

Appel à contribution – Atelier thématique ouvert

XIV^e congrès de l'AFEP

Sciences Po Bordeaux, Pessac

17-20 juin 2025

« Le pouvoir des multinationales dans la “dé-globalisation” »

La question du pouvoir marchand et politique des entreprises multinationales (parfois appelées aussi, selon les contextes et les disciplines, *transnationales* ou *globales*) est intimement liée au processus de globalisation (Chavagneux et Louis, 2018 ; Strange, 1988). Par définition, les *multi-nationales* sont des « objet(s) géographique(s) à localisations multiples » (Daviet, 2005, p. 13) qui se développent et fondent leur expansion internationale sur la multiplication des ancrages territoriaux, depuis leur siège social (Zanetti, 2012) jusqu'à leurs filiales étrangères (Gervais, 2024 ; Thibout, 2024). Des travaux se sont donc naturellement portés sur les rapports de pouvoir entre entreprises internationalisées et autorités d'accueil (États, acteurs économiques, politiques et culturels dominants, etc.) : depuis le bas-Moyen Âge (Braudel, 1967 ; 1979 ; De Roover, 1966 ; Scherman, 2023), époque de « proto-mondialisation » (Crouzet, 2003), jusqu'aux époques moderne (Dalrymple, 2019 ; Ménard-Jacob, 2016) et contemporaine (Badel, 2010 ; Fitzgerald, 2015), époques parfois qualifiées, respectivement, de « mondialisation industrielle » et de « globalisation » (Galvez-Behar et Lefebvre, 2019). Cette dernière expression désigne plus couramment une période qui aurait débuté dans les années 1970-1980 (Fouquin *et al.*, 2016 ; O'Rourke et Williamson, 2002), marquée par une forte libéralisation des échanges et la structuration d'un ordre économique international encadré par des organisations internationales (Findlay et O'Rourke, 2007). C'est durant et à propos de cette dernière période que se sont multipliés les travaux sur la reconfiguration des relations de pouvoir et de domination entre États et multinationales, mettant au jour alternativement des rapports d'interdépendance (Stopford *et al.*, 1994 ; Vernon, 1977), la prise d'indépendance des multinationales vis-à-vis des États (Robé *et al.*, 2016) et, à l'inverse, la capacité démontrée des institutions politico-administratives à imposer leurs vues à de grandes entreprises (Woll, 2011), y compris hors des frontières étatiques (Emmenegger, 2015). Cela dit, au cours des quarante dernières années, c'est d'abord la capacité d'acteurs économiques internationaux à « influencer » des politiques publiques (Laurens, 2015) ou à contraindre plus ou moins directement des États et des organisations internationales (Louis, 2018) à adopter leurs préférences qui a été particulièrement mise en relief. Certains acteurs économiques internationaux s'avèrent même en mesure d'exercer un pouvoir coercitif particulièrement visible sur des États et de circonscrire leurs marges de manoeuvre (Lemoine, 2024).

Or, différentes formes de remise en question de la globalisation semblent rendre le pouvoir des multinationales de plus en plus précaire. Deux phénomènes donnent particulièrement la mesure des transformations en cours. D'un côté, les démocraties occidentales assistent à l'arrivée au pouvoir de mouvements et d'acteurs politiques marqués à l'extrême droite, prônant une ligne

nationaliste et relégitimant le protectionnisme économique. De l'autre, la globalisation sous domination américaine fait l'objet de multiples contestations. L'essor géopolitique de la Chine s'élabore ainsi comme un contre-modèle, visible avec l'initiative des Nouvelles routes de la soie, à la mondialisation américaine (Bürbaumer, 2024). Ce changement de contexte remet-il en cause les ressorts du pouvoir des multinationales, en tant qu'entreprises à localisations multiples ? Comment les entreprises s'adaptent-elles à l'essor d'agendas politiques nationalistes ? Optent-elles pour des stratégies d'influence ajustées aux enjeux politiques et à la structuration des marchés locaux ? Quel rôle joue leur État d'origine dans la poursuite (ou la limitation) de leur internationalisation ?

