

Firmes transnationales, transfert de goût et sous-développement : une étude de cas au Kenya

Langdon S.

Transferts de technologie

Paris : CIHEAM
Options Méditerranéennes; n. 27

1975
pages 67-79

Article available on line / Article disponible en ligne à l'adresse :

<http://om.ciheam.org/article.php?IDPDF=CI01.0604>

To cite this article / Pour citer cet article

Langdon S. Firmes transnationales, transfert de goût et sous-développement : une étude de cas au Kenya. *Transferts de technologie*. Paris : CIHEAM, 1975. p. 67-79 (Options Méditerranéennes; n. 27)



<http://www.ciheam.org/>
<http://om.ciheam.org/>

Firmes transnationales, transfert de goût et sous-développement : une étude de cas au Kenya

Steven LANGDON

Cet article (I) examine une institution importante dans la relation entre des nations riches et pauvres de l'économie mondiale. La firme transnationale (FT) constitue la composante dominante du cadre dans lequel le transfert technologique industriel vers les pays pauvres a lieu actuellement. Ce rôle a conduit beaucoup d'économistes à décrire l'investissement de la FT comme un facteur central du développement de ces pays. La recherche kenyenne contredit cette opinion, elle suggère que l'investissement de la FT mal façonne et biaise la croissance industrielle dans les régions pauvres, confirmant leur dépendance et leur sous-développement plutôt qu'il n'impulse des effets larges d'un vrai développement. L'argument insiste particulièrement sur les facteurs du choix de produit, illustrant ainsi l'analyse de Stewart (1973) sur le choix des techniques dans les pays sous-développés. Il insiste également sur une nouvelle approche du rôle de la FT dans ces pays en la voyant comme agent d'un « transfert de goût » inapproprié à partir des économies capitalistes développées.

L'analyse débute par une brève définition de son emploi du terme « développement industriel », et par une discussion sur la nature de la FT ; cette section introduit aussi l'étude de cas de l'industrie du savon et du détergent que l'article détaille. La deuxième section compare en détail la performance des filiales étrangères avec les firmes locales de production de savon. Une analyse de l'impact de la FT sur les firmes locales vient ensuite. Ces thèmes sont ensuite reliés aux réalités de la politique économique kenyenne. La conclusion replace cette étude de cas dans un contexte plus large et suggère certaines de ses applications théoriques et pratiques.

INDUSTRIALISATION, FIRMES TRANSNATIONALES : LE CAS DE L'INDUSTRIE DU SAVON AU KENYA

L'article considère qu'un vrai développement industriel dans les pays africains devrait avoir des effets assez forts sur l'emploi, en termes de postes de travail créés par unité de capital investi (2); qu'il devrait engendrer des effets de liaison locale considérables, en particulier des effets amont vers les ressources indigènes; qu'il devrait minimiser le gaspillage de ressources par la sous-utilisation des capacités, les coûts du changement, les dépenses de publicité, etc...; qu'il devrait avoir un impact assez positif sur la balance des paiements, tenant compte de l'intensité des importations, des exportations et des rapatriements vers l'étranger, etc...; et qu'il devrait contribuer davantage à une égalisation de la répartition sociale et régionale que l'essentiel de l'industrialisation ne le fait jusqu'à présent en Afrique (3).

En évaluant la performance des filiales de FT par rapport à ces critères, deux réalités de la FT sont importantes. D'abord, la FT est caractérisée par un contrôle central croissant exercé

par le siège central sur les filiales; son effort vise à réduire le risque pour l'entreprise et à accroître son profit sûr par la planification à l'échelle mondiale du marketing, de la production, de la finance et de la recherche, etc... tout ceci dans l'optique d'une société mère vue comme le centre de profit (BEHRMAN, 1969, 61-87; voir aussi AHARONI, 1966, 191-6; DUNNING, 1971, etc...). Ceci explique des pressions institutionnelles et des contraintes sur les filiales dans un PSD qui diffèrent des forces qui expliquent le comportement d'une firme contrôlée localement. Deuxièmement, et par conséquent, l'investissement direct de la FT dans les pays pauvres ne transfère pas seulement du capital (comme par exemple l'investissement anglais à l'étranger au XIX^e siècle) ni une technologie industrielle donnée seulement; il transfère un ensemble (*package*), une pratique des affaires qui a permis à la FT d'acquérir un pouvoir de marché à l'origine de son expansion mondiale (4). Cet ensemble comprend normalement : la production de certaines catégories de produits finis seulement (ceux vendus dans les sociétés capitalistes avancées avec une différenciation des marques et des spécifications standardisées de qualité); une insistance sur un marketing coûteux et sophistiqué pour créer des

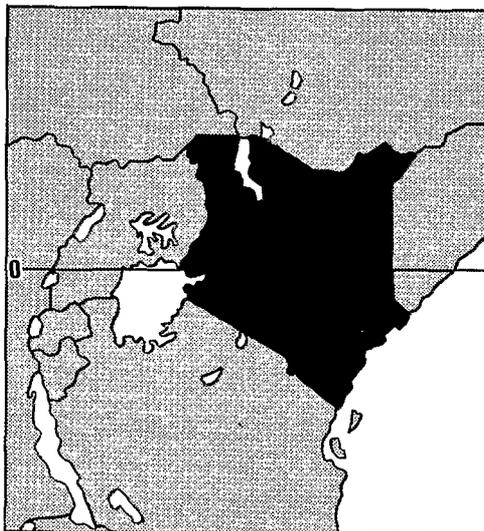
Traduction de D. THERY (CIRED, EHESS, Paris).

(1) Ce texte a déjà été présenté sous une première forme à la Conférence sur la Technologie Appropriée à l'Université d'Edimbourg en septembre 1973. Je remercie Charles COOPER, G.K. HELLENER, Raphaël KAPLINSKY, Dudley SEERS et John WEEKS pour leurs commentaires sur le texte d'origine tout en gardant à mon compte les erreurs qui subsistent. Je souhaite également remercier le Conseil Canadien et l'Université de Sussex pour leur aide financière au travail sur le terrain.

(2) Cet effet — ou tout autre caractère isolé cité — ne peut être une priorité absolue. Un coût en devises très élevé par exemple peut interdire de choisir une technique intensive en capital dans un cas donné (voir ROEMER, 1972, 5-6). Or pour un produit donné, la technologie intensive en capital peut être tellement plus productive en termes de capital/produit qu'elle élimine des techniques intensives en travail quel que soit le rapport des prix des facteurs. En général néanmoins, cette caractéristique a certainement une priorité importante dans le cas Kenyan (voir ILO, 1972, 33-102).

(3) Au Kenya par exemple, en 1967, 50,1 % de la production industrielle était à Nairobi ainsi que 51,2 % des emplois industriels bien que la cité ne compte que 4,7 % de la population du Kenya. De plus, les ouvriers de Nairobi recevaient un revenu moyen annuel de 8 660 ShK comparé à une moyenne de 4 960 ShK dans le Kenya, en excluant les six centres urbains principaux (Kenya, 1972 a).

(4) C. VARTSOS (1970) a identifié la nature globale (*package*) du transfert par la FT en Amérique Latine et il l'a relié directement à la préservation d'un pouvoir de monopole dans l'économie mondiale. Voir aussi HYMER et HOWTHORN (1970); MORAN (1973); CAVES (1972). La même perspective de pouvoir monopoliste est évidente dans les motivations d'investissement des FT sur certains marchés en Afrique voir DIXON-FYLE (1967, 120 ff.); HAKAM (1966, 50-51); MAY (1965).



goûts pour ce produit; un type de rapports au travailleur; et le recours à un savoir-faire et une expérience pour le management et la technique accumulés dans les pays riches. De nouveau, tout ce cadre modèle la conduite de la filiale étrangère selon des comportements différents et cela lui confère un pouvoir économique spécial par rapport aux firmes locales.

Les sections suivantes montrent comment ces données de la FT dans la structure du capitalisme international peuvent biaiser l'industrialisation d'un PSD. Le cas étudié est l'industrie du savon et du détergent au Kenya; c'est un cas utile parce qu'à la différence de beaucoup de secteurs industriels dans les pays pauvres où les producteurs locaux sont rares, l'industrie du savon au Kenya comporte plusieurs types de firmes possédées par des nationaux à côté de trois producteurs de savon internationaux. Cette structure permet de comparer les comportements de la FT à une alternative locale soulignant ainsi par contraste certaines caractéristiques de son comportement.

L'industrie du savon est une petite industrie en expansion rapide au Kenya. En 1971, elle comprenait 18 firmes avec 860 travailleurs, produisant 27 434 tonnes de savon, en trois catégories distinctes, mais concurrentes de produits : le savon de ménage, le détergent et le savon de toilette. Les firmes se spécialisent fortement dans une ou deux catégories (un point important dans la suite de l'article), mais certaines firmes font les trois produits ainsi que d'autres produits secondaires comme de la pâte dentifrice, de la margarine, de la poudre à récurer et du shampoing (5).

