

Economie Internationale

Pr. Amine DAFIR

FSJES AS 2025

FSJES AIN SEBAA/UH2C

amine.dafir@gmail.com

www.amdafir.com

Point de départ

- Les principes essentiels de l'économie mondiale
- Les outils indispensables à la compréhension des débats contemporains
- L'avancement des théories et des défis de l'économie mondiale

Introduction générale

Partie I: Commerce International

Questions de départ:

- Pourquoi les pays échangent entre eux?
- Qui profite du libre échange?
- Qui régule le commerce entre les pays?
- Quel est le positionnement des PVD, de l'Afrique et du Maroc dans les échanges internationaux?

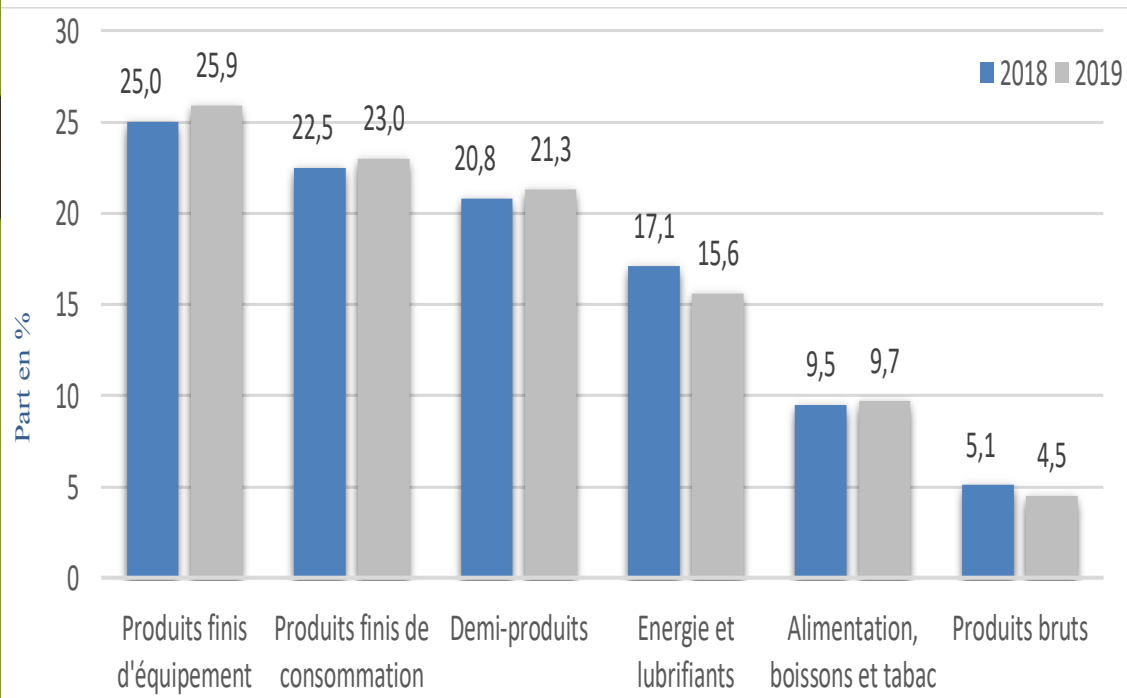
Partie I: Commerce International

- Gains à l'échange
- Protectionnisme ou libre-échange?
- La structure des échanges
- La balance commerciale
- Les politiques économiques et commerciales

