Séminaire Splott, 9 octobre 2023

Réseaux de fournisseurs dans la périphérie intégrée de l'industrie automobile: Le cas des fournisseurs de rang 1 des constructeurs japonais

David Guerrero❶, Hidekazu Itoh❷, Guanie Lim❸, Petronille Reme-Harnay❶, Guillaume Corre❶

❶Ame-Splott, Ifsttar, Université Gustave Eiffel, France
❷School of Business Administration, Kwansei Gakuin University, Japan
❸National Graduate Institute for Policy Studies, Japan

Université Gustave Eiffel

KWANSEI GAKUIN UNIVERSITY

政策研究大学院大学
NATIONAL GRADUATE INSTITUTE FOR POLICY STUDIES
GRIPS

Thème de l’exposé

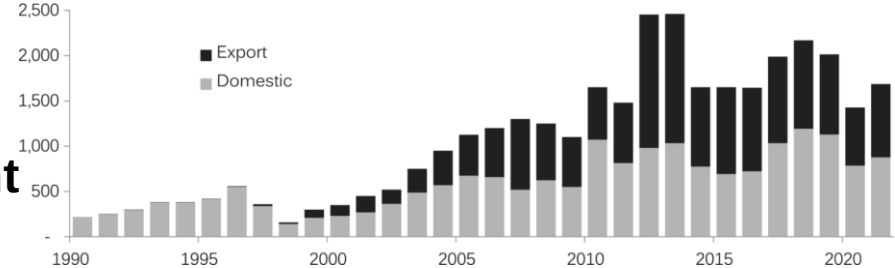
Les **relations entre firmes automobiles** (plus spécifiquement liens constructeur-fournisseur)

Contexte: Thaïlande, pays asiatique en développement, politique industrielle volontariste, **encourageant l’implantation de firmes automobiles étrangères**.
L’enjeu pour le pays est de construire sa propre industrie (tissu local de fournisseurs) en profitant de la forte croissance du marché national de véhicules. Fort développement depuis la fin des années 1990, début des années 2000

20 ans après:
Succès: centre de production régional (~2 M. véhicules/an, volume équivalent à celui de l’Espagne**)**
Mais aussi échec firmes thaïlandaises toujours absentes du premier cercle des fournisseurs des constructeurs étrangers**.**

Source: Reuters, 2021

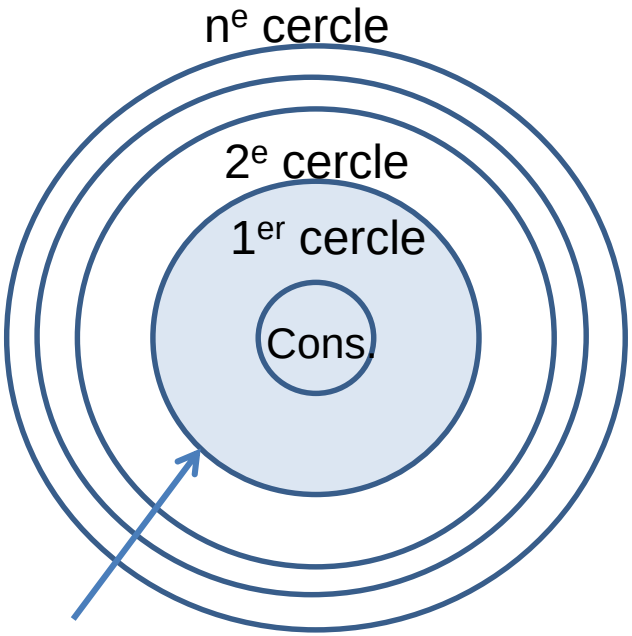
Point de vue du constructeur « Se sentir chez soi » (Réduire l’incertitude)
La tendance est à faire appel aux mêmes fournisseurs que dans sa région d’origine (Japon, Europe, USA). Ce sont eux qui vont organiser la sous-traitance en Thaïlande



Sous-traitance (ex. sièges)

