

école —
normale —
supérieure —
paris — saclay —

**MÉMOIRE DE MASTER 2 RECHERCHE SCIENCES, TECHNOLOGIES ET
SOCIÉTÉS (STS)**

PAR

ORKUN BERK GUMUS

**EVOLUTION DU DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE AUTOMOBILE
TURQUE ENTRE RÉGIONALISATION ET MONDIALISATION**

**SOUS LA DIRECTION DE
TOMMASO PARDI**

AOUT 2017

école —
normale —
supérieure —
paris — saclay —

**MÉMOIRE DE MASTER 2 RECHERCHE SCIENCES,
TECHNOLOGIES ET SOCIÉTÉS (STS)**

PAR

ORKUN BERK GUMUS

**EVOLUTION DU DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE
AUTOMOBILE TURQUE ENTRE RÉGIONALISATION ET
MONDIALISATION**

**SOUS LA DIRECTION DE
TOMMASO PARDI**

AOUT 2017

RESUME

Au cours de la deuxième moitié du XXe siècle, l'industrie automobile turque se développe entre les stratégies de mondialisation et de régionalisation, ainsi que les politiques de libéralisation économique. La question fondamentale de cette étude est l'analyse du développement de l'industrie automobile turque entre régionalisation et mondialisation. Pour répondre, la production, le marché, le pouvoir recherche et développement, les caractéristiques structurelles de la population active et les données sur le commerce extérieur du secteur automobile turc sont examinés. D'une part, l'industrie automobile turque établit des liens forts commerciaux avec l'Union européenne. D'autre part, on observe que la Turquie a aussi une tendance de développer les coopérations forts commerciaux avec d'autres régions. On peut dire que la feuille de route de l'industrie automobile turque entre la mondialisation et la régionalisation n'est pas encore claire. Nous constatons que l'internationalisation dans le secteur s'accélère surtout après la crise économique de 2001. Malgré l'accélération de la production avec l'internationalisation, nous constatons que les salaires des employés et le force de l'innovation de la Turquie ne suivent pas l'accélération de la production.

Les mots clés : Industrie d'automobile turque, mondialisation, régionalisation, fordisme, Lean, innovation, emplois, développement de la Turquie.

ABSTRACT

In the last half of the 20th century, the Turkish automobile industry develops between globalization and regionalization strategies, along with economic liberalization policies. The main objective of this thesis is the analysis of the development of the Turkish automobile industry between regionalization and globalization. To answer, production, market, research and development, structural characteristics of labor force and foreign trade data of Turkish automobile sector are examined. On the one hand, the Turkish automobile industry establishes strong trade ties with the European Union. On the other hand, we observe that Turkey has a tendency to develop strong commercial cooperation with other regions. It can be said that the road map of the Turkish automobile industry between globalization and regionalization is not yet clear. We note that internationalization in the sector accelerates especially after the 2001 Turkish economic crisis. Despite the acceleration of production with internationalization, we find that the wages of the employees and the strength of the innovation of Turkey do not follow the acceleration of production.

Keywords: Turkish automobile industry, globalization, regionalization, Fordism, Lean, innovation, jobs, development of Turkey.

REMERCIEMENTS

Je souhaiterais adresser mes remerciements aux personnes qui m'ont soutenu pour terminer mon mémoire en Master 2 Sciences, Technologies et Sociétés (STS).

En premier lieu, je tiens à remercier sincèrement le directeur adjoint du GERPISA, Tommaso Pardi, en tant que le directeur de mon mémoire de fin d'études. Il m'a toujours soutenu avec ses conseils précieux qui enrichissent mon univers scientifique et facilité le processus de la réalisation du mémoire. Je voudrais aussi remercier le maître des conférences et le responsable de STS, Philippe Fontaine et tous mes professeurs en Master 2 Sciences, Technologies et Sociétés à l'Ecole Normale Supérieure Paris-Saclay pour leur apport à la construction de la base de ma connaissance scientifique.

Je remercie particulièrement Hazal TÜKEL, pour ses aides au lissage et de m'avoir encouragée pendant ce processus. Je remercie aussi ma famille qui m'a encouragé tout au long de mon master et aussi pour leur soutien pendant la période de cette recherche.

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 – Facteurs importants en position compétitive de la Turquie sur l'investissement étranger direct (IED)	34
Tableau 2 : Réseau routier en Turquie et unités de production annuelles dans l'industrie automobile turque (1960-2016)	40
Tableau 3 : Taux annuel de changement de production dans l'industrie automobile turque (1999-2016)	42
Tableau 4 : Part en pourcentage de Turquie dans la production automobile mondiale (1970-2016)	43
Tableau 5 : Corrélation du nombre de production de l'industrie automobile turque avec le nombre de productions d'autres pays entre 1999 et 2014	45
Tableau 6 : Corrélation entre l'industrie automobile turque et d'autres industries (2010=100)	46
Tableau 7 : Variation du nombre de voitures enregistrées en Turquie	48
Tableau 8 : Part de la Turquie dans la population mondiale et véhicules enregistrés (2005-2015)	50
Tableau 9 : Part de la Turquie sur les enregistrements de nouveaux véhicules dans le monde	50
Tableau 10 : Importation, exportation et vente d'automobiles en Turquie	53
Tableau 11 : Importation et exportation des véhicules autres que chemin de fer et de tramway, et leurs parties (87) entre 1996-2016 (US \$)	54
Tableau 12: Part des entreprises automobiles turques dans 500 établissements industriels majeurs entre 1983 et 2014 (%)	56
Tableau 13: Balance commerce extérieur avec les cinq plus grands partenaires de l'industrie automobile turque	57
Tableau 14 : Changement de volume du commerce extérieur de l'industrie automobile turque (%)	58
Tableau 15 : Investissements totaux en R&D dans le secteur commercial en Turquie et part du secteur automobile (Livre turque)	59
Tableau 16 : Classification des investissement en R&D de l'industrie automobile turque	60

Tableau 17 : Nombre de brevet international du secteur de l'automobile et du transport en Turquie	61
Tableau 18 : Emploi de l'industrie-clé d'automobile en Turquie	63
Tableau 19 : Part de l'industrie automobile turque dans l'emploi total	64
Tableau 20 : Production et valeur annuelle créée par employé dans l'industrie automobile turque	65
Tableau 21 : Entreprises offrant une formation professionnelle continue aux employés dans l'industrie automobile turque	66
Tableau 22 : La compétence la plus importante prévue dans la formation professionnelle de l'employé en Turquie.....	67



TABLE DES MATIERES

RESUME	ii
ABSTRACT	iii
REMERCIEMENTS	iv
LISTE DES TABLEAUX	v
TABLE DES MATIERES	vii
ABREVIATIONS	ix
INTRODUCTION	1
CHAPITRE I : EVOLUTION DE L'INDUSTRIE AUTOMOBILE DANS LE MONDE ET EN TURQUIE	4
1.1. Évolution de l'industrie automobile dans le monde	4
1.1.1. Evolution des modèles d'organisation du travail dans le secteur automobile	5
1.1.1.1. Fordisme	6
1.1.1.2. Lean (le système de production Toyota).....	8
1.1.2. Mondialisation et régionalisation dans l'industrie automobile mondiale	10
1.1.2.1. Mondialisation	10
1.1.2.2. Regionalisation	12
1.1.3. Réflexions de la mondialisation et de la régionalisation sur l'industrie automobile mondiale	14
1.2. Évolution de l'industrie automobile en Turquie	19
1.2.1. Industrialisation par substitution aux importations (1960-1980).....	21
1.2.2. Période de libéralisation (1980-1996)	23
1.2.3. Union douanière et période d'ouverture vers l'extérieure (1996-) ..	26

1.2.4. Discussions sur la dynamique de développement de l'industrie automobile turque entre la mondialisation et la régionalisation	30
1.2.5. Les attentes sur le futur de l'industrie automobile turque: opportunités et menaces	35

CHAPITRE II : RECHERCHES ET DISCUSSIONS SUR LE DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE AUTOMOBILE TURQUE 40

2.1. Univers de production dans l'industrie automobile turque	40
2.2. Développement du marché automobile turc	47
2.3. Examen de l'importation et de l'exportation dans le secteur automobile turc à la lumière des discussions sur la mondialisation et la régionalisation	51
2.4. R&D et innovation dans l'industrie automobile turque	59
2.5. Effet de l'industrie automobile turque sur la dynamique de l'emploi	62
CONCLUSION	68
BIBLIOGRAPHIE	70

ABREVIATIONS

ACEA : l'Association des constructeurs européens d'automobiles

AKP : *Adalet ve Kalkınma Partisi* (en français : Parti de la justice et du développement)

BRIC: Brésil, Russie, Inde, Chine

DPT: *Devlet Planlama Teşkilatı* (en français : Organisation de planification de l'Etat)

FMI : Fond Monétaire International

IDE: Investissement direct à l'étranger

JIT: *Just-in-time* (en français : Juste à temps)

KDV: *Katma değer vergisi* (en français : taxe sur la valeur ajoutée)

MTV: *Motorlu taşıtlar vergisi* (en français : taxe sur les véhicules à moteur)

OCDE: Organisation de coopération et de développement économiques

OICA : Organisation internationale des constructeurs automobiles

OMC: Organisation mondiale du commerce

OPEP: Organisation des pays exportateurs de pétrole

ÖTV: *Özel tüketim vergisi* (en français : taxe de consommation privée)

R&D: Recherche et développement

TAYSAD : *Taşıt Araçları Yan Sanayicileri Derneği* (en français : Association des fabricants de pièces et de composants d'automobile)

TQC: *Total quality control* (en français : Contrôle de la qualité totale)

TÜİK : Türkiye İstatistik Kurumu (en français : Institut statistique de Turquie)

UE : Union Européenne

INTRODUCTION

L'industrie automobile présente des contributions économiques importantes aux pays à valeur économique et à l'emploi qu'elle crée. Le secteur encourage les développements technologiques et les innovations. En outre, la croissance de l'industrie automobile affecte positivement de nombreuses industries telles que le fer et l'acier, le plastique, le tissage, le verre, la peinture et l'électronique; et elle crée des emplois dans les secteurs comme marketing, textile, financement, assurance, etc. (Bedir, 2002). Il existe de nombreux autres domaines tels que la publicité qui sont influencés par l'industrie automobile. Du fait que c'est l'un des éléments essentiels du transport, les développements dans ce secteur affectent indirectement tous les autres secteurs. Les taxes collectées auprès des secteurs de l'industrie automobile elle-même et les secteurs qu'elle affecte constituent une source importante de revenus pour les Etats. En même temps, l'industrie automobile est l'un des principaux acteurs du développement économique dans les pays où elle est fondée.

C'est l'une des principales dynamiques de la croissance économique en Turquie, l'industrie automobile qui a été établie dans les années 1950. En plus de son rôle dans le développement économique du pays, le secteur de l'automobile sert également de pont qui combine entre la Turquie économiquement et d'autres pays au niveau mondial et régional. Le secteur de l'automobile, avec le secteur textile, est devenu l'un des secteurs économiques où la Turquie est la plus forte dans l'économie mondiale et est devenu le secteur le plus exporté depuis 11 ans (Pişkin, 2017a). Le secteur du 77% de la production est exportée, possède également 86 des 276 centres de R & D en Turquie et est le premier dans ce sens. 15% de l'emploi industriel est réalisé par l'industrie automobile (OSD, 2017).

L'industrie automobile est devenue un sujet académique qui a été largement débattu avec les effets économiques, sociaux et politiques qu'elle a créés depuis le 20ème siècle. Des études académiques ont été menées sur de nombreux aspects de

l'industrie automobile à travers le monde. En Turquie, des études universitaires ont été menées par des départements d'économie, de sociologie, relations internationales et de commerce extérieur sur le point de vue du développement de l'industrie automobile turque, la compétitivité du secteur automobile, les relations de travail dans l'industrie automobile, les relations de l'industrie-clé d'automobile et la sous-traitance de l'industrie. Cependant, il existe peu d'études sur le développement de l'industrie automobile turque en termes de mondialisation et de régionalisation. Par contre, comme pour le secteur de l'automobile de nombreux pays, le secteur automobile turc est également l'un des domaines où la concurrence mondiale et la régionalisation sont les plus intenses.

Le traité de l'Union douanière entre l'Union européenne et la Turquie, entré en vigueur en 1996, a radicalement modifié la dynamique de développement de l'industrie automobile turque. Ce traité a ouvert à la fois l'économie mondiale et la controverse de la régionalisation dans l'économie turque. Par conséquent, parallèlement à la controverse de la régionalisation et de la mondialisation, le manque d'études examinant la dynamique du développement de l'industrie automobile turque la raison d'être ce travail.

Le principal problème de cette thèse est l'analyse du développement de l'industrie automobile turque entre régionalisation et mondialisation. Tout en examinant le développement de l'industrie automobile turque entre ces deux approches, les réponses aux questions suivantes seront également recherchées: *Quelle est la relation entre la mondialisation et la régionalisation? Dans quelles conditions la mondialisation et (ou) la régionalisation ont-elles émergé en Turquie? Quels sont les effets de l'internationalisation de la production dans le secteur automobile turc sur le développement de la Turquie? La mondialisation et la régionalisation apportent-elles également le transfert de connaissances et de technologies? Comment l'inclusion de la Turquie dans le système de production mondial affecte-t-elle le marché du travail? Comment l'internationalisation de la production affecte-t-elle le marché automobile et la balance commerciale de la Turquie?*

Dans ce mémoire, nous allons commencer par mentionner l'histoire de l'industrie automobile mondiale en première partie du premier chapitre, puis nous examinerons l'évolution des méthodes de production dans l'industrie automobile. Dans la partie

suivante, la mondialisation et la régionalisation seront discutées dans l'industrie automobile. Ensuite, l'histoire de l'industrie automobile turque sera reprise. Dans cette partie, on observera trois périodes: Industrialisation par substitution aux importations, période de libéralisation, union douanière et période d'ouverture vers l'extérieure. Dans la partie suivante, on discutera de la dynamique de développement de l'industrie automobile turque entre la régionalisation et la mondialisation. Ensuite, les attentes concernant l'avenir de l'industrie automobile turque seront été discutées. Dans le deuxième chapitre, les données et les résultats relatifs à l'état actuel de la Turquie seront examinés. Cette rubrique principale se compose respectivement de la production, du marché, de l'exportation-importation, des investissements et R&D et de l'emploi.

Cette recherche est un travail chronologique et relationnel basé sur des données et des analyses quantitatives s'appuyant sur ces données et statistiques. Tout au long de l'étude, les documents ont été obtenus dans les archives de GERPISA et de l'ENS Paris-Saclay, ainsi que dans des revues de documents provenant de sources scientifiques. Nous avons profité aussi des rapports et des données des organisations suivantes : « Rapports de la Commission de Spécialisation Automobile » préparés par la Ministère de la Science, de l'Industrie et de la Technologie de la Turquie dans le cadre des plans de développement quinquennal, Institut statistique de Turquie (TÜİK), le Sous-secrétariat au commerce extérieur, l'Association internationale des producteurs de véhicules automobiles (OICA), l'Association des constructeurs européens d'automobiles (ACEA), l'Association de l'industrie automobile (OSD), Association des fabricants de pièces et de composants d'automobile (TAYSAD).

Au cours de la recherche, nous avons essayé de remonter les données jusqu'aux années 1960, lorsque l'industrie automobile en Turquie a commencé à se former. Les données sectorielles qui sont à la base des analyses sont chronologiquement tabulées en particulier au cours des vingt dernières années et des périodes de cinq dernières années. Les données sont prises en charge par les deux indices et certaines analyses de corrélation. Afin de voir les changements dans la dernière période pour le secteur de l'automobile, cette étude utilise un indice qui accepte l'année 2010 comme 100 (indice 2010 = 100).

CHAPITRE I : EVOLUTION DE L'INDUSTRIE AUTOMOBILE DANS LE MONDE ET EN TURQUIE

1.1. Évolution de l'industrie automobile dans le monde

L'industrie automobile est née en Europe sous la direction de l'Allemagne et de la France et s'est développée et renforcée aux États-Unis (Bedir, 2002). En 1769, la capacité de convertir la puissance de la vapeur en énergie mécanique efficace par James Watt a contribué à créer les premières automobiles. Les automobiles à vapeur produites par un français, Nicolas Joseph Cugnot en 1770 et 1771 peuvent être considérées comme les premiers modèles. Cependant, le fait que ces voitures ne sont pas très efficaces et que les tractions hippomobiles sont plus rapides que les voitures à vapeur, empêchent la propagation des voitures à vapeur (Arer, 2002).

Au 19^{ème} siècle, les expériences sur les moteurs à combustion interne ont commencé. En 1824, le physicien français Sadi Carnot a révélé les principes thermodynamiques des moteurs à combustion interne. À partir de cette date, les technologies des moteurs à combustion interne se sont développées rapidement et sont largement utilisées. En 1860, le belge Etienne Lenoir a produit le premier moteur à essence. En 1876, le Nikolaus Otto allemand a construit le cycle à quatre temps (cycle Otto), le principe de base des moteurs modernes des moteurs à combustion interne. La voiture, construite en 1885 par Karl Benz et opérée selon le principe du cycle Otto, est considérée comme la première voiture en termes de produit industriel (Arer, 2010).

Dans le monde entier, le nombre de marques automobiles est atteint 8 en 1880, 50 en 1885 et 500 en 1890 (Bedir, 2002). Cependant, la plupart de ces producteurs sont à petite échelle, à forte intensité de main-d'œuvre et ils produisent en petite quantité. Fondée par Henry Ford en 1903, *Ford Motor Company* a été le pionnier du processus de production en série et de la transformation de l'industrie automobile.

Aujourd'hui, le secteur de l'automobile représente environ 5% de l'économie mondiale avec une taille économique d'environ 4 billions de dollars. Dans les pays du G7, il est calculé que l'augmentation de la valeur ajoutée de 1 dollar du secteur de l'automobile offre une augmentation de valeur de 3 dollars de l'économie totale. En outre, le secteur de l'automobile fournit directement et indirectement environ 80 millions d'emplois. Le secteur de l'automobile est également l'acheteur de nombreux secteurs tels que le fer et l'acier, la pétrochimie, le plastique, le verre, le textile et l'électronique et est un fournisseur de nombreux secteurs tels que l'agriculture, le tourisme, la construction, la défense, l'infrastructure et le transport avec ses produits (Pişkin, 2017a).

1.1.1. Evolution des modèles d'organisation du travail dans le secteur automobile

Historiquement, on peut parler de trois types de modèles d'organisation du travail de base dans l'industrie automobile : manufacture, production en série et *lean* (le système de production Toyota). Mais aujourd'hui, il est plus difficile de faire ces classifications. Les producteurs d'automobiles développent des systèmes de production individuels et des organisations du travail en fonction de leurs environnements commerciaux et de leurs histoires professionnelles. Encore, un producteur peut utiliser plusieurs modèles en même temps. Par exemple, presque tous les producteurs utilisent de nombreux systèmes de production en série de Ford, tels que les processus opérationnels normalisés, les chaînes de montage mobiles (Holweg, 2008).

Au début du 20ème siècle, la structure de production manufacture était présente dans l'industrie automobile. Dans ce système de production, les produits ont été fabriqués à petite échelle et non standardisés (Bedir, 2002). En outre, les petites entreprises ont de la difficulté à investir dans la recherche et développement (*R&D*) et aux nouvelles technologies, et le coût unitaire du produit est également élevé en raison du petit nombre de production (Bedir, 1999).

Le principal modèle d'organisation du travail de Ford a changé le destin de l'industrie automobile. L'automobile, qui faisait appel à une petite flotte auparavant,

s'étendait à une grande masse et l'industrie automobile est devenue l'un des secteurs économiques les plus importants au monde.

