de la population d'entreprises concernées par l'enquête.

[5] Enquête Echanges Internationaux Intragroupe, 2000, dossier méthodologique, page27.



Avec: Ne le nombre d'entreprises et Ng le nombre de groupes

B. Structure de l'enquête :

L'enquête « mondialisation », faite auprès des entreprises, s'articule autour de cinq axes, chacun d'eux mettant l'accent sur un élément précis. Autant de cadres ont alors découpé le questionnaire (Annexe1).

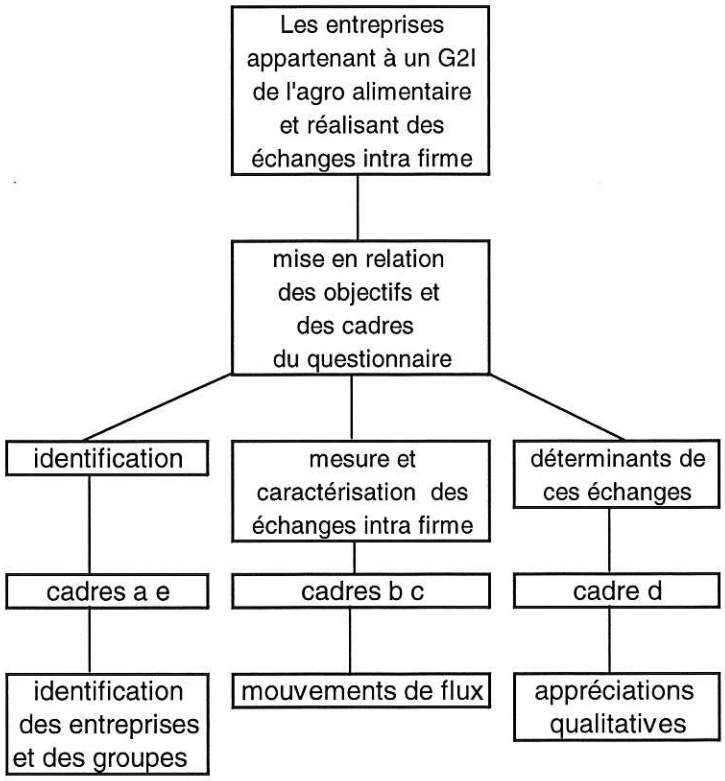
Le « cadre_a » regroupe les informations relatives à « l'appartenance à un groupe » au 31 décembre 1999. L'entreprise interrogée y indique les caractéristiques du groupe auquel elle appartient ainsi que les modifications éventuellement survenues au cours de l'année. Ce cadre permet alors de vérifier l'appartenance de l'entreprise au champ qui nous intéresse et de répondre ainsi au premier objectif fixé par le SESSI, à savoir caractériser les entreprises appartenant à un G2I.

Afin de mesurer et caractériser les échanges réalisés intra firme, il nous faut nous attacher aux « cadre_b » et « cadre_c » qui indiquent respectivement les flux douaniers de l'entreprise à l'exportation et à l'importation. L'entreprise y précise non seulement la zone géographique d'échange (Annexe 3), la nature du produit considéré et le montant associé à ce flux, mais aussi le poids de ses échanges réalisés intra groupe et l'utilisation faite de ces produits dans ce dernier cas.

Le « cadre_d » vise à comprendre les déterminants des échanges intra firme. Les motivations et stratégies des entreprises sont alors mises en avant. A la différence de l'enquête réalisée en 1993, celle de 1999, à travers cette partie du questionnaire, détermine quelles sont les appréciations portées par l'entreprise enquêtée sur les échanges internationaux intra firme. On y analyse alors qualitativement les motivations, les caractéristiques et la dynamique de ces échanges. L'analyse de ce cadre devra permettre ainsi de voir dans quelle mesure les justifications de ces échanges apportées par la théorie correspondent aux résultats obtenus.

Enfin, le « cadre_e » permet de caractériser l'organisation internationale des G2I. Aucune source statistique ne connaissant la structure de ces groupes à l'étranger, cette partie du questionnaire permettra alors de déterminer les lieux d'implantation des entreprises du groupe, la répartition du chiffre d'affaires et les effectifs selon les implantations. Afin d'éviter toute redondance, seules les têtes de groupe ou têtes de pont ont été interrogées. Au sens du LIFI, une tête de groupe est une entreprise placée au niveau le plus haut de la hiérarchie d'un groupe. Celle-ci doit détenir majoritairement une ou plusieurs entreprises sans être elle-même détenue. Lorsque cette tête de groupe est située à l'étranger, l'entreprise située au plus haut niveau et localisée sur le territoire national, ici la France, est une tête de pont.

L'organisation du questionnaire établi par le SESSI permet de suivre un raisonnement par étape. Ces dernières étant prédéterminées par les objectifs fixés. Cette enquête peut alors se synthétiser comme suit :



L'enquête étant définie, examinons à présent dans quelle mesure elle est pertinente et donc exploitable.

II Pertinence de l'enquête :

Pour toute enquête, et quelle que soit la rigueur avec laquelle elle a été réalisée, il subsiste toujours des éléments de non réponses. Attachons-nous alors à ces derniers en mettant l'accent sur leur nature et la façon dont ils ont été corrigés par le SESSI (A) afin de voir dans quelle mesure les données dont nous disposons sont fiables et pertinentes (B).

A. Traitement de la non réponse :

Il existe deux types de non réponses _ la non réponse partielle et la non réponse globale_ pour lesquels des modes de redressement différents ont été mis en œuvre par le SESSI.

1\ La non réponse partielle :

L'entreprise interrogée ne répond pas à l'ensemble des questions qui lui sont posées : on ne dispose pas de la totalité des informations recherchées.

Cette non réponse peut en partie s'expliquer par le fait que l'entreprise n'a peut être pas été interrogée sur la totalité de ses flux puisque seuls les flux importants ont été pris en compte.

Afin de pallier ce manque d'information, *la méthode par imputation* a été mise en œuvre. Ainsi, pour une entreprise S, les échanges intra groupe non renseignés pour un produit, vers une certaine destination ou en provenance d'une certaine zone géographique sont estimés, par la moyenne des échanges intra groupe renseignés pour ce même produit avec cette même zone.

Pour certaines questions qualitatives, du « cadre_d » notamment, la non réponse a été corrigée par l'introduction d'une nouvelle modalité : « ne se prononce pas ». Pour d'autres, comme la question 6 du « cadre_d » où l'entreprise indique quels sont les avantages à échanger intra firme plutôt qu'avec des tiers, ces non réponses n'ont pas été intégrées aux différentes modalités et aucune nouvelle modalité n'a été créée.

2\ La non réponse globale :

L'entreprise n'a pas répondu au questionnaire, soit parce qu'elle n'était pas prise en compte dans la population à enquêter, soit parce qu'elle n'a pas voulu ou pu répondre.

* *Correction de la non exhaustivité du champ enquêté*. En 1999, les G2I ont été définis à partir des informations recueillies en 1998, année pour laquelle les données étaient disponibles lors du lancement de l'enquête. Or, des restructurations ont pu se produire entre 1998 et 1999 et toutes les entreprises n'ont donc pas été considérées. Afin de pallier ce biais, qui avait été anticipé, des entreprises « filets de sécurité » ont été interrogées par le SESSI. Toutefois, si certaines entreprises ont pu être prises en compte grâce à cette méthode « filet », d'autres ont pu passer au travers des mailles. Pour ne pas les perdre de vue, le SESSI a alors dû introduire ces entreprises comme si elles n'avaient répondu à aucune question. Pour les identifier, le SESSI a défini, ex-post, le véritable champ théorique de l'enquête afin de prendre en compte ce biais de couverture.

**Correction du refus ou de l'incapacité à répondre*. Certaines entreprises peuvent ne pas vouloir ou ne pas pouvoir répondre à l'enquête.

Quelle que soit la nature de la non réponse globale ; *la méthode GRH* (Groupements des Réponses Homogènes) a été mise en œuvre. Des pondérations sont déterminées en modélisant soit la probabilité d'avoir été enquêtée, pour une entreprise, soit sa probabilité d'avoir répondu au questionnaire. Plusieurs étapes doivent être suivies :

1 Définir des variables expliquant cette probabilité. Celles-ci étant : le niveau des flux douaniers de l'entreprise, son secteur d'activité, son pays d'implantation et son niveau de visibilité. Ce dernier étant mis en avant par l'indicateur de sollicitation qui dénombre la fréquence d'apparition de l'entreprise dans certains fichiers comme le LIFI, l'EAE…

2 Déterminer des groupes homogènes.

3 Définir un coefficient pour chaque groupe égal à n/N avec n le nombre d'entreprises du groupe effectivement interrogées et N la taille réelle du groupe.

4 Mettre en place un modèle logistique qui déterminera la probabilité recherchée.

Une fois la validité du modèle vérifiée, des pondérations ont été déterminées afin de pallier cette non réponse.

« Le traitement de la non réponse effectué assure un estimateur moins biaisé mais n'assure pas le calage de l'enquête sur les informations douanières. »[6] Le SESSI a donc dû mettre en œuvre la méthode de calage sur marge. Celle-ci a pour double objectif d'augmenter la précision et la cohérence des estimateurs. Un premier calage a ainsi été réalisé au niveau des exportations et des importations, par secteur, et un second sur les zones géographiques. Il est important de souligner que ce second calage n'a été effectué que sur les plus grandes zones, à savoir : l'Union Européenne, l'ALENA, le Japon et l'Asie (Japon non compris).

In fine, le SESSI fournit non seulement les résultats obtenus par entreprise, mais aussi les coefficients de pondération permettant de comparer les échanges intra firme aux échanges français totaux.

Examinons à présent dans quelle mesure les données dont nous disposons, une fois corrigées, sont satisfaisantes.

B. Pertinence du redressement

Le redressement réalisé par le SESSI portant sur la valeur des échanges, il est important d'évaluer dans quelle mesure les autres variables seront pertinentes et nous permettront d'obtenir des résultats corrects.

1\ Pertinence des variables quantitatives :

Afin de savoir si le redressement apporté est pertinent, il nous faut regarder si les valeurs redressées sont significativement proches des valeurs enregistrées par les douanes. On calcule alors le rapport entre les valeurs corrigées et les valeurs observées par les douanes. Une valeur proche de 1 signifiera donc que le redressement réalisé est satisfaisant.

[6] Enquête Echanges Internationaux Intragroupe, dossier méthodologique, page 55.

Tableau 2 : Ratio de pertinence des variables quantitatives pour les échanges de produits agricoles et agroalimentaires, en valeur en 1999

zone	agricole	alimentaire	moyenne
UE	84,09%	80,90%	81,18%
PECO	96,80%	88,10%	88,55%
autre Europe	79,48%	84,21%	84,08%
Afrique	114,99%	101,68%	103,29%
Afrique sub	115,48%	91,85%	92,27%
PMO	115,56%	112,42%	112,51%
ALENA	108,43%	72,76%	74,19%
Amérique centrale	125,18%	84,86%	85,30%
Japon	59,17%	96,19%	69,11%
Asie	119,14%	67,23%	68,19%
autres	114,80%	94,53%	94,66%
moyenne globale	103,01%	86,16%	86,67%

produit	moyenne
céréales	89,98%
pdts horticoles	87,62%
fruits & plantes	85,54%
pdts élevage bovin	99,83%
pdts élevage ovin	84,09%
pdts élevage volaille	84,09%
autres pdts élevage	89,08%
viande	82,54%
indus poisson	81,98%
indus fruits légumes	82,57%
huile et corps gras	87,12%
pdts laitiers	85,36%
travail des grains	83,57%
alim animaux	83,02%
autres pdts alim	83,09%
indus boisson	81,92%
indus tabac	91,85%
moyenne globale	86,07%

Nous pouvons constater que les coefficients obtenus sont suffisamment satisfaisants pour que nous puissions affirmer que la base de travail est fiable, puisqu'ils sont tous compris entre 55% et 100%. Ainsi, malgré le fait que certaines entreprises n'aient pas répondu en partie ou totalement au questionnaire, l'enquête dont nous disposons reste pertinente.

Il nous faut souligner que certains coefficients ont des valeurs supérieures à 1. C'est ainsi le cas du Proche et Moyen Orient et de l'Afrique. Les jeux de pondération obtenus étant compris entre 0.6 et 1.4, ces résultats ne sont donc pas aberrants.

2\ Pertinence globale de l'enquête :

Nous avons pu constater que le redressement effectué s'opérait essentiellement sur les variables quantitatives. Or, l'originalité de cette enquête, par rapport à celle réalisée en 1993, est le « cadre_d » permettant d'identifier les déterminants des échanges intra firme. Il apparaît alors nécessaire de regarder dans quelles mesures les différentes questions restent exploitables malgré les non réponses. Nous constatons que plusieurs sources de non pertinence sont présentes :

* *Les questions sont mal comprises* : Si nous nous attardons sur les caractéristiques des G2I de l'agroalimentaire, nous constatons qu'un problème d'unité s'est glissé dans les réponses apportées. Ainsi, lorsqu'il est demandé aux têtes de groupe et aux têtes de pont d'indiquer respectivement leurs effectifs totaux et leurs effectifs industriels, 22.6% et 30.70% des entreprises ont répondues 1. Or, ceci est improbable puisque, par définition, un groupe correspond à un ensemble d'entreprises. Ce résultat signifierait qu'il n'y aurait qu'un seul employé pour tout le groupe. La question semble avoir été mal comprise, non pas parce qu'elle était mal formulée, mais parce qu'elle était peut-être mal positionnée. En effet, dans cette partie du questionnaire, il est demandé de répondre essentiellement en terme de pourcentage. Le changement d'unité a sans doute été la cause de ces erreurs. Ces indications seront inutilisables.

* *Les réponses sont incohérentes* : Au-delà de notre enquête, nous disposons d'un fichier regroupant certaines données issues du fichier LIFI, de l'EAE ou encore des douanes. Ce fichier nous permet d'établir des comparaisons entre les échanges intra firme et le commerce international français. Or, toutes les variables considérées n'y sont pas exploitables. Ce fichier comporte notamment le chiffre d'affaires, montant de la valeur ajoutée, les effectifs totaux, la production totale et les mouvements de flux de chaque entreprise considérée. Or, nous trouvons que 14 entreprises n'ont aucun employé, 7 ont un chiffre d'affaires nul, 9 ne produisent pas de valeur ajoutée et 13 ont une production totale nulle. Ceci apparaît d'autant plus aberrant qu'une entreprise présente simultanément ces caractéristiques et arrive à exporter et importer ! De même, une entreprise a une production négative et en revend une partie en l'état ! Soulignons à cette occasion que toutes les entreprises dont le niveau de production est nul, exportent !
De même, d'autres incohérences apparaissent dans le dernier cadre du questionnaire. Au-delà du problème d'unité soulevé précédemment, nous constatons que 4 têtes de groupe ou têtes de pont déclarent n'employer respectivement aucun effectif et aucun effectif industriel. Ces incohérences sont d'autant plus marquantes que seules 2 entreprises n'ont pas indiqué de répartition pour leurs effectifs totaux et industriels. L'incohérence est alors double puisqu'elle concerne d'une part les éléments complétés par certaines entreprises et la complémentarité supposée entre les différentes questions de ce même cadre.

* *Certaines questions sont à analyser avec soin* : Lorsque nous nous intéressons aux appréciations portées par l'entreprise, sur les biens importés, nous constatons que six choix sont mis en avant, et notamment : le groupe ne fabrique pas de produit similaire en France et le groupe n'a pas en France les capacités suffisantes pour satisfaire la demande dans les délais impartis. Or, ces deux réponses sont corrélées. En effet, un groupe peut importer des biens parce qu'il n'a pas les capacités suffisantes pour le produire lui-même. Il ne fabriquera donc pas de produit similaire en France. Ceci est alors pénalisant dans la mesure où cette question a pour objectif de définir les motifs des échanges intra firme à l'importation. Soulignons par ailleurs que cette distinction a été source d'erreur puisque 29 entreprises (soit 6.32%) ont indiqué importer des biens parce que leurs capacités de production ne le permettait pas, alors qu'elles fabriquent simultanément des biens similaires !

* *Certaines questions sont inexploitables* : Parmi les 749 entreprises appartenant à un G2I de l'agroalimentaire, seules 525 (soit 70%) ont répondu au cadre relatif aux motifs des échanges intra groupe. Ainsi s'ajoute à la non réponse de ces 224 entreprises la non réponse partielle puisque toutes les entreprises répondantes à ce cadre n'ont pas forcément répondu à l'ensemble des questions qui leur étaient posées. Afin de savoir dans quelle mesure les différentes questions restent pertinentes, il nous faut examiner le poids de la non réponse.

Dynamisme des échanges de votre entreprise, selon le type d'échanges et les pays:	
a\ Sur les trois dernières années, quel type d'échanges a le plus progressé?	taux de non réponse
exportations	*42,72%*
importations	*47,26%*
b\ Sur les trois dernières années, quelles sont les zones avec lesquelles vos échanges intra groupe ont le plus progressé?	
exportations	*49,13%*
importations	*59,55%*
c\ Pouvez-vous préciser le(s) pays concernés par la plus forte croissance?	
exportations	*100,00%*
importations	*100,00%*
Si vous exportez des biens vers des entreprises du groupe ayant une activité industrielle: appréciation sur la nature des produits que vous exportez, par rapport à la production locale de ces entreprise	
aucune réponse	*64,89%*
Si vous importez des biens en provenance d'entreprises du groupe, appréciation	
aucune réponse	*52,60%*
Centralisation/décentralisantion des décisions concernant les échanges intra groupe	
aucune réponse	*30,31%*
Planification des échanges intra groupe	
exportations	*68,36%*
importations	*73,29%*
Selon vous, quels sont les avantages, pour votre entreprise, des échanges intra groupe plutôt qu'avec des tiers?	
globalement	*41,52%*

Ainsi, 42.72% des entreprises interrogées n'ont pas indiqué quel type d'échange avait le plus progressé, à l'exportation, ces trois dernières années.

Aux vues des taux de non réponses observés, ces questions ne pourront être utilisées qu'à titre indicatif. En effet, même si nous ne disposons que d'une faible part de l'information, il est intéressant de la conserver et de l'analyser.

Par ailleurs, plusieurs questions restent sans réponse. Ainsi, lorsque nous examinons les pays ayant connu la plus forte croissance, nous pouvons constater qu'aucune indication n'est donnée, et ceci quelle que soit la nature du bien échangé (exportation ou importation).

Enfin, il nous faut souligner qu'il est regrettable que les réponses apportées aux questions ouvertes n'aient pas été fournies ; car même si celles-ci ne sont pas directement exploitables, elles peuvent servir de base de réflexion.