Cet atelier se propose d'explorer ces questions. Il est ouvert aux communications se saisissant de la question du pouvoir des multinationales en période de « dé-globalisation » à travers différentes disciplines et approches méthodologiques et épistémologiques. Ainsi, des communications s'inscrivant, par exemple, dans le champ de l'économie politique internationale et comparative, la sociologie des élites économiques et des groupes d'intérêt, la géographie économique, l'histoire des entreprises, ou encore le management international, seront les bienvenues. Une attention particulière sera toutefois prêtée aux propositions de communication reposant sur un matériau empirique fourni et original (données statistiques de première main, entretiens, archives politico-administratives et d'entreprises, enquêtes ethnographiques).

À titre indicatif, les communications pourraient se rapporter à l'un ou plusieurs des quatre axes ci-dessous. Bien entendu, des propositions construites autour d'autres questions de recherche seront également appréciées.

Axe 1 – Les multinationales américaines face à la « dés-américanisation » du monde

L'hégémonie américaine dans les relations (économiques) internationales fait l'objet d'une remise en cause de plus en plus nette. Les multinationales états-uniennes et des pays alliés des États-Unis, notamment sur le plan militaire (OTAN) et du renseignement (Five Eyes), sont les « victimes » collatérales de la contestation de l'*imperium* américain. Comment se répercute cette contestation sur leurs activités ? Dans quelle mesure leur présence sur le sol de nations « hostiles » aux États-Unis est-elle remise en cause ? Comment s'adaptent-elles à cette reconfiguration de l'ordre international ? On peut ainsi se demander ce que la contestation de la portée extraterritoriale des lois états-uniennes font aux entreprises liées juridiquement aux États-Unis dans les pays contestataires. Par exemple, comment les entreprises du numérique gèrent-elles la mise en place d'un cadre de protection des données explicitement créé pour protéger les résidents/entreprises locaux face aux capacités de surveillance états-uniennes – comme en Europe avec le règlement général sur la protection des données (2018) ou en Chine, qui dispose d'un cadre juridique similaire depuis 2021 ? Comment les États-Unis et leurs alliés tentent-ils d'aider leurs entreprises à poursuivre leur internationalisation dans ces conditions ? Observe-t-on des formes de « disjonction stratégique » (Thibout, 2022) entre les intérêts économiques de ces firmes et leurs États de tutelle, comme dans le cas de Google et du Département de la défense en matière d'intelligence artificielle sous la première présidence

Trump ? Quels relais et quelles alliances (avec des acteurs politiques ou économiques locaux) les firmes occidentales s'aménagent-elles pour contourner les sanctions/restrictions qui les visent et, concomitamment, contre les sanctions américaines dirigées vers des pays où elles souhaitent maintenir leur activité (Russie, Chine, etc.) ?

Axe 2 – La place des entreprises dans la gouvernance mondiale : que reste-t-il du pouvoir des multinationales dans des organisations internationales en perte de légitimité ?

Historiquement, les multinationales représentent des acteurs de premier plan de la « gouvernance mondiale » (Ougaard et Leander, 2009 ; Biersteker et Hall, 2001). Le terme même sert à rendre compte « des dynamiques d'insertion d'acteurs privés, les entreprises, au sein du pilotage de l'action collective internationale afin de produire des politiques » (Guilbaud, 2015, p. 22). Les organisations internationales constituent donc un cadre privilégié d'insertion des multinationales dans la gouvernance mondiale. Or, la puissance d'agir et la légitimité de ces organisations semblent de plus en plus remises en question, notamment du fait du poids des puissances occidentales, États-Unis en tête, dans leur propre gouvernance (Petiteville, 2021). Comment les multinationales s'adaptent-elles à cette remise en cause de la gouvernance mondiale ? Les organisations internationales, tels les organismes de normalisation internationaux (ISO, UIT, CEI...), représentent-elles toujours des espaces de lutte et des enjeux de pouvoir des multinationales ? La crise de légitimité des organisations internationales occasionne-t-elle un redéploiement du travail politique/juridique international des multinationales vers des institutions régionales, voire nationales ?

