N° 27 - printemps-été 1998

LA REVUE DE L'IRES

Mondialisation et régionalisation des économies

numéro spécial

IRES ■ Institut de Recherches Economiques et Sociales

Services informationnels, nouvelle division du travail et mondialisation sélective

Catherine SAUVIAT *

La contribution des services à la production et aux transactions marchandes s'est accrue fortement dans toutes les économies. Pour s'en tenir aux processus qui relèvent des « mondes de la production », deux mécanismes sont à l'origine de cette croissance. Une partie de ce changement est imputable à une évolution structurelle des systèmes productifs qui intègrent une part croissante de services « intermédiaires », tant au niveau des process que des produits. Ces mutations du système productif expliquent en partie que les secteurs des services occupent aujourd'hui une part prépondérante dans l'emploi, dans les consommations intermédiaires comme dans la valeur ajoutée des économies avancées et même des NPI.

L'autre élément tient à la croissance rapide, au sein des services intermédiaires, de services à fort contenu informationnel, résultat de l'externalisation par les firmes de certaines fonctions de services mais aussi de l'apparition de nouveaux secteurs liés à la diffusion des technologies de l'informatique et des télécommunications (TIC). Ces « services informationnels » regroupent toutes les activités à forte composante de « matière grise » consistant à traiter, mettre en forme et transmettre les diverses informations nécessaires au fonctionnement des entreprises et des marchés (de Bandt, 1995). Ces activités telles que les services de conseil, les services informatiques, les services de communication, ou certains services financiers réclament des investissements (initiaux et permanents) importants pour transformer les informations collectées et accumulées en connaissances et en savoirs stratégiques d'aide à la décision et à l'action, indispensa-

* Chercheur à l'IRES.

bles au fonctionnement des entreprises et au développement de l'échange marchand.

L'une des idées défendues ici est que ces services intensifs en connaissances, parce qu'ils mettent en œuvre des compétences transversales relatives aux savoirs gestionnaires, réglementaires ou techniques, sont constitutifs des blocs de savoirs contemporains (à côté des principes scientifiques et techniques de base) et d'une nouvelle division cognitive du travail fondée sur une logique d'apprentissage, de création et d'appropriation de connaissances (Moati, Mouhoud, 1994). Le développement de cette division cognitive du travail va de pair avec l'intensification du recours aux services informationnels et l'établissement de nouvelles alliances entre les entreprises et les prestataires de ce type de services, processus qui structure fortement leur mondialisation.

Or ces savoirs accumulés et mis en forme dans des « produits » par les prestataires de services informationnels ont de plus en plus tendance à être érigés en normes de gestion et principes d'action des entreprises dans un contexte de mondialisation accrue. Ce faisant, et c'est la deuxième idée qu'on avancera, le degré de polarisation des pays source de tels « services », de même que les niveaux de concentration atteints par ces « services » ont des incidences croissantes en terme de polarisation des échanges internationaux de services (et de biens), mais aussi de localisation de telles activités tendant vers une hiérarchisation forte de la production au niveau mondial, au sein même des pays avancés et de façon encore plus accentuée entre pays industrialisés et pays en développement.

Dans une première partie, on montrera en quoi ces services intermédiaires, à fort contenu informationnel, jouent un rôle déterminant dans la configuration des blocs de savoir critiques contemporains. Dans une deuxième partie, on mettra en évidence la place de plus en plus centrale des services informationnels dans le mouvement de mondialisation des services, qu'il s'agisse des échanges ou de l'investissement direct. A partir du cas à nos yeux exemplaires des activités de conseil et d'audit, on expliquera dans une troisième partie pourquoi la mondialisation et la concentration à l'œuvre dans les services à fort contenu informationnel se fait principalement sous l'égide des firmes anglo-américaines. Et en quoi ce processus tend d'une part à faire prévaloir les règles du jeu et les principes d'action du capitalisme marchand américain comme modèle hégémonique à vocation universelle ; d'autre part, à exclure des pays ou des zones économiques régionales de cette nouvelle division cognitive du travail.

Les services informationnels au cœur des nouveaux blocs de savoir

La croissance rapide (et dans certains cas, l'émergence même) de nombreux secteurs de services liés à la production et à la commercialisation de biens est allée de pair avec la croissance du contenu informationnel de l'ensemble des opérations qui sont incluses dans la chaîne de valeur et qui sont nécessaires à la maîtrise de celle-ci par la firme (Porter, 1986). La croissance du contenu informationnel est l'expression de phénomènes tels que l'instabilité et la complexité croissante de l'environnement des firmes, ainsi que la montée des risques associés à l'épuisement du mode de régulation de type fordiste et à l'émergence d'une mondialisation à dominante financière. Cette croissance est également indissociable de l'intensité du rythme du progrès technique dans le domaine des technologies de l'informatique et des télécommunications (TIC). Devenues les principales, sinon les seules industries à croissance soutenue dans les années 1990 (au point de susciter une intéressante discussion sur la transformation nécessaire des indicateurs de conjoncture) [1], les TIC se sont employées activement à susciter des besoins nouveaux et une demande accrue liée à des opérations d'acquisition et de traitement de l'information.

L'externalisation d'un certain nombre d'activités de service informationnel a permis un approfondissement de la division du travail par une spécialisation accrue, engendrant des effets d'apprentissage et d'expériences et une amélioration de l'efficacité productive pour les firmes spécialisées de services. Ces activités contribuent aujourd'hui de façon déterminante aux coûts de production et de transaction des marchandises [2].

Plusieurs secteurs des services sont partie intégrante des TIC (télécommunications, logiciels et services informatiques, conseil). Ils sont en général dotés d'une intensité en R&D élevée, et d'une main-d'œuvre hautement qualifiée (OCDE, 1996). Ils sont en même temps parmi les principaux utilisateurs des TIC aujourd'hui dont ils ont su davantage tirer partie que les secteurs manufacturiers. Car leur capacité à centraliser les informations sur la clientèle et les marchés et à les gérer pour leur propre compte sont des éléments déterminants de la compétitivité des firmes appartenant aux secteurs des services informationnels. Ils jouent de ce double fait un rôle déter-

---

1. Dans le conseil en système d'information, fortement créateur d'emplois aux Etats-Unis, les taux de croissance du chiffre d'affaire atteindraient les 40 %, *cf.* « The New Business Cycle », *Business Week*, March 31, 1997. Dans le conseil en management, le taux de croissance annuel du chiffre d'affaire des principaux leaders du marché dépasse les 20 %, voire les 30 %, *cf.* « *Management Consultancy* », *Financial Times Survey*, June 19, 1997.
2. L'exemple de la firme *Nike* est de ce point de vue tout à fait édifiant. Les compétences clés de cette firme relèvent de ses activités de R&D, de conception des produits et du marketing et de sa capacité à gérer et à coordonner ses activités de fabrication qui sont en totalité sous-traitées en Asie du sud-est et qui ne représentent qu'une faible part du coût de production.

minant dans la configuration des blocs de savoirs critiques contemporains, voire dans le processus de sélection/orientation des technologies et dans la définition des trajectoires technologiques contemporaines.

Innovation et services informationnels

Ces secteurs et firmes sont spécialisés dans la saisie, la centralisation, l'analyse et la vente d'informations critiques relatives aux produits et aux technologies, aux conditions d'accès aux marchés, aux règles du jeu institutionnelles en phase de changement radical [3], et aux moyens de bénéficier au maximum des possibilités offertes par la finance de marché mondialisée, ce qui suppose d'en connaître les *us et coutumes* locales et de s'y adapter. La centralisation, le traitement et la vente d'informations pointues dans ces domaines est une activité productrice de connaissances et de valeur ajoutée. L'information traitée se transforme en connaissance porteuse de valeur pour les firmes qui la commandent, la coproduisent en partie avec les fournisseurs et la paient. Ces formes de connaissances ou d'expertise ne relèvent pas des connaissances relatives aux lois de la nature et à leurs applications technologiques. Elles sont rarement incluses dans les « blocs de savoir » et les compétences critiques, n'appartenant pas aux sciences dites « dures ».