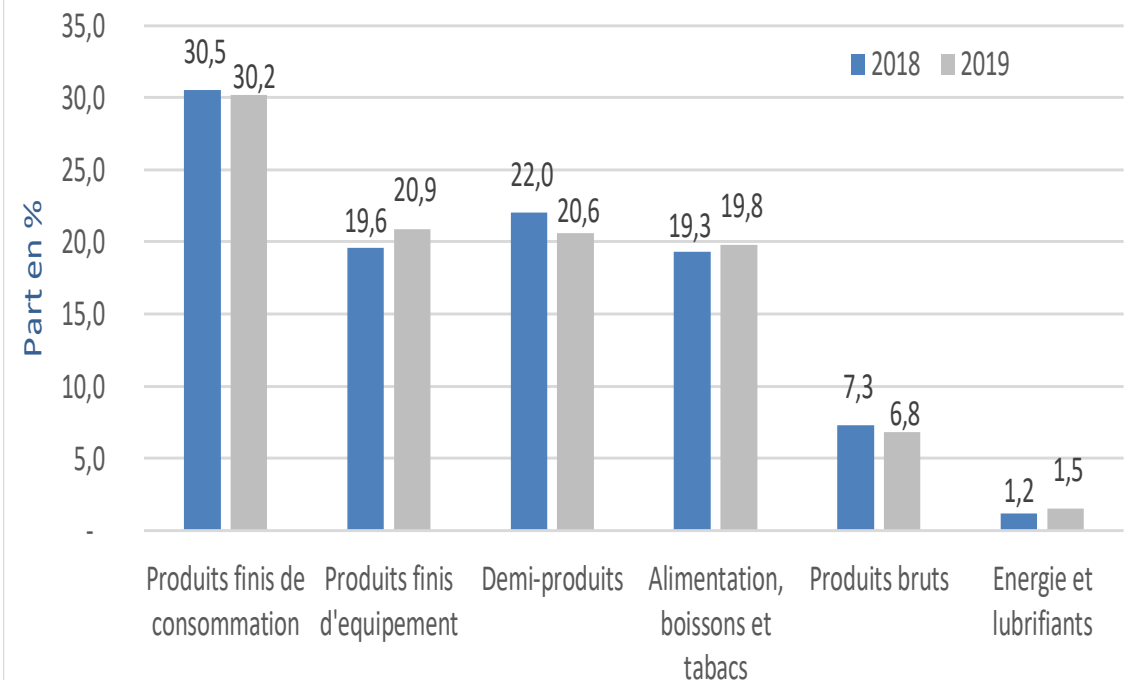
Partie I: Commerce International

Source: Office de changes 2020

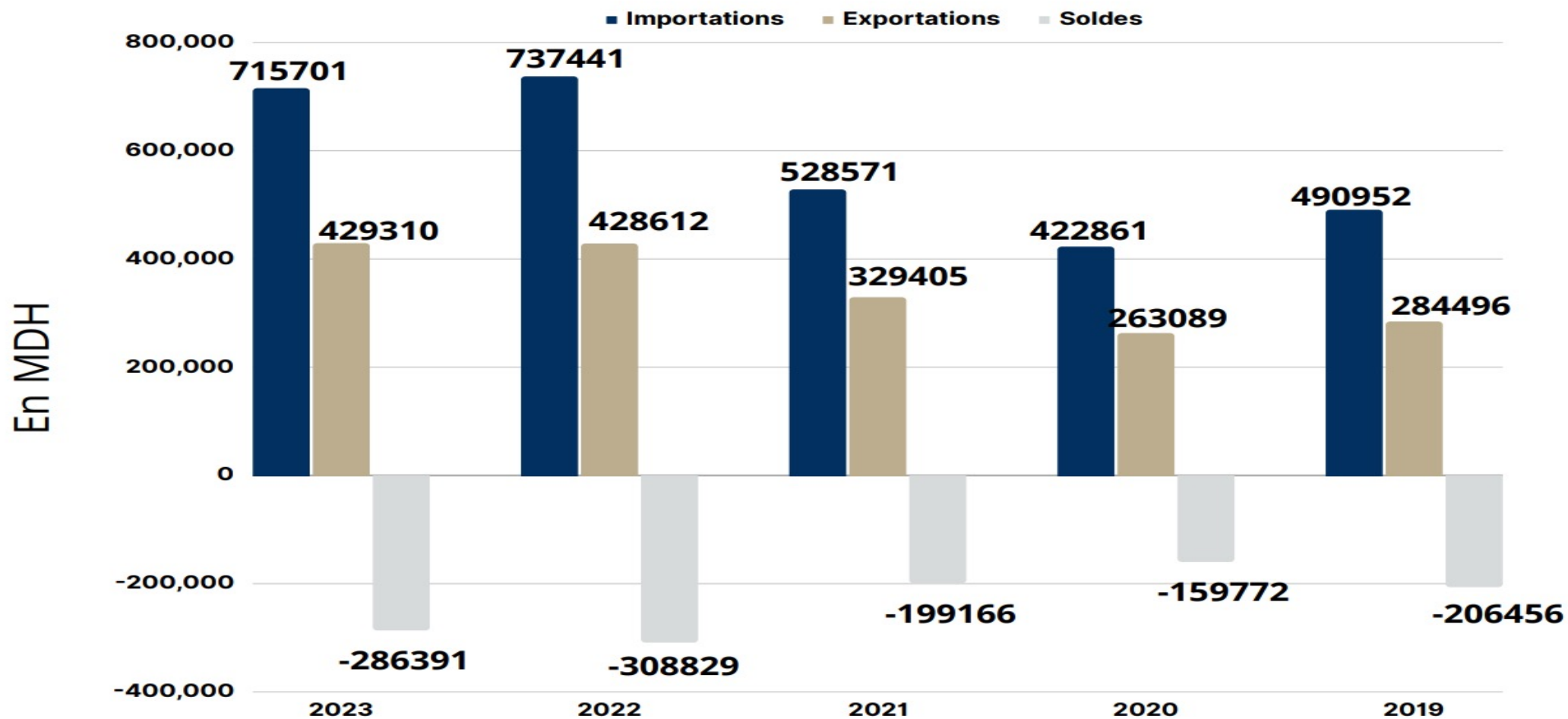
G1-1 Structure des importations 2018-2019



G2-1 Structure des exportations



Balance commerciale



Partie I: Commerce International

- **Les gains à l'échange**

Il y'a une unanimité sur les bénéfices de commerce international (Pétrole pour le Maroc par exemple)

Le commerce international est considéré comme étant un jeu à somme globale positive.

Toutes les théories de commerce international concluent que l'échange de biens de services entre deux pays est le plus souvent bénéfique aux deux parties

Les gains ne sont pas toujours équitables (impact négatif sur quelques secteurs)

Types de Gains: Gains de variété (élargissement de paniers), gains de spécialisation, les gains d'efficience, les transferts de technologies (même par la consommation)

Partie I: Commerce International

Protectionnisme ou libre-échange?

- Il y'a un éternel débat sur le degré optimal d'ouverture commerciale
- Les pays adoptent des mesures protectionnistes en limitant les importations ou en cherchant à subventionner les exportations.
- La libre échange est une force pour la prospérité économique des nations/
Altermondialistes

Partie I: Commerce International

I. Théories du commerce International

Présenter les grandes théories expliquant comment et pourquoi les échanges internationaux se sont développés.

Les producteurs du pays qui devient exportateur disposent d'un avantage. Celui-ci peut provenir du fait ils produisent avec des coûts inférieurs parce qu'ils sont plus productifs (Smith - Ricardo) ou parce qu'ils disposent de facteurs de production moins coûteux en raison de leur abondance (Heckscher-Ohlin-Samuelson)

Partie I: Commerce International

I. Théories traditionnelles du commerce International

- **L'Avantage Absolu (Adam Smith)**

Il est prudent “**de ne jamais essayer de faire chez soi la chose qui coûtera moins à acheter qu'à faire**” (La richesse des nations, IV.3).

Selon Adam Smith, l'échange est **mutuellement avantageux** dès lors qu'un pays est plus productif dans la production d'un bien tandis qu'un autre pays est meilleur dans la production d'un autre bien.

Partie I: Commerce International

I. Théories traditionnelles du commerce International

- L'Avantage Absolu (Adam Smith)

Exemple : Maroc  vs. Brésil 

Le Maroc possède un avantage absolu dans la production du phosphate, étant l'un des plus grands exportateurs mondiaux avec des coûts d'extraction très bas. En revanche, le Brésil a un avantage absolu dans la production de soja grâce à son climat et à ses vastes terres agricoles. Selon Adam Smith, chaque pays devrait se spécialiser dans ce qu'il produit mieux et échanger ces biens. Ainsi, le Maroc exporte du phosphate vers le Brésil et importe du soja pour répondre aux besoins de son industrie agroalimentaire.