Source: Faurecia

Source: Shutterstock



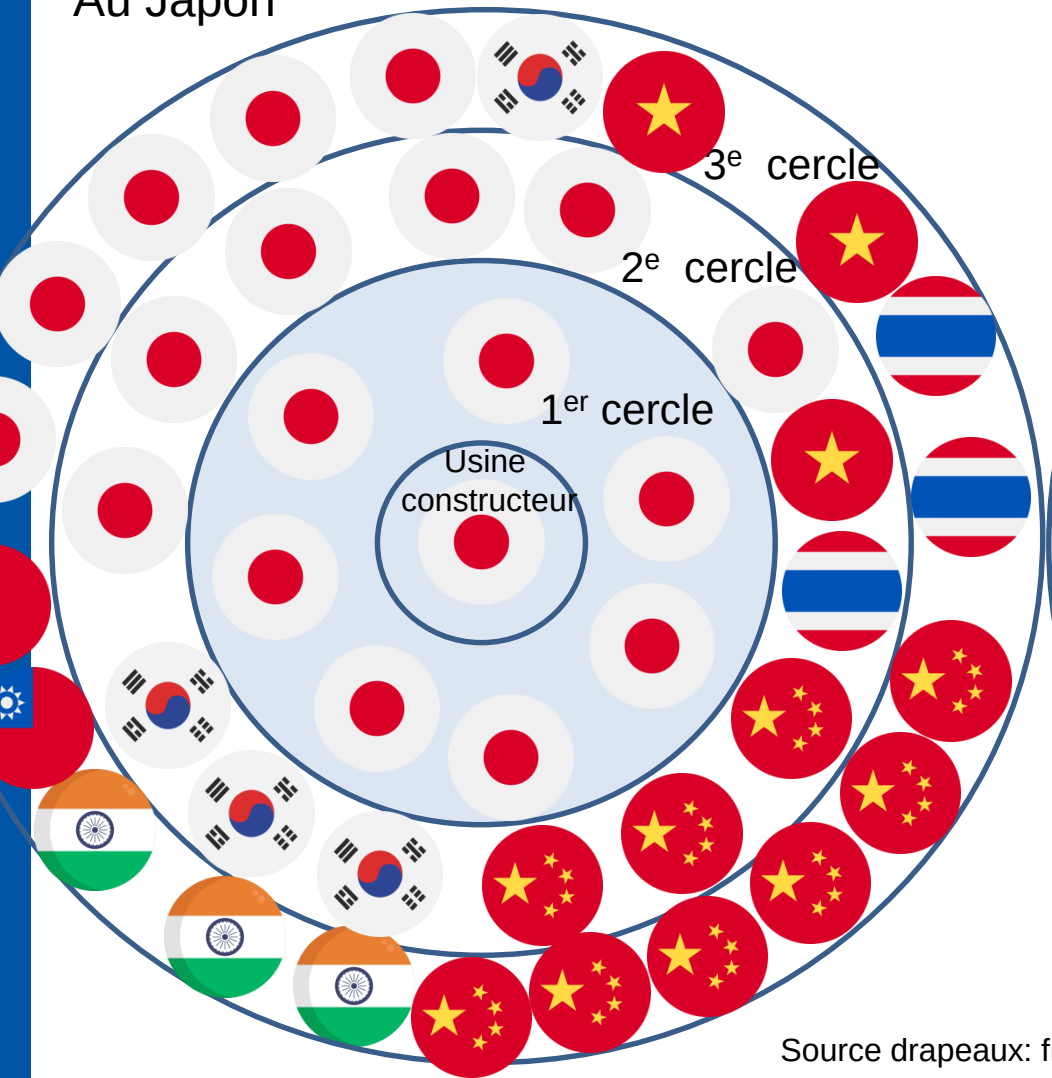
Domaine d'étude (en bleu)

Fournisseurs ne cercle (3e et au-delà)

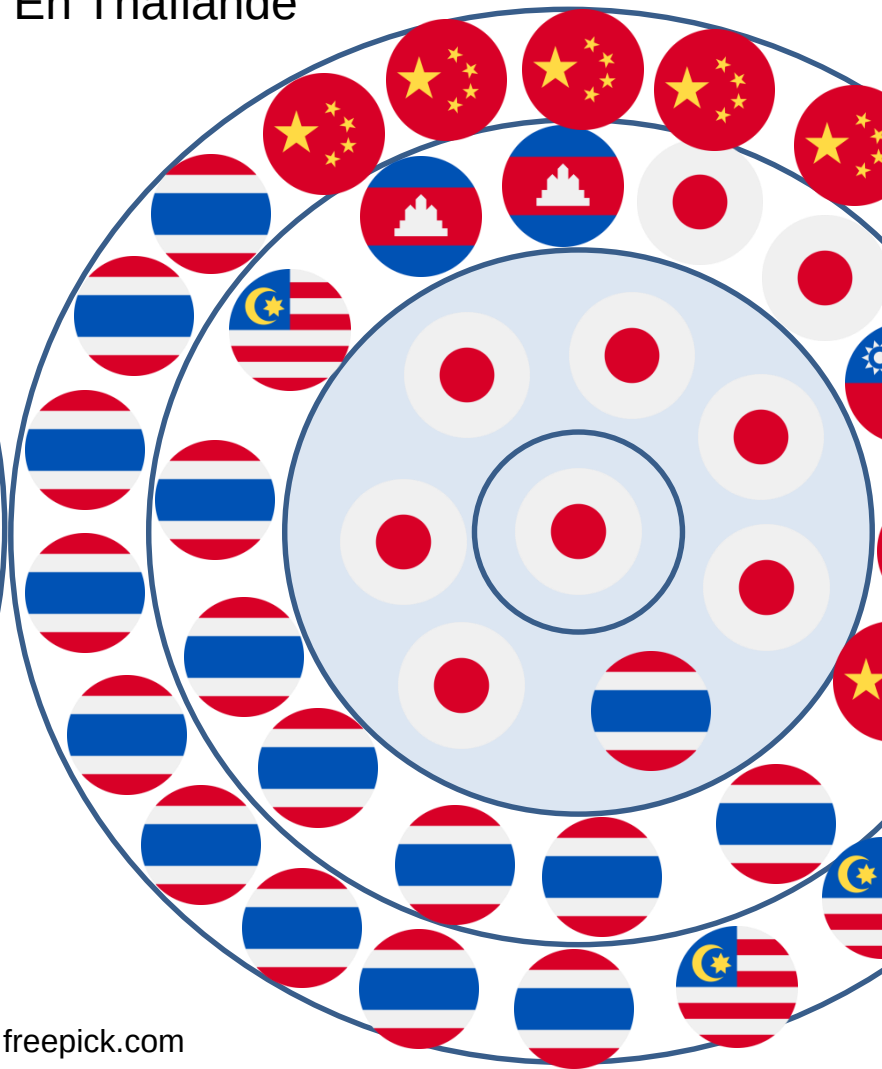
Source: Ficelloguy (Wikipedia), One4leather