1.1.1.1. Fordisme

Ford Motor Company a été fondé en 1903, menant l'industrie automobile au nom du fordisme, c'est-à-dire la production en série. Au cours de l'année de sa fondation, il a produit 1.700 véhicules avec 125 travailleurs. Seulement 18 ans plus tard, en 1921, le nombre des travailleurs a augmenté à 32.000 et le nombre de véhicules produits a augmenté à 900.000 (Meyer, 1981). Sans aucun doute, le succès de Ford était grâce au fordisme basé sur la logique de production en série.

Le fordisme est en somme une simplification du travail et une division du travail avec une approche taylorienne; qui peut être défini comme la normalisation des produits et des pièces au moyen d'un contrôle administratif et d'une mécanisation sur la vitesse du travail par le biais de la chaîne de montage mobile (Edgell, 2005). La production en série est un système de production dans lequel le capital est produit de manière intensive et en quantités élevées et en produits standard au moyen de main-d'œuvre non qualifiée ou semi-qualifiée. La continuité de production, l'interchangeabilité des composants sont également importants (Bedir, 2002).

À partir de 1908 à Detroit, Ford Model T est la première automobile à être produite par la production en série. En 1914, le montage d'une voiture dans la chaîne de montage de Ford a été complété en seulement 93 minutes. De 1908 à 1927, plus de 15 millions de modèles T ont été produits. Lorsque le modèle T a réalisé sa dix millionième production, 9 des 10 véhicules de classe mondiale étaient de marque Ford. Le modèle T est également le premier véhicule au monde à commencé à être produit dans différents pays en même temps. Il a été produit au Canada et en Angleterre depuis 1911, en Allemagne et en Argentine depuis 1925 et plus tard en France, en Espagne, au Danemark, en Belgique, au Brésil, au Mexique et au Japon (Arer, 2010).

Au milieu des années 1920, Ford Model T ne pouvait pas répondre aux attentes des consommateurs. Ford a offert la variante à petit prix, mais limitée, modèle T, tandis que General Motors, dont le président était Alfred Sloan, a présenté au marché des marques et des sous-modèles qui comprenaient cinq catégories de prix de base et comprenaient de nombreux segments de prix. Ainsi, GM montre que la production en

série de la voiture peut être conciliée avec la variante du produit, et elle a révélé l'idée d'une voiture pour chaque budget et but (Edgell, 2005). Face à cette situation, la part de marché de Ford a diminué de 55% en 1921 à 30% en 1926. Selon de nombreux historiens, Sloan a complété le manque de modèle de production en série de Ford, combinant la logique de production en série et le portefeuille de marques. Toujours sur le principe de l'innovation, Sloan a apporté l'utilisation de l'année modèle à la voiture avec des mises à jour cosmétiques chaque année (Holweg, 2008). On utilise encore aujourd'hui la pratique de l'année modèle. Cette interprétation du fordisme s'appelle le mode de production sloanien.

La production en série de Henry Ford a non seulement modifié l'histoire de l'industrie automobile, mais aussi modifié les conditions de travail des travailleurs. D'abord, le célèbre mouvement philanthropique de Henry Ford « cinq dollars par jour » a rendu le lieu de travail attrayant pour les travailleurs. Deuxièmement, cela signifiait que les travailleurs de Ford seraient en mesure d'acheter des véhicules qu'ils avaient produits (Holweg, 2008).

Les changements induits par le travail de Henry Ford ne se sont révélés pas seulement positivement chez les travailleurs. Il a également créé une pression sur les travailleurs. Ford a également suivi et organisé la vie privée des travailleurs à l'extérieur de l'usine. Les noms des départements de sociologie établis dans les usines de Ford ont été transformés en départements des services. Environ 3.500 agents de police spéciaux ont été assignés à observer les travailleurs au travail et à la maison, les récompenser pour leur comportement et les punir. En même temps, ils empêchaient également les activités syndicales (Edgell, 2005).

Selon Edgell, le fait que le fordisme n'a pas pu éviter l'insatisfaction des travailleurs du côté de l'offre et, du côté de la demande, son insuffisance à innover de nouveaux modèles qui satisfont le goût des consommateurs. L'effondrement du fordisme a probablement été causé par le militantisme des travailleurs, l'insatisfaction des consommateurs, la hausse de la concurrence et le coût de la production s'aggravant (Edgell, 2005).

1.1.1.2. Lean (le système de production Toyota)

Dans les années 1960, lorsque la production en série était répandue dans les pays américains et européens, des changements importants dans les systèmes de production, appelés le Lean, a émergé au Japon. À court terme, le Lean a amené les producteurs japonais à un avantage comparatif avec les producteurs européens et américains. Au fil du temps, les grandes entreprises automobiles américaines et européennes ont essayé de mettre en place le Lean (Bedir, 2002). La période d'émergence du système Lean correspond au virage dans lequel le fordisme a connu des difficultés en soi. Quand les producteurs japonais examinent les techniques de production en série des producteurs américains, constatent que leur mode de production cause du gaspillage des ressources. Les producteurs japonais, qui ont une petite part dans le secteur avec un petit marché et l'insuffisance de l'accumulation de capital, ont développé une solution qui peut utiliser les ressources de manière plus efficace (Arabacı, 2006).

Le système Lean combine les avantages de la manufacture avec les avantages de la production tayloriste : Il offre une grande flexibilité, une qualité de produit élevée et un degré élevé de personnalisation, comme une production manufacture. Mais cela inclut aussi les faibles coûts unitaires et les avantages de la production en série (Oman, 1996).

Le système Lean, qui permet de diversifier la gamme de produits afin de ne pas être fortement influencé par les fluctuations de la demande et les préférences des consommateurs, couvre une gamme plus large de relations producteur-fournisseur et producteur-vendeur. Le système Lean réduit le coût de l'inventaire par la méthode de production et de livraison juste à temps (*Just in time-JIT*). La gestion de la qualité totale et les statistiques comprennent le contrôle des processus. La production Lean nécessite des chaînes de production polyvalentes en production, la présence de nombreux intellectuels et travailleurs en production. L'amélioration continue du prix et de la qualité est ciblée (Kaizen). Les relations sont établies entre l'industrie clé et l'industrie de la sous-traitance automobile sur une base à long terme basée sur la confiance. Une production sensible aux exigences du marché est mise en place (Bedir, 2002). Dans le système Lean, en particulier les concepts de production à juste à temps (JIT), le contrôle de la qualité totale (TQC) et le travail d'équipe sont à l'avant-garde.

Un client peut obtenir ce qu'il faut, au moment nécessaire, dans le montant nécessaire (Edgell, 2005).

Le système qui a été vu dans l'industrie de la sous-traitance automobile jusqu'en 1970 est le système de contrat traditionnel appliqué par les producteurs américains et européens. Dans ce type d'application, un grand nombre d'entreprises qui produisent le même produit préfèrent l'entreprise qui peut fournir les conditions de qualité nécessaires et offrir le meilleur prix. L'entreprise de l'industrie clé a l'intention de profiter le prix le plus bas possible en profitant de la concurrence entre les sous-traitants. Dans une telle approche, les contrats sont souvent courts et il y a peu ou pas de contribution au développement de produits et au travail d'ingénierie de l'industrie de la sous-traitance. Cependant, le nouveau système développé sous la direction de l'entreprise Toyota japonaise est en train de mener une coopération plus complète avec les industries clés et les sous-traitants, y compris le design (Arer, 2010). Les contrats à long terme et les partenariats commerciaux sont établis. En fait, parfois, l'entreprise de l'industrie clé soutient l'industrie de la sous-traitance qui se trouve dans une situation difficile économiquement.

Dans le Lean, les organisations de l'industrie de la sous-traitance doivent participer aux activités de développement de produits, faire la production à temps et fournir une sécurité de livraison. Ainsi, les entreprises de l'industrie clé peuvent donner la priorité au développement de nouveaux modèles, à l'amélioration de la qualité et des produits, à la production à faible coût (Bedir, 2002).

Le Lean a également modifié la relation employeur-employé dans l'industrie automobile. Ce système met l'accent sur le travail en équipe, permettant aux travailleurs de s'identifier à l'entreprise. Dans le même temps, il brouille les divisions de travail (Edgell, 2005). Les équipes font différents travaux du nettoyage au lieu de travail au contrôle de la qualité. Ces équipes font des propositions en matière technique et administrative à l'usine, visant à une amélioration continue. Les propositions sont soigneusement examinées par les gestionnaires et même les proposants sont récompensés. Ces cercles de qualité et une amélioration continue s'appellent Kaizen (Bedir, 2002).

Lorsque le système Lean a émergé, les producteurs japonais pourraient produire une voiture presque deux fois plus vite qu'un producteur américain. Étant donné que

presque tous les producteurs des régions mondiales ont adopté des techniques de production Lean, cet écart entre les producteurs européens, américains et japonais devient de plus en plus encombré (Holweg, 2008). Aujourd'hui, avec de nombreuses variantes, presque tous les grands producteurs tentent d'exploiter les avantages de la production Lean dans leurs propres systèmes de production.

1.1.2. Mondialisation et régionalisation dans l'industrie automobile mondiale

1.1.2.1. Mondialisation

La mondialisation est largement utilisée pour décrire l'internationalisation croissante des biens et des services, le système financier, les entreprises et les industries, la technologie et les marchés concurrentiels. La libéralisation des mouvements de capitaux, la déréglementation des services financiers, la commercialisation des marchés, l'investissement et l'ouverture de la concurrence internationale, et les technologies de l'information et de la communication dans l'économie jouent un rôle important dans le processus de mondialisation. L'OCDE souligne le rôle important des gouvernements et des organisations internationales. Par exemple, l'Organisation mondiale du commerce (OMC) joue un rôle dans le processus de mondialisation et l'expansion des marchés. Les entreprises et les industries sont mondialisées par des investissements directs étrangers et des coentreprises, des accords de coopération, des alliances stratégiques et des mariages d'entreprises (OECD, 2005). On attend qu'avec la mondialisation, on aura un marché commun pour tous au monde entier.

Vujakovic définit la mondialisation comme un processus d'interdépendance croissante et d'interaction entre les sociétés, les nations et les économies (Vujakovic, 2009).

Friedman se réfère à trois processus distincts de mondialisation. Au cours de la première période de mondialisation entre 1492 et 1800, les différences de coût de la main-d'œuvre et la quantité de ressources naturelles ont été décisives. Dans la mondialisation 1.0, les acteurs sont les Etats. La mondialisation 2.0 a été réalisée par des sociétés multinationales. Les facteurs importants de cette période sont la baisse des coûts de transport et de télécommunication. La quantité de commerce international et

le nombre de sociétés multinationales ont augmenté. Cette période représente entre 1800 et 2000. Au cours de la période où nous sommes, il y a la mondialisation 3.0. Dans cette période contemporaine, les relations d'affaires individuelles sont à l'avant-garde. L'Internet et les ordinateurs personnels sont les outils les plus importants dans la propagation de la mondialisation (Rugman, 2009).

Selon Oman, la mondialisation, qui a été interrompue par la Première Guerre mondiale, est devenue une nouvelle vague après les guerres mondiales, et la mondialisation a connu son âge d'or. Les États-Unis ont été le leader de cette nouvelle vague et le dollar américain est devenu la monnaie internationale sous le régime de Bretton Woods. Plus précisément, au cours de cette période, les entreprises internationales et les investissements directs étrangers ont augmenté. La plupart de ces investissements ont été menés par des entreprises américaines. La production industrielle est enregistrée dans les pays où les salaires du travail sont faibles (Oman, 1996). La démolition de la perception du monde bipolaire, surtout après la dissolution de l'Union soviétique, a rendu le concept de mondialisation encore plus populaire.

Les barrières douanières entre les deux guerres mondiales face à la concurrence étrangère des États ont réduit la demande mondiale et ont causé l'une des plus grandes crises économiques de l'histoire mondiale. Grande Dépression, qui a commencé aux États-Unis, est rapidement devenue une crise mondiale. Cette expérience, selon Popescu, est l'une des principales raisons de l'effort postérieur à la Seconde Guerre mondiale des États, à rendre libre circulation de biens, de services et de capitaux (Popescu, 2009).

Popescu mentionne que la mondialisation économique a deux éléments principaux. L'un est la mondialisation des marchés et l'autre est la mondialisation de la production. La mondialisation du marché se réfère à l'évolution des demandes des consommateurs des différents pays vers les normes mondiales. Quant à la mondialisation de la production, elle se réfère à la propagation de la production de biens et de services à diverses parties du monde afin de bénéficier des différences nationales en termes de coût de production et de qualité. En particulier, les technologies de l'information raccourcissent les distances économiques. Le développement des technologies de transport contribue également à la mondialisation (Popescu, 2009).

1.1.2.2. Regionalisation

L'idée de la mondialisation a entraîné de nombreux débats différents. Surtout les inégalités et les problèmes politiques créés par la mondialisation économique ont commencé à être discutés fréquemment. D'une part, il y a ceux qui discutent les problèmes créés par la mondialisation, même il existe des mouvements antimondialistes, alors que les défenseurs de la mondialisation prétendent que la mondialisation d'aujourd'hui ne progresse pas d'une manière classique et qu'elle a des apparences différentes. Ceux qui prétendent que l'idée de la mondialisation s'est effondré sont également plusieurs. Bien que ces débats se poursuivent à un vaste niveau social, politique et économique, la notion de régionalisation prend de plus en plus d'importance à l'intérieur et à l'extérieur du débat sur la mondialisation.

La relation entre la mondialisation et la régionalisation peut être prise à partir de plusieurs points de vue différents, mais trois approches fondamentales sont à l'avant-garde. La première approche considère la régionalisation comme une étape de la mondialisation. La deuxième considère la régionalisation comme une contre-menace pour la mondialisation et le troisième défend que régionalisme et la mondialisation progressent indépendamment les uns des autres.

Selon Oman, la régionalisation est un processus centripète impliquant le mouvement de deux ou plusieurs communautés les uns envers les autres. La régionalisation peut également se produire *de facto* aussi bien que *de jure*. Les traités régionaux *de jure* peuvent créer des échanges (trade-creating) ou détourner les échanges (trade-diverting). Alors que les créateurs commerciaux réduisent les obstacles politiques à la mondialisation, les déflecteurs commerciaux sont une régionalisation qui réduit le commerce et menace la mondialisation. (Oman, 1996).

La régionalisation *de jure* peut être une réponse politique à la mondialisation, mais elle peut également être un moyen de renforcer la concurrence interne et les marchés dans la région et de les diriger vers la mondialisation. La régionalisation est un outil efficace pour les pays et les sociétés contre les attentes internationales difficiles à réaliser avec des raisons culturelles et historiques. Selon Oman, la mondialisation encourage la régionalisation. La régionalisation *de jure* aide les entreprises multinationales à supprimer les obstacles politiques dans la région. La mondialisation favorise également la régionalisation *de facto*. Cela permet aux

entreprises de se rapprocher de leurs clients et fournisseurs (Oman, 1996). Donc, d'après Oman, il ne serait pas faux de dire que la régionalisation fait partie de la mondialisation et c'est un effet commercial créatif.

Selon Frunza, la régionalisation et la mondialisation ne sont pas contraires, elles se complètent. *La régionalisation fait partie intégrante de la mondialisation*. Frunza se réfère à deux vagues de régionalisation dans la période d'après-guerre. Le premier au début des années 1950 pour créer des zones de libre-échange et des marchés communs en Europe, en Afrique, en Amérique latine, dans les îles des Caraïbes et en Asie. Cette vague a échoué en dehors de l'Europe. La deuxième vague de régionalisme a émergé dans les années 90. Le développement des technologies internationales d'interdépendance et de communication a été le pionnier de cette vague. Accords commerciaux régionaux, unions douanières, marchés communs se sont établis (Frunza, 2009). Swyngedouw pense que les entreprises sont maintenant à la fois très locales et fortement mondiales (Swyngedouw, 2010).

Ceux qui prétendent que le régionalisme est une réponse à la mondialisation indiquent que les tendances de régionalisation affaiblissent la mondialisation. Rugman note qu'il n'y a pas de preuve de la mondialisation des activités commerciales internationales, au contraire, les entreprises multinationales aux États-Unis, en Europe et en Asie font principalement des affaires dans la région où elles se trouvent. Par conséquent, il prétend qu'il n'y a pas de mondialisation au sens populaire.

New globalisation index (Vujakovic, 2009) montre également un résultat parallèle à Rugman. Les économies développées européennes sont majoritairement régionalisées. D'autre part, on constate que la plupart des pays en développement, sauf en Amérique du Sud, ont tendance à échanger avec les États-Unis et l'Europe plutôt qu'avec leurs voisins.

D'une part, l'économie mondiale évolue parallèlement à l'intégration d'une économie mondiale plus vaste, où le commerce international et les investissements augmentent et, d'autre part, à l'intégration d'une économie régionale plus vaste, où les échanges et les investissements intrarégionaux sont en hausse. Beno pense que le régionalisme dans ces deux chemins parallèles reflète mieux la tendance actuelle. Alors que la mondialisation, axée sur les produits normalisés et les stratégies de

marché, a réussi dans le passé, se concentrer sur les différences régionales semble plus acceptable aujourd'hui (Akhter, Beno, 2011).

1.1.3. Réflexions de la mondialisation et de la régionalisation sur l'industrie automobile mondiale

Les débats sur la mondialisation et la régionalisation ont influencé l'histoire de l'industrie automobile mondiale. Malgré la saturation des marchés des pays développés, avec les besoins du marché des marques, la concurrence croissante entre les entreprises, la nécessité de la technologie et de gros investissements, la taille économique du secteur et les effets sociopolitiques, l'industrie automobile devient le sujet des débats à plus grande échelle au lieu des marchés locaux. Les politiques mondiales et régionales sont devenues essentielles à mesure que les producteurs automobiles ont établi leurs stratégies.

Il n'est pas facile de parler de la meilleure façon pour l'industrie automobile alors que nous avons discuté de la mondialisation et de la régionalisation. Les stratégies changent d'une entreprise à l'autre, même une entreprise peut appliquer différentes stratégies aux mêmes périodes ou à différentes périodes. En général, cependant, il n'est pas faux de dire qu'une concurrence accrue entre les entreprises, la nécessité de la commercialisation a conduit les entreprises à la régionalisation et à la mondialisation. En particulier, les petits pays ont été touchés par des obstacles commerciaux abaissés ou supprimés ces dernières années. Néanmoins, cela ne signifie pas qu'il existe un marché automobile homogène à l'échelle mondiale (Freyssenet, Lung, 2004).

Le déplacement de la production est l'une des méthodes de réduction des coûts les plus courantes. La production est transférée vers les marchés émergents, de sorte que les économies d'échelle sont utilisées. Cela donne également au producteur un avantage concurrentiel dans le pays d'origine (Freyssenet, Lung, 2004).

Selon Freyssenet et Lung, les stratégies d'internationalisation fonctionnent parmi trois tendances principales: *L'homogénéisation mondiale, l'isolement régional hétérogène et enfin la diversification régionale et le partenariat mondial en tant que solution intermédiaire.* L'homogénéisation globale dépend de la réduction des disparités entre les marchés, de l'échec des obstacles devant le commerce, en

particulier de la nécessité de la production locale. Mais dans ce cas, nous pouvons parler de marché global homogène. Le partenariat interdisciplinaire de diversification régionale / mondiale permet aux plates-formes et pièces de modèles globaux d'être conçues centralement et interprétées pour différentes régions sans avoir besoin d'un marché global homogène. L'organisation de la gestion étant mondiale, il se peut qu'il y ait de petites différences dans les régions. L'approche d'hétérogénéité régionale nécessite différentes plates-formes et stratégies pour chaque région (Freysenet, Lung, 2004).

Le concept de cycle de vie de Vernon peut également nous aider à comprendre l'internationalisation de la production automobile. « *Selon Vernon, la vie d'un produit se compose de cinq étapes : la conception, le lancement, la croissance, la maturité et le déclin.* » Chaque étape nécessite une autre stratégie internationale (Colovic, 2008).