Partie I: Commerce International

I. Théories traditionnelles du commerce International

- L'Avantage comparatif (DAVID Ricardo)

La notion d'avantage comparatif est attribuable à David Ricardo (1772-1823), économiste et membre du parlement anglais.

Dans sa **“théorie de l'avantage comparatif”**, tous les pays, même les moins compétitifs, ont un intérêt à participer à l'échange international. En s'ouvrant au commerce, ils peuvent se spécialiser dans la production des biens pour lesquels ils détiennent un avantage productif relatif, et acheter les biens qu'ils produisent avec un désavantage relatif

Partie I: Commerce International

I. Théories traditionnelles du commerce International

- **L'Avantage comparatif (DAVID Ricardo)**

Pour Ricardo, il n'est pas nécessaire que les pays disposent d'avantages absolus. Même si un pays domine strictement l'autre dans la production des deux types de biens, il reste mutuellement avantageux pour lui de se spécialiser dans la production du bien pour lequel son avantage est le plus prononcé et d'importer le bien qu'il produit avec une productivité relativement plus faible.

Le modèle ricardien est un modèle très simple qui montre comment les différences entre les pays donnent lieu à des échanges internationaux. Dans son modèle, le travail est le seul facteur de production et les pays ne diffèrent que par leur productivité du travail.

Partie I: Commerce International

I. Théories traditionnelles du commerce International

- L'Avantage comparatif (DAVID Ricardo)

Exemple : Maroc  vs. Espagne 

Même si l'Espagne est plus productive que le Maroc dans la production de fruits et légumes et dans l'industrie automobile, elle a un avantage comparatif dans l'automobile (Renault, Seat). De son côté, le Maroc, bien qu'il puisse produire des voitures, a un avantage comparatif dans la production et l'exportation de tomates grâce à ses coûts de main-d'œuvre plus bas et son climat favorable. Selon Ricardo, il est optimal que le Maroc se spécialise dans les tomates et que l'Espagne se spécialise dans l'automobile, puis qu'ils échangent leurs productions.

Partie I: Commerce International

I. Théories traditionnelles du commerce International

Le Modèle Heckscher-Ohlin-Samuelson (HOS) ou théorie des dotations factorielles

- Un prolongement théorique de la pensée ricardienne.
- Dans le modèle HOS, les échanges internationaux reposent sur des différences de dotation dans les facteurs de production.
- La spécialisation partielle de chaque pays dans le bien relativement le plus intensif dans le facteur dont ce pays est relativement le mieux doté.

Partie I: Commerce International

I. Théories traditionnelles du commerce International

Le Modèle Heckscher-Ohlin-Samuelson (HOS)

- La spécialisation dépend des dotations factorielles des pays, l'échange est toujours source de gain et l'ouverture engendre des modifications dans la répartition du revenu national.
- **Exemple:** les PVD se caractérisent par une population nombreuse et un faible volume de capital physique. Ils sont donc relativement bien dotés en facteur travail. Ils ont alors intérêt à se spécialiser dans la production de biens à faible intensité capitalistique parce que le coût relatif du travail y est favorable.

Partie I: Commerce International

I. Théories traditionnelles du commerce International

Le Modèle Heckscher-Ohlin-Samuelson (HOS)

- Exemple : Maroc  vs. Allemagne 

Le Maroc dispose d'une abondance relative de main-d'œuvre peu coûteuse et d'un climat favorable à l'agriculture, tandis que l'Allemagne a une abondance de capital et de technologies avancées. Selon Heckscher-Ohlin, le Maroc devrait exporter des produits agricoles et du textile (intensifs en main-d'œuvre), tandis que l'Allemagne exporte des machines industrielles et des voitures (intensifs en capital).

Partie I: Commerce International

I. Théories traditionnelles du commerce International

Le paradoxe de Leontief (critique de HOS)

- En appliquant les conclusions du modèle HOS aux États-Unis, Wassily Leontief (1954), trouve le résultat inverse de celui prévu par le modèle HOS puisque le pays relativement abondant en capital exporte des biens intensifs en main-d'oeuvre alors qu'il devrait exporter des biens intensifs en capital.
- Pour expliquer le divorce entre les résultats observés et les résultats attendus, Leontief souligne que son analyse ne prend pas en compte la "qualité" des facteurs de production en particulier le fait que les travailleurs n'ont pas la même productivité : un travail américain vaut à cette date trois travailleurs étrangers.

Partie I: Commerce International

I. Théories traditionnelles du commerce International

La théorie des avantages absolus

Adam Smith (1776)



Spécialisation de chaque pays dans les productions pour lesquelles il possède un avantage absolu en termes de coûts par rapport aux autres nations.

La théorie des avantages comparatifs

David Ricardo (1817)



Spécialisation des nations sans avantage absolu dans les productions pour lesquelles elles connaissent le moindre désavantage en termes de coût et de prix de vente.
→ Augmentation des richesses de chaque pays et de la richesse totale.

Le modèle HOS

Heckscher, Ohlin et Samuelson,
1^{re} moitié du xx^e siècle



Explication de l'origine de l'avantage comparatif mis en évidence par D. Ricardo : spécialisation des pays dans les fabrications qui incorporent le facteur de production le plus abondant localement.

Partie I: Commerce International

I. Théories du commerce International

Les nouvelles théories du commerce international

Les "nouvelles théories du commerce international" sont nées pour expliquer les caractéristiques du commerce international contemporain qui ne relèvent pas de l'analyse traditionnelle:

- le commerce international se développe le plus entre des nations de niveau de développement comparable, **aux dotations factorielles identiques**,
- les échanges **intra-branches** occupent une part importante dans le commerce mondial,
- les firmes multinationales et le commerce **intra-firme** jouent un rôle croissant alors qu'elles échappent aux mécanismes du marché.

