

CHAPITRE II : LES AVANTAGES THEORIQUES DU TOURISME A MADAGASCAR

L'objet de ce chapitre est de montrer les différentes théories qui s'intéressent au commerce notamment au commerce international car le tourisme fait partie de ce secteur. Il s'agit notamment du commerce de services dans la plupart des cas. C'est un phénomène de demande mesuré par des flux de déplacement depuis le pays d'origine vers le pays de destination. Des flux de personnes accompagnés par des flux monétaires (les recettes touristiques) et en contre partie des flux indirects des biens et services (échanges touristiques). Les questions qui se posent sont : pourquoi on fait de l'échange et comment expliquer les performances différentes de chaque pays dans cet échange : éloquentes de certaines destinations et à contrario, la marginalisation voire l'exclusion d'autre destination des flux touristiques.

L'analyse de ce chapitre deux apportera des réponses à ces questions en énonçant des théories qui seront vérifiées et justifiées par des études concernant le cas de Madagascar. Il sera une sorte de survol des théories du commerce international qui se divisera en deux grandes parties ; l'une portera sur les théories dites traditionnelles du commerce international et l'autre sera accès sur les nouvelles approches du commerce international.

SECTION I : Les théories traditionnelles du commerce international

On y trouve les modèles classiques d'Adam Smith et de David Ricardo ainsi que le modèle dit de proportion de facteurs d'Heckscher-Ohlin-Samuelson. En général, ces théories reposent sur les hypothèses suivantes :

- La concurrence pure et parfaite sur les marchés de produits et de facteurs ;
- Un raisonnement macro-économique en termes d'avantage absolu ou relatif c'est-à-dire, un pays effectue des échanges parce qu'il est doté soit d'un avantage comparatif soit d'un avantage absolu ;
- Echange basé sur la différence comme l'explique Bernard Lassudrie-Duchêne dans sa formule : l'échange international est « une de demande de différence » car « là où tout se révèle identique, il est inutile d'échanger » ;

- L'ouverture à l'échange et la spécialisation sont préférables à l'autarcie : chaque pays gagne et il n'y a aucune possibilité de perte avec l'échange même si la répartition des gains est inégale.

I.1. Avantage absolu et avantage comparatif

Entre le XVI^{ème} et le XVII^{ème} siècle, les mercantilistes dont Colbert et Jean Bodin expliquent le fondement du commerce international en le considérant comme un moyen permettant d'augmenter l'entrée des métaux précieux dont dépend la puissance du Roi. Mais avec l'émergence de la Division Internationale du Travail (D.I.T.) au XIX^{ème} siècle, l'échange international s'explique autrement : par l'avantage absolu et l'avantage comparatif.

Faisant partie de l'école classique, Adam Smith et Ricardo partage presque la même conviction mais un point fait la différence c'est l'existence d'un avantage relatif chez Ricardo.

a- L'avantage absolu:

La spécialisation est basée sur le coût de production. Existant en nombre de deux, les facteurs de production sont le capital et le travail et la différence entre la productivité du travail sur deux pays explique le commerce international pour Adam Smith.

Il a pris l'exemple de la production de blé et de textile entre deux pays tels que les Etats-Unis et le Grande Bretagne qui se résume dans le tableau suivant :

Tableau 1 : Production de blé et de textile des Etats-Unis et de la Grande Bretagne

	Etats-Unis	Grande Bretagne
Blé	2 Unités	1 Unités
Textile	4 Unités	6 Unités

C'est la production d'une journée par homme actif de ces biens.

D'après la théorie, il serait avantageux mutuellement pour chaque pays s'il concentre chacune toutes ses ressources à produire le bien pour lequel il détient cet avantage ; c'est la spécialisation. Ceci après l'échange pourrait profiter des gains de l'échange international.

➤ Explication à partir du tableau 1

Par rapport à la Grande Bretagne, les Etats-Unis possèdent un avantage absolu dans la production de blé donc ils doivent obliger les travailleurs dans le textile à venir travailler dans le blé. Par contre, pour la Grande Bretagne, elle doit transférer ses travailleurs dans le blé pour venir produire dans le textile.

Le nouveau tableau ci-après représente la production dans le monde après la spécialisation

Tableau 2 : Production après spécialisation

	Etats-Unis	Grande Bretagne
Blé	4 Unités	0 Unités
Textile	0 Unités	12 Unités

Mise à part l'augmentation de la production mondiale de ces deux biens qui était de 3 Unités en blé et de 10 Unités en textile auparavant contre 4 Unités en blé et 12 Unités en textile après spécialisation, l'avantage absolu permet aux deux pays de faire des gains supplémentaires chacun. Pour le cas des Etats-Unis ils pourraient vendre deux unités de blé à la Grande Bretagne qui est la production du travailleur qui fabriquait du textile contre 6 unités de textile. Ils gagnent alors 2 unités de textile par rapport à la situation d'autarcie. De même pour la Grande Bretagne qui pourrait échanger contre 6 unités supplémentaires de textile, produites par le travailleur qui cultivait du blé, contre 2 unités de blé. Elle gagne ainsi une unité de blé par rapport à la situation précédente.

Pourtant malgré la preuve et le fondement mathématique de cette théorie, elle est sujet des critiques et présente des limites. Par exemple, l'auteur a exclu dans son étude les deux situations suivantes : si l'un des deux pays possède un avantage absolu dans la production des deux biens ou inversement, aucun des deux n'en possède. Pour Smith, en présence de ces deux cas, la production sera nulle et donc pas de libre échange.