Dans les premières étapes du cycle de vie de Vernon, le produit est généralement produit dans le pays où il émerge. Ainsi, on profite des avantages technologiques de ce pays. Dans la deuxième étape, le producteur commence à exporter ses produits vers d'autres pays ou régions afin d'étendre sa part de marché et ses bénéfices. Afin de réduire les coûts de l'entreprise dans les dernières étapes, on prend la production du pays central vers les pays où on peut produire à un prix inférieur, c'est-à-dire on s'approche du marché. La société continue d'internationaliser et s'efforce de maintenir sa rentabilité et sa part de marché. Une fois ce processus terminé, la durée de vie économique du produit est terminée. Selon Colovic, ce cycle s'applique également à l'industrie automobile (Colovic, Mayrhofer, 2008).

Lung et Tulder pensent que les stratégies de régionalisation sont un moyen plus sûr pour les risques qui peuvent découler de la mondialisation continue. (Lung, van Tulder, 2004).

On peut mentionner deux types de régionalisme, le régionalisme ouvert et fermé. Le régionalisme ouvert est le régionalisme dans lequel les avantages économiques dans la région peuvent également se refléter dans les autres pays. En d'autres termes, bien qu'il existe des avantages économiques dans la région, ce n'est pas une structure séparée des économies à l'échelle mondiale. Le régionalisme fermé peut être défini comme un régionalisme fermé à l'extérieur de la région. (van Tulder, Audet, 2004).

Selon Tulder et Audet, le globalisme et le régionalisme ne sont pas en contradiction. Ils peuvent progresser à des moments similaires, mais surtout après 1990, ils pensent que le régionalisme est plus largement accepté et répandu (van Tulder, Audet, 2004).

Il est difficile de dire que les clients du secteur de l'automobile sont homogènes. Les clients sont souvent façonnés par les conditions culturelles, politiques, socio-économiques de la région dans laquelle ils se trouvent. Cette situation rend difficile la réalisation d'une stratégie globale, d'une marque, d'un modèle pour le secteur automobile. Mais les marques de luxe et de prestige peuvent créer une image plus globale que les autres marques. Car leurs populations ciblées sont plus petites et plus homogènes. Ford, qui unit Ford Europe et Ford North America pour développer un modèle mondial appelé *Mondeo* dans les années 1990, a échoué en raison des différences régionales et Ford a dû séparer ces unités les unes des autres et se tourner vers les politiques de régionalisation. Au cours des dernières années, Ford et d'autres producteurs asiatiques, en particulier Honda, ont mené des stratégies de régionalisation sur des plateformes mondiales et ont développé un modèle axé sur les zones avec une stratégie appelée *glocalisation* et a connu un grand succès (Freyssenet, Lung, 2004).

Selon Layan and Lung, des investissements étrangers directs sont nécessaires pour entrer sur les marchés étrangers sur les marchés protégés. Afin d'accéder à ces pays, les entreprises ont créé l'industrie de montage dans ces pays ou ont produit des produits anciens et des pièces détachées (Layan, Lung, 2004).

L'attraction des grands marchés en Asie, en Europe de l'Est et en Amérique du Sud incitent les producteurs d'automobiles à fabriquer des usines locales dans ces pays. L'approche "produit à l'endroit où tu vends", c'est-à-dire la stratégie d'être proche au lieu de marché, est la raison pour laquelle les usines sont déplacées par presque tous les producteurs d'automobiles vers les pays en développement. La mondialisation dans l'automobile se développe avec la régionalisation (Arer, 2010).

Au cours des années 1980, la nécessité d'atteindre le point de saturation du marché sur les marchés développés, mais la concurrence sur ces marchés était tellement élevée que les investissements sur les marchés émergents ont augmenté rapidement. À ce stade, les faibles coûts de production et le potentiel de marché ont été décisifs. La hausse de l'industrie automobile japonaise dans les années 1970 a

poussé les producteurs européens et américains à réduire leurs coûts (Arabacı, 2006). Pişkin souligne également que les pays à faible taux de propriété automobile en Chine, en Inde, au Brésil et en Turquie ont augmenté la demande de véhicules à mesure que les économies augmentent. L'augmentation de la demande dans ces pays avec de grandes populations encourage également les producteurs à investir dans ces régions (Pişkin, 2017a).

Bedir attire l'attention sur la fusion des entreprises et le changement de production en raison de la concurrence croissante. La proximité du marché, les transports, les différences dans les intrants de production jouent un rôle décisif dans l'évolution de la production (Bedir, 2002). Selon Arabacı, les pays d'Europe de l'Est ont bénéficié des politiques de privatisation pour attirer les producteurs européens, ce qui indique que le processus de régionalisation et l'intégration développée entre l'Union européenne et l'Europe de l'Est s'est accélérée après les années 1990 (Arabacı, 2006).

Selon Erten, depuis 1900, les stratégies de production des producteurs sont façonnées par la demande et la concurrence. Dans les années 1920, la baisse de la demande intérieure pousse les producteurs à fabriquer des usines pour l'exportation en établissant des usines à l'étranger. L'investissement direct étranger a pris de l'ampleur en fonction de la demande intérieure et du surplus de capacité, des barrières tarifaires des pays ayant des potentiels de marché et des politiques de substitution d'importations semblables à celles des années 1960. Dans les années 1990, avec les stratégies des entreprises japonaises, la concurrence croissante dans le monde les a forcés à produire dans des endroits où les coûts de production sont bas et à commercialiser le produit dans le monde. Erten appelle cette stratégie d'intégration globale (Erten, 2001).

Lipietz a développé un concept de fordisme périphérique (*peripheral fordism*) pour définir les pays qui possédaient un secteur de production moderne et dynamique pour le marché mondial dans les années 80, tout en définissant les pays dotés de centres dynamiques de croissance urbaine et de vastes zones rurales qui créeraient une main-d'œuvre à bas salaire (Lutchje, 2014). Des pays comme la Turquie et le Brésil sont souvent discutés à travers ce concept.

Semblable au fordisme périphérique de Lipietz, van Tulder a également mentionné le régionalisme périphérique. Selon Tulder, avec le développement de l'industrie automobile, les pays d'Europe de l'Est n'ont pas gagné beaucoup

d'autonomie économique. Car ces pays dépendent des producteurs occidentaux (Dieter, 2007).

Selon Lung, le passage d'une partie de la production à l'Europe de l'Est ne menace pas les anciens centres de production européens. Il existe une forte hiérarchie parmi les centres de production européens. Alors que des véhicules de luxe sont produits dans les anciens centres d'Europe, la production de petits véhicules commerciaux s'est déplacée vers l'Europe du Sud et de l'Est. La production, qui nécessite une faible technologie, évolue vers les pays en développement en Europe, alors que la production impliquant des techniques intensives et des procédures complexes continue de se faire en Europe centrale. En outre, de nouveaux investissements d'usine sont réalisés dans des pays comme l'Allemagne et la France (Lung, 2004).

Certaines étapes de la production automobile peuvent être réalisées avec des stratégies différentes. Par exemple, la recherche et le développement, la conception du produit peut se faire sur une échelle globale centralisée. D'autre part, on peut travailler avec des fournisseurs régionaux, la distribution et les services après-vente peuvent être réalisés à l'échelle nationale. Cependant, selon Arer, avec l'aide de l'infrastructure technologique, l'approche la plus réussie du développement de produits semble être la combinaison de la régionalisation et de la mondialisation (Arer, 2010).

Layan et Lung soulignent également un point similaire. Alors que les anciennes régions industrielles restent fortement dans les secteurs considérés comme stratégiques et dans la production de modèles de prestige, les pays périphériques produisent une production moins complexe et moins classe. Les unités dans lesquelles sont prises les décisions économiques et stratégiques et la poursuite de la recherche et du développement se poursuivent encore généralement dans les pays du centre (Layan, Lung, 2004).

Tulder parle de l'importance des solutions de soutien offertes par les gouvernements pour choisir l'emplacement des producteurs automobiles. Pour Tulder, il s'agit généralement d'un détail inaperçu. Il indique également que dans les pays d'Europe de l'Est, il est repris par les précurseurs (*frontrunners*) des sociétés appartenant à l'État. Ces précurseurs (*frontrunners*) créent ensuite diverses difficultés

pour l'avenir, ils gagnent le pouvoir politique et l'utilisent à leur avantage (van Tulder, 2004).

1.2. Evolution de l'industrie automobile en Turquie

Le secteur de l'automobile en Turquie s'est développé beaucoup plus tard que l'Europe et les États-Unis. Au début du XXe siècle, il y avait diverses initiatives, mais une industrie systématique ne pouvait apparaître que dans la seconde moitié du XXe siècle. Cependant, au fil des ans, l'industrie automobile est devenue l'un des secteurs industriels les plus importants de Turquie. Elle influençait de nombreux secteurs et également la construction sociale. C'est l'un des éléments essentiels du processus d'industrialisation de la Turquie.

Le développement économique a été l'une des priorités de la République de Turquie créée en 1923. Il est considéré comme essentiel pour l'indépendance du pays. Pour le développement économique, on a pensé d'abord d'industrialiser le pays. À cette fin, le Congrès de l'économie d'Izmir a été organisé en 1923. Les initiatives individuelles ont été soutenues jusqu'aux années 1930. Mais à cause la pénurie de capitaux et la crise économique de 1929, l'Etat a pris cette responsabilité au lieu de soutenir les initiatives individuelles. Bien que les politiques Etatistes aient été couronnées de succès en termes d'industrialisation et de développement au cours des premières années, les années de la Seconde Guerre mondiale ont de nouveau provoqué un stress économique pour la Turquie. Bien que la Turquie n'ait pas participé à la guerre, elle a été affectée à la fois par l'effondrement de l'économie mondiale et par les conditions de mobilisation. Selon Turhan, avec l'effet de l'aide étrangère et de la relâche économique d'après-guerre de 1951 à 1958, la Turquie grandit rapidement (Turhan, 2012). Comme le reste du monde après la Seconde Guerre mondiale, il y a eu aussi une augmentation des initiatives dans le secteur de l'automobile en Turquie

En 1929, la première étape vers la création de l'industrie automobile en Turquie a été prise. Une usine a été établie à Istanbul pour produire des voitures, des tracteurs et des camions sous la licence de *Ford Motor Company*. Cette usine, qui devrait exporter vers l'Union soviétique, a été fermée en 1934 en raison de la crise économique mondiale et d'un marché insuffisant (Pişkin, 2017a).

L'usine Türk Willys Jeep, créée en 1954 et principalement destinée à produire des véhicules terrestres et des véhicules de l'armée, a été la première installation de production automobile établie après la première tentative infructueuse (Çoban, 2007). Des usines de camions et de bus ont été établies dans ces années. Respectivement, Türk Otomotiv Endüstrisi, Otosan et Çiftçiler, ils ont ouvert des usines de camions. En 1963, İstanbul Otobüs Karoseri San. a commencé la production de bus (Bedir, 2002). Toutes ces installations sont centrées sur le montage et sont fabriquées sous licence de producteurs européens ou américains.

Sans aucun doute, l'une des étapes les plus importantes de l'histoire de l'industrie automobile turque est que Ford vient en Turquie en tant que producteur encore une fois. Selon Pişkin, Henry Ford hésitait à ouvrir une plante en Turquie après l'échec de sa première expérience, puis le Premier ministre Adnan Menderes a convaincu Ford en lui écrivant une lettre. Le statut du concessionnaire, qui est établi conjointement avec Koç Holding, la société la plus précieuse en Turquie, a été accordée. Cette installation a été produite avec une très faible capacité, comme 8 camions, 4 voitures par jour (Pişkin, 2017a).

Comme vous pouvez le voir, l'industrie automobile en Turquie a commencé à se déplacer dans les années 1950, mais ces premières installations produisaient des volumes très faibles avec leur importance. Bien que l'industrie automobile en Turquie n'ait pas produit de très gros volumes jusqu'aux années 1990, on peut dire qu'elle a commencé à produire des produits plus systématiques à partir des années 1960.

Les politiques de production de l'industrie automobile turque ont changé en fonction de la situation politique et économique de la Turquie. Bien qu'il soit admis que différentes distinctions périodiques peuvent être faites, selon les stratégies façonnées par l'industrie automobile turque, on peut distinguer trois ruptures principales: Industrialisation par substitution aux importations (1960-1980), période de libéralisation (1980-1996), union douanière et période d'ouverture à l'extérieure (1996-).

1.2.1. Industrialisation par substitution aux importations (1960-1980)

Le coup d'Etat du 27 mai 1960 a radicalement changé la direction de la Turquie. Le Premier ministre Adnan Menderes a été exécuté et toutes les politiques, y compris les politiques industrielles de la Turquie, ont été modifiées. Les jeunes officiers qui ont mené le coup d'état ont laissé la plupart de l'administration aux technocrates sociaux-démocrates et kémalistes, et la Turquie est passée à une période de développement planifiée.

Depuis 1950, comme l'industrie nationale est incapable d'être concurrent et le montant insuffisant de la monnaie étrangère, on s'adresse à l'industrialisation par substitution aux importations et on prend des diverses mesures pour protéger la production nationale. Le marché domestique, qui est entre les mains de sociétés étrangères, a été tenté d'être repris avec l'industrie nationale. Les grands producteurs se sont inquiétés de cette situation, soit ont investi dans l'industrie de montage, soit ont donné une licence de production en établissant des partenariats avec des producteurs nationaux. Malgré cela, en raison de problèmes tels que la production de mauvaise qualité, la capacité élevée et le coût élevé, la percée souhaitée ne peut être faite. Pendant cette période, les importations ont continué à être dominantes dans le marché. (Arer, 2010). La substitution négative des importations est apparue. C'est-à-dire, la Turquie importe plus que les exportations. Par conséquent, les conditions qui nécessitent la création de politiques de substitution des importations n'ont pas encore pris fin. Les problèmes de change se sont poursuivis et le problème de la capacité des entreprises à utiliser la capacité créait des problèmes de production (Öcal, 2014).

Il est apparu en Turquie depuis les années 1960 avec l'idée de produire une voiture domestique. En 1961, le président militaire Cemal Gürsel a publié une commande pour produire une voiture, dont la quasi-totalité était domestique. 25 ingénieurs travaillaient dans le projet des chemins de fer de l'Etat à Eskişehir. À la suite du projet intitulé "*Devrim*" (*révolution* en français), 4 voitures ont été entièrement produites par des ingénieurs. Les véhicules laissés sur le chemin de la presse ont été décevants en raison de l'insuffisance de carburant et une perception négative a été formée dans l'opinion publique. Ce projet, qui ne se transforme pas en production en série, a été accepté comme un matériau politique qui n'a pas beaucoup de succès. Avec ces voitures, le gouvernement de la période voulait montrer que la Turquie pourrait

produire des voitures si elle voulait et voulait aussi l'utiliser dans la politique intérieure (Arer, 2010).

19 avril 1964 avec la directive de l'assemblée de l'industrie de montage, on visait à produire les produits fournis par les importations et à causer des déficits de change par la branche de production nationale. La protection des importations est appliquée, les importations de certaines pièces, qui vont être produites en Turquie, deviennent interdites. Le montant des devises que le gouvernement a donné aux entreprises a également été réduit. Pendant cette période, l'industrie de la sous-traitance d'automobile a été construite (Arer, 2010).

En 1963, le président du conseil d'administration de Koç Holding, Vehbi Koç, et le président du groupe automobile Bernar Nahum ont commencé à travailler sur la production de la première voiture domestique à produire en série. Afin de produire une automobile innovante et peu coûteuse, ils ont décidé d'utiliser les matériaux de fibre de verre nouvellement utilisés dans le secteur. L'infrastructure technologique a coopéré avec la société britannique Reliant et le véhicule a été conçu par l'entreprise Ogle Design. Le nom du véhicule a été identifié comme Anadol et le premier Anadol A1 a été produit en 1966 (Arer, 2010). Anadol A1 a produit 87 000 unités en 1982 jusqu'à la fin de la production (Bedir, 2002). En 1971, Eralp Noyan a commencé à travailler pour la production d'un Anadol qui est voiture de sport STC-16, conçue en Turquie. Le STC-16 a apporté de nombreuses innovations qui ne manquent pas dans les voitures de sport européennes. Le premier STC-16 a été produit en 1973, et la production a été interrompue en 1975 après seulement 176 ont été produits. La crise mondiale du pétrole de 1973 a été efficace pour arrêter la production (Arer, 2010). Anadol a produit quelques autres modèles et de prototypes, mais aucun n'a été couronné de succès que l'A1 et la société s'est terminée en 1984.

Après la fondation de l'usine de Ford établie en 1959, avec la coopération de Koç Holding-Fiat à Bursa en 1968, TOFAŞ a été fondé et avec la coopération de *Ordu Yardımlaşma Derneği*-Renault, OYAK-RENAULT a été fondé en 1969 (Bedir, 2002). Avec Ford, ces trois sociétés sont devenues l'un des acteurs les plus importants de l'industrie automobile turque jusqu'aujourd'hui.

L'un des événements les plus importants des années 1960 a été la création de l'Organisation de planification de l'Etat (*Devlet Planlama Teşkilatı, DPT*) suite au coup

d'état militaire et à la transition vers une période de développement planifiée de la Turquie. Depuis 1963, le DPT a commencé à préparer des plans de développement quinquennaux avec des périodiques. Dans ces plans, qui impliquent la planification dans de nombreux domaines, l'évolution de l'industrie automobile est également prévue en 5 ans.

Le premier plan de développement quinquennal a été publié en 1963. Il vise à augmenter l'utilisation des capacités. Les importations de camions ont été arrêtées pour cela. La sous-traitance domestique et l'installation de véhicules militaires ont été soulignées (Öztekin, 2016).

En 1968, le deuxième plan de développement quinquennal a été publié. Ce plan met également l'accent sur la production nationale. Il a été décidé d'effectuer des travaux pour la nationalisation de pièces importantes telles que le moteur. Afin de bénéficier de l'économie de l'échelle, il a été décidé que les entreprises devraient prendre des mesures contraignantes et restrictives. Des règlements sur les restrictions de change ont été effectués (Öztekin, 2016).

Le troisième plan de développement quinquennal a également été publié en 1973 sans délai. Il est recommandé de donner la priorité à la production de produits intermédiaires et d'investissement dans ce plan de développement. On prétend que ce modèle de production est le modèle le plus compatible avec la Communauté économique européenne (Öztekin, 2016).

Au cours de la dernière période de cette période, les instabilités politiques ont conduit à des problèmes économiques. La dette extérieure a atteint une taille qui n'a pas pu être payée, et l'inflation a augmenté. Avec la hausse des prix du pétrole couplée à d'autres facteurs, l'industrie automobile est devenue incapable d'importer même les éléments nécessaires (Duruiz, 2004).

1.2.2. Période de libéralisation (1980-1996)

Le 12 septembre 1980, la Turquie a fait face à un nouveau coup d'Etat militaire et la Turquie a changé ses politiques depuis ce coup. Néanmoins, la première moitié des années 1980 n'a pas beaucoup évolué par rapport aux périodes précédentes pour l'industrie automobile turque. Jusqu'en 1985, les barrières douanières étaient présentes. Cependant, avec la reprise des initiatives visant à rejoindre la Communauté

européenne en 1988, les taxes douanières ont été abaissées et le processus de libéralisation de l'économie a commencé (Arer, 2010).

L'instabilité politique et économique, la rareté des devises dans les années 70 ont entraîné la prise des décisions du 24 janvier 1980. Avec ces décisions, les politiques industrielles de la Turquie ont radicalement changé et le modèle de production orienté vers l'exportation a été adopté. L'entrepreneuriat privé est soutenu, la libéralisation du marché est soutenue, les privatisations ont été à l'ordre du jour pour la première fois (Öcal, 2014).