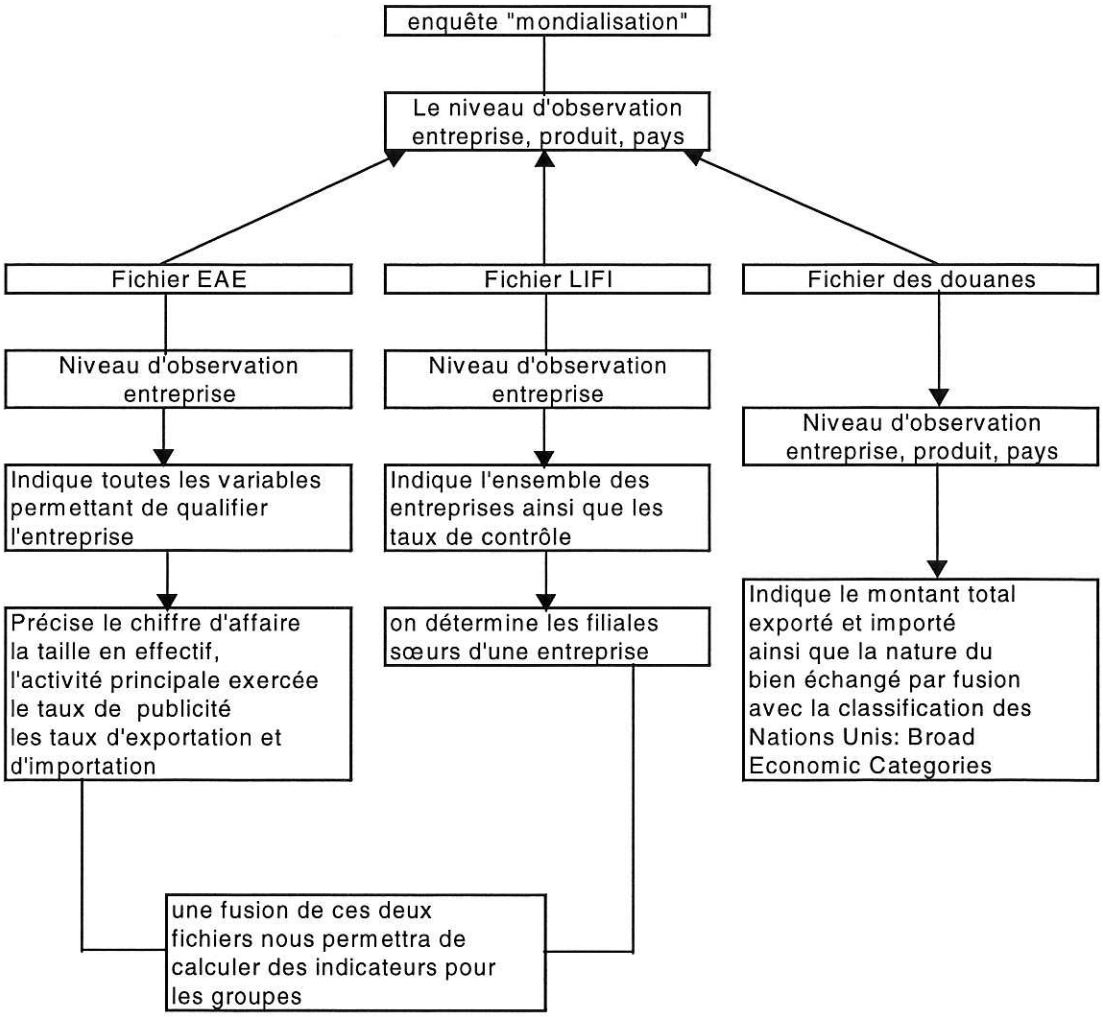
Comme nous l'avons indiqué précédemment, l'enquête « mondialisation » réalisée par le SESSI en 1999 entre plus dans le détail que celle réalisée en 1993, puisque cette dernière ne contenait pas de questions relatives aux motifs des échanges intra groupe. Si cet apport est primordial pour comprendre les motivations sous-jacentes à ce type d'échange, les réponses apportées ne sont que très peu satisfaisantes, sans compter que deux questions ne sont pas exploitables : « Pouvez-vous préciser le(s) pays concernés par la plus forte croissance ? » et « Planification des échanges intra groupe ». Les non réponses observées ici seront donc un frein à notre analyse.

L'enquête réalisée par le SESSI porte sur les échanges intra firme réalisés au sein des G2I. Le questionnaire qu'il a établi ne permet donc pas de répondre à chacun des objectifs fixés ; à savoir : identifier ces entreprises et ces groupes, mesurer et caractériser ces échanges et en déterminer les motifs.

Les informations issues de l'enquête n'étant pas toujours suffisamment renseignées ou précises, il nous a fallu compléter notre base de données.

III. Elargissement des informations initiales

Afin d'élargir notre base de données issue de l'enquête « mondialisation », il nous a fallu réaliser des fusions de fichiers. Le fichier LIFI (Liaisons Financières de l'INSEE), celui de l'EAE (Enquête Annuelle des Entreprises) et enfin celui des entreprises importatrices et exportatrices des douanes ont été mobilisés. En effet, chacun d'eux apportait une information nouvelle ou nous permettait de corriger les données dont nous disposons. Le schéma suivant nous indique ainsi dans quelle mesure chaque fichier est venu compléter notre base initiale.



Chaque fichier vient alors élargir et compléter notre base initiale. Notre analyse s'en trouvera ainsi enrichie puisque ces fusions de fichiers nous permettront non seulement de pallier les non réponses observées, d'avoir de plus amples informations sur les entreprises enquêtées, mais aussi de les mettre en relation avec des données plus globales du commerce extérieur français, via l'exploitation du fichier des entreprises exportatrices et importatrices des douanes. Ces fichiers explicités, nous pouvons à présent répondre à notre double objectif : caractériser les entreprises réalisant des échanges intra firme et identifier les déterminants de ces échanges.

Partie 3 : Les échanges intra firme réalisés par les entreprises appartenant à un G2I de l'agroalimentaire

Le commerce extérieur permet aux entreprises localisées sur un pays particulier d'échanger au delà des frontières nationales. C'est ce que nous appellerons le marché traditionnel ou le marché interne. Ce second marché permet aux filiales d'un même groupe international d'échanger directement entre elles plutôt qu'avec des entreprises tiers. Comme nous l'avons constaté, de nombreux éléments viennent justifier la substitution de ces marchés : la volonté de pallier les imperfections du marché ou encore la volonté de concilier les spécificités du lieu d'implantation à celles de l'entreprise.

L'observatoire économique des IAA de Bretagne a souligné que les échanges intra firme étaient la dernière étape du processus d'internationalisation. Afin de voir quel est le niveau d'internationalisation des entreprises localisées en France, il nous faut analyser le poids des G2I de l'agroalimentaire réalisant des échanges intra firme dans le contexte plus global du commerce extérieur français. Suite à quoi nous pourrons répondre à notre second objectif : identifier les déterminants des échanges intra firme. Toutefois, il sera nécessaire au préalable de présenter quels sont les acteurs du commerce international afin de voir dans quelle mesure ces G2I se distinguent des autres.

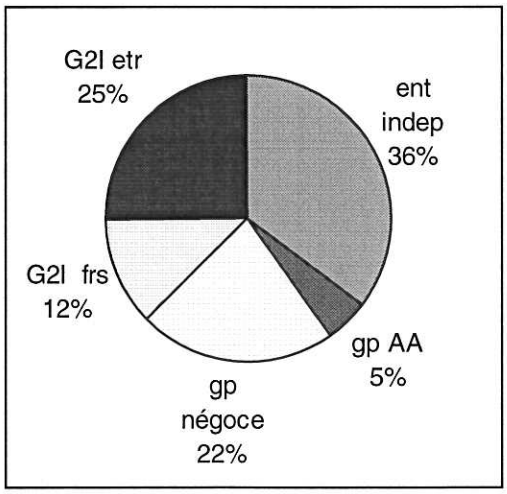
I. Les acteurs du commerce extérieur agricole et agroalimentaire français : le poids croissant des G2I

Précédemment, nous avons montré que de nombreux facteurs justifient l'existence d'un marché interne. Celui-ci présuppose toutefois que les entreprises soient regroupées autour d'une firme multinationale. Afin de voir dans quelle mesure le processus d'internationalisation mis en avant par l'Observatoire économique des IAA de Bretagne est pertinent pour les entreprises localisées en France, il est important d'examiner le poids des groupes internationaux dans le commerce extérieur.

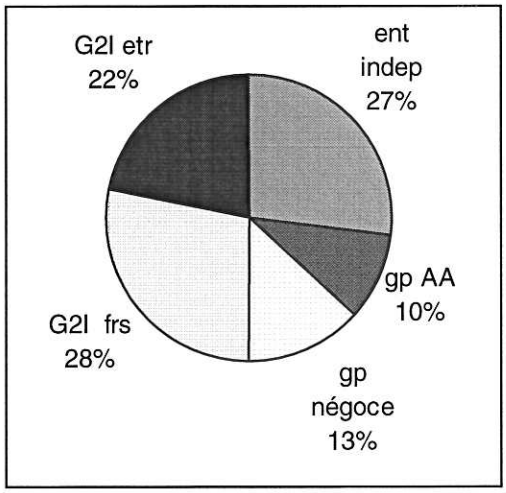
Le commerce extérieur français de produits agricoles et agroalimentaires est réalisé par 21 686 entreprises, rattachées à différents acteurs. Les groupes industriels internationaux représentant respectivement plus de 50% et 37% du volume total exporté et importé, ce sont alors les principaux acteurs de ce commerce.

Graphique 1 : Le poids en valeur des différents acteurs du commerce extérieur français, en 1999

Importation



Exportation



La répartition que nous avons faite se base sur plusieurs sources statistiques : les Douanes, le LIFI et l'EAE. Ce dernier fichier est issu d'une enquête s'adressant à toutes les entreprises, appartenant au secteur de l'agroalimentaire et au commerce de gros, de plus de 20 salariés. Il en ressort ainsi que 35% du montant total importé est réalisé par des entreprises indépendantes, alors qu'elles ne représentent que 27% du montant total exporté.

Parallèlement, il est intéressant de remarquer que le volume total échangé (exporté ou importé) n'est pas corrélé avec le nombre d'entreprises. En effet, alors que le volume total échangé se répartit de façon assez équiprobable entre les différents acteurs, il n'en est pas de même pour le nombre d'entreprises. En effet, plus de 70% des entreprises ne sont pas renseignées.

Tableau 3 : Poids des différents acteurs en nombre d'entreprise

	nombre d'entreprises	
acteurs	import	export
G2I étr	5,84%	4,96%
G2I frs	3,74%	3,01%
gp négoce	9,80%	6,37%
gp AA	2,80%	2,26%
ent indep	5,32%	5,46%
Nrens	72,50%	78,22%
total	100%	100%

Ainsi, les entreprises non renseignées échangent moins, en moyenne, que les autres entreprises. En effet, alors que les entreprises appartenant à un G2I français exportent et importent en moyenne pour plus de 98 et près de 30 millions de francs et que les entreprises appartenant à un G2I étranger exportent et importent en moyenne pour près de 51 et 40 millions de francs ; les entreprises non renseignées n'importent et n'exportent qu'à hauteur de 3 et 4 millions francs. Leur montant moyen échangé est alors respectivement plus de 13 et 19 fois inférieur à celui des G2I français et étrangers.

Tableau 4 : Répartition des différents acteurs du commerce extérieur français, en valeur

	montant échangé en KF	
acteurs	export	import
G2I étr	50 738	39 394
G2I frs	98 664	29 982
gp négoce	49 368	18 042
gp AA	21 345	20 437
ent indep	11 152	7 685
Nrens	2 898	3 968
total	234 165	119 508

Aux vues du tableau précédent, nous constatons donc que les entreprises appartenant à un G2I sont celles dont le montant moyen exporté et importé est le plus important. Ainsi, même si les entreprises appartenant à ces groupes sont moins nombreuses, elles sont à l'origine d'une plus grande part du montant total échangé. Ces entreprises seraient alors plus performantes. Cependant, il nous faut prendre en compte le poids des effectifs de ces entreprises.

Les entreprises appartenant à un groupe de négoce et ou à un G2I français sont les plus grandes. Ainsi, les filiales de G2I français importateurs ont en moyenne 542 employés alors que celles détenues par un groupe de négoce importateurs en ont 543. Il en est de même pour les G2I français et de négoce exportateurs puisqu'ils ont en moyenne 463 et 543 employés par entreprise.

Tableau 5 : Répartition des différents acteurs du commerce extérieur français, en effectif moyen par entreprise

	effectif moyen par entreprise	
acteurs	import	export
G2I étr	192	157
G2I frs	542	463
gp négoce	543	543
gp AA	158	167
ent indep	52	48
Nrens		
moyenne	343	294

Cette information vient alors confirmer la performance des entreprises appartenant à un G2I puisque que ce sont celles dont le montant échangé, rapporté à l'effectif, est le plus important. S'en suivent les entreprises indépendantes et celles détenues par un groupe agricole et agroalimentaire.

Tableau 6 : Répartition des acteurs du commerce extérieur en valeur relativisée par le poids de la masse salariale (MS)

	montant échgé/MS	
acteurs	import	export
G2I étr	264	251
G2I frs	182	65
gp négoce	91	33
gp AA	135	122
ent indep	214	160

Après avoir déterminé quels sont les acteurs contribuant le plus au montant total échangé, il est important de voir dans quelle mesure ils contribuent au solde de la balance commerciale (différence entre le volume total exporté et le volume total importé).

Tableau 7 : La contribution des différents acteurs du commerce extérieur au solde de la balance commerciale française.

acteurs	solde de la BC
G2I étr	9 092 524
G2I frs	44 957 602
gp négoce	-6 878 388
gp AA	15 056 227
ent indep	5 782 936
Nrens	-3 091 325
total	64 919 576

Le solde excédentaire de la balance commerciale française, en 1999, s'explique en grande majorité par les entreprises appartenant à un G2I français de l'agroalimentaire. Leur contribution est ainsi près de 5 fois plus importante que celle des entreprises appartenant à un G2I étranger et 8 fois plus que les entreprises indépendantes.

Parce que les entreprises non renseignées et celles détenues par un groupe de négoce sont celles contribuant le plus aux importations françaises, elles ont un impact négatif sur le solde de la balance commerciale française.

Examinons à présent quels sont les produits porteurs des échanges extérieurs afin de voir quels sont, des produits agricoles ou des produits agroalimentaires, les produits les plus échangés, selon les acteurs. Ceci nous permettra ainsi de voir s'il y a une spécialisation de certains acteurs.

Tableau 8 : Les acteurs du commerce extérieur et les produits échangés

		volume moyen échangé en KF	
nature du produit	acteurs	importation	exportation
agriculture	G2I étr	15 990	30 188
	G2I frs	10 454	44 710
	gp négoce	10 530	27 038
	gp AA	10 058	55 867
	ent indep	3 408	6 606
	Nrens	2 732	4 162
	moyenne	4 437	8 831
agroalimentaire	G2I étr	38 267	19 069
	G2I frs	29 219	94 962
	gp négoce	19 907	15 011
	gp AA	15 798	38 730
	ent indep	7 169	10 928
	Nrens	3 961	2 092
	moyenne	10 066	10 371

Quelle que soit la nature du produit échangé, le montant moyen exporté est supérieur au montant moyen importé. Ce constat est d'autant plus vrai que, pour les produits agricoles, le montant moyen exporté est près de 2 fois plus important que le montant moyen importé. Les entreprises appartenant à un G2I sont ainsi les entreprises qui emploient le plus grand nombre de salariés et qui ont le plus fort taux d'importation et d'exportation. Par ailleurs, ces entreprises sont celles contribuant le plus fortement au solde de la balance commerciale.

Les G2I sont au cœur des échanges extérieurs français en contribuant respectivement à hauteur de 50% et 37% au montant total importé et exporté. Par ailleurs, même si les entreprises détenues par ces groupes ne sont pas les plus nombreuses, ce sont celles dont le montant échangé est le plus important. Leur performance est alors à souligner, essentiellement pour les entreprises appartenant à un G2I français. Par ailleurs, ces dernières se distinguent aussi en étant à l'origine de la majorité de l'excédent de la balance commerciale française. Les entreprises appartenant à un G2I étranger y contribuent aussi mais dans une plus faible mesure. S'intéresser aux G2I de l'agroalimentaire est alors pertinent puisque ces derniers jouent un rôle important dans le commerce extérieur français de produits agricoles et agroalimentaires.

Les voies de l'internationalisation, pour les G2I échangeant des produits agro alimentaires, sont multiples. Elles peuvent échanger avec des entreprises tiers, soit avec des entreprises partenaires soit des entreprises sœurs appartenant au même groupe. C'est sur ce dernier type d'échange, les échanges intra firme, que portera notre attention.

II. Les échanges intra firme dans le commerce extérieur agricole et agroalimentaire français

Les échanges intra firme permettant aux filiales d'un même groupe de contourner le marché traditionnel par le marché interne, il est alors important de voir quel est le poids global de ces échanges dans le commerce extérieur français, pour comprendre dans quelle mesure l'internationalisation s'accompagne d'une substitution de ces deux marchés.

S'intéresser aux échanges réalisés intra firme est d'autant plus important qu'ils ont des répercuss ions indirectes. En effet, si tous les échanges sont réalisés via le marché interne, plus aucun moyen de contrôle politique ne sera viable, de même que les politiques n'auront plus l'effet escompté sur ces entreprises, qui échangent indépendamment des règles. Afin de garder un certain contrôle, connaître les entreprises réalisant ces échanges et identifier les déterminants justifiant leur comportement permettra de réaliser de meilleurs ajustements politiques, de mieux comprendre les attentes de ces entreprises et donc d'essayer de pallier cette substitution du marché interne au marché traditionnel.

Avant de caractériser les entreprises réalisant des échanges intra firme, il est important de voir dans quelle mesure ces échanges prennent de l'ampleur, quelles zones géographiques et quels produits sont concernés et quelles sont les stratégies sous-jacentes.

A. Le poids croissant des échanges intra firme

Pour l'année 1993, *Chevassus Lozza* et al. (1999) ont montré que les échanges intra firme représentaient respectivement 23% des exportations et 11% des importations françaises de produits agroalimentaires[7]. Ces taux sont passés à 31.07%, en 1999, pour les exportations et 23.45% pour les importations. Nous constatons par ailleurs le poids très faible des échanges réalisés intra firme pour les produits agricoles.