A cet égard, J. de Bandt (1994) a raison de souligner à quel point ces notions continuent à être trop souvent abordées sous un angle presque exclusivement « industrialiste et technologiste ». Et il est vrai que les travaux sur la croissance, la R&D, l'innovation et la technologie ont eu longtemps pour principal objet d'analyse l'industrie manufacturière et le domaine de la production. Ces conceptions sont en train de changer [4]. Dans le contexte d'une économie mondiale à croissance lente et d'une concurrence accrue du fait de la mondialisation, on peut trouver de bonnes raisons justifiant l'établissement d'une division du travail de type cognitif qui puisse s'établir autant, sinon plus, entre des firmes à compétences technologiques déterminées et des firmes de services plutôt qu'avec d'autres firmes industrielles, détentrices de compétences technologiques complémentaires. Car il est de plus en plus reconnu que le développement et la commercialisation des innovations passent de façon croissante par la mobilisation de compétences non seulement techniques mais aussi (et l'on serait tenté de dire surtout) gestionnaires et commerciales dont les « services intensifs en connaissance » (*Knowledge Intensive Services*) sont les principaux vecteurs. L'accès aux technologies n'est pas à lui seul un gage de compétitivité pour les entrepri-

---

3. *Cf. Le supplément économique du Monde* sur l'OMC et les conséquences du « Traité de Marrakech » du 30/09/97.
4. L'OCDE reconnait d'ailleurs à sa manière l'importance des secteurs des services, ayant porté récemment son effort sur l'amélioration de la collecte d'informations en matière de R&D dans les services, *cf.* OCDE (1996).

ses. Encore faut-il qu'elles puissent avoir accès aux capitaux, aux marchés, etc.

P. Cohendet (1994), à partir d'une approche de la technologie conçue non plus comme une simple somme d'informations mais comme un ensemble reposant sur des connaissances tacites et spécifiques aux firmes, souligne le développement récent d'une multitude de services nécessaires au « transfert de technologie » et qui impliquent l'établissement de nouvelles relations entre entreprises et prestataires de services. B-A Lundvall et S. Borras (1997) citent une étude de l'OCDE sur la Norvège montrant que, si la part des services dans la R&D (42 %) est toujours inférieure à leur part dans la production et l'emploi national, 70 % des dépenses de R&D des services sont concentrés dans deux secteurs, les TIC et les services aux entreprises. Se fondant sur les découpages opérés par l'OCDE à propos des industries manufacturières sur la base de l'intensité en R&D, ils proposent une classification des « services intensifs en connaissance » selon qu'ils sont fondés effectivement ou potentiellement sur la technologie. On y trouve la plupart des services liés à l'informatique, les laboratoires de R&D externalisés dans le domaine des sciences naturelles, des sciences sociales et de l'ingénierie, le conseil technique, mais aussi le commerce de gros en machines, les services logistiques, les services de télécommunications et les services de conseil.

Compétences critiques et services informationnels

La somme des compétences critiques nécessaires pour que les entreprises « restent dans la course » a constamment évolué. Aujourd'hui, ces blocs de savoir ne reposent pas sur les seules technologies issues de principes scientifiques et techniques (eux-mêmes souvent d'origine diverse) mais aussi bien sur des savoirs relatifs au design, au marketing, à la logistique, à la gestion financière, à la gestion des organisations, à la gestion des ressources humaines, à la connaissance des marchés, etc. Ils supposent un investissement de départ important dans la qualité des ressources humaines à disposition de l'entreprise (recrutement de personnel très qualifié), et un investissement permanent pour maintenir cette qualité (formation permanente). Ce qui est décisif, c'est la capacité à établir des ponts entre ces différents types de savoirs à travers des relations établies dans la durée qui opèrent un constant va-et-vient entre les expériences accumulées des partenaires industriels et celles des prestataires de services concernés.

Or les prestataires de services informationnels sont bien placés pour répondre à de telles exigences. Ils contrôlent en effet une masse d'informations très importante (informations à caractère scientifique et technique, informations de nature commerciale, financière, industrielle, informations de type réglementaire), qu'ils transforment en permanence en expertise et en

connaissances, à la croisée des savoirs gestionnaires et des savoirs techniques et qu'ils utilisent pour identifier, conceptualiser et planifier la résolution des problèmes posés par les clients. Ils sont ces « manipulateurs de symboles » qui disent à leurs clients comment mieux déployer des ressources ou transférer des actifs financiers, économiser du temps, produire de nouvelles technologies ou des arguments juridiques nouveaux, développer des campagnes de communication pour convaincre les consommateurs et conquérir de nouveaux marchés et qui participent à la mise en œuvre de ces conseils (Reich, 1993).

Prenons quelques exemples pour illustrer ces propositions. Pour un groupe industriel ou de services même de très grande taille, avec beaucoup de compétences internalisées, qui envisage la fusion-acquisition avec un autre groupe, le recours aux services d'une ou plusieurs firmes spécialisées dans le conseil financier ou *corporate finance* (banque d'investissement comme *Lazard Frères*, *Goldman Sachs* ou *S.G. Warburg*, département spécialisé d'un cabinet d'audit ou de conseil, ou bien d'une banque universelle), d'un côté dans l'évaluation des actifs (cabinets d'audit), l'élaboration des scénarios de fusions-acquisitions (banques, cabinets de stratégie, cabinets juridiques) et de restructuration (recherche de partenaires et prises de participation), et de l'autre dans la centralisation des capitaux nécessaires à la réussite d'une OPA, est incontournable. Le nombre de conseillers par transaction a d'ailleurs tendance à augmenter. Rien d'étonnant à ce que la vente de services financiers spécialisés et de services aux entreprises puisse être identifiée avec un degré de détail très important dans la balance des services des pays les plus avancés de ce point de vue (le Royaume-Uni et les Etats-Unis) [5]. Mais derrière ces ventes de services se situent des relations entre firmes prestataires de services et firmes clientes établies dans la durée et fondées sur la confiance. Ces relations ne relèvent pas des rapports classiques entre finance et industrie, mais d'une division cognitive du travail car l'ingénierie financière fait partie aujourd'hui des compétences « critiques ».

Prenons un autre exemple d'une industrie dont les firmes doivent s'implanter à l'étranger moyennant des formes qui combinent l'IDE et le partenariat. Au cours des quinze dernières années, on a assisté à une internationalisation accrue des grands groupes de conseil aux entreprises qui font des

5. Les représentations statistiques traduisent toujours plus ou moins les spécificités nationales. De ce point de vue, la balance des services du R-U est de manière générale plus détaillée que celle des autres pays, vu la longue tradition du R-U dans le commerce des « invisibles ». Les échanges de services financiers y sont notamment répertoriés avec un degré de détails plus important que dans n'importe quel autre pays, et ce, depuis de nombreuses années. Aux Etats-Unis, la couverture des données concernant les échanges de services financiers vient d'être améliorée, pour tenter de mieux prendre en compte leur diversité et de faire apparaître la position des institutions financières américaines dans la globalisation financière. Le BEA a ainsi ajouté près d'une douzaine de nouveaux services aux services financiers déjà répertoriés (*cf. Survey of Current Business*, July 1996).

enseignes de cette profession des noms familiers aujourd'hui. Il y a quinze ans, *Arthur Andersen* ou *McKinsey* n'étaient connus que des spécialistes du management même si ces firmes sont anciennes. Aujourd'hui, ils sont connus de tous. Derrière ce processus, il y a plus qu'une réputation établie et une publicité réussie (d'ailleurs très limitée et/ou très récente dans le cas d'Andersen Consulting), il y a un véritable changement de statut. Auxiliaires assez modestes des firmes multinationales américaines dans les années 1970 et s'internationalisant au départ dans la foulée de leurs clients puis très rapidement dans l'objectif de conquérir une clientèle locale, les grands groupes de conseil sont devenus dans le cadre de la mondialisation du capital des partenaires quasi incontournables – de petite taille et peu capitalistiques mais de premier rang – des groupes industriels ou de services.

Des acteurs de premier plan dans la mondialisation et la diffusion de normes et de pratiques de gestion

Ces grands groupes jouent ce rôle dans le cadre d'une division du travail où loin de suivre leurs clients sur tel ou tel marché, comme il y a trente ans, ils les y précédent bien souvent, leur préparant le terrain et leur ouvrant la voie. Les compétences mobilisées par ces cabinets sont au carrefour du monde savant et du monde des affaires (Dezalay, 1992) et relèvent à la fois de compétences techniques (fonctionnelles et sectorielles) et de savoir-faire relationnel ou social. Car ce qui est transféré ne se réduit pas nécessairement à des formes tangibles mais peut prendre la forme de connaissances, codifiées ou tacites, de compétences organisationnelles. C'est ainsi que ces firmes jouent un rôle de tout premier plan dans le processus de transfert et de diffusion des connaissances et des technologies nouvelles, et dans l'incorporation de celles-ci dans le système productif, c'est-à-dire dans la capacité qu'ont les firmes d'assimiler et de mettre en œuvre des idées nouvelles (Bessant & Rush, 1995). Ces groupes ont d'ailleurs une activité propre de R&D très importante, au moins équivalente à celle des grandes entreprises industrielles ou de services. Cette activité s'illustre par la mise au point permanente de nouveaux « produits » et de nouvelles méthodes qui aboutit à l'ouverture de nouveaux marchés ou segments de clientèle (*corporate finance, business integration*, etc.). Elle exige la mobilisation de ressources humaines, technologiques et financières parfois considérables qui forment des barrières à l'entrée particulièrement puissantes et efficaces dans cette « industrie ».