C'est d'ailleurs la raison d'être de la théorie de l'avantage comparatif de Ricardo. Il stipule et démontre que dans le cadre très favorable pour les Etats-Unis et défavorable pour la Grande Bretagne, les deux pays peuvent avoir intérêt à se spécialiser et à échanger.

b- L'avantage comparatif

A l'origine, l'explication de cette théorie est fondée sur le coût d'opportunité c'est-à-dire le gain que renonce un pays pour produire un bien A au détriment d'un bien B. Plus bas sera ce coût d'opportunité, ce pays détient plus d'avantage comparatif. Mais au fur et à mesure que l'économie s'est développée, des extensions de cette théorie ont pu voir le jour, des modèles de calcul de l'avantage comparatif permettant d'orienter les politiques commerciales internationales.

En ce qui concerne le domaine du tourisme, le thème des avantages comparatif n'a suscité qu'une attention limitée. Pour Richardson en 1987, le secteur du tourisme et des voyageurs représente par essence une activité échangeable internationalement, dans la mesure où les offreurs d'un pays quelconque peuvent concourir sur les différents marchés concernés dans un environnement institutionnel pleinement libéralisé. Dans la mesure également où les touristes doivent se rendre dans des destinations définies afin de recevoir le produit ou le service, les conditions factorielles deviennent des déterminants importants de l'activité d'un pays ou d'une région.

Ainsi, la théorie de l'avantage comparatif, qui intègre les variations spatiales dans les dotations en facteurs de production, permettrait d'expliquer la compétitivité des destinations touristiques. Dans ce cas, l'indice d'Avantage Comparatif Révélé ou ACR DE Balassa est l'indice le mieux adapté parmi les nombreux indicateurs de spécialisation nationale ou régionale existant dans la littérature des échanges internationaux.

Cet indice montre le degré d'avantage ou de désavantage comparatif d'une activité Y. Ce degré est estimé sur la base de la relation duale entre la part de cette activité dans le total des exportations du pays j et la part de cette même activité dans les exportations vers la zone Z (l'OCDE ou la SADEC par exemple).

La formule est comme suit :

$$ARC_{ij} = \frac{X_{ij} / X_j}{X_{iz} / X_z} \times 100$$

Avec :

- ✓ X_{ij} : exportations du produit ou du service i par le pays j ;
- ✓ X_j : exportations totales de biens et de services du pays j ;

- ✓ X_{iz} : exportations totales du produit ou de services i en provenance de la zone de référence z ;
- ✓ X_z : exportations totales de biens et de service en provenance de la zone référence z .

Propriété de cet indicateur :

Si cet indice est supérieur à 100, le pays est alors « spécialisé » dans le bien ou le service i , puisqu'il exporte relativement davantage de ce bien ou de ce service que la zone de référence. Il dispose ainsi d'un avantage comparatif dans cette activité.

Si l'indice est inférieur à 100, le pays n'est pas spécialisé et il souffre d'un désavantage comparatif.

Cette méthode d'évaluation indirecte peut être utilisée afin de déterminer le type d'activité dans lesquels les pays individuels disposent d'avantage comparatif, ainsi le degré d'avantage ou de désavantage associé à chaque activité. Que se soit dans les biens ou les services, il existe d'importante différence entre les pays dans les degrés de spécialisation.

C'est en utilisant cette méthode qu'une étude a été réalisée pour donner un aperçu de l'avantage de quelques pays du monde au sein des zones où ils se trouvent. Il s'agit d'un avantage comparatif en aval (ACR-AVj) de l'industrie touristique, par référence à la dépense touristique, en l'occurrence dans des domaines de l'hébergement, de la restauration et des loisirs, activités qui figurent à l'article « voyage » de la balance de paiement.

Tableau 3 : Indices d'avantage comparatif révélé en tourisme

PAYS	1990	1997	2002	PAYS	1990	1997	2002
OCDE				AFRIQUE			
Australie	142,2	175,4	166,3	Maroc	246,2	255,6	301,3
Canada	70,9	57,8	61,2	Tunisie	320,2	340,3	370,6
Corée du Sud	71,9	46,8	51,3	Egypte	147,8	150,7	156,3
Espagne	370,7	294,4	260,2	Sénégal	170,1	190,3	165,2
Etats-Unis	154,4	146,8	140,1	Afrique du Sud	150,2	161,4	170,3
France	118,4	124,6	122,3	Madagascar	110,3	111,2	120,7
Grèce	331,4	414,5	390,7	Maurice	521,9	495,6	498,5
Irlande	90,8	68,5	65,6	Botswana	341,9	374,6	450,2
Islande	120,8	105,1	101,2	Kenya	388,9	355,3	360,4

Italie	124,7			Tanzanie	326,7	351,2	354,7
Japon	18,4						
Norvège	55,6	54,1	61,2	ASIE			
Nouvelle Zélande	147	191,6	208,4	Thaïlande	301,7	350,4	360,6
Pays Bas	43,1	47,6	44,8	Chine	80,8	101,2	175,4
Portugal	275,1	230,2	228,9	Hong Kong	329,1	360,7	356,8
Royaume Uni	98,1	92,2	91,2	Malaisie	289,3	275,6	190,1
Suisse	127,5	127,4	122,7	Indonésie	190,8	255,6	180,2
Turquie	255,6	219,9	226,3	Vietnam	–	189,3	201,6
				Sri Lanka	186,5	202,3	154,7
AMERIQUE LATINE				Maldives	629,1	750,3	770,7
Mexique	188,9	101,8	103,4	Inde	101,2	127,6	130,3
Brésil	126,7	118,9	121,4	Cambodge	–	421,7	509,8
Pérou	220,3	206,4	205,2				
Jamaïque	331,4	416,2	387,4				
République Dominicaine	443,1	335,3	429,6				
Barbade	521,8	541,7	580,2				
Trinidad	454,2	498,6	503,4				