Exemple des constructeurs automobiles japonais

Au Japon



En Thaïlande



Source drapeaux: freepick.com

Question(s) de recherche

Les constructeurs étrangers implantés en Thaïlande ont-ils recours aux mêmes fournisseurs que dans leurs régions d'origine (*follow sourcing*) ou non?

Dans un marché régional plus petit où les ventes sont moins stables et les volumes incertains, comment les fournisseurs (étrangers) arrivent à survivre?

Si ces derniers échouent et se retirent, peut-être que cela ouvre des opportunités pour les firmes thaïlandaises pour se hisser au premier cercle?

Ce que nous avons fait

Une **revue de la littérature** sur les relations constructeur-fournisseur dans différentes régions du monde (notamment en Europe). On tente d'entrer en dialogue avec des communautés de chercheurs qui travaillent sur l'industrie automobile (géographie économique, études sur le développement): qu'est que leurs approches peuvent nous apporter? Qu'est-ce que le transport peut leur apporter?

Une étude de cas sur les **constructeurs japonais en Thaïlande** (description des relations d'approvisionnement pour 5 types de composants)

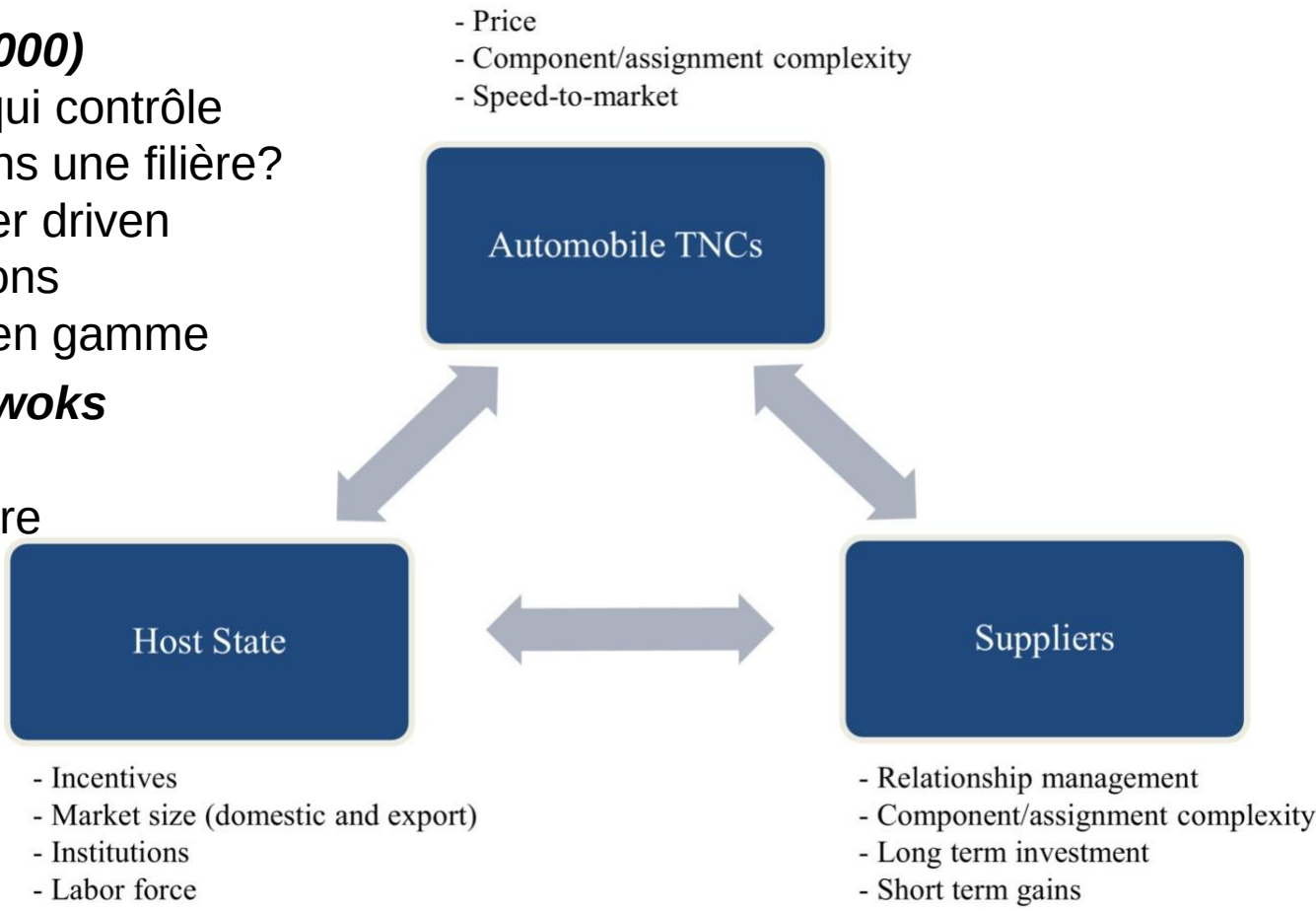
Ce que nous n'avons pas (encore) fait

- Etudier le transport en tant que barrière à l'entrée (critère de sélection de fournisseurs). Dans quelles conditions se font les livraisons des composants? Quelles conditions de flexibilité, fréquence et qualité sont requises par les constructeurs?