Au sein de cette division cognitive, ils se font également codificateurs et diffuseurs de normes de gestion et participent ainsi au processus d'homogénéisation des approches et méthodes du management encore fortement marquées par leurs contextes d'origine. Ils exercent ce faisant une influence croissante sur les modèles d'entreprise, les modèles de marché, les normes

de produits, les normes financières et comptables, les normes salariales qui produisent et légitiment une certaine vision de l'entreprise et des modes de régulation. Par leur fonction d'évaluation, de conception et de contrôle, ils jouent un rôle non négligeable dans le processus de mise au point des technologies managériales et organisationnelles (*best practice*), de leur diffusion et de leur transfert d'une économie à l'autre (ou d'un secteur à l'autre). W.N. Espland et P.M. Hirsch (1990) ont souligné par exemple le pouvoir initiateur et légitimant des grands cabinets d'audit dans la financiarisation et la diversification conglomérale des firmes américaines dans les années 60. Ces cabinets étaient à la fois « théoriciens » (rôle symbolique) et « acteurs » (rôle technique) de ce mouvement en ce qu'ils ont non seulement fourni le cadre rhétorique des principales innovations comptables mais ils ont également participé activement à la vague de fusions et d'OPA qui a touché les entreprises américaines durant cette période.

Dans la période contemporaine, on pourrait en dire autant du rôle des cabinets de conseil. Ces derniers contribuent fortement à diffuser au sein du monde des affaires (investisseurs institutionnels, analystes financiers, dirigeants d'entreprises) une représentation de l'efficacité et des performances des entreprises en référence à une norme de rentabilité financière imposée par les marchés financiers et les actionnaires (*shareholder value*). En évaluant les entreprises, en comparant leurs performances et en élaborant les stratégies au regard de cette norme, ils contribuent puissamment à la légitimation de cette norme et aux politiques de restructuration qui en découlent [6].

Les grands cabinets d'avocats d'affaire (*law firms*) participent également de cette division cognitive du travail. L'extension constante des procédures d'arbitrage privé pour le règlement des conflits d'affaire, y compris lorsqu'une des parties n'est pas un groupe industriel mais un Etat, en fait à la fois des partenaires stables des groupes et des firmes qui participent à l'élaboration de normes privées en matière de droit international des affaires. Maintenant que le modèle de l'arbitrage d'affaire a été adopté par l'OMC pour le règlement des différents et que les mêmes dispositifs figurent dans l'accord multilatéral sur l'investissement dont la négociation a été momentanement suspendue, cette « industrie » de service est promise à un bel avenir et est assurée de figurer en bon rang dans la division cognitive du travail opérée par les groupes.

Mais les exemples peuvent être pris aussi dans les « industries » du traitement de l'information, c'est-à-dire celles où les opérateurs saisissent, stockent, transforment et transmettent l'information et où les technologies

---

6. *Cf.* « Valuing companies : A star to sail by ? », *The Economist*, August 2nd, 1997 et aussi « Managing for shareholder value » by T. Jackson, *Financial Times Survey on Management Consultancy*, June 19, 1997.

relèvent davantage des sciences « dures » et de savoirs d'origine distincte – sciences des matériaux, de l'optique, de la physique des solides – (Delapierre, 1990). Ces opérateurs peuvent être des opérateurs industriels, ceux qui produisent les composants électroniques ou le matériel informatique, mais ce sont aussi des prestataires de services. Parmi eux, il y a ceux qui produisent les logiciels (éditeurs) et les développent, ceux qui conçoivent les systèmes, leur intégration, et assurent la formation qui s'y rapporte (conseil en systèmes informatiques, *Facilities Management*), ceux qui ont la responsabilité de la maintenance (réparation, résolution de problèmes, planification, installation de sites) ou encore ceux qui offrent des services de réseaux (messagerie électronique, échange électronique de données, services de transfert à valeur ajoutée). Or sur le marché de l'informatique et des systèmes d'information, ce n'est plus IBM en tant que fabricant de matériel mais Microsoft en tant que producteur de logiciels qui définit les standards et par rapport auquel les fabricants de matériel doivent s'adapter [7]. Les marchés financiers le reconnaissent à leur manière : la capitalisation boursière de Microsoft a dépassé 200 milliards de dollars, chiffre sans rapport avec ses immobilisations physiques (ou actifs tangibles) tandis que celle d'IBM n'atteint que la moitié de cette valeur [8].

Les services informationnels, moteur de la mondialisation des services

Les échanges internationaux de services s'élevaient à 791 milliards de dollars d'exportations et 752 milliards de dollars d'importations en 1994 d'après l'OCDE (1997). Ces derniers ne représentent donc globalement que 27 % du total des exportations de marchandises et 26 % des importations pour l'ensemble de la zone OCDE. En outre, cette part n'a guère varié et a même légèrement régressé depuis 1970 où elle atteignait alors près de 30 %. Si l'on considère les seuls services marchands (hors services gouvernementaux), leur part est stabilisée autour de 25 %.

Au total, la part des échanges de services dans les échanges commerciaux des pays de l'OCDE paraît donc relativement restreinte. En outre, elle n'a guère progressé et ce, en dépit de la libéralisation du commerce de services et du développement rapide des nouvelles technologies de l'information et de la communication [9]. Pour autant, les performances des différents types de services échangés ne vont pas toutes dans le même sens.

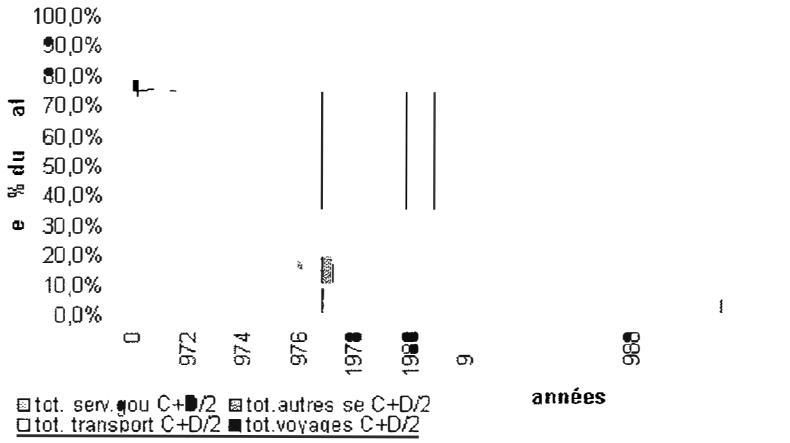
---

7. Pour la sortie de Windows 95, la firme a dépensé 11 % de son chiffre d'affaire en budget publicitaire.
8. En 1997, IBM a de son coté et pour la première fois de son histoire réalisé un chiffre d'affaire plus important dans les services (logiciels et maintenance inclus) que dans le matériel (57 % contre 43 %).
9. Ce constat sert d'ailleurs souvent d'argument à de nombreux auteurs qui continuent de

La croissance relativement forte des échanges de services informationnels

L'analyse des différentes composantes du commerce international de services indique que la contribution la plus importante aux échanges de services est aujourd'hui celle de la rubrique « autres services » qui représente 36,7 % des échanges (exportations + importations) des pays de l'OCDE en 1994, et qui est aussi la plus dynamique sur la période envisagée ainsi que le suggère le graphique ci-après.

Echanges internationaux de services par catégorie de services



Bien que cette catégorie recouvre des activités de services fortement hétérogènes, dont la définition varie d'un pays à l'autre [10], c'est bien là que l'on trouve les services à fort contenu informationnel tels que les services financiers (commissions des assurances, des banques, des courtiers, etc.) et

considérer les services comme des secteurs en grande partie abrités de la concurrence internationale. Or cette vision nous paraît totalement erronée – y compris pour les services aux ménages ou aux personnes – dans la mesure où la concurrence internationale dans les services passe avant tout par l'investissement étranger, et n'a de limites qu'eu égard aux réglementations nationales encore existantes – et elles restent nombreuses – à cet effet. Cependant, il est exact que les exportations ont un effet plus direct sur l'économie d'origine que les ventes engendrées par l'investissement direct à l'étranger ou les revenus tirés de cet investissement, puisque la valeur ajoutée provenant de l'activité de production des services exportés a mobilisé des facteurs de production situés dans le pays d'origine (capital et travail). Il en est rarement de même pour l'investissement direct, au niveau du facteur travail en particulier.