La croissance de la demande de près de 25% a entraîné une augmentation des investissements de l'industrie clé et de l'industrie de la sous-traitance au début des années 90. Les investissements technologiques et les développements de modèles, en particulier pour la concurrence, ont pris de l'ampleur au cours de cette période. L'adaptation aux techniques de production contemporaines a été accélérée (DPT, 2007).

Bedir affirme que, dans les années 1980, le secteur de l'automobile a été façonné par des politiques libérales. On vise à avoir une industrie automobile qui bénéficie des économies d'échelle, qui s'adapte aux technologies modernes et à la fine pointe de la technologie et peut concurrencer les autres économies en termes de prix et de qualité. L'ouverture vers l'extérieur de l'industrie est définie comme la cible principale. Par contre, le fait que les taux de protection aient été élevés dans les années 80 a retardé l'expansion de l'ensemble du secteur. Une économie qui produit principalement quelques dans le marché intérieur est apparue. Toutefois, comme les taux de protection à la fin des années 1980 ont été réduits à un niveau minimum, des mesures pourraient être prises en faveur des cibles mises en place (Bedir, 2002).

Déclarant que les taxes à l'importation sont assez élevées jusqu'à la fin des années 1980, Duruiz souligne que, depuis la fin des années 1980, les taux d'imposition ont considérablement diminué. Tant et si bien que les taxes douanières, qui variaient de 72% à 150% en 1989, sont tombées à 39% en 1993. Cette situation a également augmenté rapidement le nombre d'investisseurs étrangers (Duruiz, 2004).

La baisse des taux de protection, réduction des barrières douanières ont poussé les entreprises de l'Asie à produire en Turquie. Toyota, Hyundai et Honda, qui ont

collaboré avec des partenaires locaux, ont investi dans l'industrie automobile turque. Toyota a commencé sa production en 1994, tandis que les deux autres entreprises ont commencé leur production en 1997 (Çoban, 2007). Les deux usines japonaises ont quitté leurs partenaires dans la période suivante et continuent leur chemin seul en Turquie.

Au cours de cette période, la Turquie a fait face à divers problèmes économiques. Malgré l'augmentation rapide des exportations et la sous-traitance du marché, les dettes étrangères ont considérablement augmenté. La guerre du Golfe a créé de nouvelles instabilités. Ces problèmes, conjugués à la politique populiste et à l'économie de rente dans les années 1990, ont rendu la crise économique de 1994 inévitable (Öcal, 2014).

Au cours de cette période, les plans de développement quinquennaux ont continué à être publiés. Le quatrième plan de développement quinquennal publié en 1979 a coïncidé avec une période durant laquelle l'OPEP a souffert de divers problèmes, notamment la crise du pétrole. Néanmoins, des progrès ont été réalisés dans le développement de nouveaux produits (Öztekin, 2016).

Au cours de la période où la Turquie est entrée dans une période de libéralisation rapide, le cinquième plan de développement quinquennal a été publié. Comme le plan précédent, l'industrie automobile turque a fait l'objet de la modernisation et des propositions ont été faites pour la modernisation du processus de production afin d'améliorer la qualité. (Öztekin, 2016).

Le sixième plan de développement quinquennal a également porté sur les possibilités d'exportation comme le nécessite le climat politique et économique de l'époque. Dans l'industrie automobile turque, qui tend à être ouverte à la concurrence régionale et mondiale, les mesures prises pour moderniser et normaliser la production, la recherche et le développement dans l'industrie automobile turque ont largement déterminé la portée de ce plan de développement (Öztekin, 2016). Ce ne sera pas trop loin des années 80 pour dire que l'industrie automobile turque a été préparée aux concurrences internationales et aux différents marchés.

1.2.3. Union douanière et période d'ouverture vers l'extérieure (1996-)

En 1996, il y a eu un développement pour changer le destin de l'industrie automobile turque une fois de plus. La Turquie a signé un accord d'union douanière avec l'Union européenne. Avec ce traité le 1er janvier 1996, on passe le libre-échange entre l'Union européenne et la Turquie (Pişkin, 2017b). La Turquie a pris une décision prudente sur le tarif douanier commun contre les autres pays jusqu'en 2001 et a également interdit les importations de voitures d'occasion d'autres pays (Bedir, 2002).

Selon Duruiz, le Traité de l'Union douanière a fait trois changements majeurs dans l'industrie automobile turque. D'une part, le marché turc a ouvert la concurrence mondiale, autrement dit, les taux d'importation et d'exportation ont augmenté. En particulier, il y a eu une augmentation significative des importations. En revanche, les producteurs japonais et sud-coréens qui veulent entrer sur le marché de l'Union européenne et souhaitent également profiter des avantages liés au coût de la main-d'œuvre augmentent leurs investissements en Turquie. Enfin, l'intégration du capital et la compatibilité institutionnelle avec l'Europe sont à l'avant-garde (Duruiz, 2004).

Avec l'union douanière, l'économie turque et l'industrie automobile ont pour la première fois rencontrée pleinement la concurrence internationale. Surtout dans les premières années, cette situation affecte négativement l'industrie automobile turque. Les automobiles de la Turquie ont rapidement diminué le taux de résidence et la demande pour les produits importés d'origine européenne a augmenté. En raison des produits importés, les producteurs ont dû travailler à faible capacité, ils sont tombés en dessous de l'échelle économique. Selon Ali et Ömer Görener, cette situation se poursuit (Görener, Görener, 2008).

Le traité de l'union douanière signé avec l'Union européenne a non seulement réglementé les droits de douane. En même temps, on s'attendait à ce que l'industrie turque soit en mesure de se conformer aux exigences d'exportation vers l'Union européenne. Par conséquent, la Turquie a dû établir de nouvelles normes. Les procédures d'essai, les exigences d'accréditation ont complètement changé. Les conditions d'environnement et de sécurité en production ont également été harmonisées avec l'Union européenne. Tous ces processus nécessitaient une modernisation dans les locaux (Duruiz, 2004).

Inévitablement, après l'union douanière, des investissements améliorant la qualité se sont accélérés dans l'industrie automobile turque. Les nouveaux travaux de développement de modèles ont également augmenté. L'industrie de la sous-traitance a également été influencée par ce processus comme l'industrie clé. L'industrie de la sous-traitance a connu plus de succès en termes de régénération et d'exportation. Néanmoins, comme l'industrie clé de l'automobile, il existe encore des problèmes d'utilisation de la capacité et de concurrence face à l'augmentation des importations. (Bedir, 2002).

Les producteurs étrangers en Turquie, avec l'Union douanière, ont inclus leurs usines dans leurs stratégies d'axes globaux. Des efforts de modernisation et des investissements ont été réalisés pour moderniser la production et relever les normes mondiales. En conséquence, des industries ont émergé qui peuvent produire à des normes mondiales (Çoban, 2007).

La Turquie était dans une position désavantageuse au cours des premières années de l'union douanière contre ses concurrents dans l'Union européenne. Selon Duruiz, la principale raison en est que la Turquie n'était pas membre de l'Union européenne et sa situation d'exception dans l'union douanières. D'autres pays pourraient obtenir de l'aide pour développer l'infrastructure et les superstructures des fonds de l'Union européenne. Mais la Turquie devait les financer. La réunion de la Commission de l'Union européenne de 1998 a décidé de donner à la Turquie une part du budget de développement de la recherche technologique (Duruiz, 2004). De cette façon, les conditions de concurrence d'autres pays et de la Turquie étaient équilibrées.

Les efforts visant à produire des automobiles domestiques ont été observés dans les efforts individuels après 1996. Des marques telles que Maral, Onuk et Etox ont produit plusieurs prototypes avec leurs propres conceptions et leurs efforts individuels, mais aucune de ces expériences n'a eu le potentiel de produire une production en série de voiture (Arer, 2010). L'objectif de produire 100% d'automobiles domestiques en Turquie est maintenu comme un discours particulièrement politique. Surtout ces dernières années, le gouvernement du Parti de la justice et du développement a exprimé la promesse de la production automobile 100% nationale comme une promesse à chaque élection. Bien qu'il soit prétendu qu'il y a des mesures prises à cet égard, il n'y a pas encore eu de développement concret.

La Turquie a fait face à l'une des plus grandes crises économiques de l'histoire en 2001. Selon Öcal, cette crise a débuté en 1999, alors qu'une énorme crise de liquidité a éclaté sur le marché. L'échec des gouvernements de coalition à produire des politiques pour inverser cette situation a permis de renforcer la crise. Au contraire, les pouvoirs politiques ont créé de nouvelles incertitudes. L'effondrement du système bancaire a permis d'approfondir les problèmes. Parallèlement à tout cela, en 2001, le fait que les investisseurs étrangers attirent leurs monnaies du marché a provoqué une grande crise (Öcal, 2014).

Duruiz ajoute ces raisons aux crises économiques de 1997 et 1998 en Asie et en Russie. De plus, le tremblement de terre en Turquie en 1999 a approfondi les problèmes. Le tremblement de terre de 1999, qui a créé une énorme dévastation, a été efficace dans la région de Marmara, qui a atteint près de 80% de la production automobile turque. Par conséquent, la fabrication des usines dans la région a souffert de ce processus. Tout au long de la crise de 2001, la monnaie turque a perdu énormément de valeur par rapport au dollar. Le revenu du ménage a également diminué (Duruiz, 2004).

Afin de se débarrasser de la crise économique de 2001, la Turquie a dû emprunter de l'argent au FMI. Dans le même temps, un nouveau programme économique a été mis en commun avec le FMI, donc selon Öcal la gestion de crise a été transférée au FMI (Öcal, 2014).

Aux élections générales de 2002 en Turquie, AK Parti (AKP, Parti de la justice et du développement en français) est devenu le seul dirigeant. Au début de l'AKP, le gouvernement précédent a continué à mettre en œuvre des politiques déterminées par le FMI pendant la période de crise. Ces politiques sont également connues comme « *les politiques de Derviş* » sous le nom de famille du ministre économique Kemal Derviş nommé pour résoudre la crise économique de 2001. Dans la première période de l'AKP, jusqu'en 2005, les relations avec le secteur privé ont progressé positivement et les relations entre l'UE et la Turquie se sont développées. Au cours de cette période, l'industrie orientée vers l'exportation a été soutenue et des objectifs de production technologiques et à forte intensité de capital ont été établis (Öcal, 2014).

Depuis 2000, la Turquie est entrée dans le processus de conception et de production du processus de concurrence mondiale. L'industrie automobile turque est

devenue le secteur qui fait le plus d'exportation de ces dernières années. Dans le même temps, l'industrie automobile turque est devenue l'un des partenaires les plus importants des principaux producteurs, en particulier des producteurs européens. À tel point que la Turquie est devenue le plus grand producteur de véhicules utilitaires légers d'Europe (Pişkin, 2017a).

Au cours de cette période, le processus de développement planifié s'est poursuivi. Dans le septième plan de développement quinquennal préparé en 1996, l'attention a été attirée sur le processus de concurrence mondiale qui a débuté avec l'union douanière. Afin de bénéficier de cet environnement concurrentiel, des changements fondamentaux ont été apportés à l'infrastructure de l'éducation et de la communication. En particulier, il a été souligné que des programmes de formation doivent être réalisés afin de bénéficier des techniques de production contemporaines. Encore une fois, les études scientifiques et technologiques sont soulignées. En outre, des décisions ont été prises pour faciliter les investissements étrangers (Öztekin, 2016).

Le huitième plan de développement quinquennal publié en 2001 est semblable au plan précédent. Il a également souligné la nécessité de la modernisation industrielle et des investissements technologiques. Dans l'industrie automobile en particulier, il a été souligné l'importance d'une production technologique basée sur les exportations et de la concurrence. (Öztekin, 2016).

Dans le neuvième plan de développement quinquennal, la Turquie est ciblée comme un important centre de production dans l'industrie automobile et vise à accroître les activités technologiques. Il est également proposé d'accroître la coopération entre les industries clés et de la sous-traitance (Öztekin, 2016).

Le dixième plan de développement quinquennal, qui est le plus récent plan de développement quinquennal et couvre 2014-2018, a été créé dans la vision de la concurrence mondiale. L'objectif de la Turquie était d'accroître sa part de marché dans le secteur de l'automobile, en particulier dans les pays en développement. Des études sont prévues pour sensibiliser les marques turques. En particulier, il a été indiqué que des investissements devraient être réalisés dans l'infrastructure logistique. Il est souligné que les investissements technologiques qui renforceront la Turquie comme les plans précédents sont nécessaires. La coopération universitaire, de la société civile et de l'industrie est également une question importante (DPT, 2014).

On peut dire que depuis 1996, le développement et la planification industrielle de la Turquie se sont développés sous l'idée de la mondialisation et de la régionalisation. Cette situation, qui peut être associée au plan préliminaire de production après l'union douanière, a conduit la Turquie à suivre de plus près les développements économiques et technologiques dans le monde.

1.2.4. Discussions sur la dynamique de développement de l'industrie automobile turque entre la mondialisation et la régionalisation

Afin de comprendre le développement de l'industrie automobile en Turquie, Turhan attire l'attention sur les modèles de développement déséquilibrés. Selon la vision du développement déséquilibré, certains déséquilibres économiques peuvent être observés afin d'assurer une croissance économique dans des conditions où le développement équilibré est difficile et coûteux. Hirschman pense que le capital actuel doit être transféré dans un secteur qui générera une activité et une croissance importantes sur le marché, dans des conditions où le capital est insuffisant. Ce secteur est appelé comme le secteur pionnier par Hirschman (Turhan, 2012). L'industrie automobile a également été l'un des secteurs pionniers de la Turquie.

Parallèlement à la théorie de Hirschman, Arer note que de nombreux investissements dans l'industrie automobile peuvent aider de nombreux secteurs à se développer, car cela touche de nombreux secteurs. Les pays en développement préfèrent donc se concentrer sur l'industrie automobile lorsqu'ils atteignent une certaine taille (Arer, 2010).

Selon Turhan, un autre modèle qui peut nous aider à comprendre le processus d'industrialisation de la Turquie est le « théorie des pôles de croissance » de Perroux. Selon ce modèle, le développement ne peut être le même dans tous les pays. Le capital et l'industrialisation se centralisent dans un certain endroit dans les pays. Le capital et l'industrie centralisés ne se limitent pas aux centres qu'ils créent, mais au contraire ils contribuent à la croissance et au développement des régions et des pays où ils se trouvent (Turhan, 2012). Selon la théorie des pôles de croissance, Istanbul peut être considéré comme l'un de ces centres. C'est aussi le cas dans la centralisation de production en Marmara de l'Est.

L'industrie automobile turque est concentrée dans une région en Turquie. Environ 80% de la production est située dans la région de Marmara, où Istanbul est également située. La région de Marmara est le plus grand marché de la Turquie avec sa taille de population et son avantage logistique dans le commerce avec l'Europe. L'industrie de la sous-traitance qui soutient l'industrie clé est aussi concentrée dans cette région. La région de Marmara est suivie par la région égéenne à un taux de 11%. Le port d'Izmir situé dans cette région est particulièrement important pour le commerce avec l'Europe (Alçın, Doğan, 2014).

Au cours des années où les politiques protectionnistes, c'est-à-dire la période de l'industrialisation par substitution aux importations, se sont poursuivies; l'industrie automobile turque a produit une production de qualité inférieure et obsolète pour le marché intérieur et a travaillé avec une rentabilité élevée. Au cours de cette période, l'industrie automobile turque a évité de faire des investissements technologiques qui pourraient contribuer à la concurrence mondiale. Après l'union douanière, les entreprises de la mondialisation en pleine croissance ont fait un nouveau virage. Les entreprises doivent investir dans de nouvelles technologies et adhérer aux nouvelles organisations de gestion. Les clients turcs ont également commencé à se transformer en clients mondiaux. Les attentes des clients turcs ont changé avec la mondialisation croissante et la qualité des produits (Duruiz, 2004).

Déclarant que les quatre premières entreprises font plus de 75% de la production dans le secteur de l'automobile en Turquie, Şahin souligne que ce sont les entreprises automobiles mondiales. La taille du capital requis pour entrer dans l'industrie automobile rend difficile l'entrée sur le marché des entreprises nouvelles et nationales (Sahin, 2015). L'industrie automobile turque développe en parallèle les stratégies mondiales des grandes entreprises.

Des années 1960 à 1990, Pişkin note que l'entrée sur le marché avec de solides partenaires domestiques est une stratégie commune pour les producteurs automobiles étrangers. Selon Pişkin, cela a fourni des avantages aux entreprises étrangères dans des domaines tels que le lobbying politique, les réseaux de distribution, le travail avec l'industrie de la sous-traitance. Cette période était ouverte aux producteurs étrangers, notamment par le biais de coentreprises (joint-venture en français), alors que le marché local restait isolé des marchés mondiaux (Pişkin, 2017a).

De même, Duruiz attire l'attention sur les partenariats entre les producteurs d'automobiles mondiaux et les organisations locales dans le développement de l'industrie automobile turque. OYAK avec Renault, le plus grand conglomérat de Turquie *Koç Holding* et Fiat et Ford, *Sabancı Holding* et Toyota, *Anadolu Holding* et Honda, Hyundai et *Kibar Holding* ont coopéré (Duruiz, 2004). Comme vous pouvez le voir, les entreprises étrangères ont préféré travailler avec des partenaires locaux tout en investissant en Turquie. Opel, qui est entré sur le marché en 1989, a fermé son usine en 2000 lors de la crise. Les deux producteurs japonais, après un certain temps, ont terminé leur partenariat et sont en route. Selon Duruiz, l'une des raisons les plus importantes pour lesquelles les entreprises étrangères travaillent avec des familles fortes et actives dans l'industrie est leur forte influence sociopolitique en Turquie (Duruiz, 2004). Quant à OYAK, elle est une organisation avec des liens organiques avec l'armée et l'une des organisations les plus fortes en Turquie.

Depuis 2000, l'industrie automobile turque a commencé à prendre plus de place dans les stratégies mondiales des producteurs. En conséquence, le contrôle de la qualité et les technologies de production ont augmenté dans le secteur. En raison de l'introduction de véhicules importés sur le marché de manière confortable et répandue, les producteurs nationaux ont dû produire de nouveaux modèles et ont attaché de l'importance aux développements technologiques dans les nouveaux modèles. La part des anciens outils technologiques et d'infrastructure a considérablement diminué sur le marché. Les producteurs d'automobiles existants ont commencé à mettre en œuvre des stratégies régionales d'exportation plutôt qu'une production interne (Pişkin, 2017a).

Selon la revendication de Turhan, le rapprochement avec l'Union européenne et l'Union douanière affectent positivement le volume commercial de la Turquie. Néanmoins, le frontalier n'a pas d'effet significatif sur le commerce. Le fait que les distances entre les pays avec lesquels la Turquie a échangé soit également insignifiante révèle que la Turquie peut atteindre ses produits dans le monde entier en termes de logistique de manière saine. La tendance du commerce turc est conforme aux grandes économies développées (Turhan, 2012).

Après l'entrée de la Turquie dans l'Union douanière, les dévaluations de la lire turque ont fourni l'avantage de prix aux producteurs en Turquie. Par rapport aux pays

de l'Union européenne, la Turquie a l'un des coûts de main-d'œuvre les plus bas. Cette situation a aidé les industries de la sous-traitance en Turquie à augmenter leurs parts dans le commerce dans l'Union européenne (Duruiz, 2004).

Les producteurs automobiles internationaux transfèrent leur production vers des pays tels que la Turquie, la République tchèque, la Pologne et la Hongrie afin de fournir des avantages en matière de coûts. Les industries automobiles de ces pays, qui sont de nouveaux membres ou candidats dans l'Union européenne, se développent sous l'influence de ces entreprises internationales. Beaucoup de grands producteurs européens ont une stratégie similaire. Selon Arer, cette stratégie implique également l'intention de faire de l'exportation vers les pays voisins (Arer, 2010). Cependant, de nombreuses études, telles que l'étude de Turhan (Turhan, 2012), soupçonnent cette stratégie comme un reflet positif de leur commerce avec leurs voisins.