Tableau 9 : Répartition des différents modes d'échange constatés en 1999

branche	intra export	intra import
agricole	31,07%	23,45%
agro	4,09%	5,45%
agri & agro al.	24,04%	19,15%

L'évolution du commerce au sein des groupes multinationaux est confirmée par les réponses à l'enquête. En effet, à la question posée par le SESSI : « Sur les trois dernières années, quel type d'échange a le plus progressé ? », il ressort que les échanges intra firme connaissent la plus forte croissance.

Tableau 10 : Evolution des différents modes d'échanges, de 1996 à 1999

	exportation	importation
intra	57,54%	48,99%
extra	1,16%	0,76%
tiers	41,30%	50,25%

Ainsi, nous constatons que pour 57.54% des entreprises interrogées, les échanges intra firme sont ceux qui ont le plus augmenté de 1996 à 1999.

Ceci laisse alors penser que l'internationalisation entame la troisième étape décrite par l'Observatoire économique des IAA de Bretagne ; à savoir l'adoption d'une stratégie globale du groupe, en développant une structure intégrée.

[7] Les flux de produits agricoles n'avaient pas été pris en compte dans leur étude.

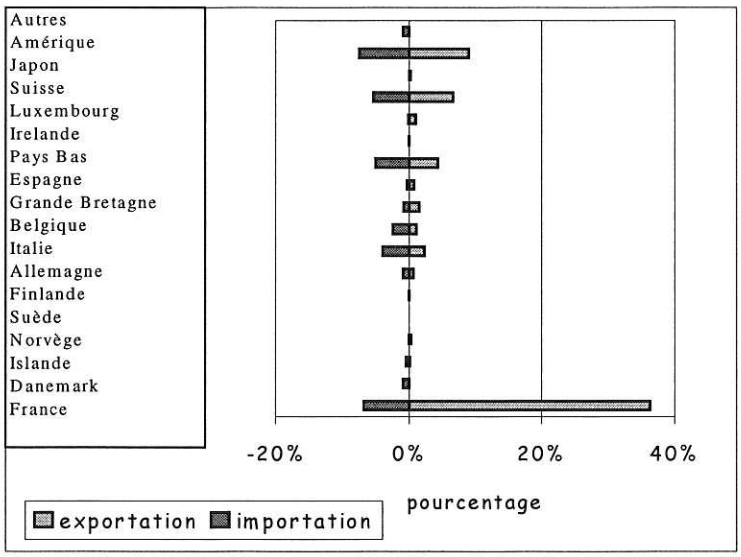
B. Le poids croissant des groupes étrangers dans les échanges intra firme :

Afin d'apporter une dynamique à notre étude, nous mettrons en relation les particularités des entreprises, appartenant à un G2I et échangeant des produits agro alimentaires, révélées par l'enquête dont nous disposons avec celles observées en 1993.

Suite à cette comparaison, nous constatons que les groupes étrangers contribuent au montant total échangé intra firme à hauteur de 56.83% ; ils tiennent alors une place légèrement plus importante que les groupes français. Plus précisément, ce sont les filiales de groupes européens qui contribuent le plus au montant total des échanges intra firme réalisés par les entreprises étrangères localisées en France.

Toutefois, les groupes français exportent plus en intra firme que les groupes étrangers et, à l'inverse, les filiales françaises de groupes étrangers importent plus en intra firme.

Graphique2 : Groupes français / groupes étrangers : quelle répartition des échanges intra firme en 1999 ?



Examinons à présent plus en détail le poids des différentes nationalités des têtes de groupe, afin de voir si certaines ont un comportement similaire ou au contraire opposé.

Afin d'avoir des résultats comparables avec ceux obtenus en 1993, par E. *Chevassus Lozza, D. Galliano* et *J. Gallezot*, certaines modifications ont dû être faites. La modalité: « reste de l'Union Européenne » a ainsi dû être redéfinie puisque l'Union Européenne s'est s'élargi en accueillant l'Autriche, la Finlande et la Suède (1995). Le reste de l'Union Européenne correspond ainsi à la définition en vigueur à cette époque.

Tableau 11 : Evolution de la répartition du montant total échangé intra firme

nationalité de la tête de groupe	enquête 1993			enquête 1999		
	exportation	importation	total	exportation	importation	total
France	43,83%	8,35%	52,18%	37,09%	6,97%	44,06%
Etats Unis	11,91%	5,29%	17,20%	9,16%	7,64%	16,80%
Pays Bas	6,78%	4,70%	11,48%	4,40%	5,19%	9,59%
Suisse	5,19%	4,20%	9,39%	6,76%	5,56%	12,32%
Italie	3,38%	1,37%	4,75%	2,39%	4,10%	6,49%
Autre Europe	0,60%	1,66%	2,26%	4,39%	4,81%	9,20%
Allemagne	0,47%	2,27%	2,74%	0,64%	0,90%	1,54%
Total	72,16%	27,84%	100,00%	64,83%	35,17%	100,00%

Mode de lecture : En 1993, le volume exporté intra firme des entreprises françaises représentait 43.83% du volume total échangé intra firme. Il est désormais de 37.09%.

Comparativement à 1993, on constate que les entreprises françaises réalisent une part plus faible du montant total échangé intra firme, essentiellement du point de vue de leurs exportations. En effet, en 1993, elles contribuaient à hauteur de 52.18% (43.83% pour les exportations et 8.35% pour les importations) contre 44.06% aujourd'hui, avec respectivement 37.09% et 6.97% pour les exportations et les importations. Au total, la contribution des entreprises françaises au montant total échangé intra firme a reculé de 8.12 points, entre 1993 et 1999. Ce sont à l'inverse les groupes suisses d'une part, belges et britanniques d'autre part, qui voient s'intensifier leurs échanges intra firme.

Ce recul de la contribution des groupes français est peut-être le signe d'une plus grande ouverture des firmes agroalimentaires françaises aux capitaux étrangers.

C. Le marché Européen : une zone privilégiée pour les échanges intra firme

C'est sur ce marché que l'essentiel des échanges intra firme est réalisé, puisque cette zone représente 62.52% de ces flux (38.03% des exportations et 24.49% des importations globales).

Tableau 12 : Les zones d'échange face aux échanges intra firme, en 1999

zone d'échange	import	export
Pays Bas	4,70%	3,55%
Italie	3,54%	5,58%
Belge + Lux	9,60%	8,62%
Royaume Uni	2,85%	9,65%
Allemagne	3,80%	10,63%
Total Europe	24,49%	38,03%
Rete du monde	11,48%	26,00%

Mode de lecture : Les importations intra firme en provenance des Pays Bas représentent 4.70% du montant total échangé intra firme

L'Union Européenne contribuant fortement au montant total échangé intra firme, il paraît judicieux d'examiner le poids des différents pays de cette zone.

Toutefois, afin de caler notre analyse sur celle réalisée en 1993, nous décomposerons la zone Européenne de la façon suivante : Pays Bas, Italie, Belgique et Luxembourg, Royaume Uni, Allemagne et Reste du monde.

Si lors de la première enquête la distinction « Reste du monde « et « Reste de l'Union Européenne » avait été faite, elle ne le sera pas ici. Nous regrouperons alors ces deux modalités afin de ne pas perdre de vue l'élargissement de cette zone avec l'adhésion de la Suède, la Finlande et l'Autriche. En effet, pour caler notre étude, nous devons considérer la zone européenne telle qu'elle l'était en 1993. Or, du fait des élargissements, la modalité « Reste de l'Union Européenne » n'a plus le même sens. La regrouper avec la modalité « Reste du monde » nous permet ainsi de pallier cette évolution.

Globalement on assiste à une stabilité des pays avec lesquels les échanges intra firme sont réalisés. On remarquera toutefois le poids croissant des échanges intra firme réalisés avec la Belgique et le Luxembourg au détriment de l'Allemagne. En effet, si ce dernier était le pays avec lequel le plus d'échanges intra firme étaient réalisés en 1993, ce n'est plus le cas que pour les exportations en 1999. C'est désormais vers la Belgique et le Luxembourg que les entreprises localisées en France se tournent et importent la majorité de leurs produits échangés intra firme. L'Union Européenne est alors la zone privilégiée pour les échanges intra firme réalisés par les entreprises localisées en France.

La libre circulation des marchandises, la monnaie unique ou encore la proximité géographique sont autant d'éléments pouvant motiver cette relation. Afin de connaître dans quelle mesure les entreprises étrangères s'implantent en France pour bénéficier de ces facilités, examinons le poids des échanges intra firme réalisés entre une nationalité particulière et une zone géographique d'échange.

Tableau 13 : La nationalité des têtes de groupe et les zones géographiques d'échange, en 1999

	exportation			importation		
zone	nationalité de la tête de groupe			nationalité de la tête de groupe		
d'échange	Française	Européenne	Américaine	Française	Européenne	Américaine
ue	*57,96%*	*67,89%*	*54,87%*	*88,38%*	*87,30%*	*63,17%*
peco	5,96%	6,18%	*9,28%*	1,27%	0,35%	2,22%
autre_europe	6,52%	6,36%	*6,62%*	0,00%	4,28%	0,00%
afrique	1,07%	0,97%	2,62%	1,60%	0,02%	0,01%
afr_sub	6,17%	2,83%	3,25%	7,01%	3,87%	3,63%
PMO	2,45%	2,58%	4,21%	0,00%	0,01%	0,00%
alena	3,39%	2,28%	2,78%	0,54%	1,23%	*12,64%*
am_centre	5,18%	2,27%	*7,28%*	0,70%	1,62%	*17,98%*
japon	0,95%	0,98%	0,40%	0,00%	0,00%	0,00%
asie	8,77%	5,68%	5,25%	0,09%	1,32%	0,34%
autres_pays	1,59%	1,97%	3,45%	0,40%	0,00%	0,00%
total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Comme nous l'avons déjà souligné, l'Europe est la zone privilégiée des entreprises européennes désirant réaliser des intra firme (y compris les entreprises françaises). Par ailleurs, aux vues de ce tableau, nous constatons que les entreprises américaines localisées en France échangent principalement avec d'autres filiales situées sur le marché européen. Le poids de leurs ventes à leur tête de groupe ne représente que 2.8% de leurs exportations intra firme et leurs achats 12.6% de leurs importations intra firme. Ceci laisse entendre que ces filiales françaises de groupes américains sont surtout des filiales productives et peu commerciales. La pénétration du marché européen par les groupes américains passe en partie par un réseau de filiales implantées sur l'Europe.

En réalisant plus de 30% de leurs importations intra firme avec l'ALENA et l'Amérique centrale, et 70% de leurs exportations intra firme avec l'Europe (Union Européenne, PECO et autre Europe), les entreprises américaines jouissent de la libre circulation de leurs marchandises, d'un marché en expansion (du fait des élargissement) tout en conservant les caractéristiques propres à leur groupe.

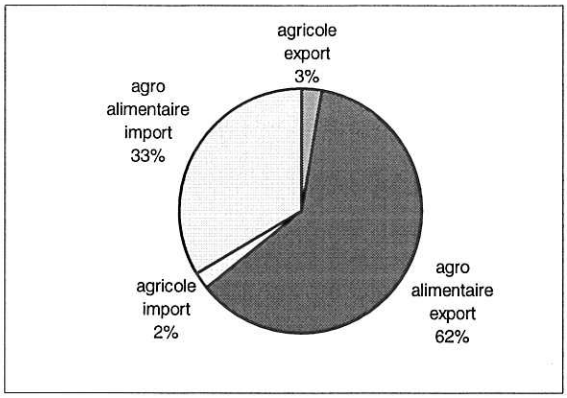
Ainsi, malgré le poids important des G2I étrangers dans le montant total échangé intra firme (56.83%), l'Union européenne se démarque en y contribuant à hauteur de 27.19%. Les échanges intra firme sont alors essentiellement réalisés par des entreprises françaises, belges, luxembourgeoises ou allemandes. En outre, nous avons constaté que si les échanges intra firme étaient en pleine croissance, cela n'était pas dû aux entreprises françaises dont le poids relatif au montant total échangé a reculé de 8.12 points de 1993 à 1999. Les entreprises belges et luxembourgeoises en sont donc la principale raison.

Les échanges intra firme se développent essentiellement sur l'espace Européen. Le recul de la contribution des entreprises françaises au montant total échangé vient alors confirmer l'impact de l'ouverture des firmes agroalimentaires aux capitaux étrangers. Ainsi, si les groupes étrangers participent plus au commerce extérieur français, les entreprises européennes en sont les premières bénéficiaires. La création de l'Union Européenne est alors à l'origine d'un rapprochement des pays de cette zone.

D. La spécialisation de gamme via les échanges intra firme

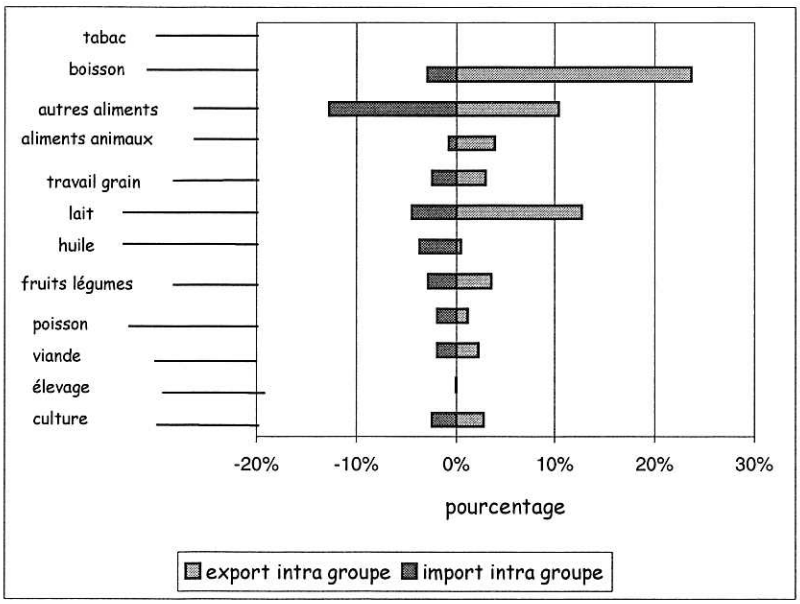
Les produits échangés intra firme sont essentiellement des produits agroalimentaires puisqu'ils sont à l'origine de 95% du montant total échangé intra firme (62% pour les exportations et 33% pour les importations). Autrement dit, les produits agricoles non transformés ne sont que très peu échangés au sein des groupes multinationaux. Ceci traduit alors le fait qu'il n'y a que peu ou pas de division du travail, comme c'est le cas pour certains secteurs comme l'électronique. Les G2I de l'agroalimentaire achètent donc leurs biens intermédiaires, que sont les produits agricoles, à des entreprises tierces.

Graphique 3 : Répartition du montant total échangé intra firme selon la branche du produit, en 1999



Alors que les boissons, les autres aliments et les produits laitiers sont des produits phares, tant au niveau des exportations que des importations, d'autres ne contribuent que très faiblement au montant total échangé intra firme. C'est notamment le cas du tabac ou des produits issus de l'élevage.

Graphique 4 : Poids des différents produits échangés dans le montant total échangé intra firme, en 1999



Les produits leaders identifiés en 1993 sont donc les mêmes que ceux observés en 1999. Cependant, une redistribution s'effectue entre ces différents produits puisque l'on exporte relativement moins d'autres produits alimentaires au profit de produits laitiers.

Toutefois, limiter notre analyse à la contribution de chacun de ces produits au montant total échangé intra firme ne nous permet pas de voir dans quelle mesure les entreprises échangeant ces produits font appel au marché interne.

Tableau 14: Poids des échanges intra firme selon la nature du produit, en 1999

produit	exportation	importation
tabac	100,00%	4,99%
boisson	59,01%	56,86%
autres aliments	44,09%	71,08%
alim animaux	72,28%	63,53%
travail grain	41,07%	61,59%
lait	61,09%	53,85%
huile	30,65%	56,78%
fruits légumes	58,81%	41,97%
poisson	67,84%	32,70%
viande	20,36%	26,64%
élevage	20,66%	14,39%
culture	19,95%	28,77%

Nous constatons, aux vues de ce tableau, que les entreprises échangent majoritairement leurs produits agroalimentaires en intra firme. En effet, comme nous avions pu le constater, les produits agricoles sont moins échangés intra firme que les produits agroalimentaires.

Ainsi, même si nous avons remarqué précédemment que certains produits contribuent plus que d'autres au montant total échangé intra firme, tous les produits agroalimentaires sont concernés par ce mode d'échange. C'est notamment le cas des produits exportés issus de la production de tabac qui sont entièrement exportés intra firme. Echanger via le marché interne est alors chose courante pour les produits agroalimentaires.

De 1993 à 1999, le montant total des échanges intra firme a plus que doublé, passant de 37 382,976 millions à 79 650,819 millions de francs. Cette évolution s'est toutefois accompagnée de certaines modifications. On assiste ainsi au recul des entreprises françaises au profit des filiales étrangères localisées en France. Ce type d'échange est pour l'essentiel réalisé sur le marché européen; les principaux biens concernés étant les produits laitiers, les autres produits alimentaires et les boissons, même si la majorité des produits sont échangés en intra firme.

Après avoir déterminé quels étaient les produits qui contribuaient le plus au montant total échangé intra firme et dans quelle mesure ces produits étaient échangés, il est important à présent de voir quel est l'usage des produits échangés sur le marché interne. L'usage des biens permet de relever certains motifs de l'échange.

Plusieurs usages peuvent être faits des produits échangés intra firme : revente en l'état, fabrication ou finition[8]. Dans le premier cas, les biens sont utilisés comme des biens finaux c'est-à-dire qu'ils ne subissent aucune transformation. Il n'en est pas de même pour les autres utilisations puisque les biens sont réintroduits dans le processus productif. Ces biens intermédiaires permettront alors la fabrication d'un autre produit ou seront perfectionnés en passant, par exemple, par une étape d'emballage.

Pour les exportations comme pour les importations, la revente en l'état est la principale utilisation faite des échanges intra firme. Toutefois, quelle que soit la nationalité du groupe considérée, nous constatons que si les produits exportés sont essentiellement échangés dans le but d'être revendus en l'état, il n'en est pas de même pour les produits importés. Ceci laisse apparaître que les entreprises exportant intra firme visent à une spécialisation de gamme alors que les entreprises important intra firme jouent aussi d'une division du travail.

Tableau 15 : Répartition des échanges intra firme selon la nationalité de la tête de groupe en nombre de flux, en 1999

utilisation faite des produits	export		import	
	gp français	gp étranger	gp français	gp étranger
revente en l'état	93,91%	80,92%	64,43%	52,15%
fabrication	5,80%	18,01%	34,39%	46,31%
finition	0,29%	1,06%	1,19%	1,54%

Mode de lecture : 93.91% des exportations réalisées par des entreprises appartenant à un G2I français sont destinées à être revendues en l'état.