Jusqu'à la deuxième guerre mondiale, toutes les firmes de savon au Kenya étaient nationales. Mais dans les années 50 et 60, des filiales étrangères ont pénétré fortement; et en 1973, le secteur FT domine nettement, dont une filiale en particulier. Les firmes locales qui survivent sont maintenant principalement possédées par des asiatiques (quoique autrefois certaines appartenaient à des résidents européens); au moins une firme locale relativement importante est néanmoins africaine.

L'analyse qui suit est fondée sur des

interviews avec les trois filiales étrangères et avec dix firmes locales.

L'échantillon initial des firmes locales comprend toutes les firmes de savon du Registre 1970 (Kenya 1971a), quoique plusieurs entreprises aient été éliminées pour cessation d'opérations ou activité marginale dans le domaine du savon; il s'est révélé impossible d'interviewer deux firmes moyennes et une nouvelle firme locale a pu être ajoutée à l'échantillon. Des dix entreprises couvertes, une était propriété d'un africain, 4 d'asiatiques citoyens et 5 d'asiatiques non citoyens. Les interviews avec les dirigeants d'entreprise, en général le propriétaire, ont été complétées (sauf une fois) par une visite de l'usine. Dans le cas des filiales étrangères (une US et 2 GB), les interviews ont été faites avec le directeur local et quelques directeurs de départements; elles ont été aussi complétées par une visite d'usine. Une information financière satisfaisante, en particulier sur l'opération de la filiale la plus importante, provient de la comptabilité rassemblée dans le registre des sociétés à Nairobi. Il y avait inévitablement une certaine subjectivité dans les réponses des dirigeants à certaines questions de l'enquête, telles que les questions financières; aussi l'analyse fait plus ressortir des ordres de grandeur que les comptes financiers détaillés.

II

COMPARAISON ENTRE LES FIRMES LOCALES ET LES FILIALES ÉTRANGÈRES

Ce chapitre compare les deux ensembles de firmes pour chaque critère du développement industriel cité plus haut. Dans chaque cas, les inconvénients relatifs de la FT sont évidents.

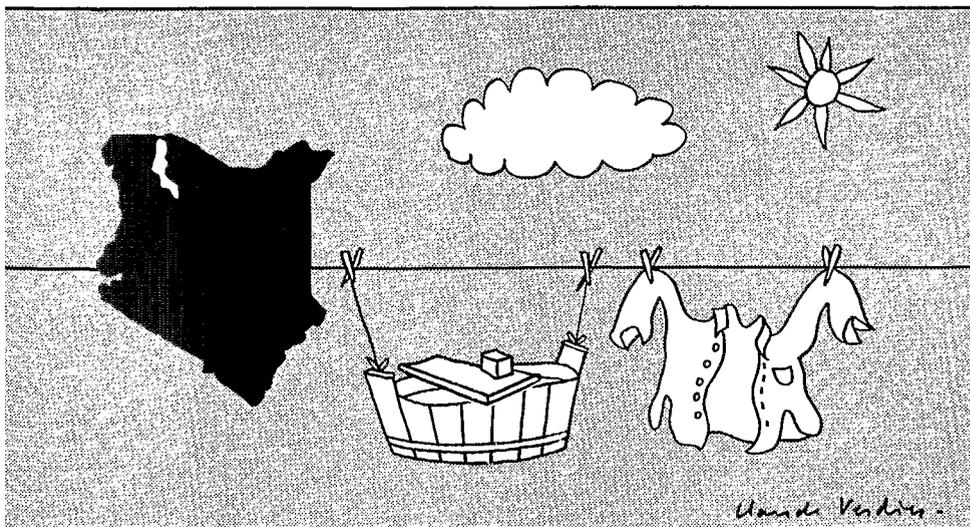
Choix des techniques

Des différences sensibles existent dans les techniques de production et par conséquent dans les effets sur l'emploi entre les différentes firmes de savon au Kenya. Beaucoup de petites entreprises locales (de 3. à 30 personnes et un chiffre d'affaires de 172 000 à 2 500 000 shillings kenyans par an) utilisent des méthodes manuelles de fabrication du savon.

Il en est ainsi pour le transfert des matières premières dans les cuves, pour le mélange, dans des récipients métalliques, pour le versement, pour le découpage, pour l'estampage par une presse manuelle et enfin pour le rangement dans des boîtes et leur transport vers les aires de stockage. Certaines firmes pompent leur matière première avant le mélange et utilisent des mélangeurs mécaniques dans les cuves, mais le procédé de base reste hautement intensif en travail. Six des dix firmes locales analysées appartiennent à cette catégorie non mécanisée.

A l'autre extrémité se situe la filiale de FT. Si l'on découpe la production en 5 étapes (voir PACK, 1972) — réception des matières, transformation des matières, manipulation des matières entre les opérations, emballage, stockage du produit — chaque étape

(5) Les statistiques sont du Kenya (1972b, 84, 87, 121). Pour une information complémentaire sur l'industrie du savon au Kenya, voir РЕЧЕНЬЕ (1970, 161-5, 184-8, 197) et Kenya (1972 a, 2, 15 ff.).



donne lieu à une mécanisation beaucoup plus grande que dans les firmes locales.

Pour la production de savon de toilette par exemple, les matières sont automatiquement pompées dans des réserves et mélangées; elles sont ensuite conduites par des tuyaux vers les chaînes de production, où sous la direction de deux hommes seulement, une opération intégrée prend le mélange humide, le sèche mécaniquement, le transforme en copeaux, le colore et le parfume, le presse en barres, le coupe en tablettes, le marque, l'enveloppe et le dispose dans des cartons; des chariots élévateurs transportent alors les cartons pour le stockage. Les filiales étrangères ne sont pas en moyenne aussi automatisées que leurs sociétés mères en Europe — elles utilisent plus de travail pour la manipulation par exemple — mais elles sont certainement moins mécanisées que les firmes locales. Et elles s'automatisent de plus en plus d'année en année (une firme par exemple qui utilise actuellement un procédé de séchage en sac de son détergent, introduit maintenant un système de tapis roulant à la place).

Entre ces deux extrêmes, on trouve des firmes locales de savon qui évoluent des techniques manuelles vers des techniques mécanisées (6). Elles ont mécanisé le procédé de mélange, de séchage, et de formation des barres et des découpes; elles ont aussi mécanisé l'emballage et l'encartonnage et le système de marquage dans une certaine mesure. Elles restent néanmoins nettement plus intensives en travail que le secteur étranger. Ceci est dû en particulier à l'étape de l'emballage couramment fait à la main, même pour les savons de toilette; c'est également le cas pour le stockage et la réception des matières.

Ces différences dans l'utilisation du travail apparaissent statistiquement en comparant les trois ensembles de firmes. En mesurant le capital employé par travailleur, le tableau 1 montre que le capital investi dans les firmes locales de savon génère plus d'emploi. Comme une grande partie du capital des firmes locales (en particulier en voie de mécanisation) a été investi plus récemment, il est probable aussi que le tableau sous-estime l'opposition entre les firmes locales et étrangères.

TABLEAU 1

**Ratios Capital-Travail
de l'industrie du savon au Kenya**

Capital par travailleur (shillings kenyans)

Secteur des filiales étrangères . . .	46 821	
Moyenne des firmes locales	36 275	
— dont mécanisées		38 782
— dont manuelles		28 408

Source : Registre des sociétés kenyannes, Nairobi et enquêtes.

(*) Ce tableau couvre la plus grande filiale étrangère, quatre firmes locales mécanisées et six firmes locales non mécanisées. Les résultats statistiques concernant l'ensemble des entreprises sans possibilité d'isoler les sections produisant le savon. « Capital » est compris comme équipement fixe + fonds de roulement; ceci introduit une ambiguïté puisque les équipements fixes peuvent représenter soit un coût original déprécié, soit une évaluation, mais c'est la mesure la plus simple qu'on puisse utiliser (par exemple préférable au capital propre).

Les caractéristiques de la FT expliquent cet impact différent sur l'emploi. Un facteur clé est la différence de nature des produits transférés par la FT. A l'origine du pouvoir monopoliste mondial de la FT dans le domaine du savon il y a ces produits sophistiqués, différenciés par leur marque, reposant sur des formules secrètes; ils sont transposés au Kenya pour l'essentiel de la production de la filiale de FT. Et comme STEWART (1973, 109-114) le démontre, ce choix des produits détermine les effets sur l'emploi. On ne peut pas produire des détergents avec des cuves à mélange manuel et une découpe par fil de fer. Un équipement à fort coefficient Capital/Travail est nécessaire (les domaines de fabrication de détergent sont en fait les plus automatisés dans les filiales au Kenya). De même la stan-

(6) Ces firmes locales sont en moyenne beaucoup plus grandes que les firmes non mécanisées et plus petites que les filiales de FT (Nombre de travailleurs par entreprise; filiales de FT : 328; firmes locales mécanisées : 57; firmes locales non mécanisées 12).

