

ECHNAGE INTRA-FIRME

Définition

Echange international de biens ou de services entre entreprises d'un même groupe, d'une même firme multinationale.

Explications

Le *commerce intra-firme* est un échange international de biens ou de services entre entreprises d'un même groupe, d'une même firme multinationale.

Ce commerce transfrontière entre filiales d'une même *FMN* est un commerce marchand même si le prix n'est pas forcément un prix de *marché*.

Indicateurs

Le *commerce intra-firme* est mesuré par la proportion des exportations d'un pays qui se font à l'intérieur d'un groupe (de sociétés apparentées) et/ou par la proportion des importations d'un pays qui se font à l'intérieur d'un même groupe.

On peut penser que l'accroissement du nombre de *firmes multinationales* est un indicateur qui peut mesurer, en partie et de manière évidemment très indirecte, l'augmentation du commerce intra-firme.

Tendances

- Il semble que le *commerce intra-firme* se soit fortement développé dans les années 90, période pour laquelle il existe quelques données statistiques. (Voir pour en savoir plus) À la fin des années 90, il représentait par exemple entre 30 (pour le Japon) et 40 % (pour la France) de leurs exportations. Mais il semble que cette importance soit très dépendante du niveau de développement des pays qui échangent : de grandes variations existent et il vaut mieux regarder au cas par cas que de retenir un chiffre moyen.
- Il semble aussi que, lorsque les filiales d'un même groupe sont dans des pays de niveau de développement identiques ou proches, le commerce intra-firme vise plutôt la distribution (sans grande modification du produit). À l'opposé, lorsque les pays d'implantation des filiales d'un même groupe ont un niveau de développement différent, le commerce concerne plus des produits semi-finis qui seront transformés dans une logique de décomposition internationale du processus de production.

Enjeux

- **Premier enjeu d'ordre théorique.** Le *commerce international* tel qu'il est mesuré comprend les échanges intra-firmes alors que les analyses classiques supposent que ce commerce se déroule sur un *marché* avec des prix fixés sur les marchés. Or, ces échanges intra-firme se font, bien sûr, hors marché. Une partie non négligeable du commerce international ne peut donc s'expliquer par les analyses classiques (*avantages comparatifs*, dotations factorielles ou *compétitivité-prix*).

- **Second enjeu d'ordre politique.** Les *FMN* vont fixer un prix qui, comptablement, les arrange. Imaginons un « exemple » simpliste : si le pays A à un taux d'imposition des bénéfices fort par rapport au pays B, une *FMN* implanté dans les deux pays aura tendance à sous-évaluer le prix du produit que la filiale dans le pays A vend à une autre filiale dans le pays B. Les ventes et donc, ici, le bénéfice seront plus faibles dans le pays A. Les dépenses seront aussi plus faibles, et donc le bénéfice plus élevé, dans le pays B. Globalement, la *FMN* paiera moins d'impôts sur les bénéfices, les bénéfices étant « transférés du pays A au pays B. Par ces artifices comptables, certains États perdent donc des ressources fiscales qui peuvent être importantes.

Erreurs Fréquentes

- Croire que le *commerce intra-firme* concerne l'ensemble des relations d'achats et de ventes au sein d'une *FMN* ; en fait on réserve cette expression à des achats et des ventes qui franchissent une frontière.
- Croire que le commerce intra-firme ne s'explique que par l'existence d'une décomposition internationale du processus productif des *FMN*.
- Croire que le commerce intra-firme est uniforme selon les pays et les *FMN*.

En savoir plus

Des **informations** (anciennes) sur le site de l'OCDE :

<http://www.oecd.org/fr/eco/perspectives/2752933.pdf>

Sources : d'après <http://ses.webclass.fr/> (+ mise à jour et modifications)