Le taux de non réponses est ici de 83.65%. Malgré tout, une analyse des réponses apportées par les entreprises répondantes fournit une indication.

[8] Les produits agricoles et agro alimentaires ne peuvent pas servir de bien d'investissement du fait même de leur nature.

La revente des produits en l'état résulte de la recherche de complémentarité de gamme entre les entreprises appartenant à un même groupe et étant localisées dans des pays aux conditions économiques proches. A travers les appréciations apportées sur les produits échangés intra firme, voyons à présent quels sont les motifs de ce type d'échange.

Parmi les 744 entreprises interrogées, 219 n'ont pas répondu à l'ensemble des questions inhérentes au « cadre_d », d'où sont issues les questions relatives à l'appréciation des produits échangés intra firme. Ainsi, lorsque nous indiquerons le taux de non réponses observé dans chacun des cas, il nous faudra tenir compte de cette non réponse globale.

Selon que l'on s'intéresse aux produits exportés ou importés, l'approche diffère. Examinons alors successivement ces deux cas de figure à partir des données qualitatives issues de l'enquête.

** Appréciation des produits exportés :*

« Si vous exportez des biens vers des entreprises du groupe ayant une activité industrielle : appréciations sur la nature des produits que vous exportez, par rapport à la production locale de ces entreprises. » C'est sous cette forme qu'est amenée la question, posée par le SESSI, portant sur l'appréciation des produits exportés. Ici, seules deux appréciations peuvent être apportées : les biens sont similaires ou substituables et complémentaires.

Le taux de non réponses observé est ici de 47.44%. C'est donc à titre indicatif que cette information sera utilisée.

Dans 75.95% des cas, les produits sont perçus comme complémentaires. Or, lorsque nous regardons plus en détail quel est le niveau technologique des biens complémentaires échangés, nous constatons que, dans 80% des cas, ces biens sont de niveau technologique équivalent.

Tableau 16 : Appréciation des produits exportés intra firme, en nombre de flux en 1999

appréciation		niveau de technologie	
similaire	complémentaire	supérieur	égal
24,05%	75,95%	15,19%	60,76%

Tout en sachant que les produits exportés intra firme incorporent le même niveau technologique que les produits français, ces derniers viennent compléter leur gamme. C'est alors un élargissement de la notion de complémentarité. Mettre l'accent sur une des deux notions n'aurait aucun sens puisque toutes deux viennent caractériser les échanges réalisés intra firme dans le cadre des exportations.

** Appréciation des produits importés :*

Plusieurs cas sont considérés par l'enquête : le groupe ne fabrique pas de produits similaires en France, les capacités de production sont insuffisantes pour satisfaire la demande, les produits importés incorporent plus de recherche et développement ou d'innovation, la qualité des produits est supérieure, mise en concurrence des entreprises du groupe et l'entreprise sert de plate forme logistique au groupe.

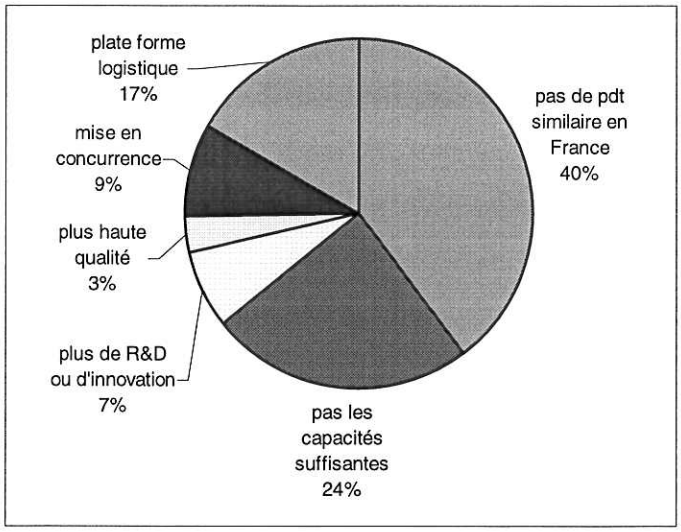
Une fois de plus, le poids des non réponses vient relativiser nos interprétations. En effet, ce taux varie entre 52.30% et 69.35% selon le motif invoqué pour justifier les échanges intra firme. Soulignons à cette occasion que plus de la moitié des entreprises interrogées n'ont pas répondu à cette question.

Tableau 17 : Le taux de non réponses aux questions relatives aux appréciations portées sur les produits importés

appréciations	taux de NR
pas de produit similaire	69,35%
pas les capacités suffisantes	59,41%
plus de R&D ou d'innovation	52,69%
plus haute qualité	52,70%
mise en concurrence	52,82%
plate forme logistique	55,11%
aucune réponse apportée	52,30%

Les importations intra firme se justifient essentiellement par le fait que les entreprises servent de plate forme ou ne disposent pas des produits demandés.

Graphique 4 : Appréciations des biens importés intra groupe, en nombre de flux en 1999



Il apparaît ici que les entreprises importent intra firme car elles n'ont pas de produits similaires en France, ces derniers ne pouvant pas être produits dans les temps impartis, faute de capacités. Ceci vient alors confirmer la division du travail constatée précédemment pour les entreprises important intra firme.

La population que nous considérons est localisée en France et nous avons vu que les échanges intra firme sont essentiellement réalisés en Europe. Disposant de dotations similaires, ceci explique que les importations intra firme ne puissent se justifier ni par la plus haute qualité des produits fabriqués, ni par leur niveau plus avancé en terme de recherche et développement ou d'innovation : « plus les pays sont similaires et la distance économique les séparant est faible, plus ils échangent de produits similaires ».

Les raisons invoquées pour expliquer les échanges intra firme, tant sur le plan des exportations que sur celui des importations, mettent ainsi l'accent sur la similitude des pays. De même, l'utilisation des produits échangés intra firme souligne la recherche de complémentarité de gamme et les appréciations apportées sur les produits échangés indiquent que cette recherche de complémentarité naît de leur similitude en terme de dotations.

« La proximité des pays en terme de développement va leur faire demander des qualités comparables de produits différenciés » (*J L. Mucchielli*). Et, comme le souligne *Linder*, « le champ illimité de produits différenciés (...) rend possible un commerce florissant pour ce qui est virtuellement une même marchandise. »

Contrairement aux enseignements de la théorie traditionnelle, le commerce international se développe plus entre les nations les plus développées, c'est-à-dire entre nations dont les dotations factorielles diffèrent peu. En effet, comme nous avons pu le constater précédemment, les échanges intra firme sont essentiellement réalisés au sein de l'Union Européenne. Or, cette zone géographique présente une homogénéité tant sur le plan de la demande que de l'offre. Le marché européen est alors le prolongement du marché national et les échanges internationaux ne sont que des extensions des échanges régionaux. Il n'est donc pas étonnant de constater la complémentarité des gammes entre ces pays tout en observant une similitude de technologie entre les produits échangés.

Identifions à présent les déterminants des échanges intra firme.

III. Les déterminants des échanges intra firme :

Le marché interne représente une alternative au marché traditionnel international pour les entreprises appartenant à un G2I. Contourner le marché grâce au prix de transfert, mettre en commun ses capacités afin de réaliser différentes économies et profiter d'un soutien financier sont autant de motifs apportés par la théorie pour justifier les échanges intra firme. Ces entreprises ont alors le choix de pouvoir recourir au marché interne.

De nombreux éléments de réponse peuvent être avancés pour expliquer la décision d'échanger entre entreprises sœurs. La mise en œuvre d'un modèle économétrique nous permettra donc de connaître les déterminants de l'organisation interne de la firme. Toutefois, cela présuppose de définir les variables susceptibles d'influer la décision de l'entreprise et de déterminer le modèle le plus approprié à mettre en œuvre.

A. Echanges intra firme : quels éléments de réponse ?

La décision de substituer le marché interne au marché traditionnel se prend au niveau de l'entreprise, pour un produit et en provenance, ou à destination, d'un pays donné. Mais comment ces entreprises fondent-elles leur choix ?

Au-delà des variables directement exploitables à partir de l'enquête « mondialisation » dont nous disposons, de nouvelles variables ont été créées sur la base d'éléments mis en avant par la théorie. Or, comme nous l'avons souligné précédemment, les données dont nous disposons ne sont pas toujours suffisamment précises ou bien renseignées. Les fichiers initiaux ont ainsi été fusionnés avec le fichier LIFI et le fichier de l'EAE afin d'obtenir de plus amples informations sur la structure du groupe et de l'entreprise. Les données ainsi obtenues ont été par la suite mises en relation avec celles, plus globales, du commerce extérieur français, via l'exploitation du fichier des entreprises exportatrices et importatrices des douanes.

La clef d'identification unique étant ici le triplet : entreprise, produit et pays ; et toutes les entreprises considérées étant des filiales d'un groupe ; il apparaît nécessaire de considérer des variables caractérisant chacun de ces éléments.

Avant toute chose, il est à noter que notre variable d'intérêt est « decision_intra » et qu'elle prendra la modalité 1 lorsque l'échange est réalisé intra firme et 0 sinon.

En 1980, *J. H. Dunning* justifiait l'existence du marché interne par une conciliation des spécificités de la localisation et de la firme. Examinons alors quelles variables peuvent mettre en avant ces spécificités.

- Les spécificités du lieu d'implantation:

La variable « zone », indiquant la zone géographique d'échange, englobe les particularités des différents lieux d'implantation et « l'effet Europe », implicitement présent, nous permettra de vérifier si la libre circulation des marchandises, sur cette zone, incite les filiales d'un même groupe à échanger entre elles plutôt qu'avec des entreprises tiers.

De même, nous différencierons les entreprises françaises (modalité1) des entreprises étrangères, en précisant dans ce second cas si les échanges sont réalisés vers leur tête de groupe (modalité2), ou pas (modalité3), grâce à la variable « zone_echange ».

Enfin, lorsque nous analyserons les groupes étrangers, nous distinguerons ceux de nationalité européenne (modalité 1) de ceux du reste du monde (modalité 2).

Prendre en compte la nationalité de la tête de groupe est un élément important dans la mesure où elle apporte une information sur le lieu d'implantation de la tête de groupe. Toutes ces variables relatives à la zone géographique d'échange capteront les différentes spécificités des lieux d'implantation soulignés par *J. H. Dunning*. Quant aux spécificités de l'entreprise, elles sont, comme nous avons pu le constater, essentiellement observées au travers des différentes économies réalisables.

- Les spécificités de l'entreprise :

Afin de construire les différentes variables relatives à la spécificité de l'entreprise, nous nous sommes essentiellement appuyées sur la question 6 du « cadre_d », qui met en évidence les motifs justifiant les échanges intra firme.

Ainsi, les économies d'échelle réalisées au niveau de l'entreprise, mises en avant par *Y. Morvan* et *J. Markusen*, seront prises en compte avec la variable « economie ». Cette dernière fait référence à la spécialisation des sites productifs (motif 14) et à la décomposition de la fabrication des composants et de l'assemblage (motif 13).

De même, les économies d'échelle réalisables au niveau du groupe, mises en avant par *A. Chandler* et assimilables aux économies d'organisation, seront prises en compte par la variable « flexibilite ». Cette dernière comprend une meilleure flexibilité dans l'ajustement des quantités (motif 9) et des prix (motif 10). De même, la variable « planifier » mettra en avant une stabilisation des approvisionnements (motif 5) et une planification des exportations à plus long terme (motif 4).

Les économies financières soulignées par *E. Kremp* et *P. Sevestre* seront ici présentes par l'intermédiaire de la variable « financier ». Cette dernière comprend un financement plus facile (motif 12), une organisation moins coûteuse (motif 11) et un allégement des contrats (motif 8).

De la même façon, la variable « compet » mettra en avant un approvisionnement à meilleur coût (motif 7) et une augmentation des exportations (motif 6). Cette variable fait ainsi référence au fait qu'à partir d'un certain volume de production, la substitution « capital travail » permet de produire à moindre coût.

Enfin, les économies de réseau seront prises en compte par la variable « proximite » qui fait référence tant au réseau de distribution (motif 20) qu'au client (motif21).

Comme nous avons pu le constater, appartenir à un groupe permet de mettre en commun des connaissances, des savoir-faire ou encore des techniques. Selon *J. Markusen*, plus les efforts déployés dans la recherche et le développement sont importants, plus les échanges se font par le biais du marché interne. C'est alors le résultat que nous attendrons de la variable « innovation » qui traduit cette idée. Celle-ci prend en compte une plus grande maîtrise de la qualité des produits (motif 15), une protection contre l'imitation (motif 16), une rentabilisation des dépenses publicitaires (motif 17), une plus grande maîtrise des stratégies de marque (motif 18) et du service après vente (motif 22).

Au-delà des spécificités de l'entreprise et du lieu d'implantation justifiant l'existence d'un marché interne, *E. Chevassus Lozza, D. Galliano* et *J. Gallezot* ont souligné que « l'internationalisation permet à la firme de se protéger contre les imperfections du marché tout en les exploitant ».

Les variables « protection » et « alea » permettront alors de le vérifier. Ainsi, alors que la première fait référence au fait que les échanges intra firme visent à contourner des obstacles protectionnistes (motif 19), la seconde met en avant la moindre sensibilité aux aléas de la conjoncture (motif 1), aux changements de parités monétaires (motif 2) et aux cours des matières premières (motif 3).

Il est important de souligner ici que toutes les variables relatives aux motifs des échanges intra firme (question 6 du « cadre_d ») ont été reconstruites. Le nombre de non réponses étant trop important pour que notre analyse soit pertinente (en moyenne 50.76%), nous avons posé quatre hypothèses permettant de passer outre ces non réponses et donc d'améliorer la qualité de notre analyse (le taux de non réponses est désormais de 33.45%).

* **hypothèse 1** : les modalités « tout à fait d'accord » et « plutôt d'accord » sont considérées comme des réponses positives. Inversement, les modalités « plutôt pas d'accord » et « pas du tout d'accord » sont assimilées à des réponses négatives. Réduire le nombre de modalités permettra une plus grande clarté lors de l'interprétation des résultats.

* **hypothèse 2** : Neuf items ont été construits (alea, financier, flexibilite, economie, protection, proximite, innovation, planifier et compet) à partir des 23 motifs dont nous disposions (Cf. question 6 du « cadre_d » de l'enquête). Autrement dit, nous avons agrégé les réponses. Ainsi, pour un nouvel item correspond plusieurs motifs. Afin de connaître quelle réponse appliquer à chaque item (i), nous avons regardé comment étaient perçus les motifs qui lui étaient associés. Ainsi, si le nombre de réponses positives excédait le nombre de réponses négatives, nous avons considéré que la réponse à l'item « agrégé » était positive ; inversement si le nombre de réponses négatives excédait le nombre de réponses positives. Dans le cas où il y avait autant de réponses négatives que positives, nous avons assimilé la réponse aux « sans objet ».

* **hypothèse 3** : pour toutes les entreprises n'ayant pas répondu à un item, on leur associe le comportement moyen du groupe auquel elles appartiennent.

* **hypothèse 4** : nous avons assimilé les « sans objets » aux réponses négatives c'est-à-dire que si un motif laisse indifférent, il sera retenu comme déterminant dans la décision de ne pas échanger intra firme.

Redressement Q6 cadre_d

		oui d'accord		non pas d'accord		
items	motifs des EIF	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord	Sans objet
alea	Moindre sensibilité aux aléas de la conjoncture					
	Moindre sensibilité aux changements de parité					
	Moindre sensibilité aux cours des matières premières					
planifier	Planifier nos exportations plus longtemps à l'avance					
	Stabiliser nos approvisionnements					
compet	Exporter globalement davantage					
	Approvisionnement à un meilleur coût					
flexibilite	Meilleure flexibilité pour ajuster nos quantités					
	Meilleure flexibilité pour ajuster nos prix					
financier	Eviter de rédiger des contrats trop complexes					
	Moins coûteux en terme d 'organisation					
	Financement plus facile					
économie d'échelle	Dissocier la fabrication des composants et l'assemblage					
	Spécialiser nos sites productifs					
protection des actifs spécifiques	Plus facile de maîtriser la qualité de nos produits					
	Protéger nos produits de l'imitation					
	Rentabiliser nos dépenses en publivité					
	Maîtriser la stratégie de nos marques de produits					
	Maîtriser la qualité de nos services après vente					
protection	Contourner des obstacles protectionnistes (actuels ou prévus)					
proximite	Accéder à un réseau de distribution					
	Etre plus proche de nos clients					

Comme l'ont souligné *E. Chevassus Lozza* , *D. Galliano* et *J. Gallezot*, il y a un effet d'entraînement du groupe, positivement corrélé avec la décision d'échanger intra firme. Pour capter cet effet, nous avons créé la variable « TEIF_gr » à partir du fichier du SESSI. Il représente la part du volume échangé intra firme du groupe dans son volume total échangé. Afin de prendre en compte l'effet d'entraînement, nous avons enlevé la part des échanges réalisés par l'entreprise considérée. Ainsi, cette variable devra être corrélée positivement avec notre variable d'intérêt pour que la relation établie soit vérifiée.

Selon *K. Wang* et *J. Connor*, la localisation d'une filiale s'explique par la recherche de rentabilité des équipements et une production correspondant à la demande locale. La variable « MES » indique ainsi le : « Minimum Efficient Scale » c'est-à-dire la taille minimale efficiente et positionne la taille de l'entreprise considérée (i) par rapport à la taille moyenne des entreprises situées au-dessus de la médiane des effectifs salariés. Elle représente alors un indice leur permettant de mesurer ces économies. La distribution étant calculée pour toutes les entreprises ayant la même activité principale que (i).

De même, le taux de publicité du groupe « tpubgr » souligne l'importance de l'image de la firme multinationale. En effet, en intégrant un groupe, une entreprise va bénéficier d'une protection de l'image importante. Ainsi, plus un groupe investi en publicité et plus il sera susceptible de réaliser des échanges en passant par son marché interne.

Par ailleurs, *E. Chevassus Lozza*, *D. Galliano* et *J. Gallezot* ont montré que la nature du bien échangé était révélateur de la division du travail. Ainsi, la variable « BI » indiquera si le bien est un bien final (modalité 0) ou un bien intermédiaire (modalité 1). Si les échanges sont essentiellement réalisés pour des biens finaux, la division du travail est alors inexistante et laisse place à une spécialisation de gamme. Cette distinction renvoie alors à la nature de l'investissement direct : horizontal (la production est vendue directement à l'étranger) ou vertical (les biens sont revendus dans le but d'être retransformés).

