

3. Géographie des firmes transnationales.

A/ H&M, une firme transnationale.

1. H&M, acteur de la production de masse.

- Suède > prêt-à-porter : leader mondial
- Mode standardisée à faible coût
- > production de masse standardisée.

2. Organisation de la production.

- Siège social = Stockholm
- 37 pays = 2000 points de vente
- H&M = conception <> production = sous-traitance (Asie)

3. Le monde concurrentiel de la « fast fashion ».

- Marché très concurrentiel = « fast fashion »
- Renouvellement permanent + offre diversifiée + com° dynamique



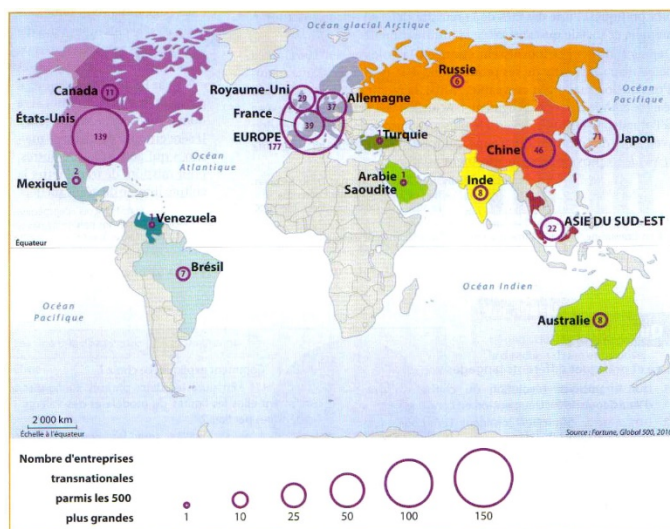
B/ Les FTN, acteurs majeurs de la mondialisation.

1. Le poids des FTN.

- 80 000 FTN W > 800 000 filiales
- Rôle majeur W° : éco – soc – pol – techno
- 80 M employés + innovation permanente + capacité d'influence

2. Des acteurs essentiels du commerce international.

- Prod FTN = ¼ richesse W + 2/3 commerce W
- Source majeure des IDE
 - 60% vers 10 pays (États-Unis, Chine, Europe occ., Russie, Brésil)
 - Autres régions + délaissées



3. La Triade et le Sud.

- FTN // domination Triade (Am + Eur + Japon)
- Nord = ¾ FTN
- Sud = ¼ FTN mais ↑↑↑ // USA ↓

Investissements directs étrangers (IDE) entrants, 2008