En ce qui concerne l'augmentation des investissements étrangers en Turquie entre 2000 et 2007, Şahin note que cette contribution a diminué en raison de la crise mondiale de 2008. Selon lui, les performances réussies des pays BRIC (Brésil, Russie, Inde, Chine) au cours de cette période malgré la crise et la demande croissante d'automobiles ont été une autre raison de la baisse des investissements en Turquie (Şahin, 2015).

La principale rivalité de la Turquie dans la région au cours du processus commercial mondial est considérée comme un pays d'Europe de l'Est. Vujakovic note qu'en 1995, la Roumanie, la Bulgarie, la Turquie et la Croatie se situaient dans des classements similaires dans les indices de la mondialisation. Parmi ces pays, la Roumanie est au pire en termes de mondialisation cette année. Au fil des ans, la Bulgarie et la Croatie sont devenues plus globales, et la Turquie a été le pays avec le plus faible rendement parmi ces quatre pays. Dans ce cas, on peut dire que l'effet de la crise de 2001 en Turquie est important. Alors que la Turquie a particulièrement réussi dans le commerce avec les pays éloignés, le niveau de mondialisation des indicateurs sociaux est très faible. En particulier, l'harmonie sociale dans la mondialisation de la société est en retard par rapport à d'autres concurrents (Vujakovic, 2009).

À ce stade, il peut être utile de parler de la perception du capital étranger par la société turque. Les perspectives sur le capital étranger en Turquie ne sont pas tout à fait positives. Cette situation a des raisons historiques et politiques. D'une part, le

prédécesseur de la Turquie, l'Empire ottoman, était censé être la part du capital étranger dans l'effondrement de l'Empire ottoman, tandis que, d'autre part, la dépendance étrangère et la peur de l'exploitation ont conduit à un scepticisme sur le capital étranger en Turquie (Soydal, 2006).

Henry et Ebru Ertugal-Loewendhal (Loewendhal, Loewendhal, 2000) ont souligné à bien des égards que les forces et les faiblesses de la Turquie dans l'étude du potentiel d'attractivité des investissements étrangers de la Turquie. Ils ont formé un tableau en fonction des résultats qu'ils ont obtenus (tableau 1). L'évolution des circonstances à partir de 2000 peut nous aider à comprendre la fin des années 1990 et le début des années 2000, lorsque les investissements s'accélérent, même si les doutes sur la validité de ces résultats sont présents.

Tableau 1 – Facteurs importants en position compétitive de la Turquie sur l'investissement étranger direct (IED)

Recherche de marché d'IED	
Taille économique	Fort
Croissance économique	Fort
Taille de la population	Fort
Revenus par habitant	Moyen
Recherche de l'efficacité IED	
Coût du travail	Fort
Productivité du travail	Fort
Zone d'intégration régionale	Fort
Compétences et offre de travail	Fort
Recherche d'actif IED	
Fourniture d'ingénieurs et de techniciens	Fort
R & D et base d'innovation	Faible
Télécoms et infrastructure Internet	Moyen
Environnement habilitant IED	
Législation sur les IDE (IDE indépendant)	Fort
Législation sur les IDE (privatisation/infrastructure) IDE	Faible
Processus de facilitation	Moyen
Engagement politique	Faible
Incitations	Fort
Promotion des investissements	Faible
Environnement institutionnel-politique	
Instabilité économique (inflation, taux de change, dette)	Faible
Certitude politique	Faible
Interférence politique, bureaucratie et corruption	Faible
Système de justice et droits de propriété intellectuelle	Faible
Tensions sociales internes	Faible

Ressource: (Loewendhal, Loewendhal, 2000)

Selon Soydal, les entreprises étrangères opérant en Turquie se plaignent principalement de l'instabilité politique. L'inflation, les incertitudes économiques, les changements juridiques fréquents, les taux d'imposition élevés sont aussi les problèmes les plus dont se plaignent le plus les entreprises étrangères en Turquie. Ces facteurs sont les principaux obstacles à la mondialisation de la Turquie. Malgré les avantages de la main-d'œuvre, du marché et de la position, la Turquie recule pour attirer des investissements étrangers contre ses concurrents en raison de ces négativités (Soydal, 2006).

Le travail de Soydal chez les entreprises automobiles importées à l'étranger opérant en Turquie fait valoir que la position géographique de la Turquie et le potentiel d'intégration avec tous les marchés sont des facteurs clés pour attirer les investisseurs étrangers. La main-d'œuvre bon marché, les incitations fournies par l'Etat sont également les raisons de la préférence. La même étude montre que l'augmentation des assurances des travailleurs, les attitudes des administrations locales, les fluctuations des taux de change perturbent les entreprises étrangères dans l'industrie automobile (Soydal, 2006).

1.2.5. Les attentes sur le futur de l'industrie automobile turque: opportunités et menaces

Le marché automobile de la Turquie augmente chaque année, sauf quelques exceptions dans lesquelles les crises économiques sont influentes. Ceci est particulièrement pertinent pour l'enrichissement économique de la Turquie et les caractéristiques de la population. La Turquie a une population de 80 millions d'habitants. La population est plus jeune que l'Europe. Tout comme Pişkin a mis en garde, le nombre de véhicules en Turquie ne représente encore que 189 personnes sur 1000 personnes. Ce nombre est assez faible par rapport aux États-Unis, qui comptent 569 véhicules sur 1 000 personnes et à l'Europe qui compte 808 véhicules sur 1 000 personnes. Il ne serait pas faux de dire que des facteurs tels que l'augmentation de la participation de la main-d'œuvre en Turquie, la facilitation de la recherche de crédit, la croissance continue de la population et l'urbanisation continueront la forte croissance du marché automobile turc à l'avenir (Pişkin, 2017b). La croissance de la demande des marchés intérieurs tels que la Turquie, la Chine et le Brésil, encore insaturés, devrait se poursuivre dans un proche avenir. La poursuite de cette demande

suggère que ces pays auront plus l'avantage que de grands pays occidentaux. Le secteur de la plupart des exportateurs de Turquie depuis 11 ans est le secteur de l'automobile (Pişkin, 2017a). Cette situation ne devrait pas changer dans un proche avenir.

Dans le neuvième plan de développement quinquennal, la Commission de spécialisation de l'industrie automobile a considéré le marché intérieur non saturé de la Turquie comme l'un des avantages les plus importants (DPT, 2007). Dans le même rapport, on voit des attentes positives pour la période à venir, en augmentant le marché intérieur et les opportunités d'exportation, idéal pour de nouveaux investissements par le pays, des partenariats avec des projets et des coûts moins élevés par rapport à l'UE (Ibid.). Selon Duruiz, la stabilité politique et économique peut être atteinte et si la Turquie peut être maintenue pendant de nombreuses années, la Turquie sera l'un des pays les plus importants de la région dans le secteur de l'automobile (Duruiz, 2004).

Bedir a également abordé les points parallèles sur les points forts de l'industrie automobile turque. En soulignant le marché intérieur potentiellement élevé, Bedir compte comme avantages la proximité géographique de la Turquie et les républiques turques, les pays du Moyen-Orient et le marché développé de l'UE. Les atouts de l'industrie automobile turque ont également été reconnus comme étant joints par l'Union douanière, les partenariats avec les plus grandes entreprises du monde et le fait que la Turquie soit considérée comme un centre de production aux yeux des étrangers. La main-d'œuvre concurrentielle et la conformité aux systèmes internationaux de qualité sont d'autres avantages importants (Bedir, 2002).

Les attentes sur l'avenir de l'industrie automobile turque et sur le marché sont généralement positives, mais il existe certains soucis et risques. Selon Pişkin, les fluctuations des taux de change influent négativement sur l'inflation et rendent difficile la prévision de la demande (Pişkin, 2017a).

Dans le neuvième plan de développement quinquennal, il est indiqué que l'imposition des ventes de voitures débute par la faiblesse. La grande majorité des négativités concernent en premier lieu la réglementation fiscale et la fiscalité élevée. Il est également mentionné que les incitations et les R&D sont inadéquates par rapport aux pays concurrents. Les coûts élevés de l'énergie, les troubles et les perturbations

bureaucratiques dans les relations principales-filiales sont parmi les principales faiblesses (DPT, 2007).

L'un des éléments les plus menaçants du secteur à l'avenir est le changement législatif, en particulier dans l'Union européenne. On parle également du risque de sortir de la voie, appelée paix au travail, ce qui signifie que la relation entre le travailleur et l'employeur continue sans relâche. L'augmentation des prix des matières premières, l'augmentation de la valeur de la lire turque et la baisse vers l'arrière sont d'autres risques (DPT, 2007).

En Turquie, trois types d'impôts sont prélevés sur les automobiles: taxe de consommation privée (ÖTV), taxe sur la valeur ajoutée (KDV) et taxe sur les véhicules à moteur (MTV). Lorsque ÖTV et la KDV sont payés lorsque le véhicule est acheté, MTV est payé en deux versements chaque année. Pişkin a également souligné que, surtout dans le travail qu'il a fait, ÖTV est une influence importante sur la croissance du marché. On pense que l'augmentation du ÖTV ralentit la croissance du marché et, par conséquent, le risque d'une faible capacité de production dans la production crée un risque (Pişkin, 2017a). Les taxes, très élevées par rapport aux pays de l'UE, exercent une pression sur la demande automobile (Bedir, 2002; Görener, Görener, 2008).

Comme on peut le voir, les taux d'imposition élevés sont les risques les plus graves pour l'avenir de l'industrie par rapport à de nombreuses personnes. Les taxes des automobiles ont progressivement augmenté ces dernières années, en particulier dans ÖTV. Avec un nouveau règlement au début de 2017, ÖTV a de nouveau été augmenté dans certains véhicules sectoriels.

ÖTV étant une partie importante des recettes fiscales de l'Etat, selon Pişkin, en particulier le dernier règlement ÖTV a soutenu l'appui d'automobiles fabriquées en Turquie contre des automobiles importées sur le marché. En raison de la nouvelle augmentation d'impôt, environ la moitié des automobiles produites en Turquie ne sont pas affectées du tout, alors que l'autre moitié est affectée par des taux faibles. À cet égard, Pişkin compare cet arrangement au soutien des taxes douanières sur les anciennes voitures dans le passé. Le taux d'automobiles importées sur le marché est passé de 20% à 70% en une dizaine d'années (Pişkin, 2017b) avec la réinitialisation des taxes douanières après l'adhésion à l'Union douanière de Turquie.

Selon Pişkin, on s'attend à ce que la part de marché des marques produisant en Turquie augmente après la nouvelle réglementation fiscale. À long terme, on pense que cette réglementation se reflètera négativement dans le secteur. Le nouveau règlement n'affecte pas les véhicules avec un prix sans taxe de 40.000 TL (environ 10.000 Euro). Pour les autres véhicules on apporte de nouvelles charges fiscales qui augmentent selon le prix de véhicule. A cause de cette situation, Pişkin dit que les producteurs en Turquie à long terme peuvent éviter de produire des voitures avec un prix supérieur à 40.000 TL en Turquie (Pişkin, 2017b).

Une autre faiblesse de l'industrie automobile turque est le manque de coopération entre l'industrie clé et la sous-industrie. Ces dernières années, les relations industrielles principales et subsidiaires se sont développées dans un sens positif, mais il existe encore des lacunes dans la coopération. Le travail en commun des entreprises principales et filiales offre des avantages significatifs en termes de coûts et de développement de produits. Cependant, à ce stade de l'industrie automobile turque, les partenariats ne fonctionnent pas encore activement. Les contrats entre les clés et les sous-industries sont déterminés pour un court temps et généralement en fonction de l'avantage de prix en faveur de l'industrie clé. Les entreprises de l'industrie de la sous-traitance travaillent habituellement avec plusieurs entreprises en même temps (Bedir, 2002).

Les inégalités de revenus en Turquie indiquent également un autre problème. Les 20% les plus riches de la population représentent près de 50% de la consommation de transport. Ceci reflète l'inégalité des revenus en Turquie (Pişkin, 2017a). Cette situation affecte négativement la propagation du marché automobile turc.

Dans le secteur de l'automobile en Turquie, les problèmes des associations de travailleurs et d'employeurs réduisent également le potentiel du secteur et comportent de plus grands risques pour l'avenir. Une étude menée par Alçın parmi les travailleurs de l'industrie automobile turque montre que plus de la moitié des salariés hésitent à travailler à cause de mauvaises conditions de travail. Une grande partie des employés se sentent stressés en raison de leur intensité de travail. Environ 60% disent avoir peur de perdre leur emploi. Cette situation reflète clairement l'insécurité de l'emploi en Turquie. Moins de la moitié des employés envisagent de travailler dans la même entreprise pour une longue durée. Environ 65% des employés pensent que le salaire

qu'ils reçoivent est faible (Alçın, 2014). Il ne serait pas faux de dire que la paix de travailler sous cette lumière risque d'être menacée à l'avenir. Cependant, la possibilité de l'augmentation des salaires menacerait la supériorité relative de la Turquie à d'autres pays.

Enfin, on peut dire que les crises diplomatiques constituent aussi un risque. Les problèmes militaires et politiques que la Turquie a connus avec d'autres pays ont une incidence négative sur le commerce, créant des incertitudes dans l'industrie automobile. Par exemple, après l'avion russe frappé par la Turquie en 2015, la Russie a mis en place des barrières douanières de la Turquie, en particulier l'industrie de la sous-traitance turque a influencé négativement par cette situation. (OIB, 2015).



CHAPITRE II : RECHERCHES ET DISCUSSIONS SUR LE DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE AUTOMOBILE TURQUE

2.1. Univers de production dans l'industrie automobile turque

En Turquie, le transport se déroule principalement sous forme de transport routier. Cette situation amène un excellent potentiel de marché. Au cours des premières années de l'industrie automobile turque, il a généralement produit pour le marché intérieur. Au fil du temps, différentes stratégies ont été mises en pratique et la quantité de production orientée vers les exportations a augmenté. En Turquie, la production automobile est de plus en plus nombreuse depuis les années 1960. En 2016, la production totale a atteint un niveau record de 1.536.473.

Tableau 2 : Réseau routier en Turquie et unités de production annuelles dans l'industrie automobile turque (1960-2016)

	Réseau routier	Automobile	Véhicule Commercial	Total
1960	109.042		1.160	1.160
1970	221.508	3.660	19.762	23.422
1980	232.888	31.529	36.022	75.483
1983	302.694	42.509	75.153	117.662
1984	310.398	54.832	82.374	137.206
1985	316.887	60.353	74.291	134.644
1986	320.774	82.032	58.527	140.559
1987	328.170	107.185	67.549	174.734
1988	330.513	120.796	59.019	179.815
1989	356.268	118.314	45.864	164.178
1990	367.966	167.556	71.178	238.734
1991	368.165	195.574	66.997	262.571
1992	387.079	265.245	78.983	344.228
1993	388.035	348.095	10.4823	452.918
1994	381.012	212.651	53.005	265.656

1995	381.297	233.412	86.086	319.498
1996	381.437	207.757	117.710	325.467
1997	381.759	242.780	157.187	399.967
1998	381.529	239.937	165.065	405.002
1999	385.850	222.041	103.276	325.317
2000	356.619	297.476	170.725	468.201
2001	354.218	175.343	110.394	285.737
2002	354.299	204.198	153.207	357.405
2003	348.983	294.116	269.016	563.132
2004	349.332	447.152	416.921	864.073
2005	349.238	453.663	462.316	915.979
2006	349.304	545.682	480.739	1.026.421
2007	350.708	634.883	498.049	1.132.932
2008	351.958	621.567	550.350	1.171.917
2009	362.660	510.931	373.535	884.466
2010	367.263	603.394	521.588	1.124.982
2011	370.276	639.734	593.897	1.233.631
2012	385.750	577.296	537.937	1.115.233
2013	388.656	633.604	532.439	1.166.043
2014		733.439	485.409	1.218.848
2015		791.027	619.007	1.410.034
2016		950.888	585.585	1.536.473

Ressource : préparé en utilisant les données de TÜİK et OICA

Comme on peut le voir dans le tableau 2, la Turquie a produit moins de production jusqu'en 1990. Alors que la production axée sur les véhicules commerciaux a été réalisée jusqu'en 1985, à partir de cette date-là, le nombre de la production axée sur les automobiles a augmenté. Nous trouvons intéressant que ce changement dans les années 1980 ait coïncidé avec le tournant de l'industrie avec la libéralisation et les stratégies de production axées sur l'exportation. Néanmoins, l'augmentation significative de la production de véhicules commerciaux depuis l'an 2000 a été remarquable. A ce stade, revenir aux idées de Lung peut être utile pour comprendre la situation. Selon Lung, les grands producteurs d'automobiles transfèrent la production de véhicules légers et de petites classes aux pays d'Europe de l'Est et du Sud en raison des avantages de coûts (Lung, 2004).

Augmentation de la production de véhicules est évidente en Turquie depuis 1980. Sans aucun doute, cette situation est liée aux politiques de libéralisation et

d'ouverture de la Turquie. Cependant, on voit que les années 1990 ont fluctué, autrement dit instable économiquement. Nous pouvons rappeler que, dans cette période, Öcal se réfère à la crise de 1994 de la guerre du Golfe, à la politique populiste et à l'économie basée sur la rente (Öcal, 2014). La crise asiatique et la crise russe dans les années 90, se sont également reflétées négativement dans le secteur, et enfin la crise de 2001, l'une des plus grandes crises de la Turquie. En observant les chiffres, on constate que le déclin le plus spectaculaire est connu pendant la période de cette crise. Dans le secteur de l'automobile en 2001, la production a diminué de près de la moitié. Cependant, depuis 2001, la production a augmenté, à l'exception de 2009 et 2012. . Les exceptions entre 2009 et 2012 s'expliquent par la crise financière mondiale de 2008 et la récession économique mondiale créée par les effets de cette crise. En fait, ce point témoigne également de la mondialisation de l'industrie automobile turque. Il existe maintenant un secteur qui est affecté non seulement par les crises de la Turquie mais aussi par les crises mondiales. Le tableau 3 montre clairement que la production automobile en Turquie augmente beaucoup plus haut que la moyenne mondiale, mais dans la période de crise, la production automobile en Turquie est plus fortement affectée que la moyenne du monde.

Tableau 3 : Taux annuel de changement de production dans l'industrie automobile turque (1999-2016)

Changement (%)	Automobile		Véhicule commercial (VC)		Automobile + VC	
	Turquie	Monde	Turquie	Monde	Turquie	Monde
1999		4,84		9,55		6,17
2000	33,97	3,66	76,03	4,00	44,7	3,8
2001	-41,06	-3,37	-28,57	-3,96	-37,2	-3,5
2002	16,46	3,85	49,32	7,02	28,0	4,8
2003	44,03	1,48	68,04	6,00	53,9	2,8
2004	52,03	6,16	57,27	6,67	54,4	6,3
2005	1,46	5,59	13,16	-1,35	6,8	4,2
2006	20,28	6,11	3,83	-1,87	1,24	0,04
2007	16,35	13,08	5,07	1,99	11,3	5,8
2008	-2,10	-0,68	13,13	-10,85	4,3	-3,5
2009	-17,80	-9,59	-31,75	-21,80	-24,2	-12,4
2010	18,10	21,91	36,94	38,27	25,9	25,6
2011	6,02	2,85	11,86	3,31	8,6	3,2
2012	-9,76	5,32	-9,78	5,86	-9,8	5,5

2013	9,75	4,22	-0,76	3,29	4,9	4,0
2014	15,76	3,10	-11,17	0,66	4,0	2,5
2015	7,85	1,12	29,92	1,12	16,1	1,1
2016	20,21	5,20	-5,76	2,83	9,4	4,5
Moyenne	11,27	4,12	16,28	2,42	11,90	3,22

Ressource : préparé en utilisant les données de TÜİK, OSD (Otomobil Sanayii Derneği, Association de l'industrie automobile en Turquie) et OICA.