Source : Calcule à partir de Chelem Database 2005 et World Tourisme Organisation 2006

Dans ce tableau, il y a quatre zones : l'OCDE, l'Amérique Latine, l'Asie et l'Afrique. L'ACR-AVj de chaque pays ci-dessus est calculé en référence à la zone où il se trouve. Prenons par exemple l'Australie en premier liste dans la zone d'OCDE, si on a 142,2 en 1990 ; 175,4 en 1997 et 166,3 en 2002 c'est parce qu'on a fait d'un coté le rapport entre le total des exportations en service de l'Australie sous forme d'hébergement, de restauration et de loisirs touristiques qui figurent dans l'article « voyage » de la balance des paiements avec le total des exportations de service de ce même pays. De l'autre coté ce même rapport mais cette fois ci pour l'OCDE dans l'ensemble. Ces deux grandeurs mis en rapport à leur tour et multiplié par 100 donnent ces trois rangés de chiffres figurant dans le tableau ci-dessus. Et ainsi de suite pour chaque pays selon sa zone de référence.

A titre d'interprétation, si on regarde une à une ces quatre zones on peut en tirer certaines conclusions.

D'abord, pour l'OCDE, il n'y a pas une uniformité au sein de cette zone. Certains pays possèdent un désavantage comparatif très bas dans la branche du tourisme si on ne cite que le cas du Japon (18,4 ; 14,8 ; 12,3), le Pays Bas (43,1 ; 47,6 ; 44,8) et le Norvège (55,6 ; 54,1 ; 61,2).

Les pays « riches » de l'OCDE (Etats-Unis, France, Italie, Royaume-Uni, Nouvelle Zélande) ainsi que les pays « moins riches » comme l'Espagne, le Portugal, la Turquie et la Grèce présentent pour la plupart une spécialisation touristique significative, avec des avantages comparatifs qui proviennent de différentes sources dont par exemple la qualité de vie dans ces pays ou l'avancé technologique qu'ils bénéficient.

Mais il ne faut pas confondre part de marché et avantage comparatif car ce sont deux choses qui ne vont pas de paire et n'ont pas de corrélation entre eux. En témoigne cette étude qui montre que les pays de l'OCDE possédant les parts de marché les plus importants ne sont pas nécessairement ceux qui sont les plus spécialisés dans ce dit domaine. Ainsi par exemple, les Etats-Unis, la France, l'Italie, l'Espagne et le Royaume-Uni figurent au premier rang des destinations touristiques, en termes de recettes et de visiteurs internationaux. Néanmoins, leurs avantages comparatifs dans ce domaine sont relativement modestes comparés à d'autres pays qui présentent certes des parts de marché réduites mais possèdent des avantages comparatifs élevés par exemple la Grèce, le Portugal, la Turquie, l'Australie et la Nouvelle Zélande.

Ensuite pour l'Amérique Latine, presque tous les pays possèdent une spécialisation en tourisme et d'autre devient de plus en plus spécialisé comme le Barbade. Cette situation illustre que leur croissance économique de ces pays dépend en grande partie du tourisme. Certains de ces pays voient leurs ARC diminué puis augmenté par la suite c'est peut être leurs conjonctures économiques qui en sont les causes.

Pour l'Asie, l'augmentation de l'ARC des Iles Maldives est très spectaculaire. C'est l'amélioration de l'image de ces Iles qui a permis ces résultats. Mais en général, ces pays d'Asie ne cessent d'évoluer en matière de spécialisation en tourisme si on ne parle que de Thaïlande ou de l'Inde.

Enfin, l'Afrique, une zone où se trouve Madagascar ; le pays qui présente la forte spécialisation en tourisme est l'Ile Maurice dont l'ARC varie entre 495,6 et 521,9. L'atout de

cette île est d'abord sa situation géographique (climats, plages,...) mais aussi la volonté de son gouvernement d'exploiter ses ressources et d'en faire un moyen pour attirer les touristes.

Madagascar figure parmi les pays qui possèdent un ARC supérieur à 100 c'est-à-dire, qu'il a une spécialisation dans le domaine du tourisme mais comparé à ses voisins, il est faiblement spécialisé. C'est un pays qui se trouve dans une situation intermédiaire comme le cas de la France : il ne s'agit pas d'un pays qui présente une forte spécialisation industrielle, ni une forte spécialisation touristique. Sa situation de pays intermédiaire provient du fait que ce pays dispose d'avantage absolu et comparatif par rapport à un certain nombre de destination au sein de sa zone mais aussi un désavantage comparatif par rapport à d'autres pays offrant des prestations plus compétitives (Kenya, Tunisie, Maurice,...).