10. La France inclut notamment dans cette rubrique le poste « Autres biens et services » qui correspond en fait à l'ajustement des écarts statistiques estimés entre les transactions enregistrées par les douanes et celles opérées par les intermédiaires bancaires, ce qui a pour effet de gonfler artificiellement le poste « Autres services ».

les prestations de services destinées principalement aux entreprises (publicité, conseil, coopération technique, télécommunications, ingénierie). Ces secteurs s'appuient en général sur une main-d'œuvre très qualifiée et les facteurs d'offre jouent ici un rôle déterminant dans la configuration des échanges, de même que les liens qu'ils entretiennent avec les échanges de marchandises. Il est cependant délicat d'aller plus avant dans l'interprétation de ces données compte tenu des limites inhérentes aux statistiques telles qu'elles sont recensées dans les balances des paiements. Car il faut souligner que ces échanges émanent pour partie d'entreprises qui n'appartiennent pas nécessairement aux secteurs des services. Le recensement des services dans la balance des paiements porte en effet sur des opérations ou des « produits » et non pas sur les secteurs d'activité qui engendrent ces flux d'échange. En France par exemple, la part des seules entreprises de services marchands (au sens de la comptabilité nationale, c'est-à-dire hors transport, banque et assurance) dans les échanges de services *stricto sensu* n'atteignait en 1995 que 22,8 % des recettes enregistrées dans la balance des paiements.

La croissance relative des échanges de services intermédiaires, au sein desquels on trouve principalement les services informationnels, a déjà fait l'objet de plusieurs interprétations. Dans le cadre des développements récents des théories de la croissance endogène et de la problématique des rendements croissants appliqués à l'échange international, J.R. Markusen (1989) a construit un modèle à deux pays et deux secteurs, un secteur concurrentiel et l'autre produisant un bien composite à fort contenu d'intrants industriels ou de services. Il démontre que le développement (i.e. la libéralisation) des échanges de ce type de produits intermédiaires (assimilés dans le cas des services aux services aux entreprises), intensifs en connaissances et en travail hautement qualifié dans le cas des services, est meilleur (supérieur à l'optimum de Pareto) pour le commerce mondial que le développement des seuls échanges de biens. Car la production de ce type d'intrants (biens ou services intermédiaires) se caractérise par l'existence de rendements croissants et un degré de différenciation d'autant plus élevé que le marché s'élargit et que la spécialisation des pays s'approfondit.

A partir des développements récents de l'économie industrielle (économies d'échelle, économies de gamme, coûts de transaction) et de la théorie évolutionniste (modes spécifiques d'organisation des entreprises et d'internalisation/externalisation des services au niveau des pays), M.A. Landesmann et P. Petit (1992) cherchent de leur côté à expliquer la croissance des échanges de services intermédiaires et les mouvements de spécialisation (et de déspécialisation) à l'œuvre au sein des principaux pays industrialisés au cours des années 70 et 80, ainsi que leurs liens avec les flux d'investissement direct caractéristiques de ces « échanges » de services.

Cette dernière dimension est évidemment décisive. De nombreux travaux ont mis en évidence les raisons pour lesquelles une proportion importante des activités de services s'internationalise de façon privilégiée sous la forme de l'investissement direct plutôt que de l'échange, notamment du fait des propriétés relationnelles des prestations de services (nécessité de contacts et d'échanges entre prestataires et clients, importance de la proximité culturelle et linguistique). Le mode d'internationalisation des services est plus souvent contraint par la nature du service qu'il ne se présente pour l'entrepreneur sous la forme d'une alternative. D'ailleurs, on ne retrouve pas les différentes séquences temporelles de l'internationalisation des biens, c'est-à-dire d'abord l'exportation, puis l'implantation d'une filiale de production à l'étranger et enfin le développement du commerce intrabranche. Dans le cas des services, les avantages compétitifs sont très étroitement liés à la firme et ne se réalisent pleinement que dans le cadre de l'investissement direct étranger qui s'incarne dans une présence locale. Ils sont liés en particulier à la taille de la firme (économies d'échelle), à la possession par celle-ci d'actifs spécifiques (compétences et routines) acquis sur le marché d'origine et sur les marchés tiers. C'est bien pourquoi l'accord GATS (*General Agreement on Trade in Services*), dans la signature duquel l'administration américaine a mis tout son poids [11], retient la présence commerciale donc l'investissement direct étranger comme l'un des modes opératoires du commerce international de services. De ce fait, le concept de barrières à l'entrée ne vise pas seulement les tarifs et quotas comme pour les autres marchandises (accord GATT) mais aussi les politiques restreignant l'accès des investissements étrangers aux marchés nationaux.

Une mondialisation des services informationnels dominée par l'investissement direct étranger

La plupart des services combinent en fait les deux formes d'internationalisation dans des proportions variées : dans de nombreux cas, en particulier pour ce qui est des services informationnels, l'investissement direct à l'étranger l'emporte sur les transactions transfrontières : en 1995 par exemple, le ratio des ventes de filiales à l'étranger sur l'ensemble des revenus en provenance de l'étranger (exportations+ventes des filiales) est de 96 % pour la publicité, 88 % pour les services informatiques et 69 % pour les services de R&D, audit et conseil en management confondus [12] ; les secteurs des services où, à l'inverse, les échanges extérieures l'emportent sur les ventes des filiales à l'étranger sont souvent des secteurs qui restent réglementés ou dont le processus de déréglementation est tout juste amorcé (services de santé, services de télécommunications, services portuaires).

---

11. *Cf.* sur ce point G. Feketekuty (1988).
12. D'après *Survey of Current Business*, October 1997.

D'ailleurs, les ventes de services par les filiales des firmes multinationales (FMN) sont supérieures dans certains cas aux échanges de services proprement dits. Les Etats-Unis sont un des seuls pays à fournir jusqu'à présent des statistiques fiables qui opèrent la distinction entre commerce international de services et ventes de services par les filiales à l'étranger [13]. Les dernières données disponibles montrent que s'il est vrai qu'au total les exportations américaines de services continuent d'être le mode prédominant de vente des services à l'étranger, le rapport est inversé dans le cas du marché européen où ce sont les ventes des filiales européennes qui l'emportent sur le montant des exportations de services américaines à destination de l'Europe. En outre, pour ce qui est des importations de services aux Etats-Unis, elles sont dépassées en 1994 par les ventes des filiales étrangères sur le marché américain. Cette situation reflète l'importante concentration de l'investissement direct américain en Europe et celle de l'investissement direct étranger aux Etats-Unis.

Le commerce international américain de services privés (en millions de $)

	1986	1990	1994	1995
Exportations totales	76,8	136,9	182,7	204,2
Importations totales	65,6	99,3	122,6	134,5
Ventes des filiales américaines à l'étranger	60,5	121,3	159,1	191,5
Ventes des filiales étrangères aux E-U	ND	109,2	145,4	159,1
Exportations vers l'Europe	25,3	48,7	65,6	73,1
Importations de l'Europe	24,2	40,0	49,0	53,6
Ventes des filiales américaines en Europe	ND	69,2	84,6	108,8
Ventes des filiales européennes aux E-U	ND	64,5	86,1	97,8

Source : *Survey of Current Business*, October 1997.

Les stratégies d'implantation à l'étranger des firmes de services obéissent avant tout à une logique de conquête des marchés locaux (filiale « re-

13. Dans la dernière livraison des comptes des services 1995, l'Insee a commencé à obtenir quelques résultats sur les ventes de services opérées par les filiales à l'étranger. Ils doivent être interprétés avec prudence et sont sans doute sous-estimés selon les statisticiens de l'Insee. D'après ces données, le chiffre d'affaire des filiales à l'étranger des entreprises de services s'élèverait à 62 milliards de FF. Si l'on rapproche ce chiffre des exportations opérées par les entreprises de services (105 milliards de FF), ces ventes à l'étranger représentent un peu plus de la moitié des exportations du secteur des services marchands.

lais »). La taille du marché d'accueil (nombre de demandeurs, pouvoir d'achat) est donc un déterminant important de cet investissement : l'écrasante majorité des ventes de services par les filiales des FMN américaines est réalisée sur le marché d'implantation de la filiale (81 %) ou vers d'autres pays étrangers (12 %) ; la décomposition des processus productifs caractéristique de l'internationalisation de certains secteurs industriels touche moins les activités de services : dans le cas américain, seuls les 7 % restant des ventes de services par les filiales étrangères repartent à destination des Etats-Unis (dont plus de la moitié vers la maison-mère dans le cadre d'échanges intragroupes). Cette logique oriente néanmoins la délocalisation d'un certain nombre d'activités de services dans des pays à bas coût de main-d'œuvre mais d'un niveau de qualification élevé. C'est le cas des services informatiques (saisie de données, programmation, etc.) ou de fonctions de services externalisées qui peuvent être rendues à distance grâce à l'informatique (comptabilité, réservations dans le transport aérien) [14].