À mesure que la production de l'industrie automobile turque augmente rapidement, la part de l'industrie automobile turque au monde augmente aussi en parallèle. Depuis 2004, la part de production de la Turquie dans le secteur est passée à plus de 1%, avec une part d'environ 1,5%, ce qui fluctue fortement. En 2016, cette part était de 1,56%. Alors que 1,32% de l'industrie automobile turque est dans l'automobile, ce ratio est de 2,34% dans les véhicules utilitaires légers comme le dit Lung.

Tableau 4 : Part en pourcentage de Turquie dans la production automobile mondiale (1970-2016)

	Automobile	VC	Total (Automobile + VC)
1970			0,08
1980			0,18
1990			0,49
1991			0,56
1992			0,72
1993			0,97
1994			0,54
1995			0,65
1996			0,64
1997	0,63	0,98	0,73
1998	0,63	1,10	0,76
1999	0,56	0,46	0,53
2000	0,72	0,78	0,74
2001	0,44	0,58	0,48
2002	0,49	0,81	0,59
2003	0,70	1,28	0,88
2004	1,00	1,89	1,28
2005	0,96	2,16	1,32
2006	1,09	2,29	1,43
2007	1,19	2,32	1,50

2008	1,18	2,94	1,62
2009	1,07	2,56	1,41
2010	1,04	2,54	1,41
2011	1,07	2,75	1,49
2012	0,92	2,34	1,27
2013	0,96	2,25	1,28
2014	1,08	1,99	1,30
2015	1,15	2,55	1,50
2016	1,32	2,34	1,56

Ressource : préparé en utilisant les données de TÜİK, OSD et OICA.

L'analyse de corrélation que nous avons montrée montre que la tendance de la croissance de la production de la Turquie est parallèle aux pays en développement, et non au marché développé de l'Europe. Si on prend en considération la production d'automobiles, il existe une corrélation positive très élevée entre la République tchèque et la Turquie selon la corrélation de Pearson. L'Inde, la Chine, la Roumanie, la Corée du Sud, la Slovaquie et la Hongrie ont également une corrélation positive avec la Turquie. Cela montre que la production automobile des pays en développement augmente parallèlement. Il semble que le développement de la production automobile en Turquie soit principalement parallèle aux petits pays producteurs que l'OICA classe comme «autres».

Lorsque vous examinez la production de véhicules utilitaires légers, un résultat plus intéressant est constaté. Une corrélation positive entre la Turquie et l'Inde, la Pologne et la Chine s'est poursuivie, mais une corrélation négative a été trouvée entre des pays tels que la République tchèque, la Slovaquie, la Corée du Sud et la Turquie dans la production de véhicules utilitaires légers. Par conséquent, on peut dire que la Turquie est un concurrent de ces pays-là dans la production de véhicules utilitaires légers.

Il existe une forte corrélation négative entre les économies développées en Europe et Turquie, en particulier dans la production automobile. Il est difficile d'évaluer cette situation comme une surprise car la production passe des pays développés aux pays émergents comme la Turquie, comme l'indiquent les chercheurs Freyssenet, Lung (2000), Colovic (2008) et Arer (2010). L'idée qui se trouve derrière cette situation est de fournir un avantage concurrentiel mondial qui augmente énormément.

On constate également que la Turquie a une corrélation positive avec presque toutes les régions. La seule exception est l'ALENA. Les plus évidents parallélismes sont observés avec les jeunes membres de l'Asie, de l'Océanie, du Moyen-Orient, de l'Union européenne et des régions africaines. Cependant, le parallélisme avec les pays développés en Europe et les Etats- est très faible.

Tableau 5 : Corrélation du nombre de production de l'industrie automobile turque avec le nombre de productions d'autres pays entre 1999 et 2014

	Automobile	CV	Total
Turquie	1,00	1,00	1,00
Autres	0,96	0,71	0,95
République tchèque	0,92	-0,53	0,91
Inde	0,90	0,86	0,90
Chine	0,89	0,74	0,86
Romanie	0,89	-0,25	0,89
Corée du Sud	0,88	-0,69	0,90
Slovaquie	0,87	-0,92	0,84
Hongrie	0,86	-0,21	0,80
Indonésie	0,85	0,57	0,80
Mexique	0,78	0,66	0,76
Thaïlande	0,77	0,89	0,85
Malaisie	0,76	0,49	0,85
Allemagne	0,75	-0,14	0,65
Iran	0,73	0,75	0,78
Brésil	0,64	0,70	0,70
Serbie	0,62	-0,34	0,54
Argentine	0,55	0,85	0,73
Afrique du Sud	0,55	0,85	0,88
Pologne	0,48	0,93	0,68
Russie	0,47	0,08	0,49
Slovénie	0,26	0,29	0,32
Taiwan	0,17	-0,54	-0,15
Finlande	0,11	-0,66	-0,03
Ukraine	0,11	0,09	0,20
Japon	-0,05	-0,53	-0,12
Autriche	-0,10	-0,01	-0,03
Egypte	-0,14	0,28	0,06
Royaume Unie	-0,18	-0,45	-0,36

Espagne	-0,34	-0,34	-0,44
Suède	-0,37	0,54	-0,40
Etats-Unis d'Amérique	-0,54	-0,17	-0,32
Australie	-0,76	0,07	-0,63
Italie	-0,76	0,23	-0,76
Canada	-0,76	-0,07	-0,51
France	-0,82	-0,16	-0,76
Pays-Bas	-0,85	-0,26	-0,87
Portugal	-0,87	-0,46	-0,82
Tous les pays	0,93	0,68	0,90
Asie/Océanie/Moyen Orient			0,90
Afrique			0,86
Europe (Nouveaux membres)			0,89
Toute l'Europe			0,39
UE 28 pays + EFTA			0,30
Amérique			0,20
ALENA			-0,11

Ressource : La corrélation a été obtenue en profitant des données d'OICA.

Dans cette recherche, la relation entre l'industrie automobile turque et d'autres secteurs en Turquie a été examinée. Comme le montre le tableau 6, il existe une corrélation positive très élevée entre l'industrie automobile et l'industrie des biens d'équipement. Il existe également une forte corrélation entre l'industrie automobile et les biens durables, les biens intermédiaires et l'industrie manufacturière.

Tableau 6 : Corrélation entre l'industrie automobile turque et d'autres industries (2010=100)

	Décembre 2005	Décembre 2014	Corrélation de la production de véhicules automobiles avec la production d'autres produits industriels
Total de l'Industrie	97,3	130,5	0,81
Véhicules à moteur et remorques	85,1	138,8	1,00
Exploitation minière	81,5	115,1	0,40

Fabrication	99,5	132,7	0,84
Produits alimentaires	105,3	145,2	0,48
Textile	121,1	110,8	0,43
Vêtements	127,2	108,1	0,38
Métal de base	95,5	125,2	0,79
Electricité, gaz et vapeur	85,0	124,1	0,44
Bien intermédiaire	90,8	123,0	0,78
Biens durables	82,3	118,0	0,73
Biens non durables	108,2	132,0	0,65
Energie	88,0	116,9	0,45
Biens d'équipement	110,2	163,2	0,93

Ressource : préparé en utilisant les données de TÜİK.

2.2. Développement du marché automobile turc

Le parc automobile turc a continuellement augmenté depuis les années 1960, comme l'industrie automobile turque. Le nombre de véhicules enregistrés, qui n'était que de 243 482 en 1965, est passé à environ 21,5 millions d'ici à 2016. Dans ce cas, l'augmentation du revenu par habitant en Turquie est effective et le traité de l'Union douanière signé en 1996 est également connu pour augmenter importations des véhicules. En outre, Duruiz note que la durée de vie d'une voiture en Turquie est considérablement plus longue que celle des pays de l'Union européenne. Les voitures anciennes ont une part importante dans le parc automobile turc. Les faibles coûts de réparation en Turquie et la disponibilité de ces services sont efficaces dans ce cas (Duruiz, 2004). Par conséquent, lorsque de nouveaux véhicules sont ajoutés au parc automobile turc chaque année, le nombre de voitures qui remplissent la durée de vie et de quitter le parc automobile est très bas. Même les véhicules de 15 à 20 ans sont largement utilisés dans le secteur. En outre, diverses incitations ont été établies dans les périodes où le marché était stagnant en Turquie. 2008 Dans le cadre de la crise économique mondiale, les réductions effectuées dans ÖTV en 2009 en sont un

exemple. De cette façon, le marché de l'automobile a été t moins influencé par les effets de la crise mondiale.

Tableau 7 : Variation du nombre de voitures enregistrées en Turquie

	Véhicule enregistré total (y compris moto, etc.)	Automobile	VC	Automobile + VC
1965		87.584	155.898	243.482
1966	231.977	91.469	104.799	196.268
1967	284.194	112.367	128.539	240.906
1968	318.768	125.375	142.298	267.673
1969	354.398	137.345	159.526	296.871
1970	369.808	137.771	165.973	303.744
1971	403.880	153.676	176.438	330.114
1972	460.087	187.272	192.666	379.938
1973	543.318	240.360	215.678	456.038
1974	647.947	313.160	241.421	554.581
1975	785.920	403.546	282.503	686.049
1976	920.141	488.894	325.039	813.933
1977	1.042.239	560.424	369.551	929.975
1978	1.142.561	624.438	397.535	1.021.973
1979	1.566.405	688.687	746.049	1.434.736
1980	1.696.681	742.252	804.721	1.546.973
1981	1.802.742	776.432	853.294	1.629.726
1982	1.901.926	811.465	894.280	1.705.745
1983	2.041.244	856.350	952.862	1.809.212
1984	2.215.174	919.577	1.022.947	1.942.524
1985	2.391.357	983.444	1.101.222	2.084.666
1986	2.641.353	1.087.234	1.207.345	2.294.579
1987	2.887.287	1.193.021	1.303.136	2.496.157
1988	3.140.265	1.310.257	1.385.818	2.696.075
1989	3.388.259	1.434.830	1.455.516	2.890.346
1990	3.750.678	1.649.879	1.542.339	3.192.218
1991	4.101.975	1.864.344	1.618.537	3.482.881
1992	4.584.717	2.181.388	1.716.824	3.898.212
1993	5.250.622	2.619.852	1.853.747	4.473.599
1994	5.606.712	2.861.640	1.920.791	4.782.431
1995	5.922.859	3.058.511	2.007.154	5.065.665
1996	6.305.707	3.274.156	2.137.189	5.411.345
1997	6.863.462	3.570.105	2.342.909	5.913.014

1998	7.371.541	3.838.288	2.542.393	6.380.681
1999	7.758.511	4.072.326	2.658.334	6.730.660
2000	8.320.449	4.422.180	2.831.308	7.253.488
2001	8.521.956	4.534.803	2.898.442	7.433.245
2002	8.655.170	4.600.140	2.949.333	7.549.473
2003	8.903.843	4.700.343	3.069.574	7.769.917
2004	10.236.357	5.400.440	3.589.236	8.989.676
2005	11.145.826	5.772.745	3.901.682	9.674.427
2006	12.227.393	6.140.992	4.229.310	10.370.302
2007	13.022.945	6.472.156	4.508.724	10.980.880
2008	13.765.395	6.796.629	4.752.283	11.548.912
2009	14.316.700	7.093.964	4.885.371	11.979.335
2010	15.095.603	7.544.871	5.125.752	12.670.623
2011	16.089.528	8.113.111	5.415.111	13.528.222
2012	17.033.413	8.648.875	5.693.745	14.342.620
2013	17.939.447	9.283.923	5.896.550	15.180.473
2014	18.828.721	9.857.915	6.101.609	15.959.524
2015	19.994.472	10.589.337	6.421.039	17.010.376
2016	21.090.424	11.317.998	6.717.875	18.035.873
2017	21.556.827	11.609.703	6.854.577	18.464.280

Ressource : Préparé en utilisant les données d'OICA et TÜİK.

La Turquie, qui représente 1,06% de la population mondiale d'ici 2015, détient une part de 1,12% dans le parc automobile mondial et de 1,92% dans le parc de véhicules utilitaires légers. La Turquie est plus efficace au terme de la production que dans le parc de véhicules utilitaires légers que dans le parc automobile. En outre, le nombre de véhicules enregistrés en Turquie ces dernières années montre une augmentation plus élevée que la moyenne mondiale. Cette situation augmente la part de la Turquie dans le parc du monde. En outre, l'augmentation continue de la part de la Turquie dans la population mondiale montre que l'augmentation de la population en Turquie est supérieure à la moyenne mondiale. Par conséquent, il n'est pas faux de prévoir que le parc automobile continuera d'augmenter en Turquie dans le futur. Par conséquent, le marché de la Turquie continue d'avoir du potentiel pour l'avenir.

Tableau 8 : Part de la Turquie dans la population mondiale et véhicules enregistrés (2005-2015)

	Population de la Turquie	Population de la Turquie	Parc automobile en Turquie	Parc véhicules commercial en Turquie	Parc automobile + VC en Turquie
		% dans le monde	% dans le monde	% dans le monde	% dans le monde
2005	67.903.406	1,04	0,88	1,64	1,08
2006	68.763.405	1,04	0,90	1,71	1,12
2007	69.597.281	1,04	0,92	1,74	1,14
2008	70.440.032	1,04	0,93	1,79	1,16
2009	71.339.185	1,04	0,95	1,80	1,17
2010	72.326.914	1,04	0,97	1,83	1,20
2011	73.409.455	1,04	1,00	1,88	1,23
2012	74.569.867	1,05	1,04	1,86	1,26
2013	75.787.333	1,05	1,07	1,87	1,28
2014	77.030.628	1,06	1,09	1,86	1,29
2015	78.271.472	1,06	1,12	1,92	1,33

Ressource : préparé en utilisant les données d'OICA, TÜİK et Direction générale de la sécurité publique

Lorsque nous examinons les nouveaux enregistrements de véhicules en Turquie, nous pouvons voir que la Turquie a une part plus faible dans ce domaine que la production automobile mondiale et le parc mondial.

Tableau 9 : Part de la Turquie sur les enregistrements de nouveaux véhicules dans le monde

	Auto	VC	Auto + VC	Immatriculation des voitures neuves	Immatriculation des VC neuves	Total
	Pièce	Pièce	Pièce	% dans le monde	% dans le monde	% dans le monde
2005	406.807	350.914	757.721	0,90	1,71	1,15
2006	396.542	359.141	755.683	0,83	1,76	1,11
2007	353.495	312.401	665.896	0,70	1,51	0,93
2008	353.168	282.197	635.365	0,71	1,54	0,93
2009	357.986	213.992	571.978	0,72	1,34	0,87
2010	485.619	307.099	792.718	0,87	1,60	1,06
2011	602.248	389.713	991.961	1,04	1,92	1,27

2012	565.791	322.970	888.761	0,93	1,52	1,08
2013	654.905	287.479	942.384	1,03	1,30	1,10
2014	585.814	273.130	858.944	0,89	1,21	0,97
2015	746.395	355.655	1.102.050	1,13	1,52	1,23
2016	746.074	320.737	1.066.811	1,07	1,31	1,14

Ressource : préparé en utilisant les données d'OICA, TÜİK et Direction générale de la sécurité publique.

Comme on peut le voir dans le tableau 9, le nombre de véhicules neufs inclus dans le parc de véhicules en Turquie a diminué entre 2007-2009. Il peut y avoir de nombreuses raisons comme des modèles entrant sur le marché, des taux de change, des taux d'intérêt créditeurs. Cependant, lorsque le déclin de ces années est examiné, on peut dire que la principale raison derrière le déclin est le taux de croissance de l'économie turque. En fait, l'économie turque a perdu son taux de croissance depuis le dernier trimestre de 2007 et n'a connu que 0,7% en 2008, ce qui peut être considéré comme une contraction en termes réels pour un pays en développement. L'économie turque a diminué en 2009. Encore une fois, le revenu national par habitant en 2009 est tombé au niveau le plus bas ces dernières années. On peut dire que ce ralentissement économique a ralenti les ventes automobiles.

2.3. Examen de l'importation et de l'exportation dans le secteur automobile turc à la lumière des discussions sur la mondialisation et la régionalisation

Selon le document de stratégie et le plan d'action du secteur automobile turc couvrant la période comprise entre 2016 et 2019, le secteur automobile turc a atteint un volume commercial de 33,8 milliards USD. En outre, la part des exportations de ce secteur s'est élevée à 11,5%. Il est prévu que la Turquie exportera 75 milliards de dollars de l'industrie automobile turque en 2023. Cela signifie que la part du secteur de l'automobile dans les exportations totales passera à 15% (Ministère de la Science, de l'Industrie et de la Technologie, 2016).

Après les années 1980, le secteur automobile turc est devenu l'un des secteurs pionniers en matière d'importation et d'exportation, avec des politiques d'exportation (Öcal, 2014) et du traité l'union douanière en 1996 (Duruz, 2004). En augmentant la part des exportations et des importations comme nous l'avons déjà mentionné,

l'industrie automobile turque a été l'un des domaines où les débats sur la mondialisation et de la régionalisation se passent le plus.

En 2016, 565 000 des 746 000 marchés automobiles en Turquie étaient composés de véhicules importés. En revanche, Turquie a vendu 746 mille voitures aux marchés mondiaux. Comme le montre le tableau 10, les importations et les exportations de l'industrie automobile turque sont assez faibles jusqu'en 1990. Le faible niveau des importations et des exportations renforce l'idée qu'Arer (2010) et Bedir (2002) où ils disent que l'industrie automobile turque travaille également pour le marché intérieur. Des augmentations significatives des importations ont eu lieu entre 1990 et 1993. La crise économique de 1994 a ralenti cette tendance, mais à partir de 1996, les importations ont considérablement augmenté. À tel point qu'en 1997, le volume des importations a augmenté presque trois fois par rapport à 1996.

On peut dire qu'avec l'avantage fiscal des pays européens que le Traité de l'Union douanière offre depuis 1996, les producteurs de ces pays ont augmenté leurs importations en Turquie. Pour la première fois, pendant ces années-là, la Turquie a rencontré la concurrence mondiale dans le sens réel (Görener, Görener, 2008, Duruiz, 2004). Au cours des dernières années des années 1990, bien qu'il y ait eu une augmentation des exportations, l'industrie automobile turque a pu commencer l'augmentation réelle des exportations au début des années 2000. Contrairement aux années précédentes, depuis 2001, la plupart des véhicules produits par l'industrie automobile turque ont commencé à être exportés. Cette tendance se poursuit aujourd'hui. La dépréciation de la lire turque après la crise enregistrée en 2001, a fourni des avantages économiques pour les entreprises qui ont produit pour l'exportation en Turquie. Il est également possible de dire que le «Programme de transition économique vigoureuse», créé en coopération avec le FMI en 2001, a permis à l'industrie automobile turque de réussir dans une production compétitive pour l'exportation. Aujourd'hui, la Turquie est maintenant un acteur important dans les compétitions mondiales et régionales.