Néanmoins, les différences de taille ne sont pas aussi nettes que ces moyennes le suggèrent. La plus grande firme locale observée est plus grande en termes d'emplois et de production que deux des filiales alors que la plus petite firme locale mécanisée est dépassée par la plus grande firme locale non mécanisée.

dardisation et le contrôle de qualité nécessaires pour un savon de toilette de marque internationale imposent des techniques automatisées. D'un autre côté, un savon de ménage simple peut être effectivement fait par des méthodes intensives en travail. Ainsi, la filiale étrangère est plus intensive en capital à cause de la nature des produits qu'elle choisit de fabriquer.

Le choix du produit n'est pas le seul facteur en cause en particulier parce que la marge de choix sur la nature du produit dépend des possibilités techniques de faire un marketing agressif. Cette préférence de la filiale pour le marketing est importante pour modeler les techniques de production. L'emballage sophistiqué et séduisant est une pièce essentielle de cette approche agressive et il requiert normalement une opération mécanisée. Ainsi les petits emballages de marque utilisés pour la vente à grande échelle de petites quantités de détergents en zone rurale au Kenya ne pourraient être remplis et fermés à la main. Les filiales prétendent également que l'emballage manuel de savons de toilette conduit à une apparence externe inférieure. L'échelle de production est un autre facteur qui détermine le choix de la technique d'emballage — de faibles quantités de savon de toilette par exemple ne justifient pas des techniques d'emballage pleinement automatisées. Mais le souci de l'image de marque est un facteur plus important. Par exemple deux firmes observées produisent la même quantité de savon de toilette, mais la firme locale pratique un emballage normal alors que la filiale étrangère a un système automatisé.

La structure de prise de décisions de la FT détermine également ses choix. Une filiale rapporte recevoir des instructions de production strictes de son siège social : sur la base de son expérience propre, la société mère fait de l'augmentation de la productivité du travail, par une réduction maximum de la force de travail, le critère principal par lequel est jugé la performance des filiales dans le monde entier.

Un responsable local au Kenya explique ainsi la haute automatisation de son usine : « Principalement parce que nous avons depuis longtemps dans notre FT recherché systématiquement la baisse du nombre de personnes employées... c'est un objectif de la firme que nous devons suivre... les coûts du travail ici sont dérisoires (les coûts du travail ajoutés aux bénéfices sont inférieurs à 1 % des coûts variables). Et malgré cela, nous passons un temps considérable à chercher à réduire le travail. Mais c'est une chose qu'on attend de nous et si je ne le fais pas, je ne fais pas bien mon travail aux yeux du siège central. Et pourtant c'est un objectif fondamentalement en conflit avec les besoins du pays ».

Il y a eu un déclin de 19 % de la main-d'œuvre employée dans cette firme depuis cinq ans malgré un fort accroissement des ventes et du capital utilisé.

La structure mondiale de la FT est aussi importante d'un autre point de vue. Les faibles besoins en capital (par rapport aux standards mondiaux) permettent à une filiale au Kenya de se mécaniser facilement grâce à la structure de l'ensemble de la FT ou bien par des sources de capital local sur la base de la garantie de la FT. L'accès au capital est au contraire une contrainte beaucoup plus grande pour les firmes locales désireuses de se mécaniser. Un industriel local par exemple explique qu'il ne pouvait pas automatiser son procédé d'emballage comme les filiales étrangères à défaut de pouvoir financer la dépense d'investissement.

Les raisons de la faible intensité en travail des procédés des filiales sont donc clairement dues aux réalités de l'investissement direct étranger — c'est-à-dire au choix de produits et à l'image de marque qu'implique la stratégie de la FT, au contrôle du siège central, à l'accès facile au capital que permet la structure centralisée et mondiale de la FT.

Effets de liaisons

Des différences notables existent également pour les liaisons. Une mesure en est permise par le pourcentage de matières premières importées qui est de 75 à 90 % pour les filiales étrangères et seulement de 40 à 50 % pour les firmes locales non mécanisées.

Le choix de produits est ici déterminant de nouveau. Les phosphates, le sulfate de sodium et la soude caustique utilisés dans la production de détergents doit venir de l'industrie chimique moderne qui n'existe pas au Kenya, tandis que la plupart des produits qui rentrent dans la fabrication du savon de ménage — huile de coco, suif, etc — sont plus faciles à produire localement. De même la marque internationale des produits de la FT rend plus difficile l'approvisionnement local — le suif local par exemple est considéré comme inadapté pour la qualité de l'apparence extérieure du savon de toilette façon FT.

Le choix de techniques lui-même est également déterminant. Le savon produit par machine utilise beaucoup plus de suif que d'huile végétale en comparaison du savon fait à la main, et comme les approvisionnements locaux de suif sont moins abondants que ceux d'huile de coco, la mécanisation augmente inévitablement le pourcentage d'inputs importés. Ainsi les firmes locales mécanisées importent autant que les filiales étrangères.

En ce qui concerne les effets de liaison amont en PSD, Hirschman (1971, 106-114) avait pourtant souligné que les firmes investissent elles-mêmes directement dans le secteur fournisseur, en amont. Et, de ce point de vue, les filiales étrangères au Kenya semblent beaucoup plus réticentes que leurs concurrents locaux mécanisés. Aucune filiale étrangère ne le fait, alors que 3 firmes locales sur 4 observées ont investi dans l'industrie de l'huile pour organiser l'approvisionnement et la transformation de l'huile de coco locale (*). Les filiales de FT ont tendance à

(*) Au moins une grande firme locale mécanisée hors de l'échantillon fait de même.

diversifier leurs productions vers d'autres biens de consommation finale tel que des boissons fruitées. Ceci reflète de nouveau deux modes différents d'intégration dans l'économie internationale, les filiales FT ont un accès aux conseils techniques du réseau mondial par leur société mère; ainsi les importations sont aisées et obtenues à des prix bas pour achats massifs, concédés à la FT dans son ensemble.

De plus, la plus grande source de profit potentiel pour un investissement industriel de la filiale réside dans la production de nouveaux produits de marque internationaux déjà testés ailleurs par l'organisation mondiale. Les firmes locales ont au contraire un meilleur accès au marché local qu'au marché mondial et plus de pouvoir de négociation vis-à-vis des fournisseurs locaux (comme les paysans producteurs de noix de coco) que vis-à-vis des fournisseurs internationaux. De plus, les firmes locales n'ont pas un accès facile à une multitude de produits finaux pour investir. Aussi leurs meilleures chances de profit résident dans une intégration verticale pour diminuer leurs coûts dans la branche d'industrie qu'elles connaissent bien.

Les politiques de la société mère modèlent également le comportement de la filiale. Une filiale au Kenya peut acheter ses inputs sur une liste de fournisseurs étrangers approuvés, ou bien il faut un long processus d'approbation par le siège pour autoriser un fournisseur local. Dans un environnement de surcharge de travail, le manager se passe bien de ces efforts supplémentaires. Le siège central peut également décourager directement des liaisons amont. La stratégie officielle d'une FT étudiée rejette l'intégration verticale; le management au Kenya se retranche derrière cette politique pour expliquer son refus d'investir dans l'industrie locale de coco. Et même si la politique de la FT favorise cette intégration, elle joue au niveau mondial et peut donc empêcher des liaisons amont locales; le siège central peut tirer partie de sa filiale au Kenya pour acheter des matières qu'elle produit ailleurs dans le monde. Dans ce cas, la filiale achètera sa matière première d'une société associée à l'étranger plutôt que localement. Un responsable du Ministère kenyan des Finances et de la Planification pense que ceci explique le sous-développement de l'industrie des graines oléagineuses au Kenya, en particulier une grande filiale étrangère préfère acheter la production des plantations que posséder sa FT à l'étranger.

Dans l'ensemble donc, les filiales de FT sont nettement moins actives que les firmes locales mécanisées pour investir en amont. Et la nature du produit de la FT offre moins de possibilités de liaisons que le savon local, surtout le non mécanisé. Ceci est vrai des possibilités de liaisons pour les biens d'équipement et pas seulement pour les inputs. La plupart des équipements complexes utilisés pour le savon de toilette de marque et le détergent dépassent largement les possibilités de l'industrie kenyanne actuelle; mais l'équipement simple utilisé dans des opérations moins mécanisées peut être fait au Kenya ou le sont déjà. Par ailleurs, les liaisons offertes par l'emballage de fantaisie et l'impression, sont dirigées principalement vers les filiales de production d'emballage et d'encre d'impression dans la FT. Et ces filiales spécialisées ont des tech-

niques intensives en capital avec peu de liaisons amont dans un pays pauvre, tandis que les possibilités de liaison des firmes locales — pour l'huile de coco, le combustible bois et des biens d'équipement simples — sont exploitables principalement par des petites entreprises locales intensives en travail, elles-mêmes sources de liaisons amont.

Gaspillage des ressources

En considérant l'efficacité des firmes dans l'utilisation des ressources au Kenya, deux problèmes méritent l'attention : l'utilisation de la capacité de production et les dépenses de publicité. Le secteur étranger est très négatif sur ces deux points (7).