Axe 3 – Faut-il s'adapter ? Le facteur « national » dans l'internationalisation des entreprises en contexte de pré-/dé-globalisation

L'internationalisation des entreprises se double toujours d'une problématique d'articulation stratégique (au niveau managérial, commercial, productif, mais aussi politique) entre les orientations données par la maison-mère et les contextes locaux, nationaux ou régionaux que rencontrent leurs filiales ou succursales. La question de l'adaptation des stratégies commerciales, RH et de management des multinationales en contexte étranger a ainsi fait l'objet d'une littérature abondante dans le champ du management international (Mayrhofer, 2014). Du côté de la sociologie des élites économiques, de nombreux travaux se sont notamment penchés sur les propriétés sociales les plus efficaces pour occuper des positions dominantes dans les champs du pouvoir économique nationaux. Si certains auteurs mettent en avant des spécificités nationales dans la composition et la formation des dirigeants de grandes entreprises (Hartmann, 2011), la plupart concluent à l'internationalisation et à l'homogénéisation des carrières dirigeantes (Dudouet et Vion, 2024), voire à la constitution d'une « classe mondiale » des affaires (Kanter, 1995 ; Dahrendorf, 2000). Or, la « dé-globalisation » entraîne-t-elle une « re-nationalisation » des stratégies de recrutement et de management des multinationales en terre étrangère ? Peut-on objectiver le poids du « facteur national » dans l'internationalisation des entreprises, à travers des formes d'adaptation et d'ajustement de leurs stratégies aux jeux et enjeux locaux qu'elles rencontrent au cours de leur expansion ? Il serait notamment intéressant d'explorer la question des transformations du travail d'influence de ces firmes pour s'adapter à

des contextes (politiques, sociaux, culturels) nationaux, y compris en recourant à des études de cas historiques pouvant remonter aux compagnies européennes de l'époque moderne, voire aux compagnies florentines, génoises, vénitiennes, etc., de l'Europe médiévale.

Axe 4 – Influencer les décisions politiques en contexte xénophobe et protectionniste ? Contraintes et évolution des stratégies de représentation d'intérêts économiques multinationaux

Le dernier axe propose d'aborder de front la question de l'adaptation des stratégies des multinationales lorsqu'elles se retrouvent à devoir élaborer un plan de développement commercial et un travail de représentation d'intérêts dans un contexte de changement politique – en particulier, à l'occasion de l'arrivée au pouvoir de mouvements nationalistes et/ou xénophobes. La politique définie et mise en œuvre par ces nouveaux gouvernements peut non seulement entrer en contradiction avec les intérêts des entreprises étrangères (dans le cas de politiques protectionnistes, par exemple), mais elle place ces firmes en situation de devoir trancher entre une conformation, plus ou moins extensive, aux réquisits nationalistes des nouveaux dirigeants politiques et un ensemble de normes (de gestion, de diversité, de respect de l'environnement, etc.), plus ou moins contraignantes, qui ont contribué à redéfinir la légitimité sociale et politique des entreprises – conjointes à la « vertu » (Bereni, 2023). Généralement réunies sous l'étiquette de la « responsabilité sociale des entreprises » (RSE), ces normes définissent les critères de « légitimation d'une "nouvelle entreprise" » (Boni-Le Goff et Laurens, 2013, p. 5), sommée de traduire son développement « en termes de bien commun » (Boltanski et Chiapello, 2011 [1999], p. 73). En contexte d'extrême droite au pouvoir, les multinationales adaptent-elles, voire abandonnent-elles ces réquisits pour complaire aux exigences des nouveaux gouvernants ? Comment ajustent-elles leurs stratégies (commerciale, managériale, de recrutement, politiques...) à des formes nouvelles d'hybridation entre politiques nationalistes et néolibérales, comme en Hongrie par exemple (Ban *et al.*, 2023 ; Geva, 2021) ? Comment se négocie la présence de ces firmes étrangères avec les acteurs de pouvoir (politiques, administratifs, économiques) locaux ? L'arrivée au pouvoir de Trump pose également la question des changements d'approche ou des formes de conciliation que tentent d'opérer ces multinationales entre un discours progressiste historique (pour les firmes du numérique, par exemple ; *cf.* Broockman *et al.*, 2019) et des incitations à se conformer aux discours xénophobes, sexistes et nationalistes promus par la nouvelle Administration en place, à l'image du récent tournant masculiniste de la communication de Mark Zuckerberg par exemple. Cela soulève aussi la question des approches différentes, voire des conflits qui opposent les élites économiques et les firmes nationales et étrangères face à cette nouvelle donne politique, pour des raisons idéologiques ou stratégiques (Bortun, 2024). Il s'agit donc d'interroger les formes d'ajustement, d'accompagnement, de rejet et/ou de conformation des firmes multinationales face à l'émergence de partis et de politiques d'extrême droite, dans le but de conserver ou de s'aménager de nouveaux points d'ancrage dans différents espaces de pouvoir nationaux.