Tableau 10 : Importation, exportation et vente d'automobiles en Turquie

	Production	Ventes des voitures produites en Turquie	Exportations	Importations
1970	4.314		654	3.400
1975	68.088		379	13.676
1980	31.529		4.515	4.887
1981	25.306		5.659	4.205
1982	31.195		3.967	2.795
1983	42.509		3.343	3.219
1984	54.832		3.888	8.849
1985	60.353		3.760	12.806
1986	82.032		4.997	6.975
1987	107.185		4.987	5.115
1988	120.796		6.818	4.665
1989	118.314		8.474	6.854
1990	167.556		6.122	72.215
1991	195.574		7.244	33.692
1992	265.245		8.751	60.134
1993	348.095		7.812	101.010
1994	212.651		12.707	28.116
1995	233.412		32.715	21.651
1996	207.757		25.716	57.479
1997	242.780		20.715	150.704
1998	239.937		18.185	120.967
1999	222.041		73.320	131.215
2000	297.476		83.314	258.987
2001	175.343		151.393	72.259
2002	204.198		166.851	55.096
2003	294.116		225.534	
2004	447.152	137.097	320.321	314.112
2005	453.663	136.708	337.373	301.889
2006	545.682	117.631	441.089	255.588
2007	634.883	120.740	503.679	236.725
2008	621.567	99.205	534.009	206.793
2009	510.931	126.277	457.106	243.542
2010	603.394	155.634	485.372	354.150
2011	639.734	179.488	496.348	414.031
2012	577.296	146.604	485.341	409.676
2013	633.604	147.128	549.816	517.527
2014	733.439	157.349	581.652	429.982
2015	791.027	186.526	604.839	539.070
2016	950.888	191.893	745.781	565.045

Ressource: Bulletins d'information sur les statistiques générales de l'industrie automobile turque (OSD, 2016; Bedir, 2002).

En 2001, la valeur à l'exportation de «87- véhicules automobiles, tracteurs, bicyclettes, motocyclettes et autres véhicules routier, leurs accessoires, pièces et accessoires» a été plus que la valeur à l'importation. Au cours des années suivantes, les importations et les exportations dans le secteur de l'automobile ont connu une augmentation rapide. En 2006, le volume des importations dans le secteur et le volume des exportations ont également dépassé 10 milliards de dollars. Comme nous l'avons déjà noté, dans le secteur affecté par la crise économique mondiale de 2008, les importations et les exportations ont connu une forte baisse en 2009. En 2016, le secteur automobile turc a exporté environ 20 milliards de dollars et a importé 18 milliards de dollars. Lorsque le tableau 11 est examiné, on constate que le volume commercial total de l'économie turque augmente rapidement comme le secteur de l'automobile. Cependant, le fait que les importations de l'économie totale augmentent plus rapidement que les exportations, crée un déficit commercial important pour la Turquie. De ce point de vue, la valeur de l'excédent commercial créée par le secteur de l'automobile sera mieux comprise.

Tableau 11 : Importation et exportation des véhicules autres que chemin de fer et de tramway, et leurs parties (87) entre 1996-2016 (US \$)

	Total des exportations	Total des importations	Exportation-87	Importation-87
1996	23.224.464.973	43.626.642.496	811.794.211	2.692.913.402
1997	26.261.071.786	48.558.720.673	676.035.160	4.105.135.871
1998	26.973.951.738	45.921.392.207	797.368.697	3.727.576.159
1999	26.587.224.962	40.671.272.031	1.473.612.129	3.094.421.168
2000	27.774.906.045	54.502.820.503	1.592.513.357	5.466.836.637
2001	31.334.216.356	41.399.082.953	2.335.381.471	1.827.054.320
2002	36.059.089.029	51.553.797.328	3.304.134.955	2.332.731.919
2003	47.252.836.302	69.339.692.058	5.272.017.137	5.383.395.344
2004	63.167.152.820	97.539.765.968	8.288.798.566	10.237.023.930
2005	73.476.408.143	116.774.150.907	9.566.435.413	10.552.791.788
2006	85.534.676.000	139.576.174.000	11.886.092.051	11.408.441.425
2007	107.271.749.904	170.062.714.501	15.903.675.387	12.397.294.653
2008	132.027.195.626	201.963.574.109	18.326.710.809	12.789.716.775
2009	102.142.612.603	140.928.421.211	12.251.734.083	8.975.863.746
2010	113.883.219.184	185.544.331.852	13.812.676.838	13.419.356.304

2011	134.906.868.830	240.841.676.274	15.803.438.311	17.184.080.117
2012	152.461.736.556	236.545.140.909	15.148.113.561	14.514.293.245
2013	151.802.637.087	251.661.250.110	17.000.249.832	16.808.265.962
2014	157.610.157.690	242.177.117.073	18.063.448.487	15.735.931.633
2015	143.838.871.428	207.234.358.616	17.462.630.634	17.543.572.517
2016	142.544.456.759	198.617.392.345	19.801.830.660	17.840.587.719

Ressource: préparé en utilisant les données de TÜİK.

À la lumière de ces données, nous pouvons encore voir la transformation créée par la crise économique de 2001. De nombreuses études ont mis l'accent sur les politiques de libéralisation des années 1980 et sur le Traité de l'union douanière de 1996 dans l'ouverture de la concurrence mondiale et régionale. Sans aucun doute, ces développements ne peuvent être considérés comme insignifiants, mais les chiffres montrent qu'en 2001, les politiques libérales après la crise économique turque de 2001 sont décisives pour l'ouverture de l'économie mondiale et régionale de l'économie turque.

En ce qui concerne l'évolution des taux d'exportation des entreprises de l'industrie-clé et de la sous-traitance d'automobiles dans les 500 meilleures entreprises de Turquie au fil des ans, nous pouvons nous donner une idée du changement structurel de l'industrie automobile turque. La plupart des entreprises opérant dans l'industrie-clé de l'automobile depuis 1983 sont parmi les plus grandes entreprises en Turquie. Les données du tableau 12 reflètent les stratégies changeantes de ces entreprises au cours des années. Selon cela, ces producteurs produisent presque tous pour le marché interne jusqu'en 1994. Bien que la part des exportations dans les revenus de ces entreprises ait augmenté depuis 1994, on constate que jusqu'en 2001, la production était destinée au marché intérieur. Depuis 2001, les revenus d'exportation ont commencé à représenter plus de la moitié des revenus de ces entreprises. D'une autre manière, ces entreprises ont commencé à prendre du poids pour la production orientée vers l'exportation.

Tableau 12: Part des entreprises automobiles turques dans 500 établissements industriels majeurs entre 1983 et 2014 (%)

	Nombre d'entreprises	Emploi	Revenu des ventes	Exportation	Exportation/revenu des ventes
			Million \$	Million \$	%
1983	23	19.737	1.330	64	4,8
1984	22	21.394	1.257	113	9,0
1985	25	22.481	1.372	104	7,6
1986	25	24.488	1.622	113	7,0
1987	23	26.825	2.130	67	3,1
1988	27	25.945	2.369	135	5,7
1989	25	24.771	2.438	156	6,4
1990	28	33.843	4.328	163	3,8
1991	30	34.945	4.286	164	3,8
1992	29	33.145	5.286	200	3,8
1993	32	38.005	7.737	237	3,1
1994	27	35.354	2.759	334	12,1
1995	30	30.484	4.630	732	15,8
1996	32	32.308	5.863	871	14,9
1997	30	35.212	6.608	661	10,0
1998	32	38.895	5.888	805	13,7
1999	30	35.075	4.913	1.426	29,0
2000	31	38.702	7.474	1.376	18,4
2001	26	32.283	3.531	2.089	59,2
2002	32	37.108	5.293	3.243	61,3
2003	38	46.097	10.350	5.099	49,3
2004	44	59.144	19.177	8.974	46,8
2005	42	61.184	20.742	9.916	47,8
2006	41	68.520	22.729	12.207	53,7
2007	41	73.299	27.881	16.508	59,2
2008	38	75.884	27.648	17.385	62,9
2009	37		21.154	12.622	59,7
2010	34	61.594	26.319	11.954	45,4
2011	43	77.559	31.818	15.265	48,0
2012	32	66.110	27.348	13.109	47,9
2013	37	74.340	31.802	15.913	50,0
2014	37	70.494	30.823	14.737	47,8

Ressource: préparé en utilisant les données de TÜİK.

Examiner le volume commercial de la Turquie en termes de pays et de régions nous aidera afin de comprendre la position de l'industrie automobile turque entre régionalisation et mondialisation.

L'Institut de statistique de la Turquie, dans son communiqué de presse en 2016, a déclaré que 77,6% des exportations de produits automobiles de la Turquie se réalisent avec des pays de l'Union européenne¹.

Le tableau 13 montre les cinq principaux partenaires commerciaux du secteur de l'automobile en Turquie d'ici 2016. Ces pays sont l'Italie, la France, l'Allemagne, le Royaume-Uni et l'Espagne selon les données de 2016. Le fait que les cinq pays soient membres de l'Union européenne soutient que notre commerce est en grande partie avec l'Union européenne. Ces données montrent également que la tendance de l'industrie automobile turque à se régionaliser dans le commerce avec l'Union européenne est élevée. Le traité sur l'union douanière est l'un des facteurs importants à ce stade. Alors que la Turquie accorde excédent du commerce extérieur en Italie, en France et au Royaume-Uni, elle donne des déficits commerciaux contre l'Espagne et l'Allemagne. Nous pensons que les deux entreprises qui produisent la plupart des automobiles en Turquie, Fiat italienne et Renault française sont efficaces dans le développement des commerciaux entre la Turquie et ces deux pays en faveur de la Turquie.

Tableau 13: Balance commerce extérieur avec les cinq plus grands partenaires de l'industrie automobile turque

	Italie	France	Allemagne	Royaume-Uni	Espagne
2007	1.479.326	433.118	-1.550.625	714.792	-8.112
2008	1.364.789	967.094	-1.448.325	1.028.179	-224.932
2009	1.057.717	1.648.409	-1.381.474	430.177	-594.101
2010	1.029.812	663.091	-2.518.140	541.104	-705.360
2011	788.250	481.771	-3.844.416	336.692	-839.530
2012	577.305	624.142	-3.136.404	431.923	-671.330
2013	548.885	928.442	-3.899.777	909.453	-940.498
2014	596.989	1.128.958	-3.081.402	1.498.279	-495.381

¹ Türkiye İstatistik Kurumu (2016), « Otomotiv ürünleri ihracatında Türkiye 19. Sırada yer aldı », (En ligne) sur le site de l'Institut statistique de Turquie, http://www.tuik.gov.tr/basinOdasi/haberler/2016_94_20160823.pdf, (20.06.2017).

2015	634.292	746.889	-3.693.775	1.552.577	-692.650
2016	1.570.667	1.172.278	-2.605.024	1.059.504	-697.496

Ressource : préparé en utilisant les données d'OSD.

D'une part, il est prouvé que l'industrie automobile turque soutient le commerce à grande échelle d'après les théories de la régionalisation de l'Union européenne, tandis que, d'autre part, le secteur est mondialisé. À l'exception de quelques années, on constate une augmentation de l'année dernière sur le volume total du commerce international de l'industrie automobile turque. Chaque année, de plus en plus de pays exportent et importent de tous les continents. Bien que l'Union européenne maintienne clairement son poids dans le volume total, la part des régions en dehors de l'UE 15 et de l'AELE s'accélère rapidement.

Tableau 14 : Changement de volume du commerce extérieur de l'industrie automobile turque (%)

	2005-2008	2009-2012	2013-2016
Monde	261,2	117,6	125,2
UE-15, AELE	231,0	113,8	122,5
Europe Nouveaux Membres	484,1	121,3	158,9
Russie, Autre pays d'Europe	549,6	81,9	101,3
ALENA	394,4	264,2	108,3
Amérique du Nord	2677,9	8,7	156,1
Amérique du Sud	295,5	163,9	93,5
Asie	274,0	123,5	111,8
Océanie	482,4	151,8	155,9
Afrique	278,7	125,2	164,7

Ressource : préparé en utilisant les données de TÜİK et OICA.

2.4. R&D et innovation dans l'industrie automobile turque

Aujourd'hui, l'innovation et l'adaptation aux technologies de pointe sont les facteurs déterminants du sort des entreprises et des pays de l'industrie automobile, qui connaît une concurrence mondialisée et sévère. Par conséquent, les entreprises attachent de l'importance aux activités de R & D. Les activités de R & D valorisent non seulement les producteurs automobiles, mais aussi les pays où ils se trouvent. Ils augmentent également la qualité du travail et du pouvoir de production de ces pays.

Tableau 15 : Investissements totaux en R & D dans le secteur commercial en Turquie et part du secteur automobile (Livre turque)

	Dépenses totale de secteur commercial en recherche et développement (TRY)	Dépenses de l'industrie automobile en R&D (TRY)	Part de l'industrie automobile (%)
1990	260.000	15.000	5,8
1991	702.000	82.000	11,7
1992	1.287.000	124.000	9,6
1993	2.010.000	259.000	12,9
1994	3.455.000	231.000	6,7
1995	6.967.000	522.000	7,5
1996	17.315.000	1.931.000	11,2
1997	45.755.000	8.624.000	18,8
1998	82.200.000	29.036.000	35,3
1999	186.116.000	99.790.000	53,6
2000	266.998.000	100.634.000	37,7
2001	435.857.000	155.833.000	35,8
2002	528.963.000	102.261.000	19,3
2003	510.352.000		
2004	700.596.000		
2005	1.297.591.000	308.515.000	23,8
2006	1.629.088.000	441.358.000	27,1
2007	2.513.487.000	710.503.000	28,3
2008	3.048.503.000	716.912.000	23,5
2009	3.235.272.000	455.684.000	14,1
2010	3.942.908.434	585.502.647	14,8
2011	4.817.272.485	653.799.411	13,6
2012	5.891.214.749	788.756.613	13,4
2013	7.031.518.974	972.789.742	13,8
2014	8.760.019.770	1.535.956.484	17,5
2015	10.308.737.689	1.791.984.526	17,4

Ressource : préparé en utilisant les données de TÜİK.

Les investissements de R & D dans le secteur commercial en Turquie sont restés à des niveaux très bas jusqu'à la fin des années 1990. Depuis 1998, les investissements en R & D ont commencé à augmenter rapidement. Au cours des premières années de cette hausse, le secteur de l'automobile a été le pionnier des investissements en R & D. Tellement que, entre 1998 et 2001, environ un tiers des investissements commerciaux en R & D ont été réalisés par le secteur de l'automobile. Surtout en 1999, environ 54% des investissements sont des activités de R & D du secteur de l'automobile. Juste avant les années 2000, lorsque le secteur de l'automobile turc est entré dans la tendance intense de la mondialisation et de la régionalisation de cette période, on peut interpréter que le secteur s'est préparé à une concurrence mondiale difficile. Bien que les investissements en R & D du secteur de l'automobile aient augmenté de façon constante au cours des années suivantes, à l'exception de 2009, la part du secteur de l'automobile dans les investissements totaux du secteur commercial a diminué. En 2015, la part du secteur de l'automobile est de 17,4%.

On constate que les investissements en R & D de l'industrie automobile turque ont principalement été consacrés à de nouvelles activités de développement de modèles après 2002. C'est un développement agréable que l'industrie automobile turque fait partie du processus de développement de produits à l'échelle mondiale ou régionale. L'augmentation de la capacité est considérée comme une part élevée de certaines périodes en parallèle avec les nouveaux processus de développement de modèles provenant des investissements de R & D. Le faible investissement dans la localisation est une autre indication que l'industrie automobile turque se développe actuellement avec les stratégies mondiales et régionales des entreprises. En termes généraux, les investissements en R & D sont assez faibles dans les conditions actuelles.

Tableau 16 : Classification des investissements en R&D de l'industrie automobile turque

	Développement de la capacité	Modernisation	Développement de nouveaux	Développement de la qualité	Localisation
2002	51.000.000	67.000.000	282.000.000	3.000.000	42.000.000
2003	118.000.000	27.000.000	230.000.000	3.000.000	72.000.000
2004	104.000.000	48.000.000	160.000.000	11.000.000	35.000.000
2005	102.000.000	128.000.000	346.000.000	17.000.000	32.000.000
2006	202.000.000	96.000.000	580.000.000	19.000.000	19.000.000

2007	220.000.000	54.000.000	475.000.000	24.000.000	56.000.000
2008	189.000.000	66.000.000	725.000.000	33.000.000	97.000.000
2009	20.000.000	83.000.000	401.000.000	11.000.000	87.000.000
2010	44.000.000	61.000.000	430.000.000	16.000.000	70.000.000
2011	130.000.000	113.000.000	723.000.000	46.000.000	23.000.000
2012	142.000.000	75.000.000	855.000.000	30.000.000	3.000.000
2013	150.000.000	60.000.000	1.000.000.000	26.000.000	8.000.000
2014	43.000.000	221.000.000	615.000.000	23.000.000	5.000.000
2015	82.000.000	63.000.000	825.000.000	53.000.000	12.000.000

Ressource : préparé en utilisant les données de TÜİK et de bulletin statistique de l'industrie automobile de l'Association des fabricants de véhicules automobiles.

Lors de l'examen du nombre de brevets de véhicules à moteur et de transport en Turquie, malheureusement, il y a peu d'opposition aux brevets. N'ayant que quelques brevets dans le domaine des véhicules à moteur, la Turquie n'a pas de profil très différent dans le transport. Même le nombre total de brevets couvrant toutes les zones de la Turquie n'atteint pas 1000 en 2014. En revanche, par exemple, dans la région de l'Union européenne, seul le nombre de brevets reçus en 2014 est supérieur à 50 mille. Cette situation montre que l'industrie automobile ne contribue pas de manière significative à la R & D et à l'innovation en Turquie.

Tableau 17 : Nombre de brevet international du secteur de l'automobile et du transport en Turquie

	Monde	Union européenne	Turquie	Transport (Turquie)	Véhicules à moteur (Turquie)
1999	89.140	33.584	64	6	0
2000	102.702	37.032	83	6	0
2001	104.709	38.276	77	10	0
2002	108.598	38.655	110	17	0
2003	118.600	39.935	119	7	1
2004	132.421	42.913	189	16	0
2005	144.885	45.388	258	30	4
2006	154.350	48.442	324	45	2
2007	159.891	50.814	380	73	6
2008	150.234	48.211	388	37	0
2009	156.607	47.796	462	44	0
2010	172.177	49.385	560	52	1
2011	188.321	51.076	499	52	1
2012	196.264	50.558	658	64	1
2013	206.757	51.486	757	100	3
2014	206.187	51.587	921	137	5

Ressource : préparé en utilisant les données d'OECD.

On peut rappeler que l'industrie automobile ne contribue pas de manière significative à la Turquie en termes de recherche et de développement avec les pensées d'Arer, de Lung et Layan. Selon eux, des activités stratégiques telles que le design, la haute technologie et la R & D sont encore en cours dans les anciens centres de production, tandis que la production qui nécessite pas la haute technologie, proche aux marchés, à de couts bas, se passe désormais dans les pays en développement (Layan, Lung, 2004; Arer, 2010).

2.5. Effet de l'industrie automobile turque sur la dynamique de l'emploi

Les développements dans le secteur de l'automobile devraient avoir un impact significatif sur la main-d'œuvre. Dans le monde industriel d'aujourd'hui, au lieu des modèles de production à forte intensité de main-d'œuvre de l'époque ancienne, le besoin de puissance humaine se poursuit même si des méthodes informatiques à forte intensité de capital sont utilisées qui utilisent des technologies avancées. En particulier, les nouvelles conditions de production à forte intensité de technologie dans l'industrie automobile ont mis de nouvelles responsabilités sur les employés. Surtout pour les producteurs qui profitent du modèle de production Lean, les employés ont des rôles essentiels dans de nombreuses phases. Les employés devraient participer plus intensément non seulement physiquement mais aussi intellectuellement. Les formations pour les employés deviennent de plus en plus importantes dans le monde. En plus de cela, les coûts de la main-d'œuvre sont toujours considérés comme importants au point de concurrence, bien que l'effet de la main-d'œuvre sur les coûts de production ait considérablement diminué.

L'industrie automobile turque emploie environ 54 000 personnes en 2016. Environ 40 000 d'entre elles travaillent comme travailleurs. Comme le montre le tableau 18, les opportunités d'affaires de l'industrie clé de l'automobile montrent un graphique instable. Depuis le début des années 2000, il n'y a pas eu de changement significatif dans l'emploi du secteur de l'automobile.