Le premier n'est pas aussi négatif dans l'industrie du savon que dans d'autres. La plus grande filiale utilise un système de 3×8 de même que les deux plus grandes firmes locales observées; bien que les firmes locales non mécanisées utilisent seulement une équipe, leur équipement principal (les récipients de séchage) est utilisé continuellement. Néanmoins des problèmes de sous-utilisation de la capacité sont à noter dans les filiales. C'est le résultat des délais importants de changement périodique d'un produit et d'une série à l'autre, comme conséquence de la stratégie de marketing de différenciation. Les coûts de changement augmentent de 10 % le coût du détergent dans une firme et provoque des délais pouvant aller jusqu'à 24 heures d'intervention pour une chaîne de production de savon de toilette. Dans le cas des détergents par exemple, la décision de différencier par la couleur des produits fondamentalement identiques est purement dictée par le marketing.

Ceci ne fait que transférer le schéma de constitution monopolistique des FT dans les pays riches. Et au Kenya comme ailleurs, le schéma insiste sur une forte publicité pour promouvoir la différenciation de marque. Le savon des filiales étrangères au Kenya a coûté 6 % de son prix en publicité comparé à 1 % pour les firmes locales. Ainsi les dépenses de publicité des filiales sont environ de 12 000 000 de Sh.K. par an, soit beaucoup plus que par exemple les 7 500 000 attribués pour cinq ans dans le dernier plan de développement du Kenya pour la construction de postes de santé ruraux que le Gouvernement reconnaît être l'élément-clé des services de santé en zone non urbaine c'est-à-dire pour 90 % de la population ». (Kenya, 1969, 494). Il y a indiscutablement un gaspillage social dans l'utilisation des ressources par les filiales productrices de savon.

Cette dépense de publicité est néanmoins un élément critique de l'impact d'ensemble du secteur étranger du savon au Kenya. Il faut y voir un

(7) En laissant de côté dans cette discussion la question plus large de savoir si l'industrie du savon dans son ensemble est une utilisation efficace des ressources en Kenya, notons avec REYNER (1971, 36) que la production de savon au Kenya est très protégée — un taux de protection réel qu'il calcule à 141,6 % (le 6^e dans une liste de 34 produits) et il s'ajoute, à cela les restrictions non tarifaires aux importations. Notons que d'après la formule de REIMER (page 33) les détergents et le savon de toilette, prioritaires pour les filiales étrangères, ont un plus fort taux de protection réelle que le savon de ménage prioritaire pour la firme locale du fait que la valeur des taxes indirectes sur ce dernier est beaucoup plus forte que sur les premiers (voir section 4).

élément central du transfert de goût des sociétés capitalistes développées vers ces pays. Ainsi un directeur de filiale expliquait que sa société insiste « considérablement » sur la publicité « parce que nous formons de nouveaux marchés, nous formons de nouvelles habitudes » et le directeur d'une autre filiale insistait : « depuis trois ans grâce à la publicité et au marketing sur nos produits et par notre influence sur la distribution, nous avons en fait augmenté le marché des catégories de produits où nous sommes. Nous avons connu une croissance phénoménale... pour le savon de toilette et le détergent » La publicité, donc, a été cruciale dans la genèse d'une demande locale pour des produits de type FT sophistiqués et bien emballés avec leurs corollaires négatifs sur l'emploi et les liaisons.

Cette remarque sur la publicité concerne également la différenciation des produits, sources de gaspillages déjà mentionnés; et cela diminue la croissance et la rentabilité des firmes locales dont l'impact, par comparaison, est meilleur pour le Kenya. Encore une fois, la mauvaise allocation des ressources rares dans la publicité et les coûts du changement semblent inhérents à la pratique industrielle de la FT comme une conséquence de ses objectifs et de ses contraintes institutionnelles.

Effets sur la balance des paiements

Comme le Kenya a connu de grandes difficultés de change récemment, surtout en 1971, c'est un point important. Un aspect a déjà été envisagé avec l'intensité en matières premières et en biens d'équipement importés (8). Par exemple les combustibles sont d'origine locale (bois), pour cinq firmes locales, ce qui donne du travail aux petits bûcherons kenyans.

Les exportations de la FT ne compensent nullement cette intensité en importations. Les filiales n'exportent pas 0,5 % de leur chiffre d'affaires en dehors de l'Afrique de l'Est. Et de nouveau cela découle de la structure mondiale de la FT qui soumet les exportations au contrôle de la société mère. C'est voulu par la logique de la FT : « si vous produisez un savon de toilette de marque dans 80 pays du monde » explique un manager « il faut respecter la zone de chaque tribu sinon vous avez une anarchie économique ». Ceci explique les faibles possibilités d'exportation pour le Kenya.

Finalement, il y a les ponctions permanentes en devises inévitablement associées à l'investissement étranger direct. Le rapatriement des profits est un coût évident de l'industrialisation par la FT et nécessite peu de commentaires, c'est une donnée implicite de l'entrée des FT. Mais quand ces paiements atteignent la proportion qu'on trouve dans l'industrie du savon au Kenya, c'est réellement quelque chose de rare et de considérable.

Il y a plusieurs canaux par lesquels les multinationales peuvent recevoir un profit de leurs filiales — dividendes, royalties, frais pour le management et le conseil technique, contribution à la recherche et aux

frais généraux de la société-mère, intérêts sur des prêts de même que (plus dissimulés) les profits réalisés par la surfacturation des inputs et de l'équipement vendu par la société mère et à sa filiale. Mais les rapatriements invisibles sont à eux seuls déjà considérables. Les profits après impôts de 1972 pour la plus grande filiale au Kenya atteignent 53,5 % du capital employé (9); en traduisant ce surplus approprié en un rendement annuel en devises pour 1972/73, toutes taxes payées, les deux plus grandes filiales ont transféré quelque 10 900 000 ShK (environ 7 000 000 NF) à leur société mère sous forme de dividendes, de royalties et de redevances. Ceci représente 57,7 % du capital propre et des prêts investis dans les filiales par la FT. Cela signifie 5,6 % du chiffre d'affaires de ces firmes sous forme d'un coût direct en devises. En face de cette ponction, les sociétés mères ont maintenu au Kenya les profits accumulés dans la même période pour le financement de 13 % de leurs investissements (1,3 % du chiffre d'affaires).

Un historique des entrées et sorties de capitaux fait apparaître ceci encore plus fortement (tableau 2).

TABLEAU 2

Entrées et sorties de capital avec la société mère pour la plus grande filiale (savon) au Kenya 1957-72 (en milliers de ShK)

Entrées : capital investi en 1956 . . .	4 920	
Prêts reçus	3 600	8 520
Reports à nouveau : réserves en 1956 .	1 680	
Bénéfices non distribués	7 600	9 280
Sorties : remboursement de prêts. . .	3 600	
Dividendes rapatriés	51 500	55 100

Source : Registre des Compagnies au Kenya, Nairobi.

(*) Ce tableau n'inclut pas les redevances, les royalties et les intérêts sur prêts. Il ne couvre que la part de la société mère dans le capital, les dividendes, les réserves et les profits réinvestis (c'est-à-dire 55 % du total); et il ne tient pas compte de la retenue à la source de 12,5 % créée en 1971 sur les dividendes.

De grands effets négatifs sur la balance des paiements accompagnent donc l'entrée de filiales étrangères dans l'industrie du savon au Kenya.

Effets de répartition

Il y a également des éléments d'information qui montrent que les filiales étrangères contribuent davantage que les firmes locales aux inégalités croissantes au Kenya.

Tout d'abord, les firmes locales répondaient à des besoins perçus par

(8) Dans deux cas sur trois également, les filiales ont importé en partie un équipement d'occasion fourni par la société-mère. Ces transactions internes à la FT offrent un autre canal possible pour gagner des revenus sur le Kenya; ces achats peuvent représenter des coûts de devises très importants — concernant à la fois des sorties de profit déguisées et des dépenses en biens d'équipement importés et non achetés localement.

(9) La réserve mentionnée plus haut concernant la sous-estimation probable du coefficient capital/travail des filiales étrangères (tableau 1) suggère que le chiffre de 53,5 % surévalue la rentabilité de la firme. Les statistiques de sortie de devises provenant des réponses d'interviews et des données du registre des sociétés. Elles supposent que des redevances pour management, pour une firme, pour laquelle un chiffre est disponible une année, sont restées à environ 1,2 % du chiffre d'affaire — des impôts kenyans ont été déduits, dans chaque cas — 12,5 % sur les dividendes et 20 % sur les royalties et redevances — pour arriver à cette estimation. Le résultat sous-estime probablement légèrement les sorties puisqu'il ne compte pas les intérêts sur les prêts du siège et une redevance pour supervision « qualifiée de toute petite » payée par une des filiales à son siège.

les entrepreneurs dans tout le pays (voir Agendo 1972, 68-9). Ainsi, bien que la production à Nairobi soit importante, des usines relativement grandes existent aussi à Mombasa, Kisumu et Bungoma, à côté d'autres plus petites à Nakuru, Karatina, Kisumu et Mombasa. A l'opposé de cette décentralisation régionale, les filiales étrangères sont toutes à Nairobi, bien qu'elles produisent pour l'ensemble du marché national. Les salaires, les revenus et les achats d'intrants qu'elles produisent sont donc fortement concentrés à Nairobi; les hauts profits de ces filiales sont donc transférés de la périphérie pauvre vers la capitale plus riche. Et dans la mesure où les filiales bloquent la croissance des firmes locales plus décentralisées (voir III plus bas) leur présence contribue à accentuer les inégalités régionales au Kenya.