Un regard à travers le prisme des *Global Value Chains* et des *Global Production Networks*

Global Value Chains
(Dolan & Humphrey, 2000)
Rapports entre firmes, qui contrôle la création de valeur dans une filière?
Producer driven vs Buyer driven
Importance des institutions
Dynamique de montée en gamme

Global Production Netwoks
(Coe et al., 2004)
Plus centré sur le territoire
Firmes transnationales
Insiste moins sur la Hiérarchie
Strategic coupling/ Decoupling entre les Etats/territoires et les firmes transnationales



International Division of Labor (Hopkins & Wallerstein, 1986, Pavlinek, 2018):
Accumulation de capital, par le transfert de surplus depuis la périphérie vers le centre

La métaphore du toxicomane (Pavlinek, 2018, Harvey, 2014)

Les périphéries intégrées,
Une forme de "**Spatio-temporal fix**"

Firmes capitalistes, investissent leur surplus dans des régions plus profitables, pour compenser temporairement leur manque de profitabilité dans les bases historiques.

Source : Jokic, M., ISttock

Périphéries intégrées (Thaïlande, Espagne, Mexique) regions low cost voisines des marches centraux, et qui manquent de function stratégiques comme R&D, centres de decision, et finance.

L’institution du *Keiretsu*

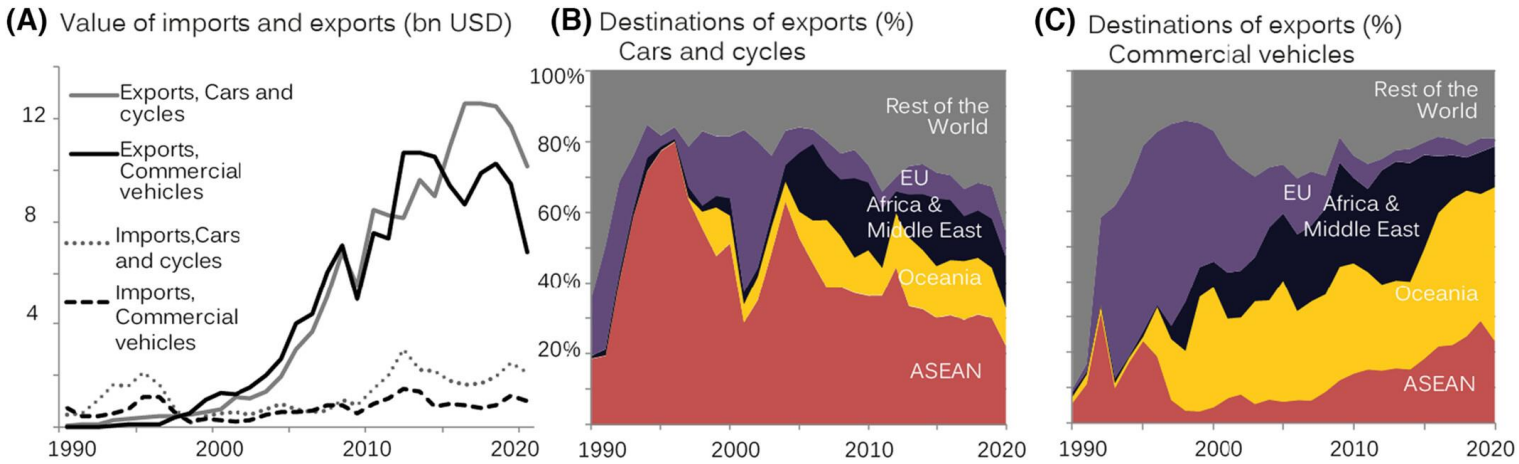
Aoki & Lennerfors (2013)