Tableau 3 : Matrice des échanges tous produits en 2007 (surligné) et 2017

(en % du commerce mondial : 13 246 milliard de dollars en 2007, 16 380 milliards de dollars en 2007)

Zones importatrices / Zones exportatrices	Amér. du Nord	Amér. du Sud	UE-28	Autres Europe	CEI	Afrique et M.-O.	Japon	Chine	Autres Asie NE-SE	Autres Asie Océanie	Monde*
Amérique du Nord	6,6	0,9	2,1	0,2	0,1	0,5	0,6	0,6	1,0	0,4	13,0
Amérique du Sud	6,4	1,0	1,9	0,3	0,1	0,5	0,5	1,0	1,0	0,4	13,0
Union européenne à 28	1,2	1,1	0,8	0,0	0,1	0,2	0,1	0,3	0,2	0,1	4,1
Autres Europe	0,8	0,8	0,5	0,1	0,1	0,2	0,1	0,6	0,2	0,2	3,7
CEI	3,2	0,6	26,7	2,2	1,3	2,1	0,5	0,8	1,1	0,7	39,3
Afrique, Proche et Moyen-Orient	3,1	0,6	21,5	2,1	0,9	2,1	0,4	1,4	1,3	0,7	34,1
Japon	0,3	0,0	2,2	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	3,3
Chine	0,4	0,1	1,9	0,1	0,1	0,4	0,1	0,2	0,2	0,2	3,6
Autres Asie du Nord et du Sud-Est	0,2	0,1	1,9	0,3	0,8	0,2	0,1	0,2	0,1	0,1	3,9
Autres Asie du Sud et Océanie	0,1	0,0	1,3	0,2	0,6	0,2	0,1	0,4	0,2	0,1	3,2
Monde*	1,4	0,2	1,9	0,2	0,0	0,8	0,9	0,6	1,3	0,7	8,0
	0,6	0,1	1,4	0,3	0,0	1,2	0,5	1,1	1,1	0,9	7,3
	1,3	0,2	0,8	0,1	0,1	0,3	0,0	1,0	1,5	0,2	5,4
	0,9	0,1	0,5	0,1	0,0	0,2	0,0	0,9	1,3	0,2	4,3
	2,7	0,4	2,3	0,2	0,4	0,7	0,9	0,0	1,5	0,6	9,6
	3,6	0,7	2,5	0,3	0,5	1,3	1,0	0,0	2,8	1,2	13,8
	1,6	0,2	1,4	0,1	0,1	0,5	0,9	2,2	2,7	0,7	10,5
	1,9	0,3	1,4	0,2	0,1	0,6	0,9	3,2	3,5	1,0	13,1
	0,4	0,1	0,5	0,0	0,0	0,4	0,3	0,3	0,5	0,3	3,0
	0,5	0,1	0,6	0,1	0,0	0,6	0,2	0,7	0,7	0,4	3,9
	18,8	3,8	40,6	3,5	3,2	6,0	4,3	6,0	10,0	3,8	100,0
	18,4	3,7	33,6	3,7	2,5	7,2	3,7	9,4	12,4	5,3	100,0

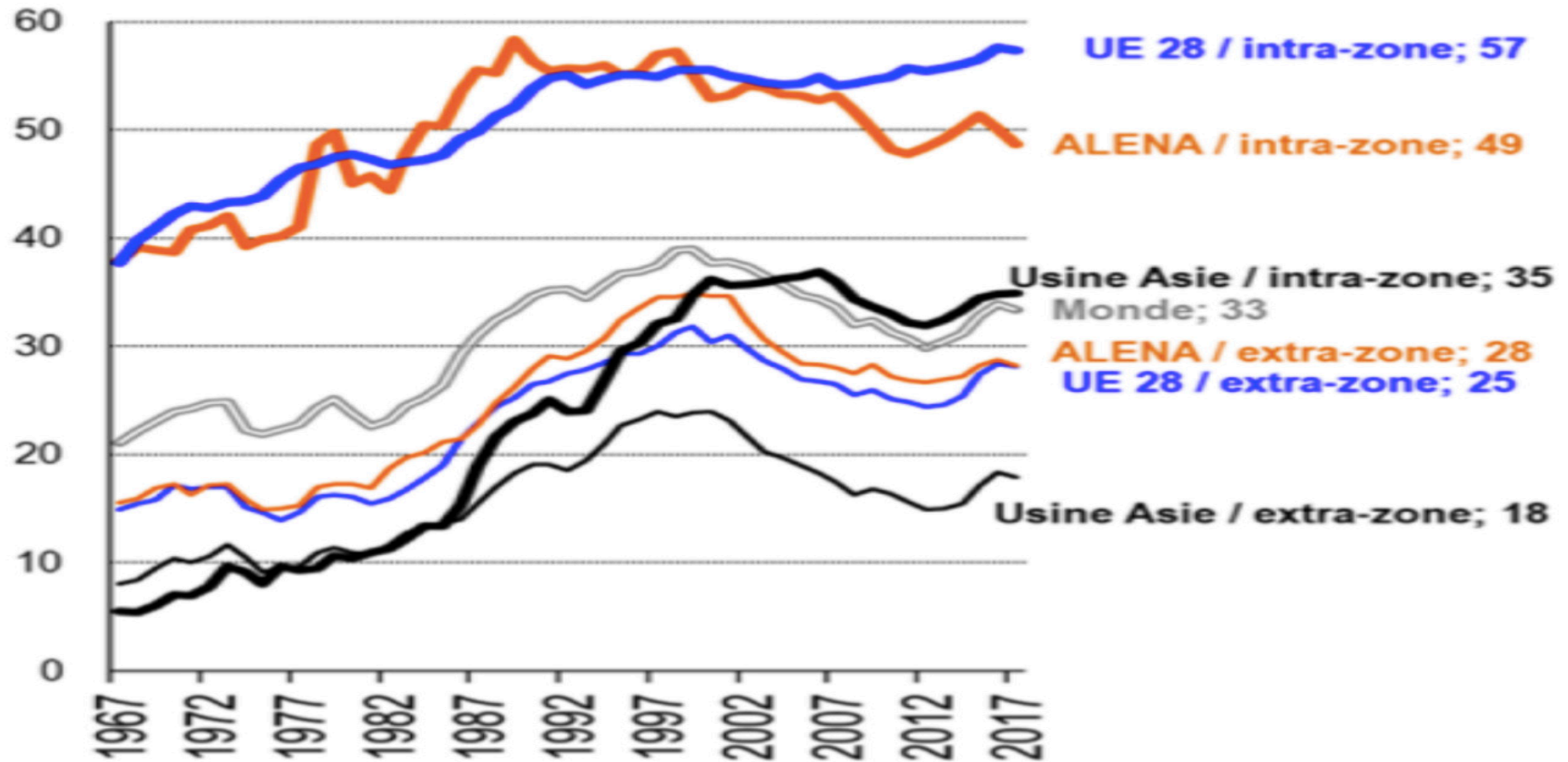
* Non compris les flux non ventilés géographiquement.