Cette politique de localisation de la FT reflète également le cadre institutionnel international de la FT. La filiale est conçue pour produire des articles sophistiqués — pour lesquels le marché de Nairobi est le principal du fait que la publicité pour le transfert de goût s'y concentre. Les filiales utilisent également des techniques de production intensives en capital et elles ont besoin d'une infrastructure développée pour la réparation et les pièces détachées que l'on ne trouve qu'à Nairobi. Les structures de communication et de coordination au sein de la FT sont également plus faciles à Nairobi et la préférence de la FT pour un contact étroit avec les hommes politiques locaux (voir IV plus bas) parle également en faveur de la capitale. Tous ces facteurs expliquent la concentration à Nairobi des filiales dans l'industrie du savon et l'inégalité régionale accrue qui en découle.

La FT accentue également l'inégalité sociale. L'apparition d'une classe d'Africains, responsables d'entreprises qui bénéficient de hauts salaires est le fait majeur pour la société kenyane. Les FT y contribuent beaucoup. Deux d'entre elles ont en effet établi une échelle internationale des salaires pour leurs managers. Ainsi, un responsable kenyan gagne exactement la même chose que son homologue en Europe ou aux États-Unis, bien que la moyenne des revenus au Kenya soit inférieure à 750 Fan (ILO, 197, 274). L'impact d'un tel système sur l'inégalité sociale est considérable, en particulier du fait que ces hauts niveaux de salaires transposés sont imités nécessairement pour les autres cadres kenyans dans le secteur public ou privé. Le passage de l'un à l'autre secteur est d'ailleurs courant, aussi les salaires des technocrates tendent au plus haut niveau déterminé par la FT. Le Gouvernement a même officialisé cet alignement des salaires des dirigeants africains sur ceux des filiales FT (voir Kenya 1971b).

Les filiales contribuent aussi à la croissance d'une aristocratie ouvrière peu nombreuse et aisée dont les salaires nettement supérieurs aux reve-

nus ruraux sont un facteur de déséquilibre croissant mentionné par l'étude du BIT. Les FT ont une stratégie de salaires délibérément élevés, qu'elles peuvent se permettre du fait de leur pouvoir monopoliste sur le marché. Un cercle vicieux de l'inégalité découle de ces hauts salaires, facteur favorable à une plus grande mécanisation et à un emploi moins nombreux. Ces hauts salaires ne sont pas seulement fonction des inégalités régionales déjà mentionnées (voir tableau 3 A) même dans Nairobi, les filiales aient davantage que les firmes locales. Et cet écart est simplement dû aux qualifications associées à une production mécanisée ou non (voir tableau 3 B).

TABLEAU 3

**Salaires moyens mensuels
des ouvriers dans l'Industrie
du savon en 1972**
(en Sh.K.)

Secteur FT	582	
Moyenne pour les firmes locales	286	
A {	— à Nairobi seulement	322
	— à Mombassa seule- ment	274
	— Autres	212
	— minimum légal à Nai- robi	175
B {	— firmes locales méca- nisées	299
	— firmes locales non nisées	245

Source: Enquêtes auprès des entreprises.

Dans l'ensemble donc, les filiales ont un impact nettement plus négatif sur la répartition que les firmes locales. Ces dernières sont mieux réparties dans les régions, et elles paient des salaires plus conformes aux revenus nationaux moyens, alors que les premières sont dans Nairobi transfert de très hauts niveaux de salaire pour leurs dirigeants locaux et paient des salaires relativement élevés à un nombre d'ouvriers limité qui sont nettement plus aisés que la grande majorité des Kenyans.

* * *

Ces inconvénients des filiales étrangères doivent être reliés dans un ensemble. Ainsi le choix de produits et le choix de techniques sont intimement liés aux effets d'inégalité de répartition au sens où le choix de produits sophistiqués et la mécanisation permettent et encouragent une classe ouvrière peu nombreuse mais bien payée, concentrée à Nairobi et que les inégalités au Kenya sont néces-

saires pour qu'il y ait un marché pour les articles sophistiqués et semi-luxueux vendus par la FT. De même, les effets de liaison et de balance des paiements interagissent quand la forte rentabilité attendue permet un rapatriement élevé du surplus et décourage l'investissement en amont par les filiales (parce que les taux de profit ne seraient pas aussi élevés). Les dépenses considérables en publicité recourent également tous ces facteurs. Le « transfert de goût » qu'elle permet est une pré-condition du choix de produits. Elle donne également à la FT le pouvoir monopolistique des marchés qui explique son profit. Pourtant la publicité dépend de la différenciation des marques dans les produits et d'un emballage attirant, ce qui boucle les interactions.

Les désavantages de la production de savon par les filiales étrangères comparées aux firmes locales sont donc des conséquences interdépendantes de la structure de la firme transnationale. Elles devraient rendre sceptique sur la contribution de beaucoup d'investissements directs de la FT dans les PSD.

III

IMPACT DE LA FT SUR LES FIRMES LOCALES

A côté de ces comparaisons statiques, il est important d'étudier l'impact dynamique de la FT sur les firmes locales. Il est évident que la FT diminue la croissance et la rentabilité de la firme locale; et il semble également que les firmes locales sont obligées

d'imiter de plus en plus le mode d'industrie qui fait la prospérité de la FT. Les deux tendances, dans la mesure où elles favorisent l'industrialisation de type FT, génèrent une croissance industrielle de plus en plus inappropriée pour le Kenya.

Le tableau 4 ci-dessous résume les résultats limités de l'enquête à ce sujet et indique que la plupart des firmes locales ont cru moins vite que les filiales étrangères; plus encore, leur rendement a nettement diminué pour la plupart. Ces tendances sont confirmées même quand l'analyse des statistiques ne peut être précisée pour certaines firmes locales de savon, en particulier à Mombasa, du fait de l'expansion récente des filiales étrangères. On voit d'ailleurs dans le tableau que la seule firme locale à pouvoir comparer sa croissance avec celle des filiales a encouru des pertes d'exploitation de ce fait, alors que les filiales ont accru leur part du marché et leur rentabilité.

L'enquête suggère que, pour l'essentiel, les firmes locales non mécanisées ont vu leur croissance stoppée alors que les firmes locales mécanisées ont vu leur rentabilité diminuer. Cette conclusion ressort également des résultats comparés de la dernière année. Deux filiales étrangères ont réalisé un profit avant impôt de 20 % du chiffre d'affaires, six firmes locales non mécanisées ont atteint 5 à 7 %, et quatre firmes locales mécanisées ont connu des pertes de 4 % du chiffre d'affaire. La plupart des firmes locales sont conscientes de cette dynamique et affirment que leur croissance et/ou leur rentabilité ont été sapées par l'expansion des FT. Huit firmes locales sur les dix enquêtées insistent sur la publicité à grande échelle des filiales étrangères et particulièrement la publicité pour les détergents de la principale filiale, comme un problème important qu'elles doivent affronter. (Une seule firme locale suggère que cette publicité a élargi l'ensemble du marché du savon pour le profit de tous.) D'autres avantages de la FT ont également été mentionnés. Les industriels locaux mentionnent l'accès aisé de la FT au

TABLEAU 4

Croissance et rentabilité des firmes de savon au Kenya, 1968-1972

Firme	Variation du C.A. de 68 à 72	Profit après impôt comme pourcentage du capital utilisé		Profit avant impôt comme pourcentage du chiffre d'affaires	
		1968	1972	1968	1972
Secteur FT :					
— Firme la plus importante	+ 135 %	29,3 %	53,5 %	15,1 %	21,8 %
Firmes locales mécanisées :					
— Moyenne (3 firmes)	+ 128	9 à 12	(13)	n.d.	n.d.
— Firme A	+ 125	5 à 10	(20)	n.d.	n.d.
— Firme B	+ 372	6.9	(4.3)	n.d.	n.d.
— Firme C	+ 51	15.9	3.9	n.d.	n.d.
Firmes locales non mécanisées					
— Firme D	+ 67	n.d.	n.d.	8 à 10	8 à 10
— Firme E	— 41	n.d.	n.d.	8 à 9	6 à 7

Source: Registre des sociétés et enquêtes (Kenya).

N.B.: La firme B dans le tableau a dépensé une somme considérable pour s'équiper en 1971 et est passée dans le secteur mécanisé. Ceci explique la croissance rapide de son chiffre d'affaires de 1968 à 1972.

capital, sa faculté de bénéficier de l'expérience ancienne et hautement qualifiée de l'étranger, l'accès aisé aux matières premières à bas prix, et naturellement la possession de marques et de formules secrètes comme fondement de leur publicité.