Certes, Madagascar se trouve le dernier dans ce classement où il se trouve mais ce n'est pas une situation figée qu'on ne peut pas améliorer. Si on regarde les petites économies insulaires comparables à notre pays, comme le Maurice, la Jamaïque, la Barbade, le Trinidad, la République Dominicaine et les Maldives, la spécialisation croissante de ces pays est induite de la dotation naturelle et de l'essor des transports aériens. Cette grande Ile n'est pas en manque de ressource naturelle mais il suffira juste d'une politique orientée vers l'amélioration du transport aérien qui est un moyen devenu indispensable si on veut visiter un pays à vaste territoire et une grande île telle que la notre. Une politique qui vise la compétitivité pour attirer plus de touristes et plus de visiteurs ; des complexes hôtelières moins chères sans oublier la qualité. Un rapport qualité/prix attirant et intéressant plus que les autres destinations. C'est l'une des clés de réussite de certains pays asiatique. Des infrastructures adaptées pour s'ajouter à nos patrimoines culturels très variés. Cette situation peut s'améliorer après avoir donné des recommandations et de citer les potentiels de Madagascar.

Des chiffres en termes d'attraction touristique reflètent cet avantage comparatif de Madagascar. En fait, une enquête a été réalisée sur le marché français en 2005 qui place avantageusement la Grande île parmi plusieurs destinations. Il s'agit d'une enquête à thème c'est-à-dire selon les raisons des visites. Le tableau ci-après montre le résultat de cette enquête :

Tableau 4 : Récapitulatif des destinations préférées des Français selon le thème de leur voyage

Plongée	Pourcentages (%)	Balnéaire	Pourcentages (%)	Découverte	Pourcentages (%)
Egypte	32	Antilles	15	Madagascar	22
Maldives	17	Maurice	13	Chine	8
Madagascar	11	Seychelles	10	Inde	7
Antilles	5	Madagascar	8	Vietnam	6

Faunes et flores	Pourcentages (%)	Voyage de Noce	Pourcentages (%)	Sport aventure	Pourcentages (%)
Madagascar	47	Italie	23	Madagascar	12
Kenya	22	Tahiti	15	Réunion	8
Afrique du Sud	13	Maurice	10	Népal	7
Costa Rica	5	Seychelles	9	Australie	7
		Madagascar	3		

Source : UNTM (2006), Enquête EURO RSCG réalisée sur le marché français en 2005.

ONTM : Office National du Tourisme de Madagascar

Parmi ces différentes attractions qui sont : la Plongée ; le Balnéaire ; la Découverte ; les Faunes et Flores ; le Voyage de Noce et le Sport d'Aventure, Madagascar possède la première place dans Trois attractions dont la Découverte ; les Faunes et Flores et le Sport d'Aventure. Aucun pays, parmi ces destinations n'a cet avantage d'être la destination privilégié des touristes en au moins deux domaines.

En plus de cette analyse basée sur la théorie des avantages comparatifs, une autre théorie, dans ce même champ de vision c'est-à-dire dans le cadre des anciennes théories du commerce international, d'être explicitée c'est la théorie d'Heckscher-Ohlin basée sur l'analyse factorielle de l'échange international.

I.2. Analyse factorielle de l'échange international :

Trois contributions ont donné cette approche : celle d'HECKSCHER, d'OLHIN et puis de SAMUELSON. Il y a deux théories différentes au sein de cette analyse : la théorie ciblant les causes de la spécialisation (H.O.) qui sera complétée par la suite par Samuelson qui s'intéresse aux conséquences du commerce international.

a- Apports d'Heckscher-Ohlin:

Ces deux chercheurs ont canalisé leur recherche sur la condition pour qu'il ait échange, pour que les deux pays échangistes aient intérêt à s'échanger. C'est accès davantage sur l'offre.

Pour eux, l'avantage relatif d'un pays se trouve dans la production d'un bien qui utilise les facteurs dont il a en abondance. Ces produits seront ensuite exportés. Par opposition à cela, un pays a un désavantage dans la production des biens intensifs dans le facteur qui est rare et ces biens seront importés. Dans ce cas, la condition préalable à l'échange est la dotation factorielle qui est différente d'un pays à l'autre et que chacun exporte les biens qui utilisent relativement plus intensément le facteur dont il est relativement le mieux pourvu. La différence des prix est expliquée par l'intensité factorielle. Pour le cas des secteurs services comme le secteur tourisme, on peut attirer les visites par ce qu'on a en abondance. Ce qu'on exporte alors ce sont les bonnes images du pays, leurs ressources naturelles, les services et prestations diverses que l'on a. Prenons un exemple : les plages, Madagascar comme l'Ile Maurice ou le Seychelles sont des îles ayant tous des plages mais la différence est que ceux de Madagascar sont plus longues car c'est la première grande île de l'océan Indien.

Si on regarde sous l'angle d'Heckscher-Ohlin, on peut bien se spécialiser dans le secteur tourisme dans notre pays.

En analysant cette théorie, on se demande quelle est la différence entre spécialisation selon Ricardo et H.O. ? La réponse est : celle de Ricardo est complète c'est-à-dire la dotation factorielle d'un pays est sur un bien donc il exporte ce bien mais importe tous les autres biens sur lesquels il ne possède pas l'avantage comparatif. Par contre pour H.O., la spécialisation n'est pas complète donc même si on a une dotation factorielle dans tel ou tel produit, cela ne veut pas dire que les autres industries disparaissent. Seulement on exporte les biens dont les facteurs sont abondants. Cette vision est liée aux coûts et rendements croissants.