La variable « hierarchie » précise le degré de centralisation des prises de décision. Cette variable prenant la modalité 0 lorsque les décisions sont prises au niveau de l'entreprise et 1 sinon. Cette centralisation laisse à penser qu'il y aura d'autant plus d'échange intra firme que la cohésion du groupe sera forte. Il est important de souligner que la construction de cette variable a nécessité un regroupement de modalités. En effet, les données dont nous disposons

indiquent si la décision est prise au niveau de l'entreprise, de façon collégiale, à un niveau supérieur ou au niveau du groupe. Or, les réponses fournies mettent en avant le fait que les décisions sont prises à des niveaux extrêmes (35.02% au niveau de l'entreprise et 52.33% au niveau du groupe) et très peu à des niveaux intermédiaires (8.95% pour les décisions prises de façon collégiale et 3.70% à un niveau supérieur). Nous avons ainsi regroupé les modalités dont nous disposions afin de considérer d'une part les décisions prises au niveau de l'entreprise et celles prises au niveau du groupe.

Enfin, *E. Chevassus Lozza* et al. ont mis en évidence le fait que le degré de concentration des marchés jouait positivement sur la décision d'échanger intra firme. Notre analyse devrait alors corroborer cette observation par l'intermédiaire de la variable « C4 » qui indique le volume total exporté ou importé des quatre premières entreprises, pour un produit et un marché donné : plus un marché est concentré, plus il est difficile de le pénétrer.

A partir des informations du fichier des Douanes, nous connaissons le montant total échangé de l'entreprise enquêtée, variable appelée « valeur ». Or, il est important de noter que l'ensemble des variables citées précédemment ne sera pas retenu. Du fait d'une corrélation trop importante, conserver ces variables apporterait une redondance d'information. Ainsi, nous constatons que la valeur de l'échange est corrélée à 73.11% avec le taux de publicité et à hauteur de 61.55% avec le MES. Ne conserver que la valeur total de l'échange (« valeur ») permettra ainsi de conserver une information unique et d'éviter toute redondance d'information.

Enfin, la variable « filiale » indiquera si l'échange est réalisé vers une zone où une entreprise sœur est implantée (modalité 1 et 0 sinon). La question du « cadre_e » doit permettre de connaître la répartition géographique des filiales du groupe. Toutefois, du fait du nombre important de non réponses, nous avons renseigné ces informations à partir de celles données aux autres questions. Ainsi, pour une zone (i), nous avons indiqué que le groupe y avait implanté une filiale si : un échange intra firme était réalisé intra firme vers (i) par une de ses filiales ou si le pays d'origine de la tête de groupe était situé sur (i). Nous améliorons alors nos résultats puisque nous obtenons 43% de réponses supplémentaires. Nous constatons alors que parmi les 724 entreprises appartenant à un G2I et échangeant des produits agricoles ou agro alimentaires, les lieux d'implantation des filiales ne sont pas indépendants de la nationalité de la tête de groupe.

Tableau 18 : Structure géographique des firmes multinationales selon la nationalité de la tête de groupe

	zone d'implantation des filiales									
nationalité	UE	PECO	Autre E	Afr	Afr Sub	PMO	ALENA	Am	Japon	Asie
France	307	259	79	14	16	29	3	108	64	17
UE	268	195	103	51	25	37	28	81	54	35
Afrique	2	1	0	1	2	2	0	0	0	0
Amérique	42	32	17	3	4	13	61	28	18	16
Japon	3	2	1	1	0	0	0	2	4	3

Remarquons que les regroupements de nationalités ont été réalisés dans un but de clarté. Ainsi, la nationalité « UE » comprend les nationalités européennes au sens large (Union Européenne, PECO et autre Europe). De même, par entreprises américaines, il faut entendre les entreprises dont la tête de groupe est implantée sur la zone ALENA ou en Amérique ; et par entreprises africaines, les entreprises appartenant à une firme multinationale en Afrique ou en Afrique Sub Saharienne.

Le choix de l'implantation n'est donc pas neutre : il est lié à la nationalité de la tête de groupe. Ainsi, l'ensemble des G2I français de l'agroalimentaire, ont essentiellement implanté des filiales en Europe et en Amérique. La zone Europe et l'Amérique sont ainsi des espaces attractifs pour les groupes puisqu'ils recensent 79.86% des filiales implantées.

Il est important de souligner que le fait d'avoir une entreprise sœur dans un pays n'implique pas que l'échange se fasse intra firme. Ainsi, les entreprises ont le choix entre le marché interne et le marché traditionnel. Notre objectif étant de connaître les déterminants des échanges intra firme, notre analyse ne portera donc que sur les pays où l'entreprise a une filiale sœur. En effet, si une entreprise n'a pas de filiale sœur dans un pays donné (filiale=0), elle ne pourra pas réaliser d'échange intra firme.

Tableau 19 : La décision d'échanger intra firme et l'existence de filiales : répartition du nombre de flux

		decision_intra	
		0	1
filiale	0	3836	0
	1	5294	6292

La décision d'échanger intra firme dépend de nombreux facteurs. Afin de comprendre dans quelle mesure chacun d'eux influe sur le choix de l'entreprise, un modèle économétrique doit être mis en place. Cependant, il nous faut indiquer au préalable le signe attendu de chacune des variables que nous considérerons.

Tableau 20 : Les éléments explicatifs retenus pour justifier les échanges intra firme

Variable	Signe attendu	Commentaires
tete_groupe	-	Si l'entreprise considérée n'est pas la tête de groupe, elle aura moins de chance de réaliser des échanges intra firme on peut penser que la tête de groupe sert de plate forme et qu'elle centralise l'ensemble des échanges.
effet_europe	+	La libre circulation des marchandises fait de la zone européenne un lieu d'échange privilégié.
TEIF_gr	+	L'effet d'entraînement mis en avant laisse à penser que le coefficient sera positif.
alea planifier compet financier flexibilite economie protection proximite	+	Si une entreprise a répondu positivement à un de ces items celui-ci apparaît alors comme déterminant dans les motifs d'échanger intra firme l'entreprise aura alors plus de chances d'échanger intra firme que si la réponse à un de ces item est négative.
hierar	+	Plus il y a centralisation des décisions, plus les échanges intra firme seront importants puisque nous pouvons penser que la centralisation des décisions est corrélée avec la centraisation des échanges.
valeur	+	Plus l'entreprise réalise un volume d'échange important, plus elle est susceptible de réaliser ses échanges intra firme.
BI	-	Les biens échangés intra firme sont essentiellement des biens finaux
C4	+	Plus le degré de concentration du marché sera fort sur un pays et un produit donnée et plus les échanges intra firme seront nécessaires pour pallier ces imperfections.

B Modélisation économétrique :

Substituer le marché interne au marché traditionnel met en avant un choix binaire pour l'entreprise, sachant qu'elle échange un produit (j) avec un pays (k). Modéliser ce choix passe alors par un modèle probit. On cherche à prédire si un événement va, oui ou non, se produire : l'échange se fera-t-il intra firme ou avec des entreprises tiers ?

Il nous faut souligner que nous ne considérerons ici que les entreprises dont l'activité principale est l'agroalimentaire puisque ce sont les seules pour lesquelles nous disposons de données suffisantes. En effet, le fichier de l'EAE dont nous disposons n'indique que les informations relatives aux entreprises alimentaires.

1\ Spécification du modèle économétrique retenu :

Nous cherchons à expliquer le comportement de l'entreprise (i) pour le produit (j) avec le pays (k) en fonction des différentes variables explicatives retenues précédemment. Soit :

$\mathbf{Y_{ijk}}$ **=1** si (i) réalise l'échange intra firme pour (j) et (k)
=0 sinon

Il est à souligner qu'un tel modèle pose comme hypothèse que les terme d'erreur suivent une loi normale de moyenne nulle et de variance σ^2.

Par ailleurs, il nous faut remarquer que la vraisemblance sous-jacente s'écrit :

$$L(Y, x, \beta) = \pi_{N1}[\phi(x_i\beta)]\ \pi_{N0}[1-\phi(x_i\beta)]$$

Avec N_1 la sous population ayant réalisé des échanges intra firme et N_0 la sous population complémentaire.

2\ Des éléments de réponses aux échanges intra firme :

La première modélisation à mettre en œuvre doit prendre en compte la globalité des échanges ainsi que l'ensemble des entreprises, afin de cerner les déterminants des échanges intra firme dans un cadre général.

Par la suite, il sera intéressant d'utiliser toute l'information dont nous disposons pour examiner si le choix réalisé par l'entreprise différera selon que l'entreprise exporte ou importe et selon qu'elle sera de nationalité française ou étrangère.

La qualité d'ajustement est alors indiquée par le φ^2 de Mac Fadden (ou encore R^2 ajusté, noté R^2 ici), calculé de la façon suivante : $\varphi^2_{\text{Mac Fadden}} = 1\text{-}L/L^0$

avec L : la log vraisemblance calculée pour le modèle ne contenant que la constante

L^0: la log vraisemblance calculée pour le même modèle qui considère, en plus de la constante, les variables explicatives.

Cet indicateur mesure le gain d'information apporté par les variables exogènes par rapport à la seule connaissance de fréquences des réalisations des événements considérés. Ainsi, un φ^2 proche de 0 indique que les variables explicatives n'apportent pas d'information alors qu'un φ^2 qui tend vers 1 souligne l'importance des variables explicatives : elles apportent des éléments explicatifs par rapport à la seule connaissance des fréquences de la répartition.

Avant toute chose, il nous a fallu nous assurer que les items retenus pour la modélisations étaient indépendants les uns des autres. Afin de le vérifier, nous avons réalisé un test du χ^2 en considérant les items par groupe de deux. Nous avons ainsi testé implicitement l'hypothèse nulle suivante : Ho les 2 items considérés sont indépendants. Cette analyse nous a permis de nous assurer que chaque item apportait un élément de réponse unique.

- Modélisation globale des échanges intra firme :

Il est important de souligner que certaines variables seront expliquées en considérant une de leur modalité comme référence. C'est ainsi le cas de la variable « zone », « zone_echange » et « hierarchie ». Il nous faudra, par conséquent, interpréter les résultats relativement à cette modalité.

Ainsi, nous constatons que les entreprises françaises échangent moins en intra firme que les entreprises étrangères réalisant des échanges avec le pays d'implantation de leur tête de groupe.

Par ailleurs, nous remarquons que les échanges intra firme passent plus souvent par le marché interne lorsque la destination d'échange est la zone ALENA, l'Asie ou encore l'Afrique subsaharienne, que si l'échange a lieu avec l'Union Européenne. De même, l'échange sera plus souvent réalisé avec une entreprise tiers si l'échange est effectué avec les PECO ou l'Amérique, que s'il est effectué avec la zone Union Européenne.

Tableau 21 : La décision d'échanger intra firme pour les G2I de l'agroalimentaire

variables explicatives	coefficient	P>lzl
cste	1,5791	0
valeur	ne	0
type d'échange		
exportation	ref	
importation	-0,7318	0
type de bien échangé		
bien final	ref	
bien intermédiaire	-0,3447	0
C4	0,1653	0,043
organisation du groupe		
TEIF_gr	0,1801	0
lieu de décision		
entreprise	ref	
groupe	0,2581	0
motifs invoqués		
alea	0,0068	ns
planifier	0,073	ns
compet	0,1545	0
flexibilité	-0,49	0
financier	0,2838	0
economie	0,2335	0
innovation	0,0733	0
protection	-0,2168	0
proximite	0,144	0
Natinalité de la tête de groupe		
française	ref	
étrangère échangeant ailleurs	0,0088	ns
étrangère échangeant vers TG	0,7229	0
zone d'échange		
UE	ref	
PECO	-0,7811	0
autre Europe	-0,0121	ns
Afrique	0,0827	ns
Afrique Sub	0,3321	0,035
PMO	0,0973	ns
ALENA	1,0713	0
Amérique	-0,4101	0
Japon	0,3282	ns
Asie	0,6095	0
autres	-0,3126	ns

N = 7344
R^2 = 13,13%

« ns » indique que la variable correspondante n'est pas significative au seuil de 5%.

« ref » vient préciser la variable qui sert de référence

« ne » signifie que le coefficient obtenu est trop faible pour pouvoir être interprété.

« col » indique que les variables ont été rejetées par le modèle du fait de leur colinéarité avec une autre variable du modèle.

Conformément aux résultats obtenus précédemment, nous observons que les échanges intra firme sont plus souvent des exportations que des importations. Ainsi, la variable « cadren » indiquant la nature du flux de l'échange : exportation (modalité 1) ou importation (modalité 2), vient corroborer ce phénomène.

Pour les entreprises appartenant à un G2I de l'agroalimentaire, les motifs retenues comme déterminants dans le choix d'échanger intra firme sont : « compet », « economie », « financier », « innovation » et « proximite ». On retrouve alors la volonté de bénéficier d'économie d'échelle (Cf. *J. Markusen*), d'être compétitif face aux concurrents et de réaliser des gains non seulement financier (Cf. *E. Kremp*) mais aussi en terme de protection des actifs spécifiques et de proximité géographique (tant des consommateurs que des réseaux de transport).

Outre ces déterminants, nous pouvons constater que d'autres motifs ont été retenus comme significatifs mais ne sont pas retenus comme décisifs. On retrouve alors les motions de « protection » et de « flexibilite ». Contourner les obstacles protectionnistes ne semble donc pas être un critère décisif des échanges intra firme, de même que la recherche de flexibilité (tant au niveau des prix qu'au niveau des quantités). Il est important de souligner que si ces motifs ne sont pas retenus comme déterminants dans la décision d'échanger via le marché interne, cela ne signifie pas pour autant qu'ils ne soient pas pris en considération par les entreprises. Toutefois, afin de ne garder que les motifs les plus déterminants, nous ne nous intéresserons pas à ceux ne justifiant pas la décision d'échanger intra firme.

Par ailleurs, aux vues de cette première analyse, nous constatons que les décisions sont plus souvent prises au niveau du groupe qu'au niveau de l'entreprise. Le fait que les décisions soient prises au niveau du groupe révèle alors une plus grande cohésion au sein de la firme multinationale. Ceci renvoie alors à l'effet d'entraînement constaté par *E. Chevassus Lozza, D. Galliano* et *J. Gallezot* (1999). Cette expérience du groupe se traduit également par l'intermédiaire de la variable « TEIF_gr ». Plus les autres entreprises du groupe échangent intra firme, plus la probabilité que l'entreprise considérée ait recours au marché interne est grande.

De même, nous constatons que les biens échangés intra firme sont plus souvent des biens finaux que des biens intermédiaires. Il n'y a donc pas de division du travail au sein des groupes. Une stratégie de gamme est alors mise en œuvre pour ces échanges.

Le poids décisionnel du groupe, l'effet d'entraînement constaté et le fait que les biens échangés intra firme soient surtout des biens finaux fait ressortir une stratégie du groupe : penser globalement mais agir localement pour arbitrer entre les préférences des consommateurs.

- Modélisation des exportations et des importations intra firme :

Les motifs invoqués pour justifier les échanges intra firme sont différents selon que l'on s'intéresse aux entreprises exportatrices ou importatrices. Alors que les deux retiendront le motif « proximite », les entreprises exportatrices soulignent l'importance des items « compet », « financier », « economie » et « innovation » ; et les entreprises importatrices le motif « alea ».

On constate ainsi que le motif communément avancé par ces deux types d'entreprises est aussi celui qui ressort de l'analyse globale des échanges. De même, il apparaît que les entreprises importatrices n'ont pas les mêmes critères de décision que l'ensemble des entreprises réalisant des échanges intra firme, elles se démarquent ainsi en invoquant la volonté de pallier les aléas du marché. Ceci révèle donc que les imperfections du marché incitent les firmes multinationales importatrices à substituer le marché interne au marché traditionnel afin de les pallier. On retrouve ainsi les résultats établis par *E. Chevassus Lozza, D. Galliano* et *J. Gallezot* (1999).

Par ailleurs, les éléments de réponse aux échanges intra firme font aussi référence à la conciliation des spécificités de l'entreprise et celles de la localisation mises en avant par *J. H. Dunning*.

En effet, nous pouvons constater que les échanges intra firme ont plus de chance d'être réalisés par des entreprises étrangères échangeant vers le pays d'origine de leur tête de groupe que des entreprises françaises. Il est important de souligner que si les entreprises étrangères échangent plus souvent par le biais du marché interne que les entreprises françaises, elles le feront d'autant plus que leurs échanges sont des importations. Les entreprises étrangères important des produits en provenance de leur pays d'origine sont alors celles qui ont la probabilité d'échanger intra firme la plus importante, contrairement aux entreprises françaises exportatrices qui sont celles pour lesquelles cette probabilité sera la plus faible.

En outre, d'autres distinctions apparaissent selon la nature du flux considéré. Ainsi, la concentration n'affecte que les entreprises importatrices qui substitueront d'autant plus le marché interne au marché traditionnel que la part détenue par les quatre entreprises les plus importantes sera importante (pour un produit et avec un pays donné).

L'existence du marché interne s'explique alors notamment par la recherche de concilier les spécificités de l'entreprise et celles du lieu d'implantation des filiales et la quête de pallier les imperfections du marché.

Tableau 22 : Les exportations et importations intra firme des G2I de l'agroalimentaire

	exportation		importation	
variables explicatives	coefficient	P>|z|	coefficient	P>|z|
cste	0,3471	0	-1,0312	0
valeur	ne	0,003	ne	0
type de bien échangé				
bien final	ref		ref	
bien intermédiaire	-0,3253	0	-0,4486	0
C4	-0,05	ns	0,9123	0
organisation du groupe				
TEIF_gr	0,1296	0,048	0,3065	0,001
lieu de décision				
entreprise	ref		ref	
groupe	0,3279	0	0,1742	0,007
motifs invoqués				
alea	-0,0925	ns	0,1892	0,006
planifier	0,1078	ns	-0,0349	ns
compet	0,1847	0,001	0,1262	ns
flexibilite	-0,5152	0	-0,3779	0
financier	0,3876	0	0,0938	ns
economie	0,3856	0	0,0175	ns
innovation	0,1417	0,006	-0,1173	ns
protection	-0,2912	0	-0,1629	0,022
proximite	0,1942	0	0,1514	0,025
Nationalité de la tête de groupe				
française	ref		ref	
étrangère échangeant ailleurs	-0,048	ns	0,1041	ns
étrangère échangeant vers TG	0,3409	0,003	0,9566	0
zone d'échange				
UE	ref		ref	
PECO	-0,7818	0	-0,7379	0,001
autre Europe	-0,0006	ns	-0,2514	ns
Afrique	-0,5411	ns	1,5135	0,005
Afrique Sub	0,067	ns	1,2642	0
PMO	0,0143	ns	col	
ALENA	1,6594	0	-0,1134	ns
Amérique	-0,4819	0	0,092	ns
Japon	0,3626	ns	-0,563	ns
Asie	0,8292	0	-0,4458	ns
autres	-0,3511	ns	0,1041	ns
	N = 4799 R^2 = 12%		N = 2545 R^2 = 10,29%	

Ainsi, certains éléments sont déterminants dans la décision d'échanger intra firme, selon que le flux d'échange soit exporté ou importé, la stratégie diverge et les mêmes motifs ne sont alors plus invoqués.