La prépondérance des secteurs de la finance et des services aux entreprises

La prédominance des secteurs financiers (banque, assurance et immobilier) et des services aux entreprises, déjà repérée dans les échanges internationaux de services, se retrouve tant pour ce qui concerne l'investissement direct à l'étranger que l'investissement direct étranger. Elle est ici particulièrement nette dans le cas des Etats-Unis et du Royaume-Uni.

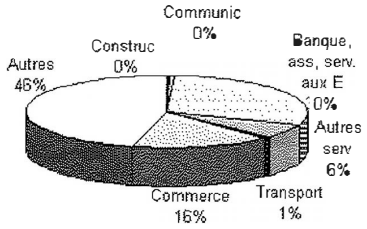
Les positions du Japon et de l'Allemagne sont différentes : ici, c'est la catégorie « autres services » qui l'emporte sur les autres secteurs, laquelle regroupe normalement les activités de services aux collectivités locales (distribution d'électricité, gaz et eau) et d'hôtellerie- restauration, etc. Or pour ces deux pays, il se trouve que cette rubrique inclut également les activités immobilières, ainsi que les holdings pour l'Allemagne, ce qui explique en partie l'importance relative de ce poste, notamment dans l'encours d'investissement direct étranger. A noter aussi l'importance du commerce dans l'investissement direct étranger au Japon qui reflète la difficulté des entreprises étrangères à commercialiser leurs produits en dehors de la présence sur place d'une filiale commerciale.

La France se caractérise par l'importance relative de l'investissement direct à l'étranger des entreprises du secteur finance et services aux entre-

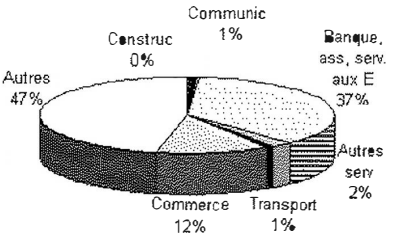
---

14. Par exemple, 1/5 des 500 premières entreprises classées par le magazine américain *Fortune* ont délocalisé leur activité de développement de logiciels en Inde dans des zones défiscalisées, au moyen d'accords de coopération avec les entreprises indiennes. Elles bénéficient ainsi d'avantages coûts tout en ayant accès à une main-d'œuvre de très haute qualité. Ces exportations de services sont également très importantes pour la balance des transactions courantes indienne, *cf.* « India's Software Industry », *Financial Times*, November 6, 1996.

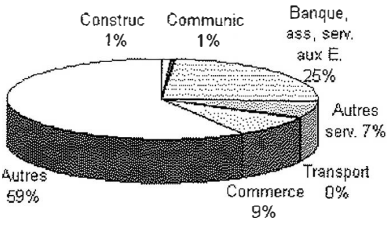
Encours d'investissement direct étranger aux Etats-Unis en 1994



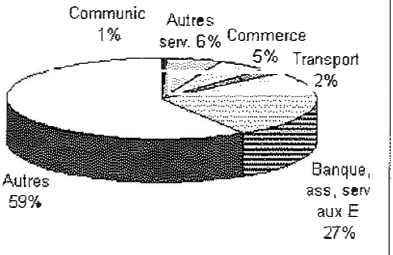
Encours d'investissements directs américains à l'étranger en 1994



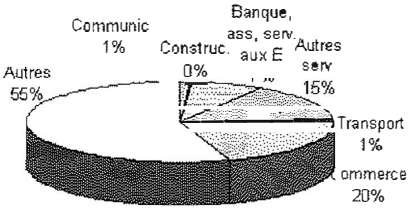
Encours d'investissement direct étranger au R-U en 1994 (par secteur investi)



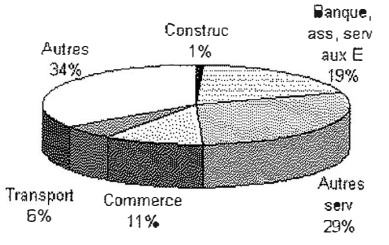
Encours d'investissements directs britanniques à l'étranger en 1994 (par secteur investi)



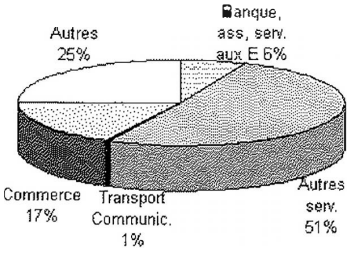
Encours d'investissement direct étranger au Japon en 1994



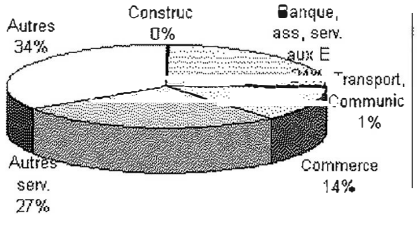
Encours d'investissement direct japonais à l'étranger en 1994



Encours d'investissement direct étranger en Allemagne en 1994

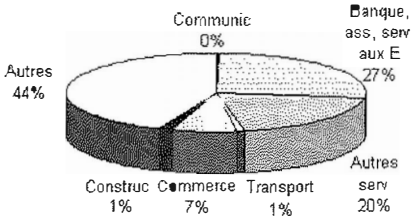


Encours des investissements directs allemands à l'étranger en 1994

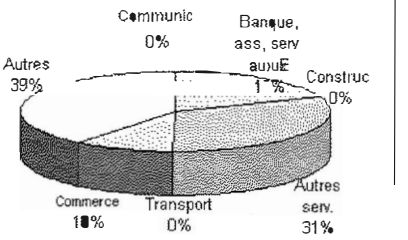


mais par celle de la catégorie « autres services » pour ce qui est de l'investissement direct étranger en France, à l'image de l'Allemagne et du Japon. Signalons que cette rubrique inclut pour la France les hôtels-restaurants, les affaires immobilières, et les holdings en plus des autres services marchands et non marchands.

Encours d'investissement direct français à l'étranger en 1994 (par secteur d'investissement)



Encours d'investissement direct étranger en France en 1994 (par secteur d'investissement)



Bien qu'il soit difficile d'isoler les services à fort contenu informationnel, inclus dans les postes « banque, assurance et services aux entreprises » et « autres services », on peut penser que l'importance relative de ces deux postes dans l'encours d'IDE des principaux pays industrialisés reflète en partie le poids de ces services. Poids qui est pourtant minimisé par le fait que certaines activités de services à fort contenu informationnel comme les activités de conseil ou d'audit sont peu ou pas capitalistiques. Fortement internationalisées sous forme de réseaux de partenariat sans nécessairement qu'ils soient matérialisés par des liens en capital, ces entreprises échappent en partie aux statistiques d'IDE mesurés principalement par la valeur des actifs (Sauviat, 1995).

Tout comme pour les échanges, ces statistiques sont à interpréter avec prudence. Car le secteur manufacturier est en partie responsable des investissements directs internationaux dans le tertiaire. Les firmes multinationales industrielles investissent en effet davantage dans le tertiaire que l'inverse, dans le but de valoriser leurs activités à l'étranger (distribution, conseil, service après-vente, financement, etc.). Elles investissent dans les holdings (qui prennent le contrôle des entreprises du secteur manufacturier), dans le commerce de gros pour faciliter l'accès aux marchés étrangers ou encore dans les activités de crédit-bail pour faciliter les exportations (notamment dans le secteur automobile) [24].

24. L'acquisition d'une filiale de commerce de gros est en effet un moyen privilégié de contrôle de la distribution des produits sur des marchés de plus en plus mondialisés. Aux Etats-Unis, ces dernières sont à l'origine d'une part importante des investissements directs étrangers dans le commerce de gros. A l'inverse, les filiales commerciales des groupes étrangers en France facilitent l'accès au marché français des biens d'équipement automo-

Ces mesures de l'investissement direct étranger restent donc assez frustes ; elles renseignent mal sur les caractéristiques des structures d'offre de services informationnels qui déterminent en partie ces flux d'investissement internationaux. J-P Thuillier (1993) a souligné à quel point le mouvement d'internationalisation des services (et dans les services) était allé de pair avec un mouvement de concentration des entreprises de services, à la recherche d'une taille critique et de nouveaux marchés. Et il est remarquable en effet que les secteurs des services en général ont connu à partir des années 90 une vague de fusions-acquisitions sans précédent, portées par le mouvement de déréglementation et de privatisation des grands services publics d'infrastructure en Europe. Dans les services informationnels, ce double mouvement a connu une phase d'accélération dans les années 90 et débouche sur une domination et une polarisation géographique sans doute plus tranchée que dans le cas des biens, laissant apparaître une hégémonie très nette des firmes anglo-américaines.