Lecture : les exportations de la Chine vers l'Amérique du Nord représentaient 2,7 % des exportations mondiales en 2007 et 3,6 % en 2017.

Source : CEPII, base de données CHELEM-Commerce international.

Source : CEPII, L'économie mondiale 2020, Coll. Repères, La Découverte, 2019

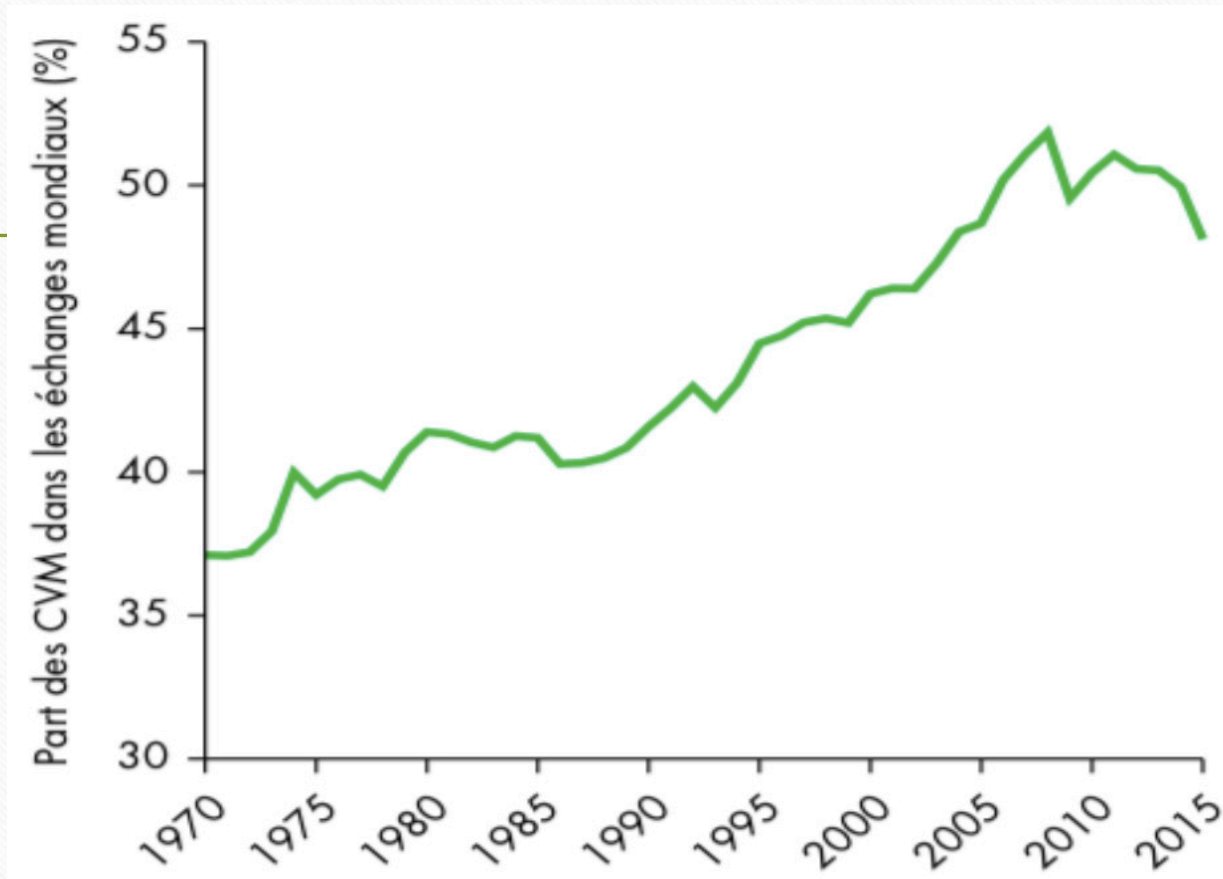
**Graphique 1 : Échanges intra-branches par grandes zones
(en % du commerce intra ou extra-zone de l'ensemble régional)**