Les entreprises exportatrices et les entreprises importatrices présentent des similitudes : toutes deux prennent leurs décisions au niveau de leur groupe. Cette centralisation des décisions implique alors une forte cohésion au sein du groupe, visible par l'effet d'entraînement constaté. De même, elles échangent essentiellement des biens finaux intra firme, ce qui sous-entend qu'aucune ne privilégie la division du travail et que leurs échanges intra firme ont essentiellement pour but d'élargir leur gamme.

Les entreprises exportatrices et importatrices sont similaires en de nombreux points, bien que les motifs invoquées pour justifier leurs échanges intra firme divergent.

Examinons à présent quels sont les éléments déterminants dans le choix d'échanger intra firme plutôt qu'avec des tiers, selon que les entreprises soient françaises ou étrangères.

- Modélisation des échanges intra firme réalisés par les entreprises françaises, européennes et étrangères :

Il apparaît intéressant ici de comprendre dans quelle mesure le comportement des entreprises françaises est similaire, ou au contraire, différent du comportement des entreprises européennes avant de mettre en parallèle les entreprises européennes (au sens large, c'est-à-dire les entreprises françaises inclues) et les entreprises étrangères.

- *Modélisation des échanges intra firme des entreprises françaises et européennes*

Les entreprises françaises et les entreprises européennes sont, sous certains aspects, similaires. Ainsi, la majorité de leurs échanges intra firme sont des exportations de biens finis. De même, les décisions sont prises au niveau du groupe (même si cette organisation semble plus souvent en rigueur pour les entreprises européennes).

Par ailleurs, nous constatons que les échanges internes des entreprises françaises, comme des entreprises européennes, sont plus souvent réalisés avec la zone Union Européenne qu'avec les PECO. Dans la mesure où leur adhésion ne se fera qu'au 1er Mai 2004, nous pouvons penser que le volume échangé intra firme réalisé avec l'Union sera équivalent, à terme, à celui réalisé avec les PECO.

Enfin, nous constatons que les motifs invoqués pour justifier ces échanges intra firme sont : « compet » et « financier ». Ainsi, ces entreprises recherchent toutes deux à réaliser des économies financières et à être compétitives sur leur marché.

Cependant, si les entreprises françaises et les entreprises européennes sont similaires pour les points relevés ci-dessus, elles n'en restent pas moins différentes. En effet, alors que les entreprises françaises échangent plus en intra firme avec l'autre Europe qu'avec l'Europe, les entreprises européennes axent plus leurs échangent vers l'Amérique que vers l'Europe.

De même, nous constatons que les entreprises françaises ont pour critère décisionnel les items : « innovation », « planifier » et « economie » alors que les entreprises européennes mettent l'accent sur l'item « proximite ».

Enfin, la différentes la plus significative est l'effet d'entraînement du groupe. Alors que pour les entreprises européenne cet effet joue positivement, il se répercute négativement sur les entreprises françaises, c'est-à-dire que plus le groupe va échanger via le marché interne, plus l'entreprise va échanger par le biais du marché traditionnel.

Similaires et différentes à la fois, les entreprises françaises et européennes ont des comportements proches. Les différences constatées peuvent alors venir du fait que les entreprises auxquelles nous nous intéressons soient toutes localisées en France.

Tableau 23 : Les groupes français et européens appartenant à un G2I de l'agroalimentaire

	groupes français		groupes européens	
variables explicatives	coefficient	P>|z|	coefficient	P>|z|
cste	1,4052	0	1,2704	0
valeur	ne	0	ne	0
type d'échange				
exportation	ref		ref	
importation	-0,7829	0	-0,6793	0
type de bien échangé				
bien final	ref		ref	
bien intermédiaire	-0,7829	0	-0,3491	0
C4	0,1502	ns	-0,2839	ns
organisation du groupe				
TEIF_gr	-0,2586	0,0001	0,2867	0,004
lieu de décision				
entreprise	ref		ref	
groupe	0,2439	0	0,4611	0
motifs invoqués				
alea	-0,1271	0,044	0,0494	ns
planifier	0,1317	0,04	0,1314	ns
compet	0,2504	0	0,2492	0,008
flexibilite	-0,6154	0	-0,3512	0
financier	0,1849	0,004	0,1813	0,04
economie	0,0829	ns	0,049	ns
innovation	0,1672	0,022	-0,2223	0,003
protection	-0,3309	0	-0,3515	0
proximite	-0,1183	0	0,3404	0
Nationalité de la tête de groupe				
française	ref		ref	
étrang échangeant ailleurs			col	
étrang échangeant vers TG			0,6537	0
zone d'échange				
UE	ref		ref	
PECO	-0,5707	0	-0,8941	0
autre Europe	0,6825	0	-0,5024	0
Afrique	0,2037	ns	col	
Afrique Sub	-0,1766	ns	col	
PMO	col		-0,0433	ns
ALENA	col		-0,0639	ns
Amérique	-0,5679	0	0,1421	ns
Japon	0,3907	ns	-0,8649	ns
Asie	0,9184	0	col	ns
autres	-1,0351	ns	col	ns
	N = 3307 R^2 = 14,69%		N = 2087 R^2 = 14,31%	

Il est important de ne pas perdre de vue que la France est membre de l'Union Européenne. Assez proches dans leur comportement, les entreprises françaises et européennes seront alors ici agrégées pour voir dans quelle mesure les entreprises étrangères ont un comportement semblable à celui des entreprises européennes.

Cette comparaison est importante puisque de nombreux motifs considérés dans notre analyse n'ont que très peu d'intérêt du point de vue des entreprises européennes, c'est notamment le cas de l'item « protection ». En effet, la zone Europe bénéficie de la libre circulation des marchandises. Les échanges réalisés intra firme ne seront donc pas motivés par une volonté de contourner les barrières tarifaires. Mettre en parallèle les entreprises européennes et étrangères sera un moyen de voir si ces items sont déterminants pour justifier la substitution du marché interne au marché traditionnel.

- *Modélisation des échanges intra firme des entreprises européennes et étrangères*

Le premier élément à observer est que certains éléments restent identiques, quelle que soit la nationalité de l'entreprises considérée. Ainsi, les échanges intra firme sont essentiellement des exportations de produits finis. La division du travail n'est donc présente ni pour les entreprises européennes ni pour les entreprises étrangères. Toutefois, cela semble être un des seuls points communs entre les entreprises étrangères et les entreprises européennes.

C'est en terme de comportement que la plus grande différence se fait ressentir. Ces deux types d'entreprises n'ont en effet pas du tout le même comportement en terme de zone d'échange. Ainsi, les entreprises étrangères échangent relativement plus en intra firme avec les pays appartenant aux PECO que les entreprises européennes. De même, elles échangent plus avec l'autre Europe et l'Asie que l'Union Européenne, alors que les entreprises européennes ont le comportement inverse. Les entreprises étrangères semblent plus diversifier leurs partenaires commerciaux que les entreprises européennes. Nous constatons dans tous les cas que la recherche de conciliation, mis en avant par *J. H. Dunning*, des spécificités du lieu d'implantation et des spécificités de l'entreprise prend tout son sens ici.

Par ailleurs, comme nous pouvions le penser, la notion de « protection » est retenue comme significative pour les entreprises étrangères, alors que pour les entreprises européennes, cet item n'entre pas en considération lors de la décision d'échanger via le marché interne ou le marché traditionnel. D'autres divergences apparaissent dans les motifs déterminants ces échanges.

De même, nous remarquons que les entreprises étrangères sont les seules à bénéficier d'un effet d'entraînement de leur groupe. Notons que si les entreprises européennes ne sont pas sensibles aux stratégies de leur groupe. Ceci étant dû aux entreprises françaises qui, paradoxalement, connaissent l'effet de « dé-entraînement ».

Tableau 24 : Les groupes européens et étrangers appartenant à un G2I de l'agroalimentaire

	groupes européens		groupes non européens	
variables explicatives	coefficient	P>|z|	coefficient	P>|z|
cste	1,3434	0	3,6826	0
valeur	ne	ns	ne	ns
type d'échange				
exportation	ref		ref	
importation	-0,6852	0	-1,1868	0
type de bien échangé				
bien final	ref		ref	
bien intermédiaire	-0,3141	0	-0,4743	0
C4	-0,0179	ns	0,2761	ns
organisation du groupe				
TEIF_gr	-0,0247	ns	1,3307	0
lieu de décision				
entreprise	ref		ref	
groupe	0,3206	0	-0,0653	ns
motifs invoqués				
alea	-0,0871	0,047	0,2623	ns
planifier	0,1452	0,002	-0,1682	ns
compet	0,1873	0	0,1023	ns
flexibilite	-0,5346	0	-0,5572	0
financier	0,2793	0	0,2879	0,013
economie	0,2077	0	0,7457	0
innovation	0,0104	ns	-0,1578	ns
protection	-0,3777	0	0,6394	0
proximite	0,1434	0,001	0,4345	0,005
Nationalité de la tête de groupe				
française	ref		ref	
étrang échangeant ailleurs	-0,0634	ns	col	
étrang échangeant vers TG	0,6264	0	1,6046	0
zone d'échange				
UE	ref		ref	
PECO	-0,6311	0	-1,3775	0
autre Europe	0,2072	0,043	-0,8166	0
Afrique	0,1802	ns	-0,3554	ns
Afrique Sub	0,0215	ns	1,7789	0
PMO	-0,3988	ns	0,2504	ns
ALENA	1,2129	0	0,555	ns
Amérique	-0,4903	0	0,054	ns
Japon	0,2234	ns	col	
Asie	1,3056	0	-0,8392	0
autres	-1,4509	0,005,	-0,2809	ns
	N = 1802 R^2 = 28,27%		N = 1802 R^2 = 28,27%	

Enfin, alors que les groupes étrangers prennent leurs décisions au niveau du groupe, ce qui créé un effet d'entraînement, constaté grâce à la variable « TEIF_gr », les entreprises européennes prennent indifféremment leurs décisions à leur niveau où à un niveau supérieur. Ceci pourrait alors justifier le fait que le taux d'échange intra firme du groupe n'ai pas un effet d'entraînement sur la décision d'échanger intra firme.

Aux vues des résultats obtenus, les entreprises européennes et étrangères se distinguent puisqu'elles mettent notamment l'accent sur des motifs différents. Ainsi, même si toutes deux invoquent les items : « financier », « economie » et « proximite », les entreprises étrangères prennent aussi en compte la notion « protection » et les entreprises européennes les notions « planifier » et « compet ». Ces entreprises ne justifiant pas leurs échanges intra firme de la même façon, examinons si cela implique que leur comportement soit différent.

Afin de voir dans quelle mesure les groupes européens se distinguent des groupes étrangers, nous avons mis en place un test de χ^2. Ce test aura pour objectif de mettre en avant les critères sur lesquels ces deux types d'entreprises sont similaires. On cherche ainsi à savoir si les différences observées, pour une même variable, sont statistiquement significatives. Les variables retenues pour la mise en œuvre de ce test sont alors celles présentant des coefficients similaires. Les variables : « cadren » et « BI » seront alors celles retenant notre attention. Avant de voir quels sont les résultats de ce test, explicitons comment celui-ci se traduit.

Le chi squared (χ^2) s'écrit comme suit : $\boldsymbol{\chi^2=[(a1-a2)^2]/[s1^2+s2^2]}$

Avec a1 : le coefficient associé à la variable considérée, pour le groupe 1
a2 : le coefficient associé à la variable considérée, pour le groupe 2
s1 : l'écart type associé à la variable considérée, pour le groupe 1
s2 : l'écart type associé à la variable considérée, pour le groupe 2

Ce χ^2 est ensuite comparé à la valeur correspondante dans la table sachant que le degré de liberté est égal à 1. Rappelons que le nombre de degré de liberté correspond au nombre de contraintes posées. Ici, on pose H_0 : les coefficients sont égaux pour les groupes français et les groupes étrangers.

Suite aux tests effectués, nous remarquons que les entreprises européens, comme les entreprises étrangères, exportent davantage en intra firme que ce qu'elles n'importent : ces entreprises n'ont pas un comportement statistiquement différent. Il est important de souligner que ce comportement similaire signifie que les exportations intra firme sont plus fréquentes que les importations, et ceci quelle que soit la nationalité du groupe considéré.

De même, les biens échangés intra groupes sont des biens finaux dans les deux cas, même si les entreprises françaises et européennes ne le font pas dans les mêmes proportions. Ce résultat est alors surprenant dans la mesure où il a été établi précédemment (tableau 15) que si les exportations intra firme étaient essentiellement échangées dans le but d'élargir la gamme, les importations intra firme étaient plus nuancées. Trouver que les biens échangés intra firme sont alors principalement des biens finaux (revendus en l'état) rappelle que le taux de non réponses important constaté (47.44%) peut, si nous n'y prenons pas garde, venir biaiser nos interprétations.

Comme nous avons pu le constater, les échanges intra firme sont généralement des exportations de biens finaux, impliquant une stratégie de gamme au détriment d'une division du travail. La complémentarité est alors mise en avant.

De même, nous avions pu constater que les entreprises localisées en France échangeaient essentiellement avec la zone Union Européenne. La libre circulation des capitaux permettant le développement des IDE au sein du marché européen, les groupes déploient leurs filiales dans le but de spécialiser leurs sites productifs pour élargir leur gamme et bénéficier d'économies d'échelle.

Examinons à présent quels autres modèles économétriques auraient pu être mis en place.

3\ Les autres modélisations économétriques envisagées :

Dans les modélisations considérées précédemment, nous avons posé comme variable d'intérêt la décision d'échanger intra firme. Deux possibilités s'offraient alors à l'entreprise (i), sachant qu'elle échange un produit (j) en provenance ou à destination d'un pays (k) : échanger via le marché interne ou le marché traditionnel international.

Or, l'enquête « mondialisation » nous permet de connaître le degré d'intensification des échanges intra firme. La variable « intra » indique ainsi non seulement si l'échange est réalisé intra firme mais aussi le poids de ce flux réalisé intra firme.

Prendre en compte cette information nous permettrait de mettre en avant une modélisation en deux temps où on examinerait au préalable la décision d'échanger intra firme ou avec des tiers ; puis où nous prendrions en compte l'intensité des échanges intra firme. Cependant, il est à noter que ce modèle ne sera pas applicable ici dans la mesure où la grande majorité des échanges intra firme est réalisé entièrement entre entreprises appartenant à un même groupe.

Tableau 24 : Répartition des flux d'échange selon l'intensité des échanges intra firme, si la firme dispose d'une filiale

intra	exportation	importation
0%	47%	71,38%
]0%; 100%[	19%	7,80%
100%	34%	20,82%

Les résultats que nous obtiendrions ne nous apporteraient alors aucune information supplémentaire par rapport aux modélisations précédentes.

Le commerce extérieur français permet aux entreprises localisées en France d'échanger au delà des frontières nationales, les G2I en étant les acteurs les plus performants. Ces derniers contribuent fortement au montant total échangé et au solde la balance commerciale française.

L'internationalisation qui découle de ce commerce extérieur permet alors aux groupes multinationaux d'implanter leurs filiales à l'étranger et de réaliser des échanges intra firme. Ainsi, le BEA (Bureau of Economic Analysis) indique que 40% des exportations et 75% des importations des firmes multinationales installées aux Etats Unis sont des échanges intra firme, en 2000. En France, ce type d'échange n'est pas autant développé puisque seuls 40.7% des exportations et 36.3% des importations sont réalisées intra firme. Cependant, les évolutions constatées dans certains secteurs comme l'agroalimentaire laissent à penser que le marché interne se substituera de plus en plus au marché traditionnel. En effet, alors qu'en 1993, 23% des exportations et 11% des importations, des entreprises appartenant à un G2I et échangeant des produits agroalimentaires, étaient réalisés intra firme, ces taux sont en 1999 respectivement de 32% et 23%. Il n'en est toutefois pas de même pour les produits agricoles dont seulement 4% et 5.5% des exportations et importations totales sont échangées sur le marché interne des groupes multinationaux. Il n'y a donc pas d'intégration entre agriculture et agroalimentaire ; bien que des cas de délocalisation des productions, ou plutôt des cas d'investissements directs, soient maintenant connus dans le secteur des fruits et légumes ou des semences pour couvrir une plus grande saison de production.

De l'enquête « mondialisation » ressort par ailleurs que ces entreprises ont un comportement similaire, qu'elles soient françaises, européennes ou étrangères. En effet, elles échangent majoritairement les produits agroalimentaires intra firme, et ceci quelle que soit la nature du flux considéré (exportation ou importation). En outre, les produits phares contribuant le plus au montant total échangé intra firme sont les mêmes que ceux constatés en 1993, à savoir : les boissons (27%), les autres aliments (23%) et les produits laitiers (17%).

Les échanges intra firme visent ainsi à une spécialisation de gamme puisque les produits échangés, via le marché interne, seront essentiellement revendus en l'état. Il n'y a donc pas de division du travail au sein des firmes multinationales.

Comme l'a souligné *J. L. Mucchielli* : « plus les pays sont semblables, c'est-à-dire plus ils sont également développés, et plus la gamme des exportables est identique ou incluse dans la gamme des importables. Les échanges s'effectuent entre pays semblables et pour des produits comparables ou proches ». Or, nous avons pu constater que les échanges intra firme réalisés par les entreprises localisées en France et détenues par un G2I de l'agroalimentaire sont majoritairement à destination ou à provenance de l'Union Européenne : 62.52% du montant total échangé intra firme l'est vers cette zone. Plus précisément, c'est vers la Belgique et le Luxembourg que ces échanges s'intensifient.

Ainsi, l'Europe devient un espace privilégié vers lequel les entreprises françaises échangent en intra firme. Ceci rejoint l'idée mise en avant par *L. Fontagné* et *M. Freudenberg* : « les échanges intra européens se caractérisent par l'importance d'un commerce croisé faisant une large place aux échanges de qualité ».

Enfin, nous avons constaté que les décisions étaient prises au niveau du groupe. Ainsi, appartenir à un G2I de l'agroalimentaire créé un effet d'entraînement : la probabilité d'échanger, pour une entreprise, sera d'autant plus important que le groupe auquel elle appartient échange intra firme. Ceci vient alors corroborer les résultats obtenus lors de la première enquête « mondialisation ».