Une concentration et une mondialisation des services informationnels sous l'égide des firmes anglo-américaines : le cas du conseil et de l'audit

Cette prépondérance des groupes anglo-américains dans les structures d'offre des services informationnels est particulièrement élevée et s'explique par leur expérience acquise sur le marché américain, leur capacité de mise au point de nouveaux « produits » (notamment les innovations financières du fait de l'importance croissante des marchés de capitaux américains), et l'ampleur ainsi que la qualité des moyens humains et technologiques mobilisés. Ainsi, les trois premières banques d'investissement spécialisées dans le conseil financier en fusions-acquisitions qui se partagent 62 % du marché mondial [25], sont toutes d'origine américaine (*Morgan Stanley, Goldman Sachs,et Merrill Lynch*). Elles seules sont à même d'offrir un service global (conseil, émission et placements des titres) exigé de plus en plus par leurs clients et le gros de leurs revenus provient de deux des pôles de la Triade (Etats-Unis-Europe). Dans les services informatiques, on assiste depuis les années 90 à une intensification de la concurrence et à une internationalisation accrue des groupes à la recherche d'une taille critique et de nouveaux marchés, marquée tout particulièrement par une offensive des

---

bile, mécanique, électrique et électronique. Ainsi, si l'on croise les données des investissements directs à l'étranger au 31.12.95 par secteur investisseur et secteur investi, on observe que pour ce qui est des holdings, du crédit bancaire et du commerce, la proportion des investissements réalisés dans ces secteurs est nettement supérieure à celle qui émane de ces mêmes secteurs, *cf.* « Stock des investissements directs français à l'étranger au 31 décembre 1995 », S. Bénech-Calvet, *Bulletin de la Banque de France*, n°40, avril 1997, p. 162.

25. *Cf Financial Times* du 23/01/98, *Survey on Global Investment Banking.*

firmes américaines en Europe [26]. Ce mouvement s'illustre par de nombreuses opérations de rachats par fusions-acquisitions, qui accélèrent le processus de concentration au sein du secteur au niveau mondial, et principalement sur le marché européen. La domination des firmes américaines est importante, plus prononcée sur certains segments du marché comme l'édition de logiciels où l'hégémonie de Microsoft s'est considérablement renforcée au cours de ces dernières années. Mais les SSII et les éditeurs de logiciels sont surtout très actifs et exercent une influence prépondérante dans les opérations de restructuration visant le multimédia. Dans ce secteur, l'hégémonie des firmes de services informatiques américaines par rapport aux autres opérateurs (constructeurs et distributeurs informatiques, entreprises de l'audiovisuel, etc.) est encore plus remarquable (Mouline, 1996). Mais c'est dans les activités de conseil et d'audit que le processus d'internationalisation et de concentration nous paraît le plus exemplaire, même s'il a pris des allures spécifiques.

Un oligopole stable dominé par les firmes anglo-américaines

Les formes prises par le processus d'internationalisation dans le conseil et l'audit sont sans doute parmi celles les plus avancées de globalisation et de réseau, étant quasiment constitutives de ces entreprises, de leur modèle de croissance et d'expansion internationale. Elles sont organisées en un véritable partenariat intégré de compétences au niveau mondial, qui leur permet d'organiser leur « production » sur des bases locales et de l'adapter aux spécificités des marchés mais sous l'égide d'une seule marque et des contraintes plus ou moins fortes qui en découlent selon les cas (partage des risques, des profits ou au minimum des coûts).

Les firmes de conseil et d'audit d'origine anglo-américaine se sont massivement internationalisées après la Deuxième Guerre mondiale, portées par les flux d'investissement américains en Europe. Fortes des compétences et routines acquises sur leur propre marché national au contact de leur clientèle de très grandes entreprises, elles les ont exploitées les premières sur les marchés étrangers et ont ce faisant acquis un avantage déterminant sur leurs concurrents. Cependant, le suivi des principaux clients ne constitue pas le motif unique de cette internationalisation, qui s'explique aussi par la mise en œuvre d'une stratégie de conquête de nouveaux marchés et de mise en forme de nouveaux « produits » [27]. Cette stratégie d'offre (recherche d'économies d'échelle et d'envergure) s'est tout spécialement affirmée à partir

---

26. Les stratégies de rachats et d'alliances en Europe à l'initiative des firmes américaines se multiplient (EDS a pris le contrôle de la SSII britannique SD-Scicon en 1991, Automatic Data Processing (ADP) a racheté GSI en 1995, l'une des toutes premières SSII françaises en 1995, *cf.* A. Mouline (1996).
27. Conseil en *corporate finance*, *business integration*, sous-traitance des fonctions administratives et financières des grands groupes, etc.

des années 80, donnant lieu à une vague de fusions-acquisitions sans précédent dans le secteur aux niveaux national et international dont l'effet le plus visible est une augmentation très importante de la taille des principales firmes leaders sur ce marché (*cf.* tableaux page suivante). Dans un secteur caractérisé par une structure de marché oligopolistique, la rivalité interfirme conduit les firmes à imiter leurs proches concurrents sur les marchés étrangers (Li & Guisinger, 1993). Mais cette pression à la taille est également le moyen pour ces firmes d'améliorer leur expertise et d'étendre leurs compétences afin de répondre très vite à la demande de leurs clients, par une meilleure couverture géographique (en particulier dans les pays émergents) et en élargissant leur spécialisation sectorielle et fonctionnelle [28]. Cela leur donne également des capacités d'investissement dans le domaine des technologies de l'information, beaucoup plus intensif en capital que le conseil traditionnel et dont la logique se rapproche davantage d'une approche industrielle.

Parmi les firmes qui constituent l'oligopole mondial du conseil et de l'audit, il est frappant de constater la présence quasi hégémonique des firmes américaines (voir tableaux). En outre, cet oligopole est assez stable et le marché de plus en plus concentré. Dans le conseil en management, où les vingt premières firmes représentent environ la moitié du marché mondial du conseil estimé à 50 milliards de dollars [29], on ne trouve qu'une firme d'origine européenne, Gemini Consulting, à capitaux français, mais dont le siège opérationnel est situé à Morristown aux Etats-Unis, et dont les principaux dirigeants sont américains. Constituée par acquisitions successives de sociétés de conseil françaises et américaines, Gemini Consulting est créée en 1991. La firme poursuit sa politique de croissance externe [30] et n'a pu se hisser aux premiers rangs de l'oligopole mondial que grâce à l'appui financier de sa maison-mère Cap Gemini Sogeti. On trouve également deux autres firmes aux origines mélangées : KPMG, qui est en fait la branche conseil d'un des tout premiers cabinets d'audit au plan mondial, issu de la fusion d'un très ancien cabinet d'audit américain (Peat Marwick Mitchell) et d'un cabinet d'audit « européen » (Klynveld Main Goerdler) [31]. Mais le

---

28. Les cabinets d'audit se sont ainsi lancés dans le métier de la banque d'affaire, sur le segment du conseil en fusions-acquisitions (*corporate finance*), déjà très concentré au niveau européen où les cinq premières banques, toutes d'origine américaine, se partagent 85 % du marché (le groupe Lazard, Morgan Stanley, Goldman Sachs, SBC Warburg et JP Morgan), *cf. The Financial Times*, 15/10/97. Au Royaume-Uni, trois des *Big Six* en 1996 figuraient parmi les vingt premiers opérateurs sur ce marché (KPMG au 15e rang, Price Waterhouse au 19e rang et Arthur Andersen au 20e rang du classement) à côté des principales banques d'investissement.
29. *Cf.* J. O'Shea & C. Madigan (1997).
30. Prise de contrôle en 1992 d'une des plus importantes entreprises de conseil allemande, Gruber, Tize & Partners et de l'un des plus importants groupes de conseil français, le groupe Bossard, en 1996 dans lequel CGS détenait depuis 1976 une participation de 49 %.
31. KMG a été formé en 1979 à partir d'un rapprochement de gros cabinets indépendants d'origine hollandaise, britannique et allemande.