Stratégies de différenciation

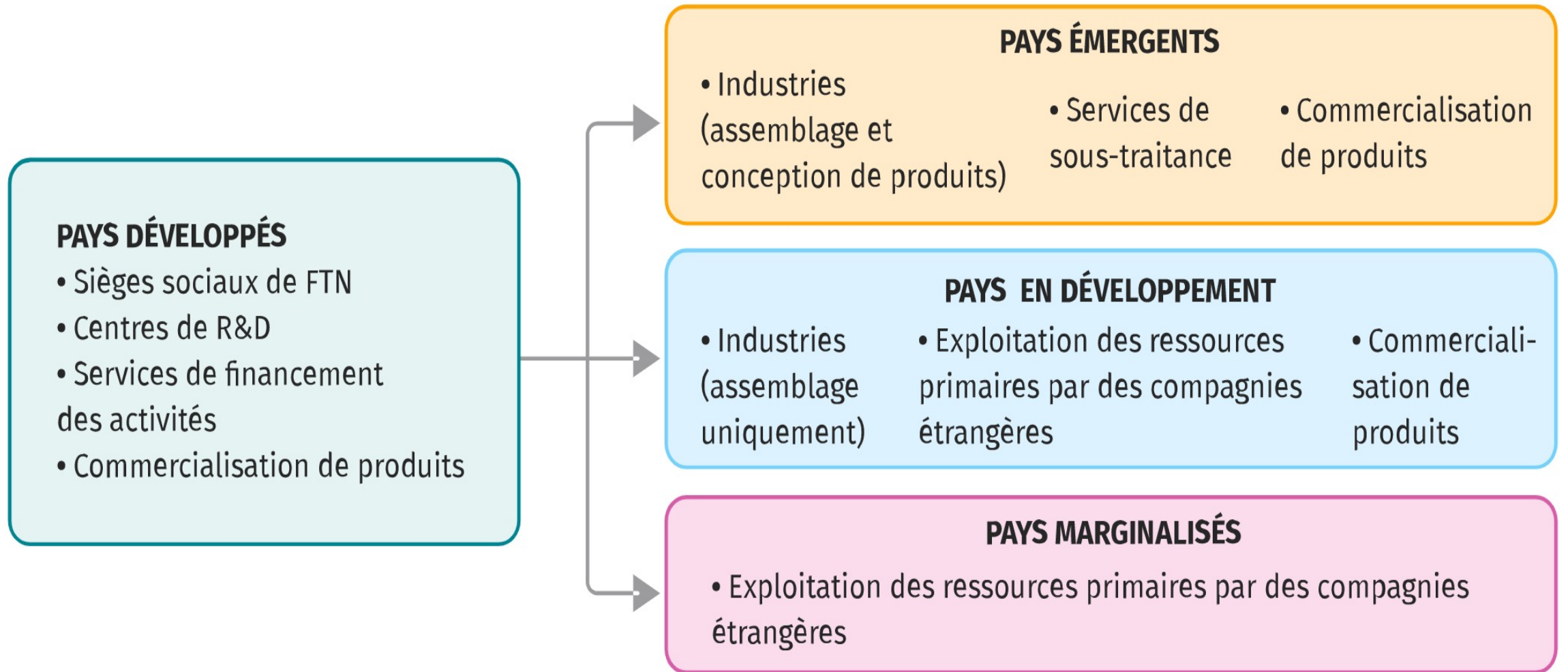
- Les firmes peuvent procéder à **une différenciation horizontale** de leurs produits. Dans ce cas les biens qu'elles proposent vont se différencier de ceux proposés par les concurrents par leur taille, leur forme, leur goût, leur couleur, leur design, etc. tout en restant au même niveau de gamme. Les échanges intra-branches sont alors la conséquence des différences de goût des consommateurs.
- Les firmes peuvent également opter pour une stratégie consistant à **différencier verticalement** leurs productions. Dans ce cas les produits sont similaires mais d'un niveau de gamme différent : ils se distinguent par leur niveau de qualité et donc leur prix. Par exemple, à peu près tout le monde conviendra qu'un Smartphone Apple présente une qualité supérieure à un Smartphone Xiaomi et acceptera à ce titre de payer plus cher le produit de la marque à la pomme.

Graphique 7 : Évolution de la part des chaînes de valeur mondiales (CVM) dans les échanges mondiaux



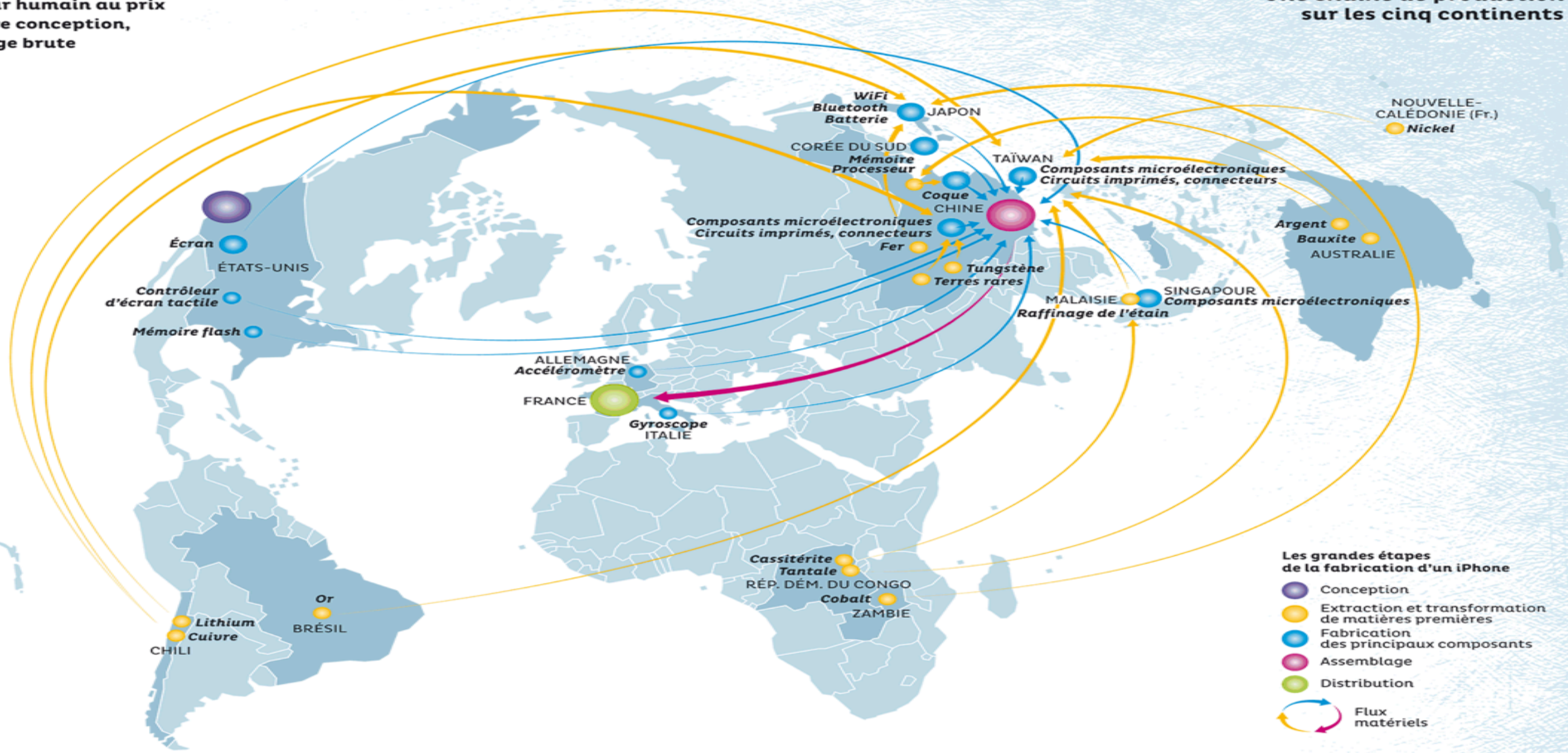
Source : Banque mondiale, *Rapport sur le développement dans le monde 2020 Le commerce au service du développement à l'ère de la mondialisation des chaînes de valeur*, 2020