Les échanges intra firme permettent ainsi de pallier les imperfections du marché (*E. Chevassus Lozza*, *D. Galliano* et *J. Gallezot*) et de concilier les spécificités de l'entreprises à celles du lieu d'implantation (*J. H. Dunning*). Ces deux approches sont alors complémentaires et interdépendantes. En effet, sans les imperfections du marché, les firmes multinationales n'auraient pas à se délocaliser, et inversement.

Les échanges intra firme permettent donc de penser globalement mais agir localement pour arbitrer entre les préférences des consommateurs.

ANNEXES

ANNEXE 1 :

Questionnaire de l'enquête « mondialisation », 1999

sessi

Réf : 1064 / 314 528 613

ÉCHANGES INTERNATIONAUX INTRA-GROUPE EN 1999

Statistiques Obligatoires
Loi du 7 juin 1951
VISA N° 2000 X 091 N

Signature et cachet de l'entreprise

Pour tout renseignement concernant cette enquête, vous pouvez contacter : Mme FICHOT
Téléphone : 02 31 15 74 43 Télécopie : 02 31 15 74 84
Mél : cathrine.fichot@industrie.gouv.fr

[redacted]

Nom du correspondant : [redacted]
Fonction du correspondant :
Téléphone : [redacted] Télécopie :
Mél :

Merci de retourner ce questionnaire avant le

sessi
mond / 1064
Centre d'Enquêtes Statistiques
Rue Claude Bloch
BP 5137
14024 CAEN CEDEX

Vu l'avis favorable du Conseil National de l'Information Statistique, cette enquête reconnue D'INTÉRÊT GÉNÉRAL, est OBLIGATOIRE. VISA N°2000X091N du Ministre de l'Économie, des Finances et de l'Industrie (SESSI, SCEES et INSEE) valable pour l'année 2000. Aux termes de l'article 6 de la loi n°51-711 du 7 juin 1951 modifiée sur l'obligation, la coordination et le secret en matière de statistique, les renseignements transmis en réponse au présent questionnaire ne sauraient en aucun cas être utilisés à des fins de contrôle fiscal ou de répression économique. L'article 7 de la loi précitée stipule d'autre part que tout défaut de réponse ou une réponse sciemment inexacte peut entraîner l'application d'une amende administrative.

(merci de bien vouloir corriger, en cas d'inexactitude, l'information pré-imprimée connue du service enquêteur)

Numéro SIREN : 314 528 613
Code APE : 243Z

Forme juridique : S.A.
Effectifs salariés de l'entreprise au 31 décembre 1999 : 49

A - APPARTENANCE A UN GROUPE - SITUATION AU 31 DECEMBRE 1999

1. Les comptes de votre entreprise ont-ils été consolidés, en 1999, dans un groupe d'entreprises ? ..... oui ☐ non ☐ — Consolid

Si non : *aller à la question 7*
Si oui : Type de consolidation des résultats de votre entreprise au sein de ce groupe :
- Intégration globale ("fully consolidated") *(contrôle "exclusif", ou contrôle supérieur à 50%)* ..... ☐ — Integ_Gl
- Intégration proportionnelle *(contrôle "conjoint", par exemple "joint-venture")* * ..... ☐ — Integ_Pr
- Mise en équivalence *(aller à la question 7)* ..... ☐ — Equivale

2. Nom de ce groupe* : ..... — Nom_Grou

3.a) Ce groupe est-il implanté en France *ET* à l'étranger ? ..... oui ☐ non ☐ — Fr_Etran
3.b) Ce groupe est- il industriel? — Site_Ind

4. L'entreprise consolidante est-elle située à l'étranger ? ..... oui ☐ non ☐ — consol_E

5. Etes-vous l'entreprise consolidante ou l'entreprise (ou la succursale) représentant le groupe en France ? oui ☐ non ☐ — consoli2

Si oui : *(merci de remplir également le cadre E ** de ce questionnaire concernant le groupe)*
Si non : pouvez-vous donner le nom et le numéro SIREN de cette entreprise ? *(si vous avez reçu le cadre E , voir notice)*

Nom ..... Nom_rep. ..... N° SIREN : ..... — Sir_rep.

6. Des évènements exceptionnels (non répétés chaque année), ont-ils affecté en 1999 le périmètre du groupe ? oui ☐ non ☐ — Evenemen

Si oui, précisez : *(si vous êtes entreprise de référence du groupe (réponse OUI à la question5) : merci de mettre ces commentaires dans le cadre E)*

_____
_____

7. Avez-vous des relations de partenariat avec d'autres entreprises (hors groupe) implantées à l'étranger ? (existence de contrats à moyen/long terme) ..... oui ☐ non ☐ — Partenar

Si oui : pouvez-vous préciser de quel type de partenariat il s'agit *(plusieurs réponses possibles)* :
- Alliance technologique ..... ☐ — Alliance
- Fabrication sous licence ..... ☐ — Licence
- Franchise ..... ☐ — Franchis
- Sous traitance (conception partagée, travail à façon , ...) ..... ☐ — SousTrai
- *Autres : (précisez)* ..... ☐ — Autres

Si vous ne faites pas partie d'un groupe international (réponse NON aux questions 1 ou 3) : *fin du questionnaire.* ***Merci***

*Dans la suite du questionnaire, le **groupe de référence** est constitué des entreprises consolidées par intégration globale ou proportionnelle.*
En cas de consolidations emboîtées (en amont), on privilégiera, si l'information est disponible, le groupe le plus large.
** Si vous avez deux groupes de référence ("joint-ventures"), merci de préciser le nom du deuxième groupe de référence dans les commentaires ci-après, ainsi que celui de l'entreprise consolidante associée (un cadre E par groupe).*
*** Si vous n'avez pas reçu le cadre E, merci de contacter notre correspondant (coordonnées en haut à droite de ce questionnaire).*

Commentaires : _____
_____
_____

EXPORTATIONS DE BIENS en 1999

La variable "Cadre" vaut B

Nature de la transaction (1)	Pays de destination finale	Produits (nomenclature SH4)	Montant : en KF (2)	Montant : en % du total des exportations	Ventilation de ce montant par type de destinataire (en %) : Intra-groupe (a)	Partenariat extra-groupe (b)	Tiers (c)	TOTAL (a+b+c)	Usage principal des exportations intra-groupe (3) : Revente en l'état	Fabrication ou assemblage	Finition	Investissement
11	BE : Belgique	2804 : Hydrogène, gaz rares et autres éléments non métalliques	1 182	3,8	%	%	%	100%	☐	☐	☐	☐
12	BE : Belgique	2804 : Hydrogène, gaz rares et autres éléments non métalliques	17 092	54,8	%	%	%	100%	☐	☐	☐	☐
11	DE : Allemagne	2804 : Hydrogène, gaz rares et autres éléments non métalliques	635	2,0	%	%	%	100%	☐	☐	☐	☐
11	DE : Allemagne	3824 : Liants et additifs préparés pour ciments, mortiers ou bétons	5 071	16,3	%	%	%	100%	☐	☐	☐	☐
12	DE : Allemagne	2804 : Hydrogène, gaz rares et autres éléments non métalliques	2 929	9,4	%	%	%	100%	☐	☐	☐	☐
90	IN : Inde	3824 : Liants et additifs préparés pour ciments, mortiers ou bétons	3 521	11,3	%	%	%	100%	☐	☐	☐	☐
Total (4)			30 430	97,6								
					%	%	%	100%				
Nature	Pays	SH4 CPA4	Montant	Pcent	Intra (%)	Extra(%)	Tiers(%)	100%	Rev(1)	Fab(1)	Fin(1)	Inv(1)
			Modifie	PcentM	%	%	%	100%				
					%	%	%	100%				

(1) Nature de la transaction (source : déclarations d'échanges de biens ou déclarations douanes)
(2) Il s'agit du montant retenu dans les déclarations douanières ou intra-communautaires (valeur dite 'statistique')
(3) Usage principal : mode d'intégration des produits par les entreprises du GROUPE destinataires (destination finale)
(a) il s'agit du groupe de référence défini à la page 2 du questionnaire
(b) il s'agit d'entreprises avec lesquelles vous avez des relations de partenariat telles que définies à la page 2 du questionnaire

(4) Le montant global des exportations enregistré par les douanes pour votre entreprise est de : 31 178 KF pour l'année 1999 (intra et extra communautaire). Des lignes supplémentaires sont à votre disposition pour un complément éventuel.

Commentaires : _____

IMPORTATIONS DE BIENS en 1999

La variable "Cadre" vaut C

Nature de la transaction (1)	Pays de destination finale	Produits (nomenclature SH4)	Montant : en KF (2)	Montant : en % du total des exportations	Ventilation de ce montant par type de destinataire (en %) : Intra-groupe (a)	Partenariat Extra-groupe (b)	Tiers (c)	TOTAL (a+b+c)	Usage principal des exportations intra-groupe (3) : Revente en l'état	Fabrication ou assemblage	Finition	Investissement
11	BE : Belgique	3801 : Graphite artificiel et préparation àbase de graphite	2 147	8,1	%	%	%	100%	☐	☐	☐	☐
11	BE : Belgique	2713 : Coke et bitume de pétrole, résidus des huiles de pétrole ...	698	2,6	%	%	%	100%	☐	☐	☐	☐
11	BE : Belgique	2804 : Hydrogène, gaz rares et autres éléments non métalliques	3 637	13,7	%	%	%	100%	☐	☐	☐	☐
11	ES : Espagne	3801 : Graphite artificiel et préparation àbase de graphite	17 958	67,4	%	%	%	100%	☐	☐	☐	☐
90	GB : Royaume-Uni	2713 : Coke et bitume de pétrole, résidus des huiles de pétrole ...	528	2,0	%	%	%	100%	☐	☐	☐	☐
11	GB : Royaume-Uni	2804 : Hydrogène, gaz rares et autres éléments non métalliques	930	3,5	%	%	%	100%	☐	☐	☐	☐
Total (4)			25 898	97,2								
					%	%	%	100%	☐	☐	☐	☐
Nature	Pays	SH4 CPA4	Montant Modifié	Pcent PcentM	Intra(%)	Extra(%)	Tiers(%)	100%	Rev(1)	Fab(1)	Fin(1)	Inv(1)
					%	%	%	100%	☐	☐	☐	☐
					%	%	%	100%	☐	☐	☐	☐

(1) Nature de la transaction (source : déclarations d'échanges de biens ou déclarations douanes)
(2) Il s'agit du montant retenu dans les déclarations douanières ou intra-communautaires (valeur dite 'statistique')
(3) Usage principal : mode d'intégration par votre entreprise des produits fournis par les entreprises du GROUPE
(a) il s'agit du groupe de référence défini à la page 2 du questionnaire
(b) il s'agit d'entreprises avec lesquelles vous avez des relations de partenariat telles que définies à la page 2 du questionnaire

(4) Le montant global des importations enregistré par les douanes pour votre entreprise est de : 26 644 KF pour l'année 1999 (intra et extra communautaire). Des lignes supplémentaires sont à votre disposition pour un complément éventuel.

Commentaires : _____

D - APPRECIATIONS SUR LES ECHANGES INTERNATIONAUX INTRA-GROUPE

1 - Dynamisme des échanges de votre entreprise, selon le type d'échanges et les pays

a- Sur les trois dernières années, quel type d'échanges a le plus progressé ? (une réponse maximum par colonne) :	EXPORTATIONS	IMPORTATIONS
Intra-groupe	Exporta2	Importa2
Partenariat	Exporta3	Importa3
Tiers	Exporta4	Importa4

*b- Sur les trois dernières années, quelles sont les zones avec lesquelles vos **échanges intra-groupe** ont le plus progressé ? (3 réponses maximum par colonne) :*	EXPORTATIONS	IMPORTATIONS
Union européenne *(UE)*	Exporta5	Importa5
Europe de l'Est *(PECO, CEI)*	Exporta6	Importa6
Autre Europe Occidentale	Exporta7	Importa7
Afrique du Nord *(Maroc, Algérie, Tunisie, Libye, Egypte)*	Exporta8	Importa8
Afrique sub-saharienne et australe	Exporta9	Importa9
Proche et Moyen Orient	Exporta10	Importa10
ALENA *(Etats-Unis, Canada, Mexique)*	Exporta11	Importa11
Amérique centrale (*hors Mexique*) et du Sud	Exporta12	Importa12
Japon	Exporta13	Importa13
Asie hors Japon	Exporta14	Importa14
Autre (*préciser*) :	Exporta15	Importa15

c- Pouvez-vous préciser le(s) pays concernés par la plus forte croissance (échanges intra-groupe) ? Exporta16

EXPORTATIONS		IMPORTATIONS	
CODE	Nom pays	CODE	Nom du pays
	Code_X		Code_M
	Code_X2		Code_M2
	Code_X3		Code_M3

2- Si vous EXPORTEZ des biens vers des entreprises du groupe ayant une activité industrielle : appréciations sur la nature des produits que vous exportez, par rapport à la production locale de ces entreprises

Lieu d'implantation des entreprises *industrielles* du groupe	Biens plutôt : Similaires (1)	Biens plutôt : Complémentaires (2)	Biens complémentaires (3) : Niveau technologique relatif + = -
Union européenne *(EU)*	Similair	Compleme	Niveau (1 ou 2 ou 3)
Europe de l'Est *(PECO, CEI)*	Similai2	Complem2	Niveau2
Autre Europe Occidentale	Similai3	Complem3	Niveau3
Afrique du Nord *(Maroc, Algérie, Tunisie, Libye, Egypte)*	Similai4	Complem4	Niveau4
Afrique sub-saharienne et australe	Similai5	Complem5	Niveau5
Proche et Moyen Orient	Similai6	Complem6	Niveau6
ALENA *(Etats-Unis, Canada, Mexique)*	Similai7	Complem7	Niveau7
Amérique centrale *(hors Mexique)* et du Sud	Similai8	Complem8	Niveau8
Japon	Similai9	Complem9	Niveau9
Asie hors Japon	Similai10	Complem10	Niveau10
Autre *(préciser)* : Simila12	Similai11	Complem11	Niveau11

(1) ou 'substituables' : les entreprises du groupe ne disposent pas localement des capacités de production suffisantes pour assumer l'ensemble de la production, dans les délais impartis (produits identiques ou similaires)
(2) Par exemple : produits associés, compléments de gamme ou produits de qualité très différente de ceux produits par les filiales
(3) + (resp. =, -) : ces produits sont d'un niveau technologique supérieur (resp. équivalent, inférieur) à la production locale des filiales à l'étranger, c'est à dire incorporent plus (autant, moins) de R&D et d'innovation que la production locale des filiales

3 - Si vous IMPORTEZ des biens en provenance d'entreprises du groupe, diriez-vous plutôt que :

(appréciations sur la nature des produits que vous importez en intra-groupe, par rapport à votre production ou celle des entreprises du groupe en France)	OUI (1)	NON (2)
Le groupe ne fabrique pas de produits similaires en France	Reponse	
Le groupe n'a pas en France de capacités de production suffisantes pour satisfaire la demande (dans les délais impartis)	Reponse2	
Ces importations incorporent plus de R&D ou d'innovation que les produits fabriqués par le groupe en France	Reponse3	
Ces importations sont de plus haute qualité que les produits fabriqués par le groupe en France	Reponse4	
Ces importations résultent de la mise en concurrence des entreprises du groupe	Reponse5	
Votre entreprise sert de plate-forme logistique géographique pour le groupe (par exemple, pour l'Europe)	Reponse6	

Commentaires éventuels :
_____Réponse7_____
_____
_____

D - APPRECIATIONS SUR LES ECHANGES INTERNATIONAUX INTRA-GROUPE

4 - Centralisation/décentralisation des décisions concernant les échanges intra-groupe :

La décision de vos échanges de biens intra-groupe est-elle plutôt prise :	
Au niveau de votre entreprise	Reponse8
A un niveau supérieur, dans le groupe	Reponse9
A un autre niveau, dans le groupe (par exemple, société sœur, leader dans un domaine)	Reponse10
De façon collégiale	Reponse11

5 - Planification des échanges intra-groupe

Les principaux échanges que vous réalisez avec les entreprises du groupe sont-ils planifiés :

EXPORTATIONS		IMPORTATIONS :	
A moins d'un mois (flux tendus) Nbre1	Export17	A moins d'un mois (flux tendus) Nbre2	Import16
De un mois àmoins d'un an : |__| (mois). Nbre3	Export18	De un mois àmoins d'un an : |__| (mois).Nbre4	Import17
A un an et plus : |__| (mois) Nbre5	Export19	A un an et plus : |__| (mois) Nbre6	Import18

Commentaires éventuels :

_____Export20_____

6 - Selon vous, quels sont les avantages, pour votre entreprise, des échanges intra-groupe plutôt qu'avec des tiers ?