Cette dynamique conduit à une industrialisation de plus en plus inappropriée par la domination croissante des filiales étrangères et par le fait qu'elles contraignent les firmes locales à les imiter.

Ainsi, une FT a produit, pour la première fois mécaniquement, du savon de ménage (Reichelt, 1971, 163), ce qui a contraint beaucoup de firmes à mécaniser. D'autant plus que les campagnes de publicité des FT ont insisté sur l'importance de l'apparence externe du savon de telle façon que maintenant les usines de fabrication manuelles ne peuvent plus vendre leur savon à des prix réduits sur les marchés urbains au Kenya. Ceci malgré le fait reconnu même par certains fabricants locaux qui ont mécanisé, que le procédé manuel est fonctionnellement supérieur au procédé mécanisé car les ingrédients ont une qualité supérieure (plus d'huile de coco et moins de suif) et une durée d'usage plus longue (du fait que le mélange manuel donne une surface rugueuse qui frotte mieux les surfaces à nettoyer). Néanmoins on mesure la force de la pression à la mécanisation par le fait que les six firmes locales de l'échantillon qui ne sont pas encore mécanisées ont commandé de l'équipement ou sont sur le point de le faire sous peine de ne pas avoir le moindre avenir.

De plus, la mécanisation du savon de ménage ne suffit pas pour survivre, comme en témoignent les pertes accumulées par des firmes locales mécanisées. Les pressions publicitaires de la FT et la guerre des prix qu'elle mène pour le savon de ménage forcent les firmes locales à se mécaniser pour se défendre, aussi bien pour le savon de toilette que pour le détergent. Ce sont en effet les articles pour lesquels la compétition monopoliste semble ouvrir des perspectives de marges substantielles de profit. Ainsi, quatre des firmes locales se sont engagées dans cette direction ou vont le faire.

Ce changement, néanmoins, les place de plus en plus dans un moule FT comme l'indiquent les interviews. Pour faire face à la concurrence des produits sophistiqués de marques étrangères, les firmes locales doivent mécaniser la production et l'emballage de façon analogue, elles doivent donc importer de plus en plus et probablement faire de la publicité à grande échelle. Elles peuvent avoir à louer les services de techniciens étrangers. Elles devront certainement dépenser de l'argent pour des emballages de fantaisie. Pour faire face à la concurrence de la FT, elles doivent faire une gamme de produits de couleurs et de tailles encore plus diversifiées que les filiales étrangères, ce qui implique de gaspiller « les coûts de changement ». Et pour augmenter leur chiffre d'affaires, elles devront certainement s'engager dans la sous-traitance pour des autres firmes internationales de savon qui voudraient vendre sans fabriquer sur le marché Kenyan protégé ou bien concéder la production sous leur marque internationale. Dans les deux cas, ces firmes locales rentrent dans les mêmes contraintes institutionnelles pour la production, la vente et le marketing que les filiales étrangères et elles commencent à développer des fuites de devises vers l'étranger.

Comparées à la filiale de FT, ces firmes locales seront moins soumises aux contraintes étudiées dans cet article. Elles généreront moins de flux financier externe et contribueront probablement moins à la croissance inégalité, etc... Mais du fait de la domination de la FT, leur impact potentiel sur le développement au Kenya sera affaibli et biaisé. En ce sens, l'expansion des filiales étrangères dans le pays contribue au développement du sous-développement.

IV

L'ÉCONOMIE POLITIQUE DE L'INVESTISSEMENT DIRECT PAR LES FIRMES TRANSNATIONALES

Cette dynamique du sous-développement ne dépend d'ailleurs pas seulement de la nature des FT. La FT n'est après tout qu'une institution parmi d'autres qui intègrent le Kenya dans l'échange capitaliste mondial. Comme institution, elle a quelque peu modifié la structure de cette intégration du Kenya dans ce système plus large, mais ces modifications se situent dans le cadre plus large des relations de dépendance intérieure entre le Kenya et les centres de l'économie internationale. Ces relations plus larges ont également influé sur le mode d'insertion des FT dans l'économie politique du Kenya. Leur impact actuel reflète le passé colonial pendant lequel le « transfert de goût » a opéré puissamment par l'intermédiaire des grandes firmes de commerce international qui travaillaient en coopération étroite avec le régime colonial. Il reflète une dépendance culturelle qui remonte à cette histoire qui a imposé une préférence pour les produits de marque. Il reflète une structure de répartition très inégale et la structure de classe correspondante, partiellement héritées du passé, et africanisées depuis, qui expliquent cette demande importante pour des biens de luxe comme le savon de toilette. Et il reflète les réalités de l'économie politique contemporaine au Kenya qui en découle telle qu'une domination de la capitale, Nairobi, le rejet du modèle égalitaire de développement planifié, etc...

Plus précisément, l'industrialisation perverse décrite ci-dessus dépend de certaines politiques gouvernementales. Les politiques de capital à bon marché ont encouragé la mécanisation (dégrèvements fiscaux pour investissements, taux de change surévalués, prêts publics, etc...) des politiques de substitution aux importations ont encouragé la fabrication finale et découragé la production locale des inputs. Des politiques de patente ont protégé le pouvoir de monopole et l'avantage de concurrence en restreignant l'accès des firmes locales aux technologies et aux marques étrangères. De même,

les résultats des entreprises auraient pu être nettement modifiés par d'autres politiques gouvernementales si elles avaient existé — tels que les contrôles du choix de localisation, les stimulants à l'exportation, ou une politique des revenus.

L'examen complet de ce contexte de politique économique dépasse cet article, mais il faut comprendre que la structure FT n'est pas le simple produit de cet environnement. Ces structures contribuent également de façon considérable à moduler la politique économique en fonction de ses intérêts. C'est vrai dans un sens très large : les effets de répartition renforcent la structure de classe qui fonde à la fois le choix de produits de la FT et qui laisse un large pouvoir politique aux mains d'une classe dirigeante africaine et d'une aristocratie ouvrière associée à l'expansion des filiales étrangères au Kenya, et c'est également vrai dans un sens plus étroit : la structure de la FT avantage les filiales en influant sur certaines décisions de politique gouvernementale.

D'abord, la filiale peut mettre en jeu son réseau mondial d'expertise pour négocier. Le gouvernement d'un petit pays (ou les firmes locales) ne peuvent pas faire de même. Le Gouvernement Kenyan y voit une contrainte importante, selon des responsables du Trésor, lorsqu'une majorité du capital est détenu par le Gouvernement. Cet avantage en matière de qualification est renforcé par l'accès privilégié à des ressources financières mondiales considérables par rapport à la dimension des opérations locales de la filiale.

Ensuite, du fait des hauts salaires qu'elles transposent, les filiales peuvent attirer des Africains influents et expérimentés à leur tête; ces hommes ont habituellement des contacts personnels étroits avec les cercles gouvernementaux les plus élevés, ce qui garantit aux filiales un accès informel et une oreille attentive pour n'importe quel problème. C'est le cas par exemple pour deux des filiales; le directeur général de l'une d'entre elle est un africain qui en fait avait été autrefois directeur de la Corporation pour le Développement Industriel et Commercial (C.D.I.C.), un organisme para-étatique pour l'industrialisation et l'africanisation.

Enfin, les larges profits que les filiales retirent de leur pouvoir monopolistique peuvent également bénéficier au Gouvernement local et aux groupes les plus riches. Le C.D.I.C. par exemple possède 14 % du capital de la première filiale, et bien que ceci ne représente que 5,4 % des actifs financiers de C.D.I.C., elle n'en retire pas moins de 40,4 % des dividendes totaux qu'elle reçoit (ICDC 1973, 42). Un autre actionnaire de la même filiale est une société financière créée par le Gouvernement pour permettre à la bourgeoisie africaine montante d'investir dans des entreprises étrangères hautement rentables.

Cette société avait investi en 1972, principalement dans cinq filiales non mentionnées, dont elle recevait les 3/4 de ses dividendes (ICDC Investment, 1973). En 1970, des ministres du gouvernement, des députés, un responsable officiel d'une province et le frère du Président, etc... figuraient parmi les actionnaires.

Cette société avait investi 1/3 de son capital dans les filiales du savon qui lui rapportaient 42,9 % de ses dividendes en 1971-1972 (ICDC Investment, 1973). Cette alliance financière donne des alliés importants au secteur étranger dans tout conflit avec le gouvernement.

