

## Exercice n°10

### Document 1

Les nouvelles théories du commerce international sont développées par des auteurs comme E. Helpman et P. Krugman, du Massachusetts Institute of Technology.

Ces théories refusent la détermination hexogène du commerce. Elles considèrent que les avantages comparatifs sont plus une conséquence qu'une cause des échanges internationaux. En se spécialisant et en prenant part au commerce mondial, chaque pays multiplie ses avantages ; ce n'est pas essentiellement parce qu'un Etat est plus compétitif dans un produit qu'il exporte, mais c'est surtout en exportant qu'il devient plus compétitif.

Source : Théories économiques, Bréal, 2002

### Document 2

La nouvelle théorie de l'économie internationale apporte de nouveaux arguments. L'ouverture internationale crée l'avantage comparatif car elle permet la spécialisation et engendre donc un effet de dimension : chaque nation peut produire en grande quantité certains produits.

Le deuxième avantage induit par le commerce profite surtout au consommateur. Il s'agit de l'effet de diversification. (...) Krugman considère que cette diversité profite également aux producteurs.

Le troisième avantage est l'effet de concurrence. Effectivement, **les marchés nationaux ont souvent des structures monopolistiques ou oligopolistiques.** (...) L'ouverture internationale permet à de nouvelles entreprises d'entrer sur les marchés nationaux ; les prix et le niveau de la production deviennent donc plus efficients.

Source : Option citée

### Travail à faire

|   |                                                                                      |
|---|--------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Comparez la nouvelle théorie et la théorie traditionnelle du commerce international. |
| 2 | Expliquez le passage souligné du document 2.                                         |
| 3 | Présentez les avantages du commerce international selon la nouvelle théorie.         |
| 4 | Montrez le lien entre l'efficacité et l'effet de concurrence.                        |