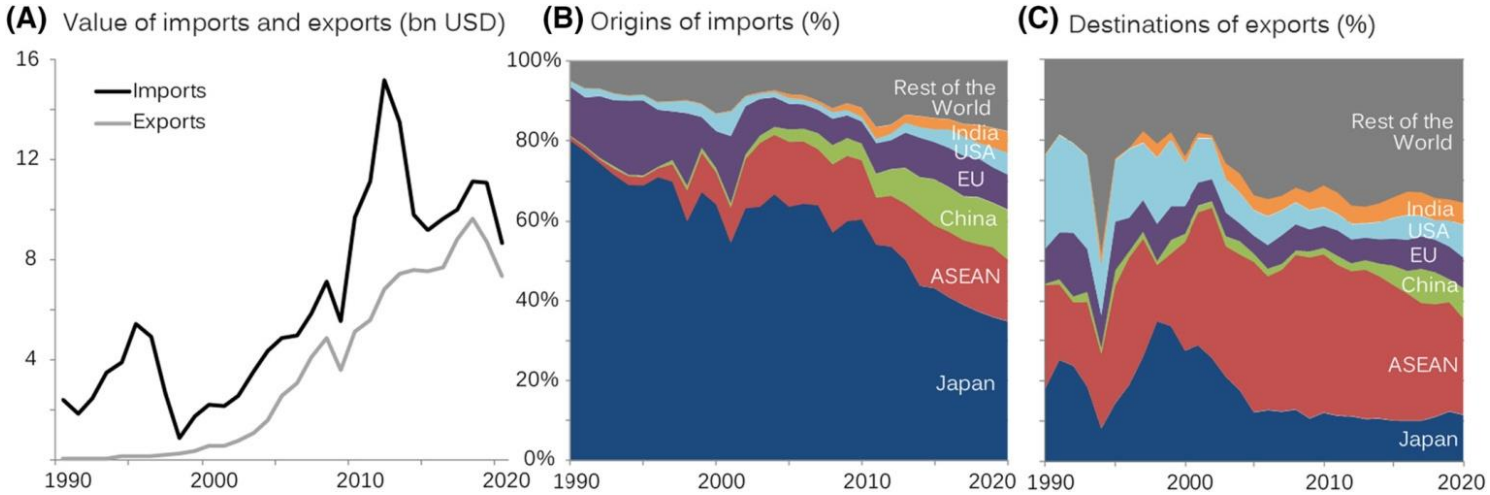
Groupement d’entreprises, 2 types:
(1) Horizontal (financier)/ (2) **Vertical (Industrie).**

- Très important dans l’industrie automobile japonaise.
- (Parfois) Participations financières croisées entre constructeurs et fournisseurs,
- (Souvent) Certaine exclusivité dans les relations commerciales,
- Programmes de formation/montée en compétences des fournisseurs
- Hiérarchie entre fournisseurs. Effet de club
- Premier cercle (majoritairement intra-keiretsu)