Dans la pratique, pour le cas de Madagascar, la conséquence de cette position est : même si on a des dotations factorielles en tourisme, on exporte ce service pour attirer des touristes mais n'empêche qu'on excelle dans d'autres industries.

b- Proposition et théorie de Samuelson :

Il s'intéresse aux conséquences de la spécialisation d'H.O. qui est l'égalisation des prix des facteurs. A fonction de production identique, l'échange international fait évoluer les structures de production jusqu'à avoir des prix de facteurs égaux. Ce processus est comme suit : dans un pays A, le secteur des biens exportables voit leur revenu s'améliorer tandis que le secteur des biens importables voit les siens baisser et inversement pour le pays B partenaire de ce pays. Le commerce international générera ainsi un ajustement productif et faire converger le prix des facteurs car les biens ainsi que les facteurs sont substituables. Ce processus amènera vers un revenu de facteur homogène c'est-à-dire même qualification, productivité et formation ; de plus il y aura l'homogénéité du capital ou capital à même productivité ou même niveau de risque dans tous le pays.

Pourtant une confusion est à éviter : ceci ne veut pas dire qu'il n'y aura plus une différence de revenu entre les pays ; ce n'est pas le PIB qui va converger. On a deux facteurs : capital, le bien qui utilise davantage ce facteur sera exporté donc la demande en capital va augmenter pour accroître la production. Par conséquence, la rémunération du capital va augmenter ainsi que son prix par rapport au prix du travail. Ce phénomène sera inversé chez l'autre pays où le prix du travail augmentera.

Comme toute théorie, celle d'H.O., fait l'objet des critiques et présente des failles et limites. La spécialisation en fonction de la dotation factorielle renforce les inégalités entre les pays surtout dans le cadre de la mondialisation. Prenons le cas de l'échange entre le Nord qui est riche en capital et en travail qualifié et le Sud qui est dépourvu de ces deux. Quand il y aura libre échange entre ces deux blocs, les rémunérations du travail qualifié et du capital vont augmenter dans le Nord ; le contraire va se produire dans le Sud : les revenus du travail non-qualifié vont baisser. La situation de ce dernier se dégradera par la suite. De plus, le travail non qualifié au Nord verra aussi sa situation se dégrader de même le capital ainsi que le travail qualifié au Sud suivront le même sort. C'est une forme d'inégalité qui naît de cette spécialisation. Une autre forme d'inégalité verra aussi le jour si cette spécialisation prend place : c'est l'amélioration de la rémunération du facteur en abondances et la dégradation des

facteurs rares. Une situation qui a été étudié par STOLPER-SAMUELSON dans leur extension de cette théorie d'HOS.

Autre limite de cette théorie, le paradoxe de LEONTIEF qui a été tiré suite du commerce extérieur des Etats-Unis en 1953. Vu que les USA sont mieux dotés en capital que ses partenaires notamment à l'issu de seconde guerre mondiale, normalement, ils doivent exporter davantage des biens utilisant intensément du capital dans sa production or selon cette analyse de Leontief, on constate le fait inverse. Ils exportent des biens dont la production demande plus de travail que des biens qui demandent plus de capital pour sa production. A ce paradoxe, Leontief apporte des réponses : il estime que les travailleurs américains sont plus productifs que ceux des autres pays. Dans ce cas, il faut tenir compte des écarts de productivité au niveau international.

Bref, cette analyse a permis de montrer la position de Madagascar par rapport aux autres pays de la même zone. C'est vrai, il possède une spécialisation dans le tourisme mais reste à améliorer pour avoir une place assez imposante dans sa zone de référence. Cette analyse a été faite par l'intermédiaire des théories dites anciennes du commerce international avec une petite touche de renouveau par la méthode de calcul de l'avantage comparatif révélé de Balassa. Maintenant, on va voir ce que disent les nouvelles théories du commerce international à propos de l'échange de service dans le domaine du tourisme.

SECTION II- Les nouvelles théorie du commerce international

Parmi ce groupe de théorie, on peut citer la théorie de Krugman qui porte surtout sur l'analyse en concurrence imparfaite amenant chaque pays échangistes vers le dumping réciproque. Y figure aussi la théorie de l'avantage différenciatif où la dimension géographique prend une place importante dans l'analyse du commerce. D'abord voyons la théorie krugmanienne du commerce international.

II.1. Vision de Krugman sur le commerce international :

C'est sans doute le théoricien qui a marqué le XXI^{ème} siècle dans le domaine du commerce international. La nouveauté porte sur deux choses, d'abord dans l'hypothèse posée dans son étude : la concurrence imparfaite qui conduit à un commerce international réalisable

sans qu'il ait avantage comparatif autrement dit, deux pays similaires peuvent s'échanger. Ensuite l'explication de l'existence du commerce intra-branche.

Son analyse n'est pas trop mathématique, moins de modélisation. Il part d'une évidence empirique explicite et y prête une observation à la fois économique et non économique pour le comprendre. Cette vision se résume en quatre règles selon lui quand il a fait son discours lors de la réception de son prix Nobel : écouter les béotiens ; remettre en question chaque question ; ne pas hésiter à être stupide ; simplifier et simplifier encore⁷.