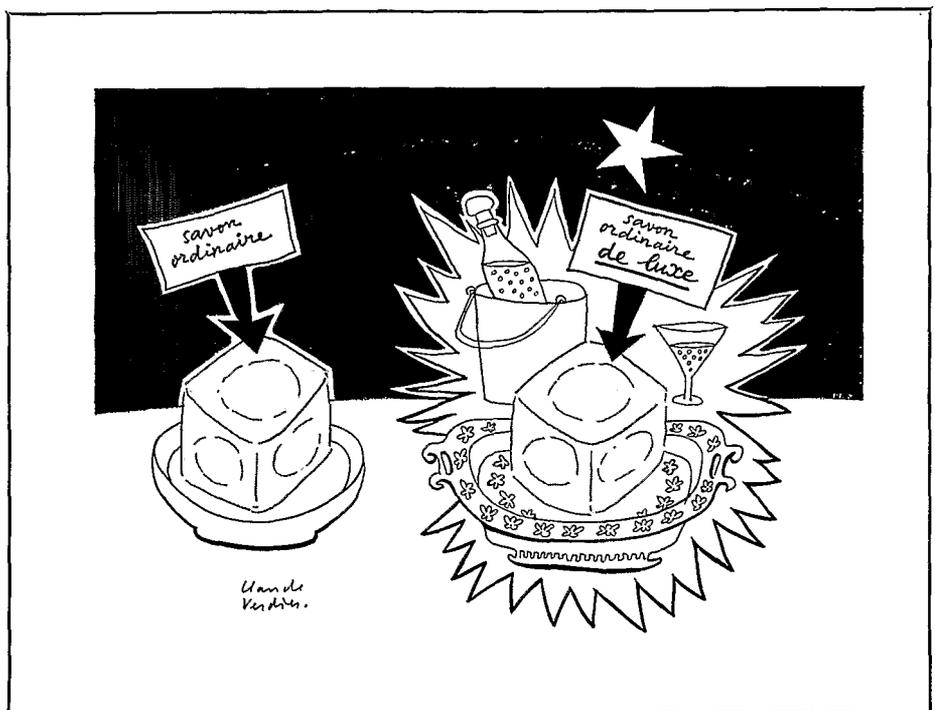
En pratique, ces avantages de la FT semblent avoir été déterminants. Pratiquement toutes les firmes locales de savon au Kenya se plaignent qu'elles ont beaucoup plus de mal à se faire entendre du gouvernement que les firmes étrangères et elles y voient l'un des principaux avantages des filiales étrangères. Par exemple, pour les crédits obtenus du C.D.I.C., (ICDC, 1973, 17) et lorsqu'il s'est agi de dépasser les plafonnements d'emprunts sur le marché local.

Encore plus important est le rôle que joue la fiscalité indirecte sur le savon pour avantager la filiale étrangère.

Introduite en 1966, la taxe est calculée sur une base purement quantitative sans distinguer le savon, la poudre de savon, les dérivés de savon et leurs substituts (Kenya 1966, 727). Le député de Mombassa Island (où sont plusieurs firmes locales) signalait à cette époque combien une taxation uniforme de 25 ShK pour 100 livres de produit avantagerait les FT au détriment des petits producteurs : le savon de ménage de basse qualité vendu à 50 ShK pour 100 livres verrait son prix augmenter de moitié alors que douze coffrets de douze savons de toilette Lux, d'un poids total de 30 livres vendus 87 ShK seraient taxés de 7,5 ShK, soit 9 % (Kenya 1966, 1010). Le Ministre des Finances a reconnu ce point plus tard dans le débat (p. 1156); mais l'impact différentiel a été maintenu et souligné comme une pénalité considérable par les firmes locales interrogées (10).

Cette analyse ne signifie pas certes que les filiales étrangères dans le savon ont toute liberté au Kenya. Elles doivent négocier avec le Trésor et le Service de Contrôle des Changes; une politique de kenyanisation du personnel les affecte; et elles rencontrent des difficultés pour avoir des licences d'importation. Mais elles ont indiscutablement des privilèges pour infléchir la politique économique et en tirer parti. Et ceci est évidemment essentiel pour se forger un environnement favorable et accentuer sa domination sur les firmes locales.

(10) Les responsables du Gouvernement ont prétendu dans le débat qu'il serait administrativement impossible d'établir des taux différentiels proportionnels à la valeur des différents produits. Néanmoins dans une autre situation, dans les années 70 où une filiale FT s'était spécialisée dans la production de chaussures à bas prix, alors que les firmes locales produisaient davantage dans des gammes de prix plus élevés. Le gouvernement a trouvé possible d'établir des taux différentiels, plus bas pour l'article de la FT et plus élevé pour les autres.



QUELQUES CONCLUSIONS ET CONSÉQUENCES

Cette analyse suggère que l'investissement de la FT peut nuire à un bon développement industriel dans un pays africain pauvre. Dans le cas du savon au Kenya, le secteur FT a transféré un ensemble sur lequel repose son pouvoir de marché dans tout le monde; il le fait dans le cadre d'une coordination avec un siège centralisateur. Ces facteurs ont conduit les filiales à produire des articles différenciés par marques et bien emballés, à faire une forte publicité, à transposer les salaires des hauts dirigeants, à limiter les exportations, les achats amont et à pratiquer des hauts salaires, etc... Ces choix ont à leur tour conduit à une forte intensité en capital, de faibles effets de liaison et un gaspillage pour le changement au sein de la gamme. Le pouvoir de marché dans ce modèle conduit à un drainage important du surplus vers l'étranger; il permet de dominer les firmes locales et les forces à suivre le mouvement; enfin il permet une politique de hauts salaires qui encourage la mécanisation. En même temps, le secteur FT a été bien capable de défendre sa position grâce aux avantages politiques que lui permet son contexte institutionnel.

Ce schéma a nui à la plupart des consommateurs au Kenya. Le savon de ménage fabriqué à la machine qu'ils achètent maintenant est inférieur en tout sauf l'apparence à son équivalent produit à la main. Il coûte plus cher également (environ 54-59 Sh.K. comparés à 49-53 Sh.K. pour la même quantité). Et cette différence s'accroît quand on prend en compte les détergents et les savons de toilette; l'étude

amène à estimer à environ $7\frac{1}{2}\%$ les marges de profit sur le savon de ménage mécanique comparées à des marges de 40 % sur les produits de marque des filiales. Ces marges d'ailleurs se retrouvent dans les profits totaux notés plus haut.

L'impact général de ce schéma sur le développement kenyan est également clair. Le Kenya aurait très bien pu satisfaire tous ses besoins en produits de nettoyage ordinaires grâce à une industrie contrôlée par des nationaux produisant principalement du savon de ménage manuel et peut-être quelques savons de toilette plus simples sans marque. Une telle industrie aurait créé beaucoup plus d'emplois, fourni beaucoup plus de liaisons amont, gaspillé beaucoup moins de ressources rares en publicité et en différenciation de produits, épargné plus de devises, mieux régionalisé les avantages et engendré moins d'inégalités sociales. Au lieu de cela, le Kenya a une industrie orientée vers l'inverse en conséquence de la domination des FT.

Dans ce cas, le rôle de la FT au Kenya a été négatif. Mais dans quelle mesure cette analyse sur le savon peut-elle être généralisée à d'autres secteurs industriels au Kenya? Cela pose deux questions. Dans quelle mesure les autres filiales au Kenya connaissent les mêmes limitations institutionnelles que nous avons analysées pour les filiales de savon, et dans quelle mesure les filiales ont des concurrents locaux qui sont affectés par la croissance des filiales étrangères?

Pour la première question, des interviews avec 81 filiales au Kenya (11) montrent que les situations varient beaucoup en ce qui concerne le contexte institutionnel des FT. Certaines

(11) L'échantillon de base comprenait toutes les firmes contrôlées par des firmes étrangères, de 50 travailleurs ou plus figurant dans le Registre des Sociétés 1970 (Kenya 1971 a) complétées par la plupart des sociétés contrôlées par le capital étranger dans le commerce, la distribution de l'essence, la banque, les transports, les mines, la publicité et l'agriculture. Des interviews ont été faits en 1972-1973 avec un taux de réponse global de 88 % pour 93 filiales contactées, bien que certaines questions soient parfois restées sans réponse.

connaissent peu les faiblesses du secteur du savon. Mais la plupart en sont très proches. C'est en particulier le cas des firmes contrôlées par des grands fabricants internationaux de produits de consommation de marques telles que B.A.T., Cadbury-Schweppes, Coca-Cola, Bata, Firestone, Kiwi, Boots Aspro-Nicholas, Glaxo, Sanyo, Reckitt & Colman, J.C. Lyon, Brooke Bond-Liebig, Nestlé, CPC, Johnsons' Wax, etc... Ces filiales sont pratiquement dirigées et coordonnées par le siège et elles transfèrent un « ensemble » de consommation au Kenya. La publicité à haute dose impose le transfert de goût (12). Ceci conduit en général à des techniques de production de plus en plus intensives en capital, gêne les liaisons amont et conduit à une différenciation de produits coûteuse. Les restrictions aux exportations sont fréquentes. Le rapatriement des surplus par les filiales est considérable et les effets de répartition aggravent l'inégalité sociale et régionale au Kenya. La plupart de ces firmes ont également des relations étroites avec le Gouvernement et semblent capables d'infléchir leur environnement de politique économique. En un mot, les caractéristiques du secteur du savon, bien que non représentatives de toutes les filiales se retrouvent couramment comme facteur important.