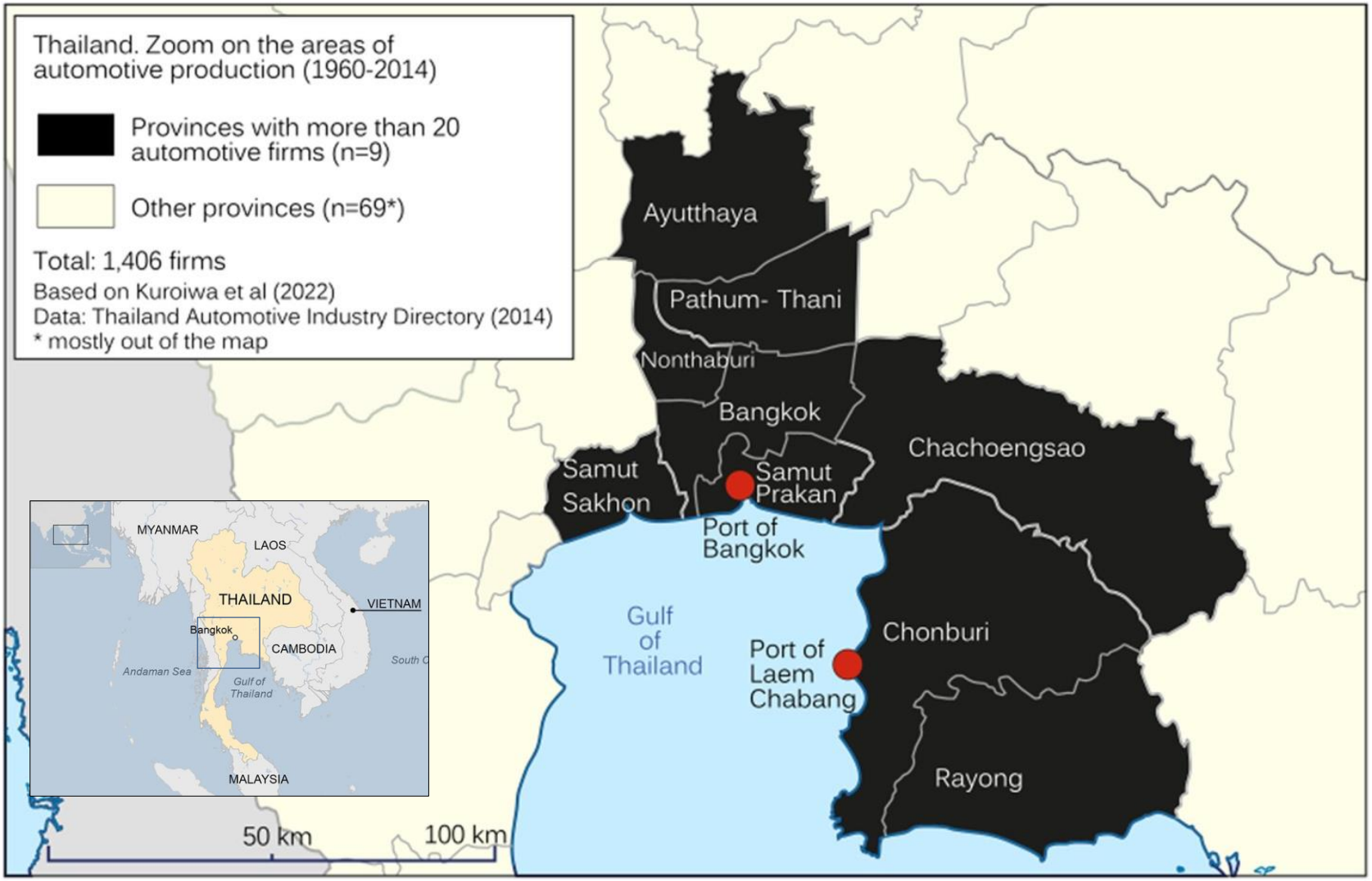
Thaïlande

Commerce international de véhicules et pièces





Thaïlande
Localisation de la production

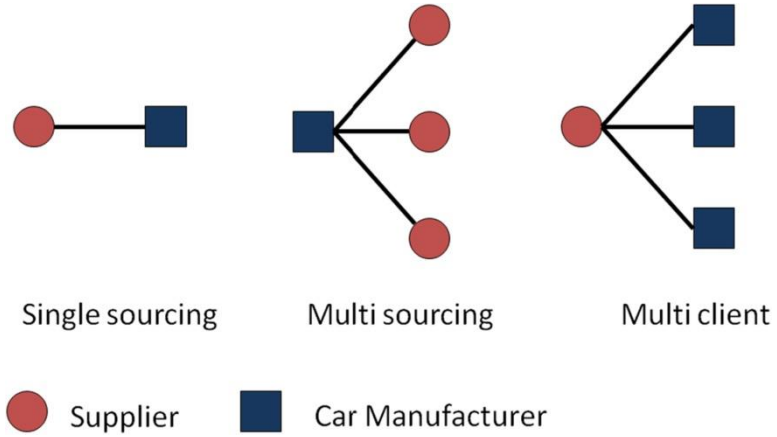


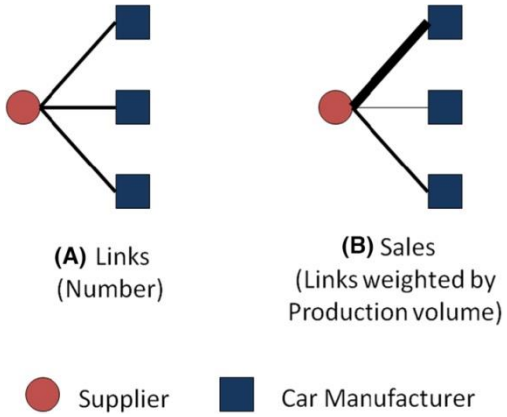
Données

Base Marklines (Japon)
Liens constructeur <-> fournisseurs rang/cercle 1
Chaque unité correspond à une relation d'approvisionnement (type de pièce, modèle de véhicule)