Division Internationale des processus productifs DIPP



Produits par Apple tirent parti
de l'abondance du
travail humain au prix
de la concurrence
entre conception,
production et distribution
pour une marge brute
maximale.

Une chaîne de production sur les cinq continents

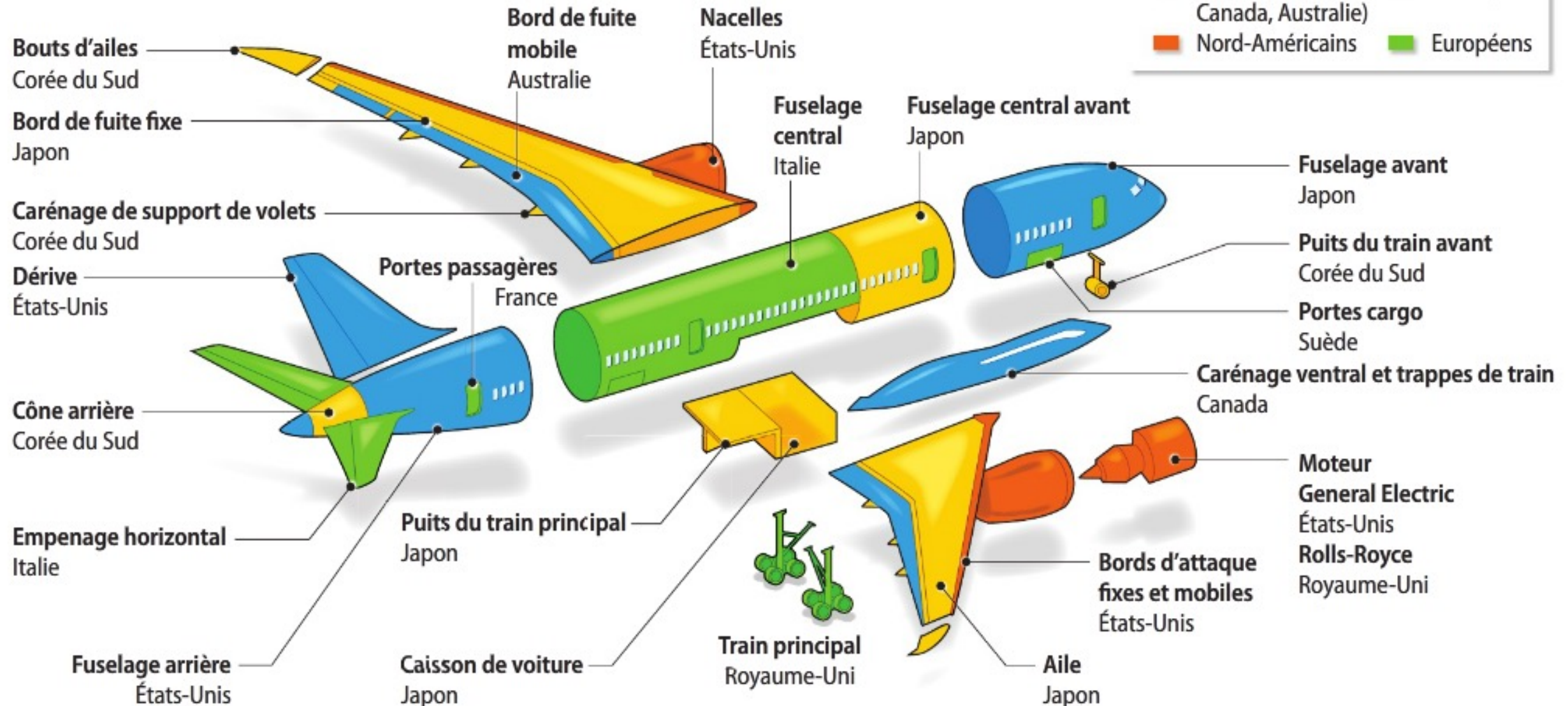


En 2016, Apple construit et commercialise cinq modèles d'iPhone (SE, 6, 6 Plus,

premières, mais ces entreprises recourent elles-mêmes à des filiales qui,

Cette carte propose une configuration possible de la chaîne d'approvisionnement

Le puzzle d'assemblage du Boeing 787 Dreamliner



Source : Bo Meng et Sébastien Miroudot, site de l'OMC, 2011.