Les vingt premières firmes mondiales de conseil en management en 1996

Firmes	Revenu (millions de $)	Tx de croissance 96/95	Nbre de consultants	Nbre d'associés
Andersen Consulting	5 300	25,5%	37 389	1 036
Ernst & Young	2 010,4	32,0%	10 657	ND
McKinsey & Co	2 000	11,1%	3 994	587
KPMG	1 836	18,9%	10 673	888
Deloitte Touche Tomatsu International	1 550	29,2%	ND	ND
Coopers & Lybrand	1 422	16,5%	8 511	564
Arthur Andersen	1 379,6	18,0%	ND	ND
Price Waterhouse	1 200	24,5%	8 900	470
Mercer Consulting	1 159,2	9,7%	ND	ND
Towers Perrin	1 001,3	15,4%	6 500	635
Booz Hallen Hamilton	980,0	11,4%	5 300	228
AT Kearney	870,0	33,8%	2 300	200
IBM Consulting	730,0	21,6%	3 970	ND
American Management Systems	812,2	28,4%	6 042	ND
Watson Wyatt Worlwide	656,0	10,6%	3 730	ND
The Boston Consulting Group	600,0	9,1%	1 550	ND
Gemini Consulting	600,0	9,5%	1 200	ND
Hewitt Associates	568,0	26,5%	ND	ND
Bain & Co	459 4	22,5%	1 350	145
Aon Consulting	490 0	6,5%	2 700	ND

Source : *Management Consultant International.*

Les vingt premières firmes mondiales d'audit en 1997

Firmes	Revenu (millions de $)	Tx de croissance 97/96	Nbre de consultants*	Nbre d'associés*
Andersen Worldwide **	11 300	19,0%	60 306	2 563
Ernst & Young	9 100	16,7%	48 507	5 392
KPMG	9 000	11,1%	50 800	6 030
Coopers & Lybrand	7 541	10,7%	49 560	5 228
Deloitte Touche Tomatsu International	7 400	13,8%	42 000	4 650
Price Waterhouse	5 620	12,0%	35 863	3 246
BDO Binder	1 450	9,0%	10 206	1 572
Grand Thornton Intern.	1 402,7	9,2%	11 159	2 155
Moores Rowland Intern.	1 063	5,8%	8 425	1 565
RSM Inter.	1 060,4	12,3%	7 283	1 448
Summit International	813,9	-1,0%	6 051	1 222
Horwath International	810	17,2%	6 624	1 144
Pannall Kerr Foster	755,9	2,8%	ND	1 243
Nexia International	698	10,4%	5 326	887
Moore Stephens	637	18,4%	4 546	0 828
Fiducial International	549	9,8%	ND	ND
HLB International	534	-5,8%	5 611	1 017
AGN International	493,6	13,2%	4 607	777
Alliot Person International	466	7,1%	3 180	644
International Group of Accounting Firms	385,3	4,4%	2 683	681

* Chiffres de 1995.
**Incluant Arthur Andersen et Andersen Consulting.
Source : *International Accounting Bulletin*, 19 December 1997.

pôle conseil du groupe s'est développé surtout à partir des initiatives de la branche américaine (Peat Marwick Mitchell). L'autre firme est DTTI, là encore issue de l'audit et de fusions successives entre cabinets d'origine britannique (Deloitte), américaine (Haskins & Sells et Touche Ross) et japonaise (Tohmatsu créé en 1969). Ce réseau a été l'un des derniers grands de l'audit à se diversifier dans le conseil.

Dans l'audit, la concentration s'est fortement renforcée. Les firmes leaders du marché connues sous le nom de Big Six depuis la vague de concentrations des années 80 [32] vont être réduites aux Big Five. Price Waterhouse et Coopers & Lybrand mettent actuellement en œuvre leur fusion annoncée en septembre 1997. Et l'on observe un net décrochement au niveau des chiffres d'affaire entre ces grands réseaux et les autres (*cf.* tableau). Aux Etats-Unis, 85 % des 500 premières firmes classées par *Fortune* sont actuellement auditées par l'un des Big Six. Le nouvel ensemble issu de la fusion de Price Waterhouse et de Coopers & Lybrand auditera à lui seul 35 % de ces 500 premières firmes. Au Royaume-Uni, ce même groupe contrôlera 50 % des 100 premières firmes classées au FTSE, sachant que toutes le sont par les Big Five.

Ces évolutions laissent apparaître l'hégémonie des firmes américaines, plus accentuée que dans le cas des industries manufacturières ou des services en général [33], puisque qu'elle s'en tient principalement à l'un des pôles de la Triade (très marginalement aux deux autres). Cette polarisation géographique vaut également pour la répartition de leurs marchés régionaux (Petit, 1994), entraînant une exclusion ou une dépendance encore plus forte des régions les moins industrialisées que dans le cas des biens. Ainsi et pour ne citer que quelques exemples à partir des données individuelles de firmes, Andersen Consulting réalise 55 % de son chiffre d'affaire en Amérique, 35 % en Europe et 10 % en Asie. Le chiffre d'affaire du Boston Consulting Group se partage entre l'Europe (50 % du total), l'Amérique du Nord (35 %) et l'Australie (15 %). Coopers & Lybrand fait 50 % de son chiffre d'affaire en Europe. Cette domination presque sans partage des firmes anglo-américaines est le résultat d'un certain nombre « d'avantages-pays » et d'avantages de firmes solidement établis, qui tiennent en partie aux caractéristiques et aux impulsions venues du marché américain (spécificités des

---

32. Connues sous le nom de Big Eight jusqu'au milieu des années 80, ces firmes d'audit anglo-américaines avaient connu une phase de concentration avec la fusion de Peat Marwick Mitchell et de Klynveld Main Goerdler en 1986, celle d'Ernst & Whinney avec Arthur Young en 1989, et celle de Deloitte, Haskins & Sells avec Touche Ross et Tohmatsu en 1989, qui devait conduire aux Big Six.

33. Alors que les firmes japonaises sont quasiment absentes ici, on en trouve 135 parmi les 500 premières entreprises industrielles mondiales classées d'après leur chiffre d'affaire (au deuxième rang derrière les entreprises américaines), et 140 parmi les 500 premières firmes de services (au premier rang devant les firmes américaines) d'après le classement établi par *Fortune*.

formes institutionnelles, de l'interaction prestataire/client) et en partie à la nature spécifique des prestations de services en question.

Des avantages concurrentiels solidement établis

Dans le monde de la finance internationale, ce sont les grands opérateurs financiers privés américains et anglais (en particulier les principaux fonds de pension) qui donnent le ton. L'importance et l'attractivité du marché financier américain expliquent que ce soit le lieu privilégié de production des principales innovations financières et que les institutions financières américaines soient en position de produire les normes au niveau mondial. Ainsi, le cadre des nouveaux instruments financiers a été mis au point par des cabinets anglo-américains. De même, les normes comptables américaines (GAAP), définies très tôt pour établir les états financiers consolidés des groupes multinationaux américains et évoluant au rythme des innovations financières (produits dérivés comme les *swaps*, les *options*, etc.), s'imposent progressivement aux entreprises multinationales d'origine française, allemande ou japonaise, au détriment des normes internationales (IASC).

On comprend mieux ainsi la prééminence des firmes anglo-américaines au sein de l'oligopole mondial du conseil et de l'audit. La position particulière occupée par les États-Unis au sein du système financier mondial, le rôle du dollar comme monnaie de référence dans les échanges mondiaux, l'importance de l'anglais comme langue véhiculaire dominante des marchés financiers et des systèmes d'information, l'attractivité des « *business schools* » sont autant de facteurs qui contribuent à asseoir cette domination presque sans partage des firmes américaines sur le marché de l'audit et du conseil [34].

Cette domination tient également à la réputation et à la reconnaissance internationale acquises par les firmes anglo-américaines du conseil ou de l'audit vis-à-vis soit de leurs grandes entreprises clientes, soit des grands opérateurs financiers qui dictent leurs conditions aux grandes entreprises multinationales sur les principales bourses mondiales dans le cas plus spécifique de l'audit. La notoriété de la clientèle fait la notoriété des cabinets de conseil et d'audit. La capacité des grands cabinets anglo-américains d'anticiper et de « rencontrer » les besoins de leurs clients, parce que ces clients sont les principaux leaders mondiaux dans différents secteurs, constituent un avantage concurrentiel déterminant. Réciproquement, l'effet de marque et de réputation dans les pratiques de recours au conseil en management ou à l'audit est aussi un élément déterminant dans le choix des grandes entreprises, même si la satisfaction des clients quant à la qualité des prestations

34. Ces arguments ont été développés plus généralement par F. Chesnais (1997) pour expliquer la place particulière occupée par les États-Unis au sein de l'oligopole mondial.

rendues n'est pas toujours à la hauteur de leurs espérances. Et même si l'on constate parfois un décalage très net entre cette réputation et la part de marché effective de tel cabinet. La difficulté d'évaluer la qualité et les effets d'une prestation, tout particulièrement une prestation de conseil, jouent un rôle non négligeable dans cet état de faits. De même, les « barrières invisibles, liées aux difficultés de mise en forme des produits dans le secteur du conseil, protègent fortement la structure oligopolistique du marché », comme le souligne P. Petit (1994).