Y a-t-il des alternatives aux filiales de FT? Tout d'abord il semble qu'il y ait peu de secteurs industriels où la compétition entre la FT et les firmes locales soit aussi nette que dans le secteur du savon. Les chaussures sont peut-être un exemple, l'équipement de safari également, ainsi que la peinture, les encres d'imprimerie, les textiles et d'autres produits alimentaires.

Mais cette étude sur le savon *ne* montre pas en fait un cas de compétition directe. Elle montre les interrelations entre différents moyens de satisfaire le même besoin fondamental, celui de l'utilisation de produits nettoyants ordinaires. Jusqu'à récemment, ce besoin était satisfait par le savon de ménage fait à la main. Mais maintenant au Kenya, du fait des efforts actifs du secteur FT, ce besoin de base est de plus en plus modifié en une demande pour des agents nettoyants plus sophistiqués de type occidental. Un processus de « transfert de goût » redéfinit un simple besoin de base en une demande pour des marques occidentales.

A un niveau plus général, il semble qu'il y ait un impact de même ordre des FT sur les firmes locales pour un grand nombre de secteurs de biens de consommation. Le transfert de goût des FT redéfinit le besoin de base de boissons en une demande pour Coke ou Pepsi (cf. ILLICH, 1971, 158); le besoin de base pour la nourriture est redéfini en demandes pour des Ice-Cream Lyon's ou barres de chocolat Cadbury; le besoin fondamental pour des adjuvants médicaux en demandes pour Aspro, Cafenol ou Cofta; le besoin de base en nourriture pour bébés en

une demande (particulièrement dangereuse) pour Lactogen ou Glucorin (13); le besoin de base en transports en une demande de Peugeot et Mercédès; etc... Non seulement ces transformations n'améliorent pas la position du consommateur qui doit payer des prix élevés pour satisfaire des besoins fondamentaux redéfinis. Mais aussi comme dans le cas du savon elles engendrent une industrialisation inappropriée aux ressources et aux besoins de création d'emplois du Kenya. Et elles établissent des modèles de demande que les industriels indigènes kenyans produisant à petite échelle peuvent de plus en plus mal satisfaire. Dans ce sens, le comportement de la FT au Kenya est responsable d'une manière générale d'un blocage du développement d'une industrie locale décentralisée dans un grand nombre de secteurs.

Des alternatives indirectes aux projets des FT pourraient donc exister souvent si la croissance des FT ne les en empêchait. Il peut très bien ne pas y avoir d'alternative locale exactement similaire à un projet particulier contrôlé par une FT — par exemple une fabrique de tablettes de chocolat, ou une entreprise de sachets de soupe en poudre. Mais au niveau des besoins de nourriture les plus fondamentaux, il y a des alternatives locales qui produisent des biens moins sophistiqués, plus appropriés aux ressources kenyennes et aux priorités sociales, tels que des fabriques de Posho de petite échelle, des ateliers de boulangerie ou de fromage. C'est particulièrement vrai pour les biens de consommation. Mais cela est également le cas dans des productions intermédiaires et de biens d'équipement. Il peut par exemple ne pas y avoir d'alternative identique à la production de structures métalliques pour le bâtiment (tréfilés à froid) mais il y a d'autres manières de construire des logements que connaissent des entreprises locales de fabrication de blocs de ciment et des scieries avec une intensité moindre de capital et d'importations, une plus grande décentralisation régionale, moins de pertes de devises, etc...

Plus largement donc, cette analyse de l'industrie du savon offre un exemple simplifié mais assez représentatif de ce qui arrive souvent quand une FT pénètre un pays sous-développé. Elle biaise l'industrialisation qui a lieu alors que des alternatives locales (directes ou indirectes) auraient pu se développer en son absence. Quelques conclusions rapides de l'étude de cas sont donc justifiées.

En termes de théorie du développement, deux conclusions s'imposent. D'abord l'étude confirme les analyses de STEWART (1973) sur le choix de produits. Des moyens plus simples, moins sophistiqués, de satisfaire des besoins de base génèrent des choix de techniques plus appropriés avec des effets plus grands sur l'emploi que ne le font des produits plus « avancés ». Ensuite, et par conséquent, l'étude souligne l'importance de la FT comme

(12) Un repérage de la publicité à la radio Swahili mené au Kenya pendant 3 semaines au début de 1973 a montré que 80,2 % du temps de toute la publicité appartenait aux FT parmi lesquelles dominent Brooke-Bond, Nestlé, Colgate-Palmolive, Coca-Cola, Unilever, Glaxo et Sterling Wintop (tous du secteur des biens de consommation).

(13) Les coûts de ce « transfert de goût » peuvent comprendre également la malnutrition et la mort comme en témoigne « la tragédie de la nourriture pour bébés » *New Internationalist* 6 août 1973, 1, 9-12, 23; voir aussi « poudre de lait et meurtre » *New Internationalist*, 8 octobre 1973, 1.

agent de transfert de goût aux pays sous-développés. C'est une activité massive de marketing, avant et après la création d'installations de fabrication par la filiale, qui a permis d'imposer son produit dans l'industrie du savon au Kenya et qui a façonné la plupart des défauts de l'industrialisation sous les auspices de la FT. Cette activité de marketing a également été déterminante pour dominer les firmes locales. Cette technologie de marketing n'est évidemment qu'une partie d'un ensemble cohérent de caractéristiques de la FT; elle est essentielle dans le cas de biens de consommation mais elle semble mériter un accent particulier dans l'analyse comme élément déterminant du sous-développement des pays pauvres.

Un deuxième ensemble de conclusions concerne la politique gouvernementale. Il ressort clairement de cette étude de cas que les pays sous-développés devraient avoir une attitude beaucoup plus réservée face à l'investissement étranger direct, en particulier dans le secteur des biens de consommation. La différence de comportement considérable entre firmes locales et FT provient pour l'essentiel des différents contextes institutionnels de chacune; les Gouvernements de ces pays pourraient donc engendrer un développement industriel plus sain en encourageant (ou organisant) une alternative nationale à la FT, quand elle existe (de fait ou potentiellement) pour satisfaire un même besoin de base.

Un certain recours à la FT reste inévitable dans les pays sous-développés. Mais les filiales devraient être contrôlées par une réglementation plus serrée. Des dispositions légales devraient supprimer des contraintes mentionnées dans cette étude de cas (ainsi le Pacte Andin a interdit les contrôles des exportations des filiales par les sociétés mères). Des procédures strictes d'examen devraient être imposées aux nouveaux projets des FT, en particulier pour étudier les implications des choix de produits (ainsi la Tanzanie a récemment interdit un projet de fabrication de détergent en association avec une FT, du fait de son inadéquation aux besoins du pays). Un contrôle rigoureux et une renégociation devraient également être engagés avec les filiales déjà en place.

Le Comité des Émissions de Capital au Kenya, principalement sous l'impulsion du Trésor, a commencé ce type d'action en utilisant le désir des FT d'accéder au capital financier local comme une carotte et un bâton dans le processus de négociation. Cette action est néanmoins affaiblie par l'absence d'une stratégie de développement industriel global dans laquelle la négociation prend place et par le manque des compétences requises du côté du Gouvernement et par l'absence de contrôle pour certaines filiales (ne viennent devant le Comité que celles qui cherchent beaucoup de capital local au delà des règlements de change).

Mais une stratégie industrielle bonne selon les critères de cette étude devrait aussi avoir une politique précise en ce qui concerne le transfert de goût. Cela implique une intervention directe stricte par un Gouvernement — l'interdiction de certains types de produits par exemple — comme la Tanzanie qui a interdit l'importation de voitures privées. Cela implique des restrictions sur la promotion publicitaire des FT. Et pour réussir, cela nécessiterait une redistribution des revenus pour réduire la demande de produits plus sophistiqués de type FT et pour augmenter la demande de marchandises locales plus simples. La logique d'une telle stratégie impliquerait également la nationalisation de beaucoup de filiales de produits de consommation sous marque, telles que les firmes de savon analysées ici, et la réorientation de leur production.

Une telle recommandation, bien sûr, contredit l'influence privilégiée de la FT sur la politique économique que nous avons discutée dans la section IV. En ce sens, elle est vraiment optimiste. Le secteur FT au Kenya contribue clairement à façonner une structure de classe qui dépend de la présence des FT dans le pays et l'encourage. Ceci est également une conclusion importante de cette analyse. Il en résulte que réduire et contrôler l'influence de la FT dans la politique économique au Kenya pour promouvoir un développement industriel *large* requiert probablement un changement fondamental du pouvoir dans la société kenyane.

Une conclusion finale est évidente. Cette étude souligne les sérieux inconvénients de la FT comme institution de transfert de technologies des pays développés vers les pays sous-développés. Une contribution importante à une plus grande équité dans le monde serait donc l'émergence de moyens beaucoup moins restrictifs pour ce transfert. Ceci suggère une priorité pour l'action dans les pays riches en faveur de la création d'institutions nouvelles, à but non lucratif, pour le transfert de technologie et la contestation du contrôle par les firmes transnationales sur l'essentiel de la technologie et des innovations.