Pourquoi un pays fait du commerce ? Pour répondre à cette question fondamentale du commerce international, la science économique a longtemps avancé une réponse unique : il y a intérêt dans l'échange parce que les pays sont différents c'est l'essence du principe de l'avantage comparatif de Ricardo puisé de l'avantage absolu d'Adam Smith. Pourtant, depuis le début du XX^{ème} siècle, cette théorie de l'avantage comparatif ne reflète plus la réalité du commerce international et ne l'explique pas en totalité. En fait, la mondialisation a apporté un changement sur le commerce international, du coup, une partie des échanges n'obéit plus à la fameuse énoncée au IX^{ème} siècle par David R. C'est là que les nouvelles théories entre en jeu pour expliquer cette partie délaissée par l'avantage comparatif. P. Krugman était l'un des piliers de cette nouvelle vague de théorie par son approche géographique pour expliquer les échanges internationaux.

a- Base de la théorie

Si les théories traditionnelles prônent la concurrence parfaite, celle de Krugman opte pour la concurrence imparfaite et le rendement croissant comme source de spécialisation. Deux idées nouvelles, contredisent les affirmations des traditionnalistes sortes de cette prise de position : d'une part l'acceptation de l'existence des échanges entre des pays ayant des dotations en ressources initiales identiques et un niveau technique comparable et d'autre part l'explication des commerces intra-branches. Les chiffres des exportations et des importations prouvent cette position de Krugman car en 2007, plus de 58% des exportations des pays de l'Union Européenne (U.E.) sont à destination des autres pays de l'union alors que ce chiffre n'était que de 42% en 1967. Les exportations totales des pays en développement en biens manufacturés sont de 20% en 1967 qui ont augmenté de 56% dans la seconde moitié des années 2000. De même pour les échanges intra-branches, en 2006, les commerces croisés de

⁷ "Listen to the Gentiles, Question the question, Dare to be silly; Simply, simply"

biens identiques représentaient 44% du commerce mondial⁸. Ces faits ne sont pas prévus et ne peuvent pas être expliqués par la logique de l'avantage comparatif. C'est le souci d'apporter le pourquoi de ce phénomène qui a poussé le chercheur Paul K. à élaborer sa théorie.

b- Formulation de la théorie

En 1983, en collaboration avec James Brander, Paul K. a élaboré un modèle du commerce en situation d'oligopole. Il s'agit d'écartier toutes sources d'avantages comparatif en mettant l'accent sur le rôle des imperfections des marchés pour faire apparaître le commerce intra-branche.

Il s'agit de deux pays parfaitement identiques, quand ces deux pays s'ouvrent au commerce mais avec un coût de transport qui persiste et droit de douane non nul, dans ce cas, il devrait ne pas y avoir un échange international dans les secteurs en concurrence parfaite. Mais dans un secteur où, en autarcie, la production de chaque pays est assurée par une firme unique, alors l'ouverture partielle au commerce va conduire chaque firme à venir contester le monopole de sa concurrence. Avec les coûts de transports, les perçoivent les pays comme autant de marchés segmentés donc les quantités qu'elles choisissent de vendre dans un pays sont indépendantes des ventes dans l'autre pays. Cette présence de coût de transport affecte la compétitivité des firmes à l'exportation, chacune a une part de marché minoritaire sur le marché étranger donc elle est prête à accepter un taux de marge plus faible sur ses ventes à l'export. Par conséquent, la firme absorbera le coût de transport et vend au même prix que sa concurrente en dépit de son handicap. Pour le cas où les pays sont identiques, les firmes établissent un prix à l'exportation ou hors coût de transport (Prix fob) et une marge plus faible que sur le marché domestique, chacune pratique donc une sorte de dumping pour conquérir le marché à l'étranger. C'est « Dumping réciproque », permet d'éroder les rentes de monopole et de réduire les prix, au profit des consommateurs. Un des arguments en faveur de l'intégration commerciale pour nombreux décideurs de la politique publique actuelle. C'est particulièrement le cas en Europe où le projet d'intégration implique des pays très proches, aux avantages comparatifs peu marqués.

Pour le cas d'échange de biens parfaitement similaires, la présence d'un coût de transport entraîne une perte sèche, des dépenses inutiles car on peut bien produire la même chose sur place. Mais si le coût de transport est faible voire nul, cela revient à intensifier vivement la

⁸ Bruilhart, 2009

concurrence et fait augmenter le bien-être. A noter qu'en équilibre partiel, le coût de transport peut rendre des formes diverses pour englober toutes sortes de coût du commerce : pollution ; coût de restructuration ; dépense de publicité ; frais associés à la mise aux normes des produits ;...

Ce modèle correspond aux principes édictés par Krugman lui-même. Il montre qu'un commerce bilatéral peut émerger sans avantage comparatif et offre une explication théorique aux échanges interbranches entre pays similaires dont l'exemple concret de Boeing et d'Airbus.

Dans ce modèle de « dumping réciproque » l'Etat a un grand rôle à jouer, en protégeant son marché des importations, ou en subventionnant son industrie dans ce cas, il donne un avantage concurrentiel aux entreprises nationales. Dans une situation où les profits sont nuls, cela revient à transférer des rentes au profit des firmes domestiques et potentiellement d'accroître le bien-être de la nation, aux dépens des pays étrangers. P. Krugman a repris ce même modèle de « dumping réciproque » en faisant l'hypothèse que chaque firme bénéficie de rendement croissant. Dans ces conditions, un simple droit de douane devient une arme stratégique puissante. Cette protection contre les importations permettra aux firmes nationales de développer ses ventes sur le marché domestique et à l'occasion, lui donne les moyens d'exploiter les économies d'échelle, d'accroître sa compétitivité et de gagner des parts de marché à l'étranger. La protection commerciale devient dans ce cas une arme offensive de protection des exportations.

c- Limites de cette théorie

Ce modèle connaît un grand succès sur le plan théorique mais la réalité n'est pas si simple comme décrit le récit de la théorie. La politique commerciale et le dumping réciproque sont des modèles généralement en équilibre partiel et néglige trop souvent les conséquences sur les autres secteurs de l'économie et les réactions des autres pays. Dans la réalité, en se référant aux données réelles, l'existence d'une politique commerciale efficace est étroite. Ainsi, Baldwin et Krugman en 1988 montrent qu'en protégeant son marché des composants informatiques, le Japon a effectivement facilité l'essor de cette industrie ...mais pas suffisamment pour compenser le coût de cette politique pour les secteurs en aval.