Les propositions de communication sont à envoyer au responsable de l'atelier (Charles Thibout) avant le **15 mars 2025** à l'adresse suivante :

thibout@protonmail.com

Elles doivent également être soumises *via* la plateforme :

<https://afep2025.sciencesconf.org/?lang=fr>.

Les propositions ne doivent pas excéder **3 500 signes** (hors bibliographie) et doivent mentionner impérativement les éléments suivants : nom, prénom du (des) auteurs et autrices, rattachements institutionnels, courriel de contact, axe(s) souhaité(s) le cas échéant, titre de la communication, champ(s) disciplinaire(s), objet et problématique, cadre d'analyse, méthodologie de la recherche et matériau empirique, résultats attendus.

Les décisions seront communiquées le 31 mars aux auteur.ices.

Références bibliographiques

BADEL Laurence, *Diplomatie et grands contrats. L'État français et les marchés extérieurs au XX^e siècle*, Paris, Publications de la Sorbonne, 2010.

BAN Cornel, SCHEIRING Gabor et VASILE Mihai, « The Political Economy of National-Neoliberalism », *European Politics and Society*, vol. 24, n°1, 2023, p. 96-114.

BARJOT Dominique, GASTALDI Lise, CARON François, COHEN Élie, CROUZET François et MUCCHIELLI Jean-Louis, « Globalization. La mondialisation », *Entreprises et histoire*, n°32, 2003, p. 138-151.

BERENI Laure, *Le management de la vertu. La diversité en entreprise à New York et à Paris*, Paris, Presses de Sciences Po, 2023.

BIERSTEKER Thomas et HALL Rodney, « La gouvernance privée dans le système international », *L'Économie politique*, n°12, 2001, p. 5-18.

BOLTANSKI Luc et CHIAPELLO Ève, *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard, 2011 [1999].

BONI-LE GOFF Isabel et LAURENS Sylvain, « Les entrepreneurs de la “nouvelle entreprise” : acteurs, pratiques et dispositifs d'une écriture institutionnelle », *Sociétés contemporaines*, n°89, 2013, p. 5-16.

BORTUN Vladimir, « Hostile Brothers : Intra-Capitalist Conflict and the Rise of Right-Wing Populism », communication, séminaire *Far-Right Movements, Far-Right Ideologies, and the Corporate World* (dir. Théo Bourgeron et Isabelle Darmon), en ligne, 11 octobre 2024.

BRAUDEL Fernand, *Civilisation matérielle, économie et capitalisme (XV^e-XVIII^e siècles)*, Paris, Armand Colin, 1967-1979.

BROCKMAN David, FERENSTEIN Gregory et MALHOTRA Neil, « Predispositions and the Political Behavior of American Economic Elites: Evidence from Technology Entrepreneurs », *American Journal of Political Science*, vol. 63, n°1, janvier 2019, p. 212-233.

BÜRBAUMER Benjamin, *Chine/États-Unis, le capitalisme contre la mondialisation*, Paris, La Découverte, 2024.

CHAVAGNEUX Christian et LOUIS Marieke (dir.), *Le pouvoir des multinationales*, Paris, PUF/La Vie des Idées, 2018.

DAHRENDORF Ralf, « Die globale Klasse und die neue Ungleichheit », *Merkur. Deutsche Zeitschrift für europäisches Denken*, vol. 54, n°11, 2000, p. 1057-1068.

DALRYMPLE William, *The Anarchy : The Relentless Rise of the East India Company*, Londres, Bloomsbury, 2019.

DAVIET Sylvie, *Industrie, culture, territoire*, Paris, L'Harmattan, 2005.

DE ROOVER Raymond, *The Rise and Decline of the Medici Bank (1397-1494)*, New York, The Norton Library, 1966.

DUDOUET François-Xavier et VION Antoine, *Sociologie des dirigeants de grandes entreprises*, Paris, La Découverte, 2024.

EMMENEGGER Patrick, « The Long Arm of Justice : U.S. Structural Power and International Banking », *Business and Politics*, vol. 17, n°3, 2015, p. 473-493.