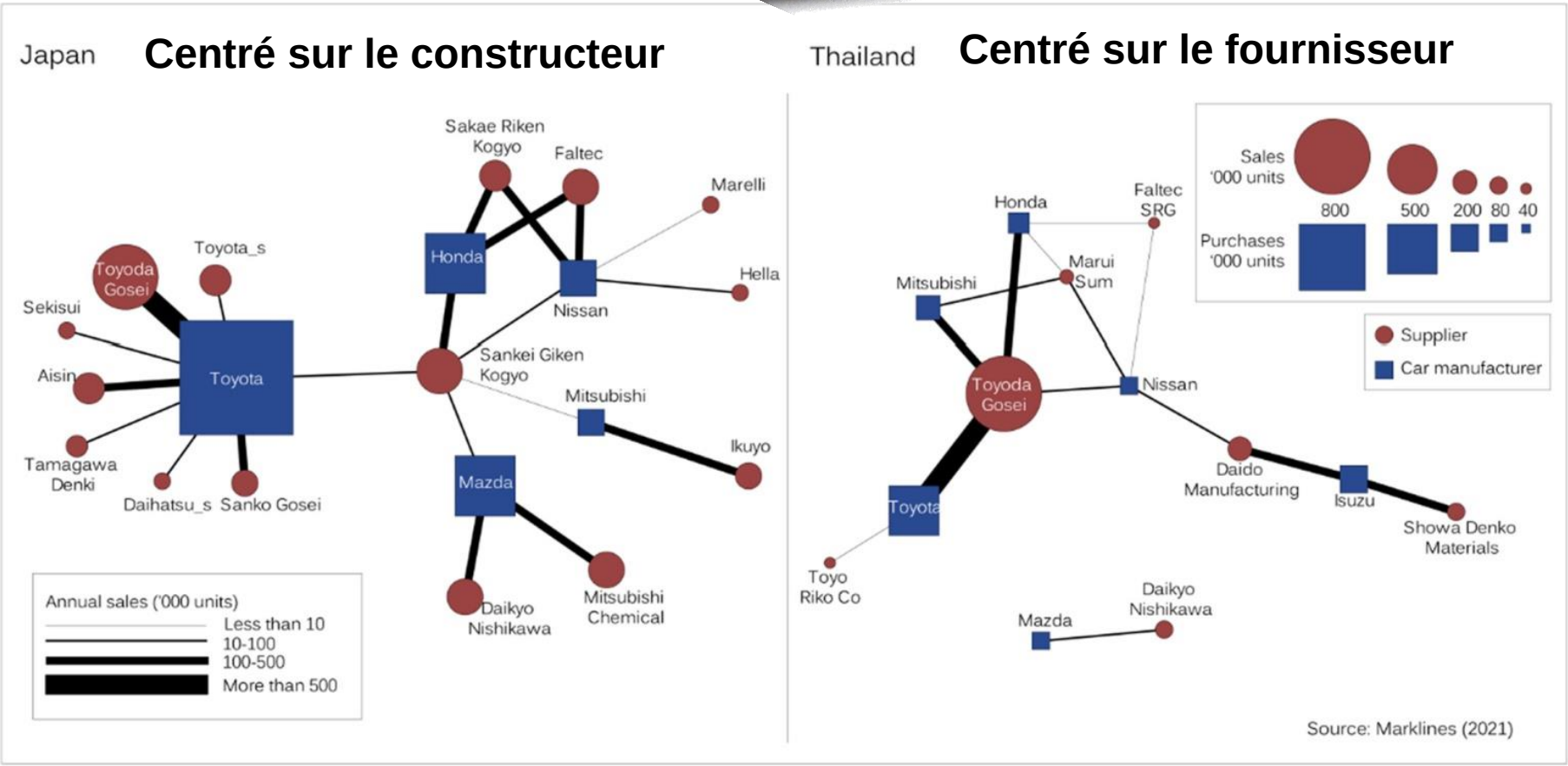
Pièce	Volume	Coût	Variété	Fréquence livraisons	Appro Lointain
Sièges	++	+	+	+	-
Ceinture sécurité	-	-	~	-	~
Vitres	+	~	-	+	-
Pneus	+	~	~	~	+
Calandre	~	-	-	-	-