Ces firmes organisent la mise en commun de savoir-faire et d'expériences accumulées auprès des clients par un système d'échanges de ressources humaines, voire technologiques qu'ils font circuler très rapidement à l'intérieur d'une organisation en réseau (non hiérarchique) constituée sur des bases mondiales. Le réseau, par les compétences organisationnelles qu'il met en œuvre, permet cette circulation et ce croisement des connaissances, grâce à l'accès aux moyens mis en commun et financé par la mutualisation des coûts entre les différents membres du réseau.

Mais c'est surtout la capacité qu'ont particulièrement les firmes américaines, dans le conseil et dans l'audit comme dans d'autres secteurs d'ailleurs, de développer un esprit de corps et de produire une culture d'entreprise avec ses rituels, ses langages, ses croyances spécifiques, qui contribuent fortement à forger cette communauté culturelle et cette réputation. Cet esprit de corps est la condition de constitution non seulement d'un capital social, mais aussi d'un capital économique propre au réseau qui permet à chacun de ses membres de participer au capital individuellement possédé par tous les autres. Or les firmes américaines ont sans doute de ce point de vue un avantage comparatif sur les autres firmes, qui reflète la logique à dominante contractuelle qui gouverne leur mode de gestion. Celle-ci se traduit par une organisation flexible mais très hiérarchique en interne (voire quasi militaire) où les positions acquises ne le sont jamais indéfiniment et peuvent être toujours plus ou moins remises en cause. Au niveau des réseaux, ces principes s'illustrent par l'existence de règles privées contraignantes et de procédures de gestion et de contrôle extrêmement codifiées, une logique marchande de client/fournisseur qui régit les relations entre supérieurs et subordonnés en terme de qualité du travail, performances individuelles, etc.

Enfin, ces prestataires attirent les étudiants des meilleures écoles d'ingénieurs et de commerce à travers le monde [34] et consacrent un budget important à la formation et à la recherche-développement en interaction étroite avec le client [35],. De ce point de vue, la visibilité internationale et la force d'attraction des « *business schools* » américaines constitue un avantage-pays déterminant pour les grands cabinets de conseil et d'audit. Car ces « *business schools* » constituent non seulement un réservoir de main-d'œu-

vre beaucoup plus volumineux qu'en Europe, mais surtout la proportion d'étudiants d'origine étrangère y est très importante. Les grands cabinets de conseil et d'audit américains opèrent donc leur sélection sur une base beaucoup plus élargie au départ que n'importe quel autre cabinet européen, tant du point de vue de la quantité que de la « qualité » de la main-d'œuvre. Ils repèrent notamment les meilleurs étudiants d'origine étrangère, qu'ils expérimenteront comme stagiaires, ou qu'ils embaucheront et enverront, après plusieurs années d'expérience, grossir les rangs de leurs bureaux à l'étranger ; ou encore si l'opportunité se présente, ouvrir un nouveau bureau dans un pays (souvent le pays d'origine de ces consultants).

Ils cultivent également des relations de proximité durables avec l'encadrement et les professeurs de management des *business schools*. Cette proximité et cette interpénétration du monde du conseil américain avec le monde universitaire [35] favorisent la mise au point et la diffusion des innovations managériales. Les consultants tirent de leurs expériences professionnelles la mise au point de cas d'entreprise, qu'ils enseignent et diffusent auprès d'un public d'étudiants, qui deviendront leurs futurs clients un peu partout dans le monde. Enfin, la capacité de ces firmes à former leur main-d'œuvre et à gérer le turn-over de façon très rigoureuse, leur permet de placer un important volume « d'anciens » à des postes de responsabilité dans les grandes entreprises clientes. Ces pratiques de gestion constituent des atouts majeurs de différenciation et de distinction, pour attirer et fidéliser la clientèle de grandes entreprises.

En conclusion

Au sein de la nouvelle division cognitive du travail, les firmes des services informationnels occupent une place de choix. Elles contrôlent en effet un important potentiel privé de connaissances, de R&D et d'informations qui rivalise avec les potentiels des grandes firmes multinationales industrielles, ou ceux d'institutions publiques comme les universités ou les instituts nationaux de recherche. Si ces firmes cultivent volontiers la discrétion, dotées dans le cas du conseil en management, de l'audit ou de la banque d'investissement, d'un statut qui les autorise à ne pas rendre publics leurs comptes et leurs profits (*partnership*), elles n'en exercent pas moins une influence croissante sur la structuration des modèles d'entreprise, des modèles de marchés, et sur celle des normes de gestion qui produisent et qui légitiment une certaine vision de l'entreprise et des marchés. Le constat de

35. Aux Etats-Unis, le cabinet de conseil en stratégie « Monitor » fondé par Michael Porter de la Harvard Business School est l'un des principaux concurrents de McKinsey dont les consultants alimentent en permanence les différents numéros de la *Harvard Business Review ;* ces deux cabinets sont très proches par leur culture, les services offerts et les tarifs pratiqués.

l'hégémonie des firmes anglo-américaines n'est donc pas ici indifférent puisque à la multiplicité et à l'hétérogénéité des modèles de management et plus largement des modes de régulation existants risque de se substituer une réalité plus homogénéisante, pour ne pas dire totalitaire, du monde économique et plus excluante pour les régions du monde les moins industrialisées, qui ne sont pas en position d'attirer et de coproduire ce type de services au cœur des blocs de savoirs contemporains et décisifs pour la compétitivité des entreprises.

Références bibliographiques

de Bandt J. (1994), « De l'économie des biens à l'économie des services : la production de richesses dans et par les services », *Relations de service, marchés de services,* coordonné par de Bandt J. et Gadrey J., Paris, Editions du Cnrs.

de Bandt J. (1995), *Services aux Entreprises,* Paris, Economica.

Bessant J., Rush H. (1995), « Building Bridges for Innovation : the Role of Consultants in Technology Transfer », *Research Policy,* 24, pp. 97-114.

Chesnais F. (1997), *La mondialisation du capital*, Syros, 2e édition refondue, Paris.

Cohendet P. (1994), « Relations de service et transfert de technologie », *Relations de service, marchés de services,* coordonné par de Bandt J. et Gadrey J., Paris, Editions du CNRS.

Delapierre M. (1990), « Nouvelles stratégies face à un nouvel environnement – Le cas des groupes du traitement de l'information », Nanterre, Cerem, Larea/904, université de Paris-X.

Dezalay (1992), *Les marchands de droit*, Paris, Editions Fayard.

Espland W. N. & Hirsch P.M. (1990), « Ownership Changes, Accounting Practice and the Redefinition of the Corporation », *Accounting, Organizations and Society*, vol. 15, n°1/2, pp. 77-96.

Feketekuty G. (1988), « International Trade in Services », American Enterprise Institute/Bullinger, Washington DC.

Landesmann M.A. & Petit P. (1992), « Trade in Producer Services, International Specialization and European Integration », *Working Paper,* n° 9217, Paris, Cepremap.

Li J. & Guisinger S. (1993), « Patterns of International Competition in Service Industries : Global Oligopolistic Reaction and National Competititive Advantages » in *Coalitions and Competition – The Globalization of Professional Business Services,* London, ed. by Aharoni Y., Routledge.

Lundvall B-A, Borras S. (1997), « The Globalising Learning Economy : Implications for Innovation Policy », Draft version, TSER programme, September.

Markusen J.R. (1989), « Trade in Producer Services and in Other Specialized Intermediate Inputs », *The American Economic Review,* vol. 79, n°1, March, pp. 85-95.

Moati P., Mouhoud EM. (1994), « Information et organisation de la production : vers une division cognitive du travail », *Economie Appliquée*, tome 66, n°1, pp. 46-73.

Mouline A. (1996), *L'industrie des services informatiques*, Paris, Economica.

OCDE (1996), « Perspectives de la science, de la technologie et de l'industrie », Paris.

OCDE (1997), *Statistical Compendium* on CD-Rom, 1997/2, Paris.

O'Shea J. & Madigan C. (1997), *Dangerous Company,* London, Nicholas Brealey Publishing.

Petit P. (1994), « Formes de services et modes d'internationalisation des économies » dans *Relations de service, marchés de services*, coordonné par de Bandt J. et Gadrey J., Paris, Editions du CNRS.

Porter M. E. (1986), Competition in Global Industries, Harvard Business Press, Boston Mass.

Reich R. (1993), L'économie mondialisée, Paris, Dunod.

Sauviat C. (1995), « Les réseaux internationaux de services : le cas du conseil et de l'audit », Rapport pour la mission d'études des secteurs des services, ministère des Entreprises et du Développement économique, Paris.

Thuillier J-P (1993), « Transformation de l'offre de services – Internationalisation et concentration », Rapport pour la mission d'études des secteurs des services, ministère des Entreprises et du Développement économique, Paris.

USITC (1996), « US Trade Shifts in Selected Industries Services », Washington, June.