Dans cette souci d'explication du pourquoi du commerce international, d'autres théoriciens apportent des idées nouvelles qui d'un simple coup d'œil se ressemblent à celle de Krugman P. mais avec des petites nuances c'est l'avantage différenciatif.

II.2. La théorie de l'avantage différenciatif

Ce modèle est tiré de celui de Dixit-Stiglitz-Krugman. Mais à l'origine, c'est P. Krugman qui a été le premier à appliquer la différenciation des produits pour expliquer l'essence des commerces internationaux.

Dans cette théorie, le produit doit être unique et non reproductible ailleurs que sur le territoire donné ainsi, l'ouverture à l'échange laisse inchangé le prix, la qualité du produit et le nombre de producteurs de ce produit.

Si on regarde le cas de Madagascar, ce genre de théorie est bien applicable notamment dans le domaine du tourisme car la situation géographique de ce pays nous offre largement l'avantage pour ça. Citons l'exemple de l'art Zafimaniry il peut être considéré comme un substitut équivalent aux autres sculptures, le volume de production comme son prix en économie fermée ne sont pas modifiés par l'ouverture aux échanges. Or, ce type de produit est l'exemple parfait et typique d'un bien exclusivement territorial, produit d'après les spécialités du territoire du Betsileo (Produit local ; Savoir-faire local ; technique de production particulière ;...) C'est la base de l'avantage différenciatif.

Ce modèle ne tient pas compte de la distance physique donc le frais de transport ce qui fait la différence avec le modèle avec adresse (celui de Lan Caster).

Pourquoi les occidentaux se déplacent en masse au Kenya par exemple ? Parce qu'il y a une grande terre sauvage et des animaux qu'on ne trouve presque pas ailleurs du moins à son état naturel. Et pourquoi pas à Madagascar ? Ici on trouve des choses qui ne se trouvent pas ailleurs on peut en citer à titre d'illustration : le tsingy de Bemaraha. C'est vrai, aux Etats-Unis il y a le Grand Canyon mais ce site a sa spécificité à lui. Comme son origine, sa formation géologique. Aussi des espèces végétales et animales endémiques de Madagascar (Les Arongana Madagascar incise ; les Indry Indry...). Tous peuvent former une source d'attraction touristique afin de faire développer l'industrie du tourisme à Madagascar.

Dans sa logique, l'avantage différenciatif ne peut pas se séparer de la notion du territoire car ce dernier est la base de la différenciation par son caractère intrinsèque.

a- Avantage différenciatif : lié étroitement au concept de territoire :

Au départ, le concept de territoire qui vient du mot latin *territorium*, se résumait à un espace sur lequel s'exerce une autorité ou une juridiction. Mais à partir de l'année 1980, les géographes ont apporté des élargissements sur son champ sémantique jusqu'au point qu'aujourd'hui, on a plusieurs définitions du territoire selon le domaine étudié. Ainsi du point de vue économique, le territoire est un espace physique borné « résultant d'un processus de construction social complexe et inscrit dans la longue période » (Pecqueur 1995, p.3). Il est composé d'acteurs (ménages, entreprises, institutions,...) ; déterminé par une culture, un vécu, des connaissances, et un savoir-faire. Le territoire est donc lié au contexte historique ; le passé et conditionne aussi les processus de production et les biens produits dans sa circonscription. Il possède une identité qui lui est propre déterminée de ces éléments susmentionnés (sa nature, sa culture, son histoire, son capital humain et social : connaissance et savoir-faire,...) ; en quelque sorte, une identité collective. L'importance du territoire pour faire vendre à travers la différenciation se résume par : « le territoire est plus qu'un réseau, c'est la constitution d'un espace abstrait de coopération entre différents acteurs avec un ancrage géographique pour engendrer des ressources particulières et des solutions inédites ». (Pecqueur 2000, p.15).

Longtemps délaissé par toute politique, comme C. Courlet écrivait : « territoire et région, les grands oubliés du développement économique » en 2001, la mondialisation a mis en avant le territoire et il trouve une place importante dans les questions de développement dans la mise en évidence de sa spécialité à partir de ses ressources et de ses acteurs.

A propos d'acteur, il y a des acteurs clés (publics ou privés) au sein d'un territoire, ceux qui structurent et organisent les relations et les coordinations parce qu'ils « constituent des repères institutionnels pour l'ensemble des autres acteurs » (Gilly et Perrat 2003). La légitimité : les compromis et les négociations d'un territoire lui donne la stabilité vitale à la dynamique du développement.