FINDLAY Ronald et O'ROURKE Kevin, *Power and Plenty : Trade, War, and the World Economy in the Second Millenium*, Princeton, Princeton University Press, 2007.

FITZGERALD Robert, *The Rise of the Global Company : Multinationals and the Making of the Modern World*, Cambridge (R.-U.), Cambridge University Press, 2015.

FOUQUIN Michel, HUGOT Jules et JEAN Sébastien, « Une brève histoire des mondialisations commerciales », in CEPII, *L'économie mondiale 2017*, Paris, La Découverte, 2016.

GALVEZ-BEHAR Gabriel et LEFEBVRE Philippe, « Les entreprises et les temps de la globalisation », *Entreprises et histoire*, n°94, 2019, p. 5-15.

GERVAIS Julie, « Les affaires publiques d'une entreprise privée. Airbnb et l'orchestration d'un militantisme mercantile », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°251, 2024, p. 16-33.

GEVA Dorit, « Orbán's Ordonationalism as Post-Neoliberal Hegemony », *Theory, Culture & Society*, vol. 38, n°6, 2021, p. 71-93.

GUILBAUD Auriane, *Business partners. Firmes privées et gouvernance mondiale de la santé*, Paris, Presses de Sciences Po, 2015.

HARTMANN Michael, « Internationalisation et spécificités nationales des élites économiques », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°190, 2011, p. 10-23.

KANTER Rosabeth Moss, *World Class. Thriving Locally in the Global Economy*, New York, Simons & Schuster, 1995.

LAURENS Sylvain, *Les courtiers du capitalisme. Milieux d'affaires et bureaucrates à Bruxelles*, Marseille, Agone, 2015.

LEMOINE Benjamin, *Chasseurs d'États. Les fonds vautours et la loi de New-York à la poursuite de la souveraineté*, Paris, La Découverte, 2024.

MAYRHOFER Ulrike (dir.), *Les grands auteurs en management international*, Cormelles-le-Royal, Éditions EMS, 2014.

MÉNARD-JACOB Marie, *La Première Compagnie des Indes. Apprentissages, échecs et héritage (1664-1704)*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2016.

O'ROURKE Kevin et WILLIAMSON Jeffrey, « When Did Globalization Begin ? », *European Review of Economic History*, vol. 6, n°1, 2002, p. 23-50.

OUGAARD Morten et LEANDER Anna (eds), *Business and Global Governance*, Londres, Routledge, 2009.

PETITEVILLE Franck, *Les organisations internationales*, Paris, La Découverte, 2021.

ROBÉ Jean-Philippe, LYON-CAEN Antoine et VERNAC Stéphane (eds), *Multinationals and the Constitutionalization of the World Power System*, Abingdon, Routledge, 2016.

SCHERMAN Matthieu, « Les Salviati à l'étranger : comment les marchands-banquiers italiens renforçaient leur pouvoir et leur richesse », *Médiévales*, n°83, 2023, p. 175-190.

STOPFORD John, STRANGE Susan et HENLEY John, *Rival States, Rival Firms. Competition for World Market Shares*, Cambridge, Cambridge University Press, 1991.

STRANGE Susan, *States and Markets : An Introduction to International Political Economy*, Londres, Pinter, 1988.

THIBOUT Charles, « Les GAFAM et l'État : réflexion sur la place des grandes entreprises technologiques dans le champ du pouvoir », *Revue internationale et stratégique*, n°125, 2022, p. 75-88.

THIBOUT Charles, *Google, une entreprise d'influence ? Indigénisation, normalisation et politisation d'une multinationale du numérique en France*, thèse de doctorat en science politique, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, 2024.

VERNON Raymond, *Storm Over the Multinationals : The Real Issues*, Cambridge, Harvard University Press, 1977.

WOLL Cornelia, *Le Lobbying à rebours. L'influence du politique sur la stratégie des grandes entreprises*, Paris, Presses de Sciences Po, 2011.

ZANETTI Thomas, *Une ville et sa multinationale, une multinationale dans sa ville : emprise spatiale, organisation sociale, fonction économique et régulation politique du « territoire Michelin » à Clermont-Ferrand (fin XIX^e à nos jours)*, thèse de doctorat en géographie, Université Lumière Lyon II, 2012.