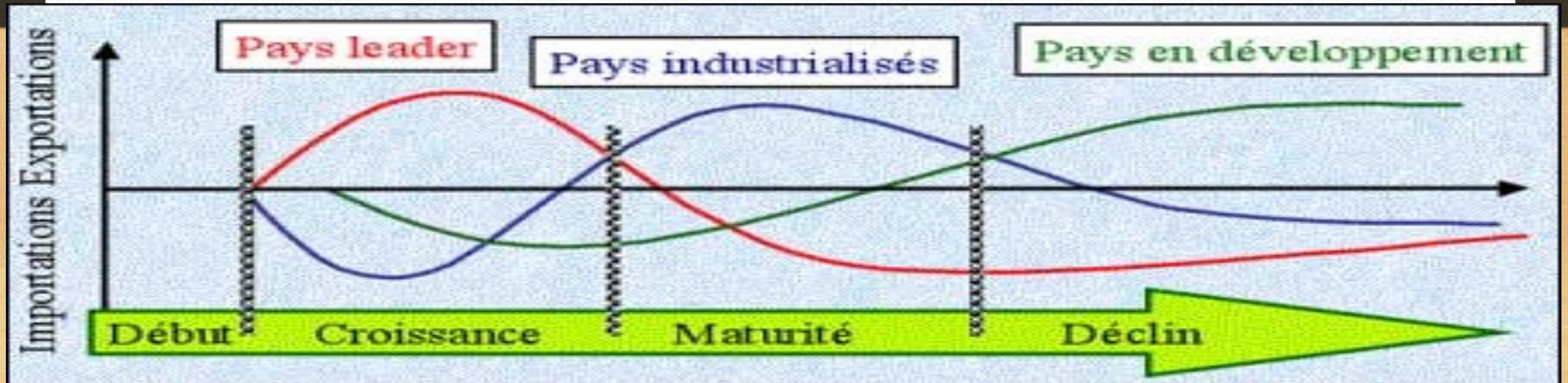
Partie I: Commerce International

I. Théories du commerce International

Les nouvelles théories du commerce international

VerNon

- La théorie de cycle de vie (Naissance, croissance, maturité et déclin)



Partie I: Commerce International

I. Théories du commerce International

Les nouvelles théories du commerce international

VerNon

- La théorie de cycle de vie (Naissance, croissance, maturité et déclin)

Exemple : Maroc 🇲🇦 vs. États-Unis 🇺🇸

Les États-Unis innovent et développent initialement des technologies avancées comme les panneaux solaires à haut rendement. Au début, ces produits sont fabriqués et consommés aux États-Unis. Puis, à mesure que la technologie se diffuse et que les coûts de production deviennent un enjeu, les entreprises américaines délocalisent la production vers des pays à coûts plus faibles, comme le Maroc. Ainsi, le Maroc devient un site d'assemblage et d'exportation de ces panneaux solaires vers d'autres marchés.

Partie I: Commerce International

I. Théories du commerce International

Les nouvelles théories du commerce international

Paul Krugman

- La différenciation des produits: **intra-branche**
- Les rendements d'échelle croissants: **économies d'échelle**

Partie I: Commerce International

- La différenciation des produits: **intra-branche**

La théorie de Krugman sur la différenciation des produits explique que des pays similaires peuvent échanger des produits d'une même industrie (commerce intra-branche), mais différenciés par la marque, la qualité ou le design.

Cas du Maroc : Le Maroc exporte des vêtements et textiles, notamment des vêtements en coton et en laine, souvent inspirés de l'artisanat local (caftans, djellabas modernisées, textiles ethniques).

Cas de l'Italie : L'Italie exporte aussi des vêtements et textiles, mais axés sur la mode de luxe et le design haut de gamme (costumes Armani, sacs Prada, etc.).

Pourquoi du commerce intra-branche ?

Bien que les deux pays produisent des vêtements, ils ne sont pas parfaitement substituables. Les consommateurs marocains recherchent des vêtements italiens pour leur prestige, tandis que les consommateurs italiens apprécient les textiles marocains pour leur originalité et leur artisanat.

Partie I: Commerce International

- Les rendements d'échelle croissants: **économies d'échelle**

La théorie des économies d'échelle explique que les entreprises bénéficient de coûts unitaires plus faibles lorsqu'elles produisent en grande quantité.

Cas du Maroc : Le pays a développé un pôle automobile compétitif avec des usines Renault et Stellantis (Peugeot). En raison des volumes de production élevés à Tanger Med et Kénitra, les coûts de fabrication par voiture diminuent.

Cas de l'Espagne : L'Espagne est un grand producteur automobile avec des usines Seat, Volkswagen et Renault. Grâce à ses infrastructures avancées et son expérience industrielle, elle optimise ses coûts en produisant en masse.

Grâce aux économies d'échelle, le Maroc peut produire des voitures à des coûts compétitifs et les exporter vers l'Europe, y compris vers l'Espagne.

Exercice (10 points) 2021

Commentez le texte suivant :

- « Les théories traditionnelles, malgré **leurs apports** pour la compréhension des échanges internationales, **ne permettent toutefois pas de comprendre les échanges intra-branches**, c'est à dire les échanges croisés de produits similaires entre pays comparables, qui représentent aujourd'hui une part non négligeable du commerce international »

Techniques de commentaire de texte

Un bon commentaire suit cette structure :

Reformuler l'idée principale

Montrer les limites des théories traditionnelles

Introduire les nouvelles approches (Krugman, différenciation des produits)

Illustrer avec un exemple concret

Conclure avec une ouverture critique

Exercice (10 points) 2022

- Commentez le texte suivant :
- « Malgré ses nombreux **avantages**, plusieurs chercheurs considèrent que **la spécialisation fragilise** les économies nationales. La récente pandémie de coronavirus a démontré à quel point les pays sont interdépendants. La question est de savoir si la spécialisation en général et **la division internationale des processus productifs** en particulier renforcent la faiblesse de nos économies est devenue un sujet central de débat. »

Exercice 2023

Commentez le texte suivant :

« Dans le contexte d'un conflit, **la spécialisation** peut créer des vulnérabilités en termes de sécurité nationale, notamment en cas de perturbation des relations commerciales ou d'embargo. De plus, une spécialisation excessive peut engendrer des conséquences économiques importantes lorsque la crise affecte spécifiquement le secteur dans lequel un État est spécialisé. »