Principaux types de relations





L’exemple de la calandre



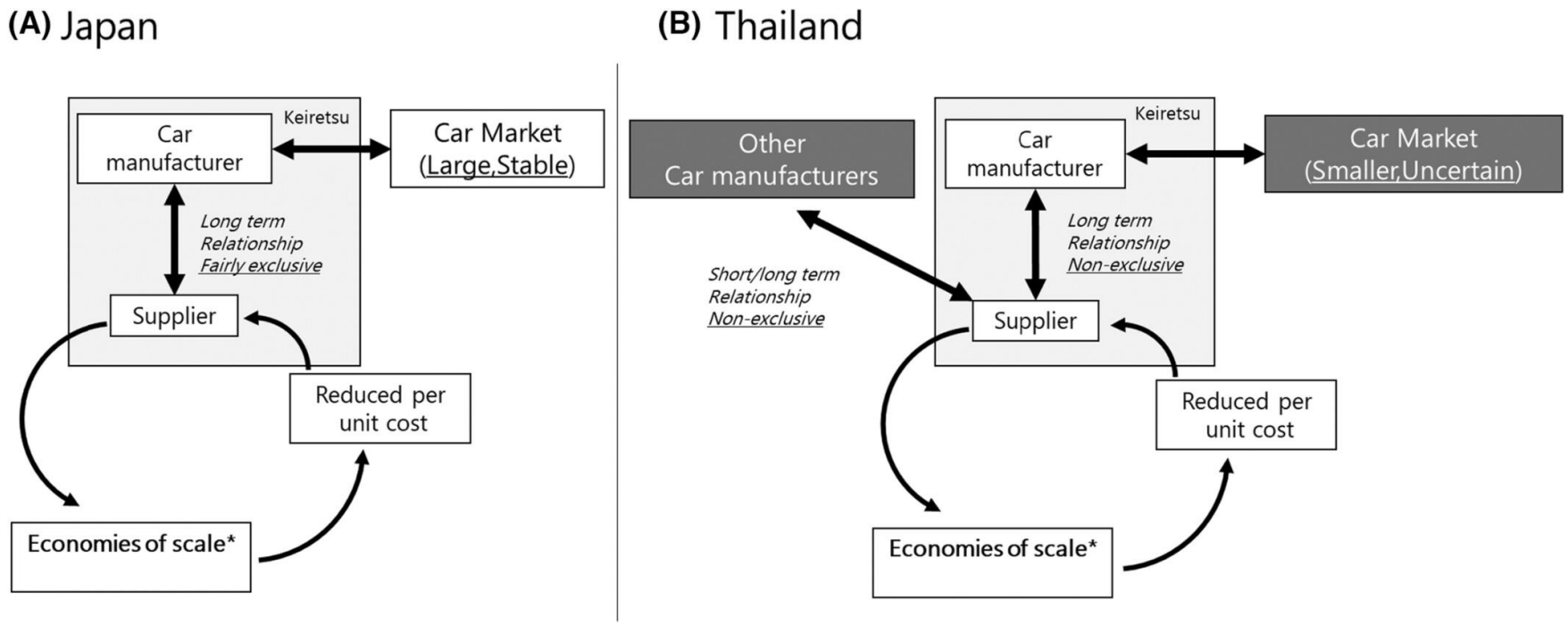
Résultats (1/2)

Category	No. of car manufacturers		No. of suppliers		Features of the supply system	
	Japan	Thailand	Japan	Thailand	Japan	Thailand
Radiator grille	5	6	15	7	Multi-sourcing, except Sankei Giken (multi-client)	Multi-client (Toyoda Gosei)
Seat	11	11	30	14	Mostly multi-sourcing and multi-client (Tachi-S, NHK)	Multi-sourcing but partially multi-client (e.g. NHK)
Seat belt	12	12	7	6	Mostly multi-client (Joyson, Autivo, Ashimori)	Multi-to-multi combination (multi-sourcing and client)
Window glass	8	12	14	8	Multi-to-multi combination (multi-sourcing and client)	Multi-client (AGC, Saint-Gobain)
Tyres	13	14	15	13	Multi-to-multi combination (multi-sourcing and client)	Multi-to-multi combination (multi-sourcing and client)

Résultats (2/2)

Type of part	Most common type relationship	Financial links with car manufacturers	Involvement of local firms as tier 1 suppliers
Seats	Predominantly single sourcing	Strong	Low
Seat belts	Multi-sourcing/multi-client	Weak	Low
Glass windows	Multi-client	Medium	Medium
Tyres	Multi-sourcing/multi-client	Weak	Medium
Radiator grilles	Multi-sourcing/multi-client	Medium	Low

Notre interprétation



*Efficient production, easier access to capital, lower purchasing costs, lower logistics costs

Dans un contexte régional où les volumes sont faibles, les fournisseurs réalisent des économies d'échelle en diversifiant leur portefeuille client

Ce que nous avons trouvé (1/2)

•En Thaïlande, comme au Japon, les fournisseurs du premier cercle sont presque tous japonais, mais pas tout à fait les mêmes

•On pourrait interpréter cela comme une reproduction du même système de relations au sein d’un keiretsu, afin de garantir un niveau de qualité et de réduire le risque de rupture dans un pays en développement

•Les liens entre les constructeurs Japonais et leurs fournisseurs ne sont pas fondamentalement différents de ceux de leurs homogues européens (allemands) ou américains dans leurs périphéries intégrées

•Toutefois, au delà de cette stratégie prédominante, notre analyse montre une grande diversité de situations, en particulier celle des fournisseurs ayant diversifié leur clientèle afin d’atteindre des volumes pour compenser une demande plus faible et instable de leurs clients traditionnels

Ce que nous avons trouvé (2/2)

Cette diversification des clients est possible en Thaïlande, dans un contexte où la production est fortement concentrée géographiquement.

Dans d’autres régions en développement, cette diversification peut être moins évidente du fait de la dispersion géographique des fournisseurs.

Ces adaptations altèrent la nature des réseaux d’approvisionnement et apportent davantage d’autonomie à des fournisseurs autrefois exclusifs.

Le transport doit y aussi être pour quelque chose (par exemple la possibilité pour un constructeur d’intégrer un nouveau fournisseur dans une tournée du laitier). En voici une hypothèse à tester dans des future travaux plus ancrés sur le terrain.

A suivre donc!
Merci

david.guerrero@univ-eiffel.fr