(une seule réponse par ligne, S.V.P.)	Tout àfait d'accord	Plutôt d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord	Sans objet
Moindre sensibilité aux aléas de la conjoncture	TAF	DAC	PAS	PDT	SSO
Moindre sensibilité aux changements de parités monétaires	TAF2	DAC2	PAS2	PDT2	SSO2
Moindre sensibilité aux cours des matières premières	TAF3	DAC3	PAS3	PDT3	SSO3
Planifier nos exportations plus longtemps àl'avance	TAF4	DAC4	PAS4	PDT4	SSO4
Stabiliser nos approvisionnements	TAF5	DAC5	PAS5	PDT5	SSO5
Exporter globalement davantage	TAF6	DAC6	PAS6	PDT6	SSO6
Nous approvisionner au meilleur coût	TAF7	DAC7	PAS7	PDT7	SSO7
Eviter de rédiger des contrats trop complexes	TAF8	DAC8	PAS8	PDT8	SSO8
Meilleure flexibilité pour ajuster nos quantités	TAF9	DAC9	PAS9	PDT9	SSO9
Meilleure flexibilité pour ajuster nos prix	TAF10	DAC10	PAS10	PDT10	SSO10
Moins coûteux, en terme d'organisation	TAF11	DAC11	PAS11	PDT11	SSO11
Financement plus facile	TAF12	DAC12	PAS12	PDT12	SSO12
Dissocier la fabrication des composants et l'assemblage	TAF13	DAC13	PAS13	PDT13	SSO13
Spécialiser nos sites productifs (économies d'échelle)	TAF14	DAC14	PAS14	PDT14	SSO14
Plus facile de maîtriser la qualité de nos produits	TAF15	DAC15	PAS15	PDT15	SSO15
Protéger nos produits de l'imitation	TAF16	DAC16	PAS16	PDT16	SSO16
Rentabiliser nos dépenses de publicité	TAF17	DAC17	PAS17	PDT17	SSO17
Maîtriser la stratégie de nos marques de produits	TAF18	DAC18	PAS18	PDT18	SSO18
Contourner des obstacles protectionnistes (actuels ou prévus)	TAF19	DAC19	PAS19	PDT19	SSO19
Seul moyen possible d'accéder àun réseau de distribution	TAF20	DAC20	PAS20	PDT20	SSO20
Etre plus proche de nos clients	TAF21	DAC21	PAS21	PDT21	SSO21
Maîtriser la qualité de nos services après-vente	TAF22	DAC22	PAS22	PDT22	SSO22
Autres : TAF24	TAF23	DAC23	PAS23	PDT23	SSO23

Commentaires éventuels :

_____TAF25_____

Merci de votre réponse

sessi

Réf : 9999 / 888 888 888

ÉCHANGES INTERNATIONAUX INTRA-GROUPE EN 1999

QUESTIONNEMENT COMPLÉMENTAIRE

Statistiques Obligatoires
Loi du 7 juin 1951
VISA N° 2000 X 091 IN

Signature et cachet de l'entreprise

Pour tout renseignement concernant cette enquête,
vous pouvez contacter : Mme Mondial
Téléphone : 02 90 12 34 56 Télécopie : 02 90 65 43 21
Mél : catherine.mondial@industrie.gouv.fr

SOCIETE DES ECHANGES INTRA-GROUPE
Nom du correspondant : M PINSON
Fonction du correspondant :
Téléphone : 01 99 88 77 66 Télécopie : 01 33 22 11 66
Mél :

Merci de retourner ce questionnaire avant le

sessi
mond / 9999
Centre d'Enquêtes Statistiques
Rue Claude Bloch
BP 5137
14024 CAEN CEDEX

Vu l'avis favorable du Conseil National de l'Information Statistique, cette enquête, reconnue D'INTÉRÊT GÉNÉRAL, est OBLIGATOIRE. VISA N° 2000 X 091 IN du Ministre de l'Economie, des Finances et de l'Industrie (SESSI, SCEES et INSEE) valable pour l'année 2000. Aux termes de l'article 6 de la loi n° 51-711 du 7 juin 1951 modifiée sur l'obligation, la coordination et le secret en matière de statistique, les renseignements transmis en réponse au présent questionnaire ne sauraient en aucun cas être utilisés à des fins de contrôle fiscal ou de répression économique. L'article 7 de la loi précitée stipule d'autre part que tout défaut de réponse ou une réponse sciemment inexacte peut entraîner l'application d'une amende administrative.

(merci de bien vouloir corriger, en cas d'inexactitude, l'information pré-imprimée connue du service enquêteur)

Numéro SIREN : 888 888 888
(entreprise française répondante pour le groupe) :

Code APE : 3328

E - SITUATION DU GROUPE AU 31 DÉCEMBRE 1999

Nom du groupe : ..... Nom_gro2

Rappel du périmètre de consolidation :
Consolidation par intégration globale ('fully consolidated') ..... Integrat
Consolidation par intégration globale et proportionnelle ((fully consolidated' et 'joint-ventures') .... Proporti
(les entreprises mises en équivalence ne sont pas incluses ci dessous)

Le groupe a des implantations à l'étranger : pouvez-vous cocher les cases indiquant le lieu d'implantation des entreprises du groupe, et indiquer, *même approximativement*, la répartition des effectifs totaux, des effectifs industriels et du chiffre d'affaires des entreprises du groupe, selon ces zones (année 1999) ?

Lieu d'implantation des entreprises du groupe (1)		Effectifs totaux (fin 1999)	Effectifs Industriels (2)	Chiffre d'affaires
France	Implanta	Totaux %	Industri %	CA %
Union européenne (EU) sauf France	Implant2	Totaux2 %	Industr2 %	CA2 %
Europe de l'Est (PECO, CEI)	Implant3	Totaux3 %	Industr3 %	CA3 %
Autre Europe Occidentale	Implant4	Totaux4 %	Industr4 %	CA4 %
Afrique du Nord (Maroc, Algérie, Tunisie, Libye, Egypte)	Implant5	Totaux5 %	Industr5 %	CA5 %
Afrique sub-saharienne et australe	Implant6	Totaux6 %	Industr6 %	CA6 %
Proche et Moyen Orient	Implant7	Totaux7 %	Industr7 %	CA7 %
Alena (Etats-Unis, Canada, Mexique)	Implant8	Totaux8 %	Industr8 %	CA8 %
Amérique centrale (hors Mexique) et Amérique du Sud	Implant9	Totaux9 %	Industr9 %	CA9 %
Japon	Implan10	Totaux10 %	Indust10 %	CA10 %
Asie hors Japon	Implan11	Totaux11 %	Indust11 %	CA11 %
Autres (précisez)	Implan12	Totaux12 %	Indust12 %	CA12 %
TOTAL		=100%	=100%	=100%

(1) Merci de cocher les zones d'implantation des entreprises du groupe prises en compte dans les comptes consolidés
(2) Effectifs travaillant sur les sites de production, fin 1999

Effectifs totaux du groupe fin 1999 : .. Eff_tota ..... dont : **Effectifs industriels** : ..... dont_Ind
Montant total du Chiffre d'Affaires consolidé en 1999* : .... Ca_total ... unité : kF☐ Euros☐ $☐ Unite_Mo

**Si vous ne pouvez évaluer les effectifs et montants totaux, merci d'indiquer ceux des seules entreprises implantées en France, et de cocher la case suivante :*

☐ *Les totaux ci-dessus concernent la France uniquement* France_U

E-SITUATION DU GROUPE AU 31 DECEMBRE 1999 (suite)

Principales modifications du contour de votre groupe au cours de l'année 1999 :

Pas de modification au cours de l'année	Pas_mod	L'entreprise consolidante a été restructurée	Restruct
Le périmètre de consolidation s'est restreint ...	Restrein	Changement d'entreprise consolidante	Changt_c
Le périmètre de consolidation s'est élargi	Elargi	Autres modifications (merci de préciser ci-dessous.....	Autres2

Si le périmètre de consolidation a été modifié au cours de l'année 1999 : merci de fournir la liste des entreprises ***entrées dans le groupe (=E)*** *ou* ***sorties du groupe (=S),*** *en commençant par les entrées dans le groupe, s'il y en a.*

E ou S	*N° SIREN**	*Raison sociale*
Mouvemen *(1 si entrée, 2 si sortie)*	Siren2	Raison_S
Mouveme2	Siren3	Raison_2
Mouveme3	Siren4	Raison_3
Mouveme4	Siren5	Raison_4
Mouveme5	Siren6	Raison_5
Mouveme9	Siren10	Raison_9
Mouvem10	Siren11	Raison_10
Mouvem14	Siren15	Raison14

* *(pour les entreprises immatriculées)*

Commentaires sur la définition du groupe et/ou sur les modifications intervenues en 1999 :

MERCI POUR VOTRE REPONSE

ANNEXE 2 :

Distinction produits agricoles / produits agroalimentaires

Les produits agricoles
111: céréales et plantes industrielles
112: produits maraichers, horticoles ou de pépinière
113: fruits et plantes à boisson
121: produits de l'élevage bovin
122: produits de l'élevage ovin, caprin ou équin
124: produits de l'élevage de volaille
125: autres produits de l'élevage

Les produits agro alimentaires
151: viandes, peuax et produits à base de viande
152: industries du poisson
153: industries des fruits et légumes
154: huile, tourteaux et corps gras
155: produits laitiers et glaces
156: travail des grains
158: aliments pour animaux
159: industries des boissons
160: industrie du tabac

ANNEXE 3 :

Nomenclature des pays

CODES GEOGRAPHIQUES utilisés dans le questionnaire

UNION EUROPEENNE

AT Autriche
BE Belgique
DE Allemagne
DK Danemark
ES Espagne
FI Finlande
FR France
GB Royaume-Uni
GR Grèce
IE Irlande
IT Italie
LU Luxembourg
NL Pays-Bas
PT Portugal
SE Suède

EUROPE DE L'EST (PECO, CEI)

AL Albanie
BA Bosnie-Herzégovine
BG Bulgarie
CZ République tchèque
EE Estonie
HR Croatie
HU Hongrie
LT Lituanie
LV Lettonie
MK Ex Macédoine
PL Pologne
RO Roumanie
SI Slovénie
SK Slovaquie
YU Yougoslavie

AM Arménie
AZ Azerbaïdjan
BY Biélorussie
GE Géorgie
KG Kirghizstan
KZ Kazakhstan
MD Moldavie
RU Russie (Fédération de)
TJ Tadjikistan
TM Turkménistan
UA Ukraine
UZ Ouzbékistan

AUTRE EUROPE

AD Andorre
CH Suisse
CY Chypre
FO Féroé (îles)
GI Gibraltar
GL Groenland
IS Islande
LI Liechtenstein
MT Malte
NO Norvège
SM Saint-Marin
TR Turquie
VA Vatican
XC Ceuta
XL Melilla

AFRIQUE DU NORD

DZ Algérie
EG Egypte
LY Libye
MA Maroc
TN Tunisie

AFRIQUE SUBSAHARIENNE ET AUSTRALE

BF Burkina Faso
BI Burundi
BJ Bénin
CD Congo (Rép. Démocratique du)
CF Rép. Centrafricaine
CG Congo
CI Côte-d'Ivoire
CM Cameroun
CV Cap-Vert
DJ Djibouti
ER Erythrée
ET Ethiopie
GA Gabon
GH Ghana
GM Gambie
GN Guinée
GQ Guinée équatoriale
GW Guinée-Bissau
KE Kenya
LR Liberia
ML Mali
MR Mauritanie
NE Niger
NG Nigeria
RW Rwanda
SD Soudan
SL Sierra Leone
SN Sénégal
SO Somalie
ST Sao Tomé et Principe
TD Tchad
TG Togo
TZ Tanzanie (Rép.-Unie de)
UG Ouganda

AO Angola
BW Botswana
IO Archipel des Chagos
KM Comores
LS Lesotho
MG Madagascar
MU Maurice
MW Malawi
MZ Mozambique
NA Namibie
SC Seychelles
SZ Swaziland
ZA Afrique du Sud
ZM Zambie
ZW Zimbabwe
SH Sainte-Hélène

PROCHE ET MOYEN ORIENT

IL Israël
JO Jordanie
LB Liban
SY Syrie
XP Cisjordanie/Bande de Gaza

AE Emirats arabes unis
BH Bahreïn
IQ Iraq
IR Iran (Rép. islamiste d')
KW Koweït
OM Oman
QA Qatar
SA Arabie saoudite
YE Yémen

ALENA

CA Canada
MX Mexique
US Etats-Unis

AMERIQUE CENTRALE (HORS MEXIQUE) ET DU SUD

AG Antigua et Barbuda
AI Anguilla
AN Antilles néerlandaises
AW Aruba
BB Barbade
BM Bermudes
BS Bahamas
BZ Belize
CR Costa Rica
CU Cuba
DM Dominique
DO République Dominicaine
GD Grenade
GT Guatemala
HN Honduras
HT Haïti
JM Jamaïque
KN Saint-Kitts-et-Nevis
KY Caymanes (Iles)
LC Sainte-Lucie
MS Montserrat
NI Nicaragua
PA Panama
SV El Salvador
TC Turks et Caïques (Iles)
TT Trinité et Tobago
VC Saint-Vincent et les Grenadines
VG Vierges britanniques (Îles)
VI Vierges des Etats-Unis (Iles)

AR Argentine
BO Bolivie
BR Brésil
CL Chili
CO Colombie
EC Equateur
FK Falkland (Iles)
GY Guyana
PE Pérou
PY Paraguay
SR Suriname
UY Uruguay
VE Venezuela

ASIE (ET OCEANIE)

JP Japon

AF Afghanistan
BD Bangladesh
BT Bhoutan
IN Inde
LK Sri Lanka
MV Maldives
NP Népal
PK Pakistan

BN Brunei Darussalam
ID Indonésie
KH Cambodge
LA Laos
MM Birmanie
MY Malaysie
PH Philippines
SG Singapour
TH Thaïlande
VN Viet-Nam
CN Chine
HK Hong-Kong
KP Corée du Nord
KR Corée du Sud
MN Mongolie
MO Macao
TW Taiwan

AU Australie
FJ Fidji
FM Micronésie (Etats fédérés de)
KI Kiribati
MH Marshall (Iles)
MP Mariannes du Nord (Iles)
NR Nauru
NZ Nouvelle-Zélande
PG Papouasie-Nouvelle-Guinée
PN Pitcairn
PW Palaos
SB Iles Salomon
TO Tonga
TV Tuvalu
VU Vanuatu
WS Samoa
XA Océanie américaine
XO Océanie australienne
XZ Océanie néo-zélandaise

TOM, DOM ET AUTRES

NC Nouvelle-Calédonie
PF Polynésie française
PM Saint-Pierre et Miquelon
WF Wallis et Futuna
YT Mayotte

GF Guyane française
GP Guadeloupe
MQ Martinique
RE Réunion

QV Pays non dét., avit. (éch. Intracommunautaires)
QW Pays non dét., avit. avec les pays tiers.

XR Régions polaires

BIBLIOGRAPHIE

Manuels:

- **Ardilly P. (1994),** *Les techniques de sondage*, éditions Technique Paris
- **Chevalier J. M. (1995)**, *L'économie industrielle des stratégies d'entreprise*, Domat économie
- **Coase R. (1937)**, *The nature of the firm*, Economica
- **Escofier B. et Pagès J. (1997)**, *Initiation aux traitements statistiques : méthodes, méthodologie*, Didact Statistique
- **Evrard Y. Pars B. et Roux E. (1993)**, *Market études et recherches en marketing,* Nathan
- **Galliano D. (1995)**, *Les groupes industriels de l'agro-alimentaire Français,* Economica
- **Greenaway D. (1993)**, *Direct Investment in EC*, European Economy
- **Greene W. H. (1997)**, *Econometric analysis*, Pertinence hall international edition (third edition)
- **Jambu M. (1989),** *Exploration informatique et statistique des données*, Dunod informatique
- **Jambu M. (1999)**, *Méthodes de base de l'analyse de données*, Eyrolles
- **Klatzmann J. (1992)**, *Attention, statistiques ! comment déjouer les pièges !*, La découverte, Essais
- **Krugman Paul R., Obstfeld M. et Leloup F. (1995)**, *Economie internationale*, Ouvertures économiques Séries prémisses ISSN
- **Krugman Paul R. (1992)**, *Economie Internationale*, Prémisses

- **Maddala G. S. (1992)**, *Introduction to econometrics*, prentice hall international edition (second edition)
- **Ministère de l'économie, des finances et de l'industrie**, *Enquête échanges internationaux intra groupe : dossier méthodologique*
- **Morvan Y. (1991),** *Fondements d'économie industrielle,* Economica
- **Moscarola J. (1990)**, *Enquêtes et analyse des données avec le Sphinx*, Vuibert Question
- **Mucchielli J. L. (1991)**, *Relations économiques internati*onales, Les fondamentaux Paris Hachette
- **Rainelli M. (1999)**, *L'organisation mondiale du commerce*, Repères
- **SESSI (1998)**, *Industrie Française et mondialisation*
- **Thomas A. (2000)**, *Econométrie des variables qualitatives*, Dunod
- **Wang K. et Connor J. (1996)**, The determinants of intra firm internatioanl trade, Westview Prsee
- **Williamson O. E. (1975)**, Market and hierarchies, Analysis and anti-trust implications, The free Press

Articles :

- **Bouyer J. (1991)**, *Logistic regression in epidemiology*, Epistémologie et santé publique
- **Chevassus-Lozza E., Galliano D. (2003)**, *Local spillovers, firm organization and export behaviour : Evidence from the french food industry*, Regional Studies vol 37.2
- **Chevassus-Lozza E., Gallezot J., Galliano D. (1999)**, *Les déterminants des échanges internationaux intra firme : le cas de l'agro-alimentaire Français*, Revue d'économie industrielle n°87

- **Chevassus-Lozza E., Gallezot J., Galliano D. (1999)**, *Exportations intra firme ou directes : une alternative pour les firmes multinationales,* Economie et statistique n°326-327

- **Fontagné L., Freudenberg M. et Ünal-Kesenci D. (1995)**, *Echanges de biens intermédiaires et régionalisation : Quel rôle pour l'intra groupe ?*, CEPII (Centre d'Etudes Prospectives et d'Informations Internationales)

- **Fontagné L. et Pajot M. (1999)**, *Investissement direct à l'étranger et échanges extérieurs : un impact plus fort aux Etats Unis qu'en France*, Economie et Statistique n°326-327

- **Fontagné L. et Freudenberg M. (2000)**, *Marché unique et développement des échanges*, Economie et statistique n°326

- **Fontagné L., Freudenberg M. et Péridy N. (1995)**, *Intra CE Trade and the impact of the Single Market*, CEPII (Centre d'Etudes Prospectives et d'Informations Internationales)

- **Fontagné L. et Pajot M. (1997)**, *How FDI affects international trade and competitivenes : an assessment,* CEPII (Centre d'Etudes Prospectives et d'Informations Internationales)

- **Francoz D. (2002)**, *L'activité de recherche et développement des entreprises sous contrôle étranger en France*, Bureau des études statistiques sur la recherche, Ministère de l'éducation nationale, Ministère de la recherche

- **Gollac N., Greenan N. et Hamon_Cholet S. (2000)**, *L'information de l'« ancienne » économie : nouvelles machines, nouvelles organisations et nouveaux travailleurs*, Economie et statistique n°339-340

- **Guillouzo R. et Ruffio P. (2003)**, *L'internationalisation des coopératives laitières européennes :modalités et stratégies*, Observatoire Economique des IAA de Bretagne

- **Kremp E. et Sevester P. (2000)**, *L'appartenance à un groupe facilite le financement des entreprises*, Economie et statistique n°336

Internet :

➢ Document Internet

- **Dupuch S. (2001)**, *Les déterminants des flux des IDE intra-européens*

http://www.univ-paris13.fr/cepn/WP2001-03.pdf

- **Dupuch S. et Milan C. (2001)**, *Les déterminants des investissements directs européens dans les pays d'Europe centrale et Orientale*

http://www.univ-paris13.fr/cepn/Idesst.pdf

- **Crozet M. (2000)**, *L'impact des choix de localisation des firmes multinationales sur les dynamiques industrielles*

http://www.dauphin.fr/edocif-crozet.pdf

➢ Site Internet

Site de l'INSEE : http://www.insee.fr

Je tiens à remercier tout particulièrement *E. Chevassus Lozza* pour ses conseils et sa présence. Je tiens aussi à remercier *I. Cadoret*, de l'Université de Rennes I, pour m'avoir assistée dans le cadre de ce stage. Enfin, je voudrais remercier toute l'équipe de l'UMR EDRA de Nantes (*C. Vassy*, *V. Chatellier*, *E. Zitt* et *M. Rouveau*) pour m'avoir aidée, de près ou de loin, à mener la mission qui m'était confiée.