Tableau 18 : Emploi de l'industrie-clé d'automobile en Turquie

	Ouvrier	Employé	Administrateur	Ingénieur	Ingénieur administratif	Total
1984						15.893
1985						16.424
1986						16.953
1987						18.985
1995	16.299	2.518	604	984	439	20.774
1996	17.387	3.095	597	929	463	22.471
1997	20.069	3.748	870	1.256	536	26.515
1998	19.628	3.729	588	1.280	677	25.902
1999						27.000
2000	24.494	4.052	777	1.735	695	31.753
2001	19.268	4.032	874	1.785	721	26.680
2002	20.745	3.800	737	1.760	881	27.923
2003	25.853	3.678	629	2.083	902	33.145
2004	30.770	3.522	745	2.482	937	38.456
2005	29.789	3.339	617	2.390	840	36.975
2006	32.606	3.287	872	2.801	908	40.474
2007	38.049	3.573	521	3.155	963	46.261
2008	36.149	3.642	740	3.596	1026	45.153
2009	31.191	3.428	543	3.363	1059	39.584
2010	32.220	3.513	476	3.393	1236	40.838
2011	35.274	4.250	546	3.480	1346	44.896
2012	34.681	3.835	776	3.958	1405	44.655
2013	32.331	3.777	590	4.191	1441	42.330
2014	33.238	3.893	458	4.481	1613	43.683
2015	37.554	4.210	1.355	4.198	1431	48.748
2016	41.860	4.320	1.094	4.578	1525	53.377

Ressource : Préparé en utilisant Bulletin d'information général et statistique des fabricants d'automobiles d'OSD et les données de TÜİK.

Dans l'emploi industriel total de la Turquie, la part de l'industrie automobile n'est que de 0,20%. Par conséquent, il est difficile d'accepter que l'industrie automobile turque réussisse au point de créer un emploi.

Tableau 19 : Part de l'industrie automobile turque dans l'emploi total

	Total	%
Emploi	27.205.000	100,00
Emploi dans l'industrie	5.297.000	19,47
Industrie automobile	53.377	0,20

Ressource : Préparé en utilisant Bulletin d'information général et statistique des fabricants d'automobiles d'OSD et les données de TÜİK.

Alors que le volume de production de l'industrie automobile turque a augmenté rapidement, la charge de travail des employés a augmenté car le nombre d'emploi n'a pas augmenté de la même rapidité. En 1984, un employé de l'industrie clé de l'automobile a produit 8,7 véhicules par an, mais en 2016, ce nombre est passé à 27,8. Selon les recherches réalisées parmi les 500 premières entreprises, la valeur produite par employé dans l'industrie principale de l'automobile est de 79 091 \$ par année en 1984 et de 705 606 \$ en 2015. En 20 ans, il y a eu une augmentation de la production de 3 fois par employé, une augmentation de valeur 9 fois par employé. Cependant, des augmentations similaires n'ont pas été réalisées dans les salaires des employés, au contraire, les salaires des employés ont diminué au cours des années contre l'inflation. À ce stade, il peut être utile de revenir à la discussion de Lipietz sur le fordisme périphérique. Alors que la production dynamique de la Turquie et les centres urbains sont d'une part, un groupe de population qui n'est pas qualifié et qui a dû migrer de village vers les grandes villes, il y a quelques décennies, est utilisé comme main-d'œuvre bon marché dans l'industrie.

Tableau 20 : Production et valeur annuelle crée par employé dans l'industrie automobile turque

	Emploi	Production annuelle/Emploi	ISO 500 - Revenu des ventes (\$)/ Emploi
1984	15.893	8,7	79.091
1985	16.424	8,2	83.536
1986	16.953	8,3	95.676
1987	18.985	9,2	112.194
1995	20.774	15,7	222.875
1996	22.471	14,7	260.914
1997	26.515	15,1	249.217
1998	25.902	15,6	227.318
1999	27.000	11,0	181.963
2000	31.753	13,6	235.379
2001	26.680	10,1	132.346
2002	27.923	12,4	189.557
2003	33.145	16,1	312.264
2004	38.456	21,4	498.674
2005	36.975	23,8	560.974
2006	40.474	24,4	561.570
2007	46.261	23,8	602.689
2008	45.153	25,4	612.318
2009	39.584	22,0	534.408
2010	40.838	26,8	644.473
2011	44.896	26,5	708.705
2012	44.655	24,0	612.429
2013	42.330	26,6	751.288
2014	43.683	26,8	705.606
2015	48.748	27,9	
2016	53.377	27,8	

Ressource : préparé en utilisant les données d'OSD et de TÜİK.

Un autre problème dans le secteur est les difficultés auxquelles les travailleurs sont confrontés, car ils ont des difficultés d'utiliser leurs droits de syndicalisation. Il n'existe aucune organisation syndicale dans les usines Honda, Hyundai, Toyota, alors que les grandes entreprises de l'industrie principale turque offrent le droit de syndicalisation à la plupart des travailleurs. Il est donc difficile pour les travailleurs de défendre leurs droits à bien des égards, en particulier dans les salaires (Birleşik Metal-

İş, 2008). Dans les entreprises de sous-traitance, les conditions des travailleurs sont généralement pires.

En ce qui concerne la formation professionnelle des employés, l'industrie automobile turque est mieux placée que le moyen de la Turquie, et on peut dire qu'elle est le pionnier pour d'autres secteurs. Surtout au cours des dernières années, le nombre d'entreprises qui ont organisé des programmes de formation pour leurs employés a augmenté rapidement. Environ 10% des entreprises du secteur de l'automobile en 2010 ont des programmes de formation continue pour leurs employés, mais ce ratio est passé à 63% en 2015. Comme nous l'avons déjà mentionné, la formation des travailleurs en production Lean est une condition nécessaire. Le fait que tous les producteurs d'automobiles en Turquie soient producteurs à l'échelle mondiale nécessite que la production en Turquie soit également conforme aux exigences mondiales. Presque tous les producteurs au niveau mondial se sont adaptés à la production Lean, comme le dit Holweg (Holweg, 2008). Nous pensons que ces processus éducatifs peuvent être liés à cette situation.

Tableau 21 : Entreprises offrant une formation professionnelle continue aux employés dans l'industrie automobile turque

Entreprises offrant une formation professionnelle continue	Total (%)	Industrie automobile turque (%)
2010	18,8	26,9
2015	31,9	63,4

Ressource : préparé en utilisant les données de TÜİK et de Formation professionnelle aux initiatives, 2015.

En 2015, on s'attendait à acquérir les compétences les plus techniques, professionnelles et pratiques des employés dans les formations professionnelles organisées par les entreprises de l'industrie automobile turque. Deuxièmement, il existe des compétences pour le travail en équipe. En troisième lieu, les employés visent à acquérir des compétences en technologie de l'information de base. Il serait utile de se rappeler que ces trois compétences sont également des conditions nécessaires à une production flexible.

Tableau 22 : La compétence la plus importante prévue dans la formation professionnelle de l'employé en Turquie

		Total	Industrie automobile turque
Compétences informatiques générales	2010	4,0	3,6
	2015	11,8	16,1
Compétences informatiques professionnelles	2010	3,4	5,2
	2015	3,6	5,6
Compétences de gestion	2010	9,1	9,0
	2015	14,4	14,8
Compétences de travail en équipe	2010	20,6	22,8
	2015	27,2	19,2
Gestion de la relation client	2010	40,9	30,7
	2015	16,7	10,8
Des talents pour la résolution des problèmes	2010	2,9	6,0
	2015	3,3	4,4
Compétences en administration du bureau	2010	1,1	1,0
	2015	1,9	0,9
Langue étrangère	2010	1,0	0,5
	2015	1,5	1,5
Compétences techniques, pratiques ou professionnelles	2010	14,9	20,2
	2015	16,4	25,1
Compétences en communication orale ou écrite	2010	1,0	0,5
	2015	0,7	0,1

Ressource : préparé en utilisant les données de TÜİK et de Formation professionnelle aux initiatives, 2015.

CONCLUSION

Notre analyse montre que bien que le processus de libéralisation de l'industrie automobile turque a commencé dans les années 1980, les changements importants ont commencé à apparaître dans les années 1990. L'accord d'union douanière avec l'UE signé en 1996 est important, mais nous n'avons pas observé que l'union douanière crée immédiatement un changement brusque. Ce que nous trouvons intéressant, c'est la forte tendance à l'internationalisation du secteur après la crise économique de 2001. La crise de 2001, l'une des plus grandes crises économiques en Turquie, a affecté les ventes, la production et le marché du travail de manière très négative. Cependant, un an plus tard, le secteur a tendance à récupérer très rapidement et, plus important encore, s'ouvre à des compétitions internationalese. Sans aucun doute, c'est l'une des raisons de la dépréciation de la lire turque, c'est-à-dire que la Turquie est en position favorable pour la production. Mais ce que nous considérons plus important, ce sont les politiques *Derviş* qui sont déterminées conjointement avec l'IFM dans la crise de 2001.

Le secteur automobile turc a connu une croissance très rapide, surtout depuis 2001, tant en termes d'importations que d'exportations. Le commerce se passe en grande partie avec des pays de l'Union européenne. Cela indique que la Turquie est incluse dans le processus de régionalisation. Cependant, la Turquie est également en corrélation positive avec le volume commercial de presque toutes les régions du monde, sauf l'Amérique du Nord, en particulier sur les marchés asiatique et africain. Cette situation reflète également la tendance de la Turquie à la mondialisation. Dans le même temps, le fait que la Turquie est fortement influencée par les crises mondiales telles que la crise de 2008 est un autre point qui montre qu'il est de plus en plus intégré sur le marché mondial. Bien que la Turquie soit dans une tendance à la mondialisation et à la régionalisation, elle montre une corrélation négative avec les pays développés d'Europe dans la production d'automobiles. Cela s'explique par le fait que la régionalisation a conduit au passage de la production à l'Est. Cependant, le contraste

entre les pays européens développés et la Turquie montre que la régionalisation à long terme peut provoquer une compétition intense.

Une autre conclusion intéressante est que, malgré la prospérité économique de la Turquie et la croissance rapide de l'industrie automobile, cette situation n'affecte pas positivement les travailleurs. Le secteur ne crée pas un excellent emploi, le fardeau des travailleurs augmente et le revenu des travailleurs ne s'accroît pas. La plus grande contribution de l'internationalisation dans le secteur aux travailleurs a été l'augmentation de la formation professionnelle. Mais il existe également le danger de créer une plus grande responsabilité pour les travailleurs à long terme.

Bien que la Turquie soit maintenant un pays concurrentiel à l'échelle mondiale, il semble qu'il n'y ait pas beaucoup de partage avec les développements technologiques et les innovations dans le secteur de l'automobile. Cela montre que les grands producteurs d'automobiles ne donnent pas aux pays comme la Turquie où il y a l'avantage de la main-d'œuvre peu coûteuse et du potentiel de marché, les technologies qu'ils peuvent gagner en indépendance sectorielle. À ce stade, cette situation nous fait penser qu'en Turquie, il y a le fordisme périphérique et la régionalisation périphérique. L'examen de cette situation dans de nouvelles études peut aider la Turquie à mieux comprendre l'industrie automobile et son développement.

BIBLIOGRAPHIE

Akhter, S., Beno, C. (2011), « An Empirical Note on Regionalization and Globalization », *Multinational Business Review*, Vol. 19, No. 1, pp. 26-35.

Alçın, S., Doğan, Ö. (2014), « Otomotiv Endüstrisinde Çalışma İlişkilerine Bir Örnek », *Üretim Ekonomisi Kongresi*, İstanbul, 20p.

Arabacı, M. C. (2006), « Dünya Otomotiv Sanayinde Yaşanan Gelişmeler Çerçevesinde Türkiye'deki Otomotiv Ana ve Yan Sanayi İlişkileri », *Hazine Müsteşarlığı Teşvik ve Uygulama Genel Müdürlüğü Uzmanlık Tezi*, Ankara, 90p.

Arer, C. (2010), « Türk Otomotiv Sektöründe Uluslararası Rekabet Gücünün Artırılmasında Tasarımın Önemi », *İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*, p155.

Baştav, L. (2012), « Dışa Açık Büyüme Modelinde Sanayi Politikalarının Gelişimi: Türk İmalat Sanayiinin Yapısı ve Rekabet Gücü (1980-2011) », *ODTÜ Gelişme Dergisi*, Vol. 39, No: 3, 21p.

Bedir, A. (2002), « Türkiye'de Otomotiv Sanayii Gelişme Perspektifi », *Devlet Planlama Teşkilatı İktisadi Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü*, Yayın No DPT : 2660, pp. 1-38.

Belenlioğlu, E., Yıldız, M. (2015), « Rus Otomotivinde Aralık Ayı », *OIB Rusya Federasyonu Temsilciliği*, p. 1.

Çoban, O. (2007), « Türk Otomotiv Sanayiinde Endüstriyel Verimlilik ve Etkinlik », *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı : 29, pp. 17-36.

Colovic, A., Mayrhofer, U (2008), « Les stratégies de localisation des firmes multinationales. Une analyse du secteur automobile », *Revue française de gestion*, no 184, pp. 151-165.

Conesa, P. (2011), « Sociologie de la production stratégique », *Revue internationale et stratégique*, no 82, pp. 87-96.

Dieter, H. (2007), *Transnational Production Networks in the Automobile industry*.

Dokuzuncu Kalkınma Planı Otomotiv Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporu (2007), Devlet Planlama Teşkilatı Yayın no : DPT : 2736, Ankara, 168p.

Duruiz, L. (2004), « Challenges for the Turkish Car Industry on its Way to Integration with EU », *Cars, Carriers of Regionalism*, pp. 114-125.

Edgell, S. (2005), *The Sociology of Work : Continuity and Change in Paid and Unpaid Work*, Sage Publications, 296p.

Freyssenet, M., Lung Y. (2000), « Between Globalization and Regionalization : What is the future of the automobile industry ? », *Global Strategies and Local Realities : The Auto Industry in Emerging Markets*, Macmillan, pp. 72-94.

Freyssenet, M., Lung, Y. (2004), « Multinational Carmakers Regional Strategies », *Cars, Carriers of Regionalism*, pp. 56-70.

Frunza, R., Maha, L. G., Mursa, G. C. (2009), « Globalization & Regionalization in International Trade », *Centre for European Studies Working Paper Series*, Volume I, pp. 5-19.

Görener, Ö., Görener, A. (2008), « Otomotiv Endüstrisinin Türkiye Ekonomisindeki Yeri: Sektörel Bir İnceleme », *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı 26, pp. 306-319.

Görener, Ö., Görener, A. (2008), « Türk Otomotiv Sektörünün Ülke Ekonomisine Katkıları ve Geleceğe Yönelik Sektörel Beklentiler », *e-journal of Yasar University no 10*, vol. 3, pp. 1213-1232.

Gundlach, E., Nunnenkamp, P. (1994), « The European Union in the Era of Globalisation: Competitive challenges, structural unemployment, and policy responses », *Konjunkturpolitik*, Duncker & Humblot, Vol. 40, Iss. 3/4, Berlin, pp. 202-225.

Holweg, M. (2008), *The evolution of competition in the automotive industry*, 27p.

Kacowicz, A. M. (1998), « REGIONALIZATION, GLOBALIZATION, AND NATIONALISM: Convergent, Divergent, or Overlapping? », *Kellogg Institute Working Paper 262*, 47p.

Layan, J. B., Lung, Y. (2004) « The Dynamics of Regional Integration in the European Car Industry », *Cars, Carriers of Regionalism*, pp. 72-89.

Loewendahl , H., Loewendahl, E. E. (2000), « Turkey's Performance in Attracting Foreign Direct Investment : Implications of EU Enlargement », *Centre for European Policy Studies Working Document No. 157*, pp. 1-43.

Lung, Y. (2004), « The Challenges of the European Automotive Industry at the Beginning of the 21st Century », *Cahiers du GRES, Cahiers du GRES*, no: 2004-8, pp. 3-17.

Lung, Y., van Tulder, R. (2004), « Introduction in Search of a Viable Automobile Space », *Cars, Carriers of Regionalism*, pp. 10-34.

Lüthje, B. (2014), « Why no Fordism in China ? : Regimes of Accumulation and Regimes of Production in Chinese Manufacturing Industries », *IFS Working Paper 3*, 26p.

Measuring Globalisation : OECD Handbook on Economic Globalisation Indicators (2005).

Meyer, S. (1981), « The Five Dollar Day : Labor Management and Social Control in the Ford Motor Company 1906-1921 », *State University of New York Press, Albany*.

Öcal, F. M., (2014), « Türkiye'nin Sanayileşme Sürecine Genel Bakış: 2000-2013 », *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi*, Sayı: 8, pp. 14-25.

Oman, C. (1996), « The Policy Challenges of Globalisation and Regionalisation », *OECD Development Centre Policy Brief No. 11*, pp. 4-31.

Otomotiv Sanayii Genel ve İstatistik Bülteni (2017), Otomotiv Sanayii Derneği, 16p.

Otomotiv Sektörü Raporu (2014/1), T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Sanayi Genel Müdürlüğü Sektörel Raporlar ve Analizler Serisi.

Öztekin, Ç. (2016), « Türkiye Otomobil Sektörünün Talep Analizi », *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 102p.

Pişkin, S. (2017a), « Türkiye Otomotiv Sanayii Rekabet Gücü ve Talep Dinamikleri Perspektifinde 2020 İç Pazar Beklentileri », *TSKB Ekonomik Araştırmalar*, 94p.

Pişkin, S. (2017b), « Belirsizlik ve Bilinmezlik : Yeni ÖTV Düzenlenmesinin Otomotiv Sektörüne Etkileri », *TSKB*, 30p.

Popescul, D. (2009), « Information And Communication Technologies – One Engine Of Globalization », *Centre for European Studies Working Paper Series*, Volume I, pp. 20-36.

Rugman, A., Oh, C. H. (2008), « Friedman's Follies : Insights on the Globalization/Regionalization Debate », *Business and Politics*, Vol. 10, pp. 1-13.

Soydal, H. (2006), « Türkiye'de Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Verimlilik Analizi : Otomotiv Sektörü Üzerine Bir Uygulama », *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 16, pp. 577-604.

Swyngedouw, E. (2004), « Globalisation or 'glocalisation'? Networks, territories and rescaling », *Cambridge Review of International Affairs*, 17:1, pp. 25-48.

Tanyılmaz, K., Erten, A. N. (2001), « Dünya'da ve Türkiye'de Otomotiv Sektörü », *Birleşik Metal-İş Yayınları*, İstanbul, 64p.

Turhan, G. T. (2012), « Kara Sınırı Komşuları ile Ticaretin Türkiye'nin Kalkınmasına Etkisi : Çekim Modeli Yaklaşımı », *Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, İstanbul, 135p.

Türkiye Otomotiv Sektörü Strateji Belges iye Eylem Planı (2016-2019) (2016), T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Sanayi Genel Müdürlüğü.

Uçan, O. (2005), « Türkiye’de Otomotiv Sektörü Dış Ticaretinin Gelişimi », *SosyoEkonomi*, Vol 1, Ankara, pp. 117-130.

Ustabaş, A. (2016), « Otomotiv Endüstrisinde İnovasyonun Önemi », *Bilgi Çağında İnovasyon*, İstanbul, pp. 95-110.

Van Tulder, R. (2004), « Peripheral Regionalism: The Consequences of Integrating Central and Eastern Europe in the European », *Cars, Carriers of Regionalism*, pp. 96-112.

Van Tulder, R., Audet, D. (2004), « The Fast Lane of Regionalism », *Cars, Carriers of Regionalism*, pp. 30-46.

Vujakovic, P. (2009), « How to Measure Globalisation ? A New Globalisation Index (NGI) », *WIFO Working Papers*, No. 343, pp. 3-27.