Trois grands types d'acteurs interagissent sur un territoire : acteurs économiques (entreprise, groupement d'entreprise, firme...) ; acteurs institutionnels (collectivité territoriale, Etat,...) et des acteurs sociaux (syndicats, associations,...). Les entreprises et les institutions publiques locales sont des leaders de la dynamique mais les deux doivent composer avec une stratégie : celle de la spécialisation des actifs par les entreprises et les institutions publiques locales dans une vision de long terme (Stratégie « haute »). C'est l'approche en termes de proximité du

développement territorial (Proximité géographique, proximité organisationnel et proximité institutionnel). La spécialisation suit la logique des avantages différenciatifs fondée sur l'existence de structures capables d'internaliser certains effets externes dans un processus de développement collectif, elle mêle les trois formes de proximités. Les acteurs extérieurs jouent un rôle important dans l'amorce et entretient de la dynamique, mais ce sont les acteurs locaux qui sont déterminant en décidant ou non d'alimenter cette dynamique. Dans ce cas, la spécialisation « apparaît comme la situation la plus construite localement par les acteurs » (Pecqueur 2005a, p.267).

Un nouveau concept a vu le jour dans le cadre de cette nouvelle théorie : la gouvernance territoriale qui peut se définir comme « un processus de mise en comptabilité de plusieurs proximités institutionnelles unissant des acteurs (économiques, institutionnels et sociaux) géographiquement proches en vue de la résolution d'un problème productif (inédit) ou de la réalisation d'un projet local de développement ». (Gilly et Perrat 2003, p.5). L'objectif de la gouvernance territoriale est de repérer, d'organiser et de gérer les ressources de façon à ce que le territoire acquiert des avantages différenciatifs. Dans ce cas, les entreprises locales profitent des avantages quasi monopolistiques contrairement à la concurrence pure et parfaite des théories orthodoxes. Ici c'est la qualité du territoire qui est mise en valeur mais pas la productivité. Il y a quatre formes de gouvernances territoriales (Colletis et Al. 1991) :

- La gouvernance privée crée, organise et gère les ressources territoriales selon une logique d'appropriation privée;
- La gouvernance privée collective s'appuie sur une organisation des acteurs privés au sein des institutions formelles (chambre du commerce, syndicats professionnel, ...) ou de club pour coordonner leurs stratégies ;
- La gouvernance publique correspondant à un mode de gestion différent de celui de l'appropriation privée en s'orientant vers la production des biens ou de services collectifs utilisable par tous sans rivalité ni exclusion ;
- La gouvernance mixte est la forme la plus courante, elle combine les formes précédentes mais reste toujours dominée par un processus privé ou public.

Dans le cadre de l'avantage différenciatif, la gouvernance locale vise à soustraire le territoire à la concurrence mondiale, mais celui-ci reste ouvert et ses entreprises doivent participer aux échanges internationaux pour entretenir la dynamique locale.

En ce qui concerne Madagascar, bons nombres de projets et institutions privés ou publiques appliquent déjà ce mode de gouvernance mais il faut un renforcement pour qu'il y ait une coordination surtout dans le domaine du tourisme car ce n'est pas les ressources spécifiques ni le territoire ni les acteurs qui manque pour cette grande Ile. La question qui doit se poser est alors : comment mettre en œuvre cette stratégie?

Tous d'abord, il faut noter que la gouvernance territoriale doit viser à faciliter le passage de l'agglomération à la spécification. Pour que cet avantage différenciatif soit appliqué, il faut une volonté politique de marketing territorial ou la révélation d'une ressource ou d'un actif spécifique au territoire qui se caractérisera par une plus grande diversité des activités, de la proximité institutionnelle et de meilleur mode de coordination entre les acteurs privés et publics. Il faut aussi une volonté de redéploiement de ressources et des actifs spécifiques de la part des acteurs. Enfin, on peut préserver les diversités des activités mais avec le développement de la proximité institutionnelle ; le but est mettre en valeur certaines ressources, compétences et/ou savoir-faire.

Bref, la gouvernance locale est un moyen pour mettre dans une même boîte les compromis privés/publics ; l'emboîtement local/global et les intérêts individuels/intérêts collectifs. Le territoire est le seul socle qui relie tous ces éléments incomparables pour passer aux obstacles posés par la mondialisation mais aussi le moyen pour expliquer les nouveaux phénomènes notamment économiques générés par celle-ci qui est l'échange international sous sa nouvelle forme.

En ce qui concerne Madagascar, ce n'est pas le moyen qui manque pour appliquer cette stratégie, il faut juste une volonté politique car les ressources resteront toujours des potentielles tant qu'elles restent immobilisées.

A titre de résumé, le tableau ci-après montre la différence entre modèle de productivité et modèle de qualité territoriale. Il s'agit des grands traits caractéristiques de ces deux théories.

Tableau 5 : Récapitulatif des traits caractéristiques de la théorie de l'avantage comparatif et de l'avantage différentiel

Modèle de productivité (Avantages Comparatifs)	Modèle de qualité territoriale (Avantages Différenciatifs)
Dotation de facteur à optimiser	Ressources à identifier, révéler et construire
Logique de profit sur la baisse des coûts de productions et des prix	Logique de rente sur la labellisation et le maintien du prix élevés
Produits standardisés et activité de production redéployable	Produits différenciés spécifiques et ancrés territorialement
Externalité pécuniaires (économie d'échelle)	Combinaisons des ressources (savoir-faire, historicité, culture) et articulation des moyens
Développement des firmes	Développement du territoire
Innovation exogène	Innovation endogène
Distinction entre biens publics et biens privés	Combinaison entre biens publics et biens privés
Gouvernance globale	Gouvernance locale

Construit à partir de Pecqueur 2005b, p.9