Entraînement à l’EC1

**Sujet 1 : Comment les dotations factorielles peuvent-elles expliquer la spécialisation internationale ?**

* **Dotations factorielles** : il s’agit de la dotation des nations en facteurs de production c’est-à-dire en facteur travail et en facteur capital. Il s’agit donc de savoir si elles disposent de beaucoup ou de peu des deux facteurs de production que sont le travail (main d’œuvre, activité productive des hommes) et le facteur capital (capital fixe : machines, locaux, terres, logiciels, technologies...)
* **Le théorème HOS** montre que la rareté ou l’abondance de tel ou tel facteur de production peut déterminer la spécialisation des nations : les nations ne vont pas produire tous les produits qu’elles consomment mais elles vont se spécialiser sur certaines productions seulement en fonction de ces dotations factorielles.
* On peut alors opposer deux cas de figure :

1. Une nation richement dotée en facteur travail, c’est-à-dire qui disposerait d’une quantité de main d’œuvre importante devrait, selon le théorème HOS (Hecksher-Ohlin-Samuelson), se spécialiser sur des productions nécessitant beaucoup de facteur travail. C’est le cas par exemple de l’Inde ou de la Chine se spécialisant sur le textile, le centres d’appel ou l’assemblage de composants.
2. Une nation disposant de capital en abondance devrait quant à elle se spécialiser sur des productions nécessitant une quantité importante de facteur capital comme on peut considérer que c’est le cas de la France ou de l’Allemagne dans l’aéronautique et l’industrie automobile.

La validation empirique de ces spécialisations fondées sur les dotations factorielles n’a pas toujours été très convaincante comme l’a mis en évidence le paradoxe de Leontief (résolution : distinguer différentes catégories de main d’œuvre selon leur niveau de qualification, différents niveaux de capital humain)

**Sujet 2 : À l’aide d’un exemple, vous montrerez comment la différenciation des produits peut expliquer le commerce entre pays comparables.**

* **Différenciation des produits** : adopter une stratégie de différenciation des produits consiste pour les firmes à ne pas se démarquer de la concurrence par des prix plus faibles mais plutôt par des éléments d’ordre qualitatifs liés aux caractéristiques des produits : design, qualité, image de marque, SAV, garanties, caractéristiques intrinsèques (processeur plus rapide, appareil photo grand-angle pour un téléphone par exemple), etc. La différenciation des produits s’inscrit dans une recherche de compétitivité hors-prix (encore appelée compétitivité structurelle).
* On distingue deux grandes stratégies de différenciation :
* Différenciation verticale : niveaux de gamme différents (qualité réelle ou supposée différente)
* Différenciation horizontale : caractéristiques différentes pour un même niveau de gamme (même niveau de qualité réelle ou supposée)
* **Economies comparables** : économies présentant le même niveau de développement économique comme par exemple la France et Allemagne.
* L’exemple : l’industrie automobile entre la France et l’Allemagne donne lieu à des échanges intrabranche :
* Différenciation verticale : la France importe des véhicules haut de gamme allemands (Mercedes, Audi, BMW) et exporte vers l’Allemagne des véhicules de gamme moyenne français (Renault, Citroën, Peugeot)
* Différenciation horizontale : concernant les véhicules de gamme moyenne par exemple : Renault Mégane contre Volkswagen golf par exemple

**Sujet 3 : Comment expliquer le commerce entre pays comparables ?**

* Pays comparables
* Différenciation des produits qui explique les échanges intrabranches.
* Fragmentation de la chaîne de valeur (liée aux spécialisations : avantages comparatifs, HOS) qui explique des échanges intrabranches (ex : composants, produits semi-finis à l’intérieur d’une même branche) mais aussi interbranches (car des pays de même niveau de développement peuvent avoir des spécialisations différentes) : La France est par exemple plutôt spécialisée sur l’aéronautique et l’automobile alors que l’Islande exporte principalement de l’aluminium et des ressources halieutiques.

France : <https://oec.world/en/profile/country/fra>

Islande : <https://oec.world/en/profile/country/isl?depthSelector1